



Réévaluer la diglossie dans le discours publicitaire marocain : de la dichotomie H/L¹¹⁹ aux dispositions diglossiques

Rethinking Diglossia in Moroccan Advertising Discourse: From the High–Low Dichotomy to Diglossic Configurations

Pr. Anas BOUKHARI

Professeur de l'enseignement supérieur assistant- maître de conférences

Faculté polydisciplinaire Khouribga, Maroc

Université Sultan Moulay Slimane

Email : a.boukhari@usms.ma

Résumé

Cet article tente de rapprocher les expositions diglossiques dans le discours publicitaire marocain à travers un corpus varié composé de contenus publicitaires tous genres confondus, communément et principalement rédigé en darija. L'intérêt est de démontrer comment les pratiques langagières envisagées devancent le paradigme diglossique classique bâti sur l'unique dichotomie entre langue haute dite prestigieuse et une seconde langue dite basse. Sur la base et départant d'une approche sociolinguistique et discursive, l'étude tient en compte la présence de manifestations diglossiques diverses, mettant en des échelles différentes une diglossie interne entre l'arabe standard et la darija, et une diglossie externe entre cette même entité vis-à-vis les langues étrangères, en premier lieu le français. L'analyse véhicule respectivement les strates phonologique, morphosyntaxique, lexicologique et sociolinguistique avec l'objectif de repérer les procédés derrière la sélection des codes linguistiques dans les contenus publicitaires. In fine, les aboutissements de ce travail mettent en évidence que les sélections à l'égard de certains paradigmes linguistiques correspondent à des stratégies communication de masse où mitoyenneté, domination, vraisemblance et persuasion efficiente s'ordonnent selon l'identité du produit, et le public-cible. Ainsi, La publicité s'impose comme une houle privilégiée de recadrage au niveau de la pratique plurilingue et au niveau de compromis soulignés auprès des hiérarchies linguistiques dans le contexte marocain contemporain.

Mots-clés : diglossie ; darija ; publicité marocaine ; sociolinguistique ; plurilinguisme.

¹¹⁹ Abréviation classique en sociolinguistique introduite par Charles A. Ferguson.

H = High variety (variété haute) : la langue ou variété prestigieuse, utilisée dans les contextes formels (administration, école, religion, littérature, médias officiels).

L = Low variety (variété basse) : la langue ou variété vernaculaire, utilisée dans les interactions quotidiennes et familiales.





Abstract

This article explores diglossic dynamics in Moroccan advertising discourse through a heterogeneous corpus of advertisements drawn from a wide range of media and formats, most of which are produced in Darija . It argues that contemporary advertising practices challenge the classical conception of diglossia, traditionally understood as a binary opposition between a prestigious high variety and a subordinate low variety. Adopting a sociolinguistic and discourse-analytical perspective, the study examines the coexistence of multiple diglossic configurations operating at different levels. It distinguishes an internal form of diglossia, structured around the relationship between Standard Arabic and Darija, from an external form that positions these varieties in relation to foreign languages, particularly French. The analysis focuses on phonological, morphosyntactic, lexical, and sociolinguistic features in order to uncover the mechanisms governing language choice in advertising discourse. The findings reveal that linguistic selection is far from incidental; rather, it constitutes a strategic communicative resource through which advertisers negotiate proximity, symbolic prestige, authenticity, and persuasive appeal according to both the identity of the product and the expectations of the target audience. More broadly, the study shows that Moroccan advertising has become a privileged arena in which multilingual practices are continuously reconfigured and established linguistic hierarchies are redefined within an evolving sociolinguistic landscape.

Keywords: diglossia; Darija; Moroccan advertising; sociolinguistics; multilingualism.

Introduction

La publicité marocaine constitue aujourd'hui un espace privilégié d'observation des pratiques langagières contemporaines. Située au croisement des impératifs économiques, des stratégies de communication et des représentations socioculturelles, elle mobilise un répertoire linguistique particulièrement riche où se côtoient la darija, l'arabe standard, le français et, dans une moindre mesure, d'autres langues. Cette diversité ne relève pas d'un simple effet stylistique : elle traduit des choix discursifs répondant à des logiques de persuasion, de proximité avec le consommateur et de construction de l'image des marques.

Dans ce contexte, la notion de diglossie, traditionnellement mobilisée pour décrire la coexistence de variétés linguistiques hiérarchisées, mérite d'être réinterrogée. Les modèles classiques, fondés principalement sur l'opposition entre variété haute et variété basse, rendent imparfaitement compte des configurations plurilingues et des pratiques hybrides observables dans les discours publicitaires marocains. Les interactions entre langues et variétés s'y révèlent plus complexes, donnant lieu à des formes d'alternance, d'imbrication et de complémentarité qui dépassent les schémas binaires hérités de la sociolinguistique traditionnelle.





Le présent travail propose ainsi d'examiner les manifestations de la diglossie dans un corpus d'affiches publicitaires marocaines en mettant en évidence les mécanismes linguistiques qui président au choix des codes. L'analyse s'appuie sur une approche multidimensionnelle intégrant les niveaux phonologique, morphosyntaxique, lexicologique et sociolinguistique afin de montrer que les situations diglossiques observées ne constituent pas de simples alternances de langues, mais relèvent de véritables stratégies discursives mobilisées au service de l'efficacité publicitaire. Cette perspective conduit à envisager la publicité comme un laboratoire où se redéfinissent les frontières entre les variétés linguistiques et où se négocient simultanément les enjeux d'identité, de prestige et d'accessibilité.

1. Cadre théorique

1.1. La diglossie entre modèle classique et relectures contemporaines

Le concept de diglossie occupe toujours une place de précellence, une piste pour décrypter le paysage linguistique du Maroc. Pourtant, parler d'une forme unique de diglossie au Maroc s'avère être une tentative déroutante, vu l'acclimations d'un ensemble de pratiques médiatiques et autres visibles au quotidien, un constat apte à écarter la vraisemblance d'une unique forme diglossique au Maroc qui préconisait une dichotomie bilatérale et simpliste entre arabe classique et arabe marocain, alors que les faits démontrent une pluralité de codes dans un même niveau tantôt, et tantôt autre dans des niveaux différents.

Le modèle de Ferguson (1959)¹²⁰ et celui de Fishman (1963)¹²¹ seront remis en cause pour céder partie à d'autres prototypes théoriques d'une contenance plus rigides et plus disposés à absorber le dynamisme et la fluidité des langues, idiomes et variétés.

1.2. Les prolongements théoriques : Auer et Youssi

Auer (2005)¹²², en revanche, va repérer cinq macrotypes de constellations dialectiques/standards. Les deux premiers types appelés la diglossie exoglossique et la diglossie médiale, les troisièmes, quatrièmes et cinquièmes macrotypes dits « types de répertoire », sont respectivement la diglossie parlée, le répertoire diaglossique et en fin, le répertoire de la perte de dialecte.

¹²⁰ Ferguson, C. A. (1959). Art.cit.

¹²¹ Fishman, J. A. (1967). *Bilingualism with and without Diglossia*. in J. Macnamarra (Ed.), *Problems of Bilingualism, Journal of Social Issues*, 23.

¹²² Auer, (2005). Art.cit.





La situation linguistique de l'arabe marocain relève de la diglossie appartenant au troisième répertoire dit « diglossie parlée » toujours selon Auer cité par (Bidaoui 2017)¹²³, un enjeu qui pose potentiellement une problématique du choix du genre de support publicitaire, qui convertit le parler au texte.

L'importance du modèle d'Auer est qu'il tient compte de la signification des formes intermédiaires et exoglosses. Il permet donc de prendre en compte les codes émergents le long du continuum des variétés H et B comme dans le cas de l'arabe marocain médian.

(Youssi, 1995)¹²⁴, conçoit un modèle triglossique arabe selon la hiérarchie suivante : l'arabe classique, l'arabe moderne standard et la darija.

1.3. Vers une typologie des situations diglossiques

Au retour au contexte publicitaire marocain, on est censé adapter un choix théorique qui serait en mesure de contenir les différentes variantes idiomatiques et codiques à tous les niveaux, et de ne pas restreindre à une seule de dualité (langue haute VS langue basse) voire même dépasser cette vision déroutante.

Il est donc primordial de revisiter ou du moins de donner plus de latitude à cette notion, de manière à extrapoler une synthèse qui permet de repérer les grands types de diglossie, on propose donc cette classification :

1- diglossie interne qui oppose une même langue à sa variété ; ce rangement regroupe l'arabe standard et la darija.

2- diglossie externe qui oppose une langue à une autre provenant de systèmes linguistiques distincts ; cette classification regroupe les langues en constante friction au Maroc, on entend par cela le binarisme arabe marocain et français, cette prédilection n'est pas fortuite, elle est plutôt motivée par ce qu'en est le paysage publicitaire marocain.

Et avant de passer à l'analyse du corpus, il faut préciser que tout modèle analytique ne vise pas à repérer la diglossie en soi mais plutôt des situations diglossiques.

¹²³ Bidaoui, A, (2017). *Revisiting the Arabic Diglossic Situation and Highlighting the Socio-Cultural Factors Shaping Language Use in Light of Auer's (2005) Model*. International Journal of Society, Culture & Language 5 (2): 60–72.

¹²⁴ Youssi, A, (1995). *The Moroccan Triglossia: Facts and Implications*. International Journal of the Sociology of Language 112: 29–43.



2. Analyse du corpus

Contenus publicitaires	Situations diglossique			
	Diglossie intralinguale Couplets arabes		Diglossie exolinguale Couplets arabes-français	
	AS	D	A/D	FR
الماء و الضوء 1. نعمة، نستهلكوهم بالحكمة! LYDEC [l-ma:ʔ w dʕ-dʕawʔ niʔma n-stahlku:hom b-lhəkma] [l'eau et la lumière grâce nous-consommer-imp- eux avec-sagesse] [l'eau comme l'électricité est un don à en consommer avec modération]	الماء-الضوء- نعمة بالحكمة [l-ma:ʔ][dʕ-dʕawʔ] [niʔma] [blhəkma]	نستهلكوهم [n-stahlku:hom]		
فهاد العيد 2. توصل بفلوسك والهدية تكمل فرحتك Banque Populaire [f-ha:d l-ʔi:d t-wasʕʕal b-flu:s-k w l- hadija t-kammal farht- k] [dans-ce fête recevoir- imp-tu avec-argent-toi elle-compléter-inacc joie-toi] [à l'aïd reçois tes transferts et un cadeau pour te combler de bonheur]	العيد- الهدية تكمل- فرحتك [l-ʔi:d] [l-hadija] [t-kammal][farht- k]	فهاد- توصل بفلوسك [f-ha:d] [t- wassal] [b-flu:s-k]		
بحركة بسيطة 3. كنراقب بيان الاستهلاك ديالي قبل ما نتوصل بفاتورتني LYDEC [b-hraka bsi:tʕa kan- raqab baja:n l-ʔistihla:k dja:li: qbal ma: n- tawassal b-fa:tu:rti] [avec-mouvement simple en train-de-je contrôler relevé la consommation]	بحركة بسيطة- بيان- الاستهلاك قبل- بفاتورتني [b-hraka] [bsi:tʕa] [baja:n] [lʔistihla:k] [qbal] [b-fa:tu:rti]	كنراقب- ديالي ما- نتوصل [kan-raqab] [dja:li:] [ma:] [n-tawassal]		

de-moi avant ne-je-recevoir-inacc avec-facture-moi] [avec un geste simple je contrôle mon relevé de consommation avant même de recevoir ma facture]				
سافر باش ترجع 4 للشباب ديالك Vacancia.ma [sa:fər ba:ʃ t-rʒaʔ ^ʕ l-ʃʃaba:b djal-k] [Voyager-imp-tu pour tu-revenir-inacc à-la jeunesse de-toi] [Reprends ta jeunesse par les voyages]	سافر - ترجع - للشباب [sa:fər] [t-rʒaʔ ^ʕ] [l-ʃʃaba:b]	باش - ديالك [ba:ʃ] [djal-k]		
رباح وأشمن رباح... هو 5. باش ترتاح ما يقارب 930 مليون سنتيم Loto [rba:h wa:ʃman rba:h howa ba:ʃ] t-rta:h ma: joqa:rib 930 mɛlʒu:n santi:m ʔa:ra: ma: d-di:r] [profit et quelle profit il pour tu-reposer-inacc que approcher-inacc-il 930 millions centimes beaucoup que tu-faire-inacc] [sacré lot pour une vie de confort près de 930 millions de centimes tu peux tout faire avec]	ترتاح - ما يقارب 930 مليون سنتيم [t-rta:h] [ma: joqa:rib] [930 mɛlʒu:n santi:m]	رباح - وأشمن باش - أرا - ما دير [rba:h] [wa:ʃman] [ba:ʃ] [ʔa:ra:] [ma:] [d-di:r]		
المضمون الديني 6. لي نحتاج وقتما بغيت هاد رمضان خدمة 3labal Dima Orange [l-mad ^ʕ mu:n d-di:ni: lli: n-hta:ʒ waqtma: byi:t ha:d ramd ^ʕ a:n xidmat ʔ ^ʕ laba:l di:ma:]	المضمون - الديني وقتما - خدمة [l-mad ^ʕ mu:n] [d-di:ni:] [waqtma:] [xidmat] ʔ ^ʕ laba:l di:ma:]	لي - نحتاج - بغيت - هاد 3labal Dima [lli:] [n-hta:ʒ] [byi:t] [ha:d]		



[le contenu religieux que je-nécessiter-inacc temps-que vouloir-acc-je ce ramadane service sur-esprit toujours] [le contenu religieux qui me faut n'importe quand ce ramadan service 3labal Dima]				
7.SGMA. ton pack bancaire à 0 dh اختار أحسن بلان "800 DH ghir li ma bghach" SGMA [tō pak bākæ a 0 dirham xta:r ʔahsa:n bla:n] [ton pack bancaire à 0 dh choisir-imp-tu meilleur plan] [ton pack bancaire à 0 dh choisis-en le meilleur]	أحسن [ʔahsa:n]	اختار- بلان Ghir- li - ma bghach [xta:r] [bla:n] [ʔi:r] [lli:] [ma:][bɣa:ʃ]		ton pack bancaire à 0 dh
8. صوفيئي "ا خويا بشي" VIREMENT" Société générale [s'ovi:ni: ʔa: xoja: b-fī: virəmā] [je suis en panne prête-moi de l'argent]			ا خويا- بشي- [ʔa: xoja:] [b-fī:]	صوفيئي- VIREMENT [s'ovi:ni:]





Contenus publicitaires	Situations diglossique			
	Diglossie intralinguale Couplets arabes		Diglossie exolinguale Couplets arabes-français	
	AS	D	A/D	FR
الماء و الضوء. 1. نعمة، نستهلكوهم بالحكمة! LYDEC [l-ma:ʔ w dʕ-dʕawʔ niʔma n-stahlku:hom b-lhəkma] [l'eau et la lumière grâce nous-consommer-imp-eux avec-sagesse] [l'eau comme l'électricité est un don à en consommer avec modération]	الماء-الضوء. نعمة بالحكمة [l-ma:ʔ][dʕ-dʕawʔ] [niʔma] [blhəkma]	نستهلكوهم [n-stahlku:hom]		
فهد العيد. 2. توصل بفلوسك والهدية تكمل فرحتك Banque Populaire [f-ha:d l-ʔi:d t-wasʕsʕal b-flu:s-k w l-hadija t-kammal farht-k] [dans-ce fête recevoir-imp-tu avec-argent-toi elle-compléter-inacc joie-toi] [à l'aïd reçois tes]	العيد- الهدية تكمل- فرحتك [l-ʔi:d] [l-hadija] [t-kammal][farht-k]	فهد- توصل بفلوسك [f-ha:d] [t-wassal] [b-flu:s-k]		



transferts et un cadeau pour te combler de bonheur]				
بحركة بسيطة.3 كنراقب بيان الاستهلاك ديالي قبل ما نتوصل بفاتورتى LYDEC [b-hraka bsi:tʰa kan-raqab baja:n l-ʔistihla:k dja:li: qbal ma: n- tawassal b- fa:tu:rti] [avec-mouvement simple en train- de-je contrôler relevé la consommation de-moi avant ne- je-recevoir-inacc avec-facture-moi] [avec un geste simple je contrôle mon relevé de consommation avant même de recevoir ma facture]	بحركة بسيطة- بيان- الاستهلاك قبل- بفاتورتى [b-hraka] [bsi:tʰa] [baja:n] [lʔistihla:k] [qbal] [b-fa:tu:rti]	كنراقب - ديالي ما- نتوصل [kan-raqab] [dja:li:] [ma:] [n-tawassal]		
سافر باش ترجع.4 للشباب ديالك Vacancia.ma [sa:fər ba:f t-rʒaʔʰ l-ʃʃaba:b djal-k] [Voyager-imp-tu pour tu-revenir- inacc à-la	سافر- ترجع- للشباب [sa:fər] [t-rʒaʔʰ] [l-ʃʃaba:b]	باش- ديالك [ba:f] [djal-k]		



jeunesse de-toi] [Reprends ta jeunesse par les voyages]				
5. رباح وأشمن رباح.... هو باش ترتاح ما يقارب 930 مليون سنتيم أرا ما دير!! Loto [rba:h wa:fman rba:h howa ba:f t-rta:h ma: joqa:rib 930 malju:n santi:m ʔa:ra: ma: d-di:r] [profit et quelle profit il pour tu- reposer-inacc que approcher-inacc-il 930 millions centimes beaucoup que tu- faire-inacc] [sacré lot pour une vie de confort près de 930 millions de centimes tu peux tout faire avec]	ترتاح- ما يقارب 930 مليون سنتيم [t-rta:h] [ma: joqa:rib] [930 malju:n santi:m]	رباح-وأشمن باش- أرا- ما دير [rba:h] [wa:fman] [ba:f] [ʔa:ra:] [ma:] [d-di:r]		
المضمون الديني.6 لي نحتاج وقتما بغيت هاد رمضان خدمة 3labal Dima Orange [l-madʕmu:n d- di:ni: lli: n-h̥ta:ʒ waqtma: byi:t ha:d ramdʕa:n xidmat ʔʕlaba:l di:ma:] [le contenu religieux que je- nécessiter-inacc temps-que]	المضمون- الديني وقتما - خدمة [l-madʕmu:n] [d-di:ni:] [waqtma:] [xidmat] ʔʕlaba:l di:ma:]	لي- نحتاج- بغيت- هاد 3labal Dima [lli:] [n-h̥ta:ʒ] [byi:t] [ha:d]		





vouloir-acc-je ce ramadane service sur-esprit toujours] [le contenu religieux qui me faut n'importe quand ce ramadan service 3labal Dima]				
7.SGMA. ton pack bancaire à 0 dh اختار أحسن بلان "800 DH ghir li ma bghach" SGMA [tə pak bākə a 0 dirham xta:r ʔahsa:n bla:n] [ton pack bancaire à 0 dh choisir-imp-tu meilleur plan] [ton pack bancaire à 0 dh choisis-en le meilleur]	أحسن [ʔahsa:n]	اختار- بلان Ghir- li -ma bghach [xta:r] [bla:n] [yi:r] [li:] [ma:] [bɣa:j]		ton pack bancaire à 0 dh
8. صوفيني. "اخويا بشي" VIREMENT" Société générale [s'ovi:ni: ʔa: xoja: b-ʃi: virəmā] [je suis en panne prête-moi de l'argent]			اخويا- بشي- [ʔa: xoja:] [b-ʃi:]	صوفيني- VIREMENT [s'ovi:ni:]





2.1. Manifestations phonologiques

On se trouve encore une fois dans l'obligation de préciser que cet échantillon bien qu'il abrite dans des exemples d'une majorité d'entités lexiques qui pourraient faire référence à une langue autre la darija, on reste quand même convaincu que l'existence d'un élément lexique peut seul contaminer toute la structure, et convertir toute sa disposition codique. Pour expliciter davantage ce constat, la situation diglossique qui confédère l'arabe standard et la darija est en fait la même liaison qui unit une langue avec son substrat surtout en matière d'approvisionnement lexicologique :

1. الماء- و- الضوء- نعمة- ن-ستهلك-وهم-ب-الحكمة

[l-ma:ʔ- w -dʕ-dʕawʔ -niʔʕma -n-stahlku:-hom -b-lhəkma]

2. فهاد- العيد- توصل- بفلوسك-و- الهدية- تكل- فرحتك

[f-ha:d- l-ʔʕi:d- t-wasʕsʕal - b-flu:s-k- w - l-hadija -t-kammal - farħt-k]

3. بحركة- بسيطة-ك-نراقب-بيان-الاستهلاك-قبل-توصل-ب-فاتورت-ي

[b-ħraka- bsi:tʕa- ka-nraqab- baja:n- l-ʔistihla:k -qbal n- twasʕsʕal -b-fa:tu:rt-i]

4. سافر-ترجع-ل-لشباب

[sa:fər -ba:f -t-rʒaʔʕ-l-ʃʃaba:b]

5. رباح-ترتاح-ما-يقارب-مليون-سنتيم

[rba:h- t-rta:h - ma: -joqa:rib-məlju:n -santi:m]

6. المضمون-الديني-نحتاج- وقتما- هاد-رمضان- خدمة

[l-madʕmu:n -d-di:ni:- n-ħta:ʒ - waqtma: - ha:d -ramdʕa:n xidmat]

7. اختار-أحسن

[xta:r- ʔahsa:n]

8. ا- خويا- بشي

[ʔa: xoja: -b-ʃi:]





En somme, il s'agit d'un inventaire confectionné généralement de graphèmes lexicaux introduits suite à un usage normalisant au sein de la darija, reste quand même à définir la portion partagée pour chaque idiome.

Les quelques les éléments restants sont d'abord propre à la darija, et sont dans la plupart des exemples proposés de nature grammémique (morphèmes grammaticaux), une logique similaire au modèle insertionnel où il y'a affaire d'imbrication de langue matrice et de langue enchâssée :

ديالي- قبل- ما- ن- - باش-ديالك- آرا-ما-لي-ن-وقتما-

[dja:li:]-[qbal]-[ma:]-[n]-[ba:] - [djal-k] - [ʔa:ra:] [ma:]-[lli:]-[n]- [waqtma:]

La liste citée là-dessus opère une abstraction de particules possessives : [ديال- ديالي] [dja:li:-dja:l-k], circonstancielle : [وقتما- قبل] [qbal- waqtma:],

pronoms relatifs [ما- لي] [ma:-lli:], pronoms personnels sujet parlant à la 1ère personne du singulier [ن][ن].

Le rapport diglossique arabe standard/arabe marocain doit tout de même correspondre aux paradigmes théoriques relatifs à la vision sociolinguistique du phénomène telle qu'elle a été conçue par les divergentes positions linguistes avec les soubassements de l'étude linguistique : phonologique, morphosyntaxique, lexicologique et sociolinguistique.





	Transcription	
	Arabe standard	darja
نعمة	[niʔ ^ʕ ma]	[nʔ ^ʕ ma]
الحكمة	[ʔAl-hikma]	[L-hkma]
توصل	[tawas ^ʕ s ^ʕ al]	[twas ^ʕ s ^ʕ al]
سافر	[sa:fir]	[safr]
فاتورتي	[Fa:turati:]	[fatorti]
رباح	[ribh]	[rba:h]

De passage de l'arabe standard à la darja, la phonologie de cette dernière adopte certaines tournures, la suite de deux consonnes au début de chaque mot en est une :

نعمة [niʔ^ʕma] en arabe standard se réalise en [nʔ^ʕma], *الحكمة* [Al-hikma] en [Lhkma], *توصل* [tawas^ʕs^ʕal] en [twas^ʕs^ʕal] ; de telles altérations sont jugées aléatoires, et loin de toute intention réfléchies.

Un autre trait phonologique qui oppose le système vocalique de l'arabe standard à celui de la darja, est la quantité vocalique qui conjugue acoustiquement la propriété des voyelles s'elles sont brèves ou longues, autrement dit, si de passage à la darja les voyelles ont maintenu leur durée de brièveté et de longueur ou non.

Le mot *سافر* [sa:fir] aurait comme réalisation en darja [safr], comme c'est le cas pour *فاتورتي* [Fa:turati:] réalisé ainsi [fatorti] ; une illustration qui affirme comment la darja renonce à l'opposition quantitative faisant abstraction de cette dualité entre voyelles brèves et voyelles longues et où cette dernière est considérée comme inexistante. Benhallam & Dahbi (1990), Benhallam (1990) Amrani (1997)¹²⁵.

Contrairement à cette logique, le mot *ربح* [ribh] en arabe est présenté en darja comme [rba:h] avec un degré de longueur ostentatoire de la voyelle [a], l'opposition quantitative est ni abandonnée ni maintenue, elle est plutôt recréée selon les standards de la phonologie de la darja. Benkaddour (1982),

¹²⁵ Références citées par Embarki, M, (2004). Contraste phonémique vs identité acoustique ? les voyelles en arabe marocain. Revue Parole, p.6.





Cantineau (1950), Fennan (1986), Harris (1942, 1946), Hassaoui (1980), Idrissi (1987), Khomsi (1970), Laabi (1975)¹²⁶, Rhardiss et al. (1992)¹²⁷.

En somme, les altérations citées là-dessus sont d'ordre minime puisqu'elles n'affectent pas la structure systématique du fond phonologique, et ne dépassent guère le niveau phonétique, d'où la présence du tact diglossique interne qui fait cohabiter une langue à sa variété dans un même continuum, ce qui exclut l'idée que l'une soit l'étirement de l'autre, dans la mesure où un examen contrastif des deux systèmes vocaliques, intonatifs, prosodiques et rythmique de AM et de AS attestent l'existence de deux structures linguistiques distinctes et autonomes.

2.2. Manifestations morphosyntaxiques

Ce standard accorde un certain intérêt aux formations morphosyntaxiques des deux codes fondant une situation diglossique, où un idiome est aisément mieux placé en profitant de sa « richesse linguistique » contrairement au deuxième, dénigré à cause de sa « pauvreté linguistique ».

الماء والضوء نعمة، 1.

نستهلكوهم بالحكمة!

LYDEC

[l-ma:ʔ w dʕ-dʕawʔ niʔʕma n-stahlku:hom b-lhəkma]

[l'eau et la lumière grâce nous-consommer-imp-eux avec-sagesse]

[l'eau comme l'électricité est un don à en consommer avec modération]

L'affiche publicitaire est en darija, une incitation à adopter un comportement rationnel à la consommation de l'eau et de l'électricité, l'entité verbale

نستهلكوهم [n-stahlku:hom] [nous-consommer-imp-eux] du verbe استهلك [stahlək] consommer, [hom] un pronom personnel suffixé au verbe ayant une fonction déictique parce qu'il réfère à des objets [l-ma:ʔ w dʕ-dʕawʔ] [L'eau et l'électricité], deux objet pour plus de pertinence, un cas grammatical absent en darija surtout pour les verbes, il s'agit de l'expression de duel qui est une sous-catégorie grammaticale de l'arabe faisant allusion au nombre de deux et dont l'inflection affecte toutes les catégories grammaticales: verbe, nom, adjectif.

¹²⁶ Ibid, p. 4.

¹²⁷ Rhardisse, N., et al, (1992). *L'efficacité des cycles acoustiques dans la distinction des quantités vocalique et consonantique en arabe marocain*. Institut de la Communication Parlée, U.R.A. - C.N.R.S. n° 386.





Sauf pour un nombre très restreint de noms en darija, le duel se forme en ajoutant la terminaison **[i:n]** :
[ʃæddi:n] / deux mains **[ʃædd]** / main

[sa:qi:n] / deux jambes **[sa:q]** / jambe

ʔʕini:n / deux yeux **[ʔʕi:n]** / oeil

2.3. Manifestations lexicologiques

La taxonomie des deux variétés H et L s'organisent dans un circuit d'échange lexicologique, et ce n'est pas toujours le vide lexique contrairement à la théorie de (Ferguson) qui oblige au recours à la pratique diglossique, et que pour tous les domaines les deux subdivisions H et L s'approprient leurs propres lexiques techniques, médiatiques ou de sciences vulgarisées qu'ils soient.

Le rapport diglossique entre les variétés H et L donnent l'impression que sa principale activité réside en le calembour lexique, alors que la vérité linguistique suggère que chaque variété a son propre inventaire, et que les deux subdivisions forment parallèlement des couplets lexicaux pour un usage adaptés aux situations de communication.

2. فهاد العيد.

توصل بفلوسك

والهدية تكمل فرحتك

Banque Populaire

[f-ha:d l-ʔʕi:d t-wassal b-flu:s-k w l-hadija t-kammal farħt-k]

[dans-ce fête recevoir-imp-tu avec-argent-toi elle-compléter-inacc joie-toi]

[à l'aïd reçois tes transferts et un cadeau pour te combler de bonheur]





3. بحركة بسيطة

كنراقب بيان الاستهلاك

ديالي قبل ما نتوصل

بفاتورتى

LYDEC

[b-ħraka bsi:tʕa kan-raqab baja:n l-ʔistihla:k dja:li: qbal ma: n-tawasʕsʕal b-fa:tu:rti]

[avec-mouvement simple en train-de-je contrôler relevé la consommation de-moi avant ne-je-recevoir-inacc avec-facture-moi]

[avec un geste simple je contrôle mon relevé de consommation avant même de recevoir ma facture]

4. المضمون الديني لي نحتاج

وقتما بغيت هاد رمضان

خدمة

3labal Dima

Orange

[l-madʕmu:n d-di:ni: lli: n-ħta:ʒ waqtma: byi:t ha:d ramdʕa:n xidmat ʔʕlaba:l di:ma:]

[le contenu religieux que je-nécessiter-inacc temps-que vouloir-acc-je ce ramadane service sur-esprit toujours]

[le contenu religieux qui me faut n'importe quand ce ramadan service 3labal Dima]

5. صوفينى

ا خويا بشي"

VIREMENT"

Société générale

[sʕovi:ni: ʔa: xoja: b-fî: virəmã]

[je suis en panne prête-moi de l'argent]





Si l'ensemble de ces affiches est en darija, les annonceurs se sont quand même attelés à enchâsser leurs contenus publicitaires par un lexique dialectalisé qui ne soit pas jugé de vulgarité, de grossièreté, ou qui manque de distinction, d'élégance.

Dans ce contexte, on considère qu'au sein même de la darija, deux variétés s'alternent en fonction du produit sujet de la promotion publicitaire:

Pour la banque populaire, c'est plutôt le verbe

توصل *[t-was's'al]* au lieu de شد *[fədd]*

Et le nom

الهدية *[l-hadija]* au lieu de كادو *[ka:du:]*.

Pour lydec c'est l'adjectif :

بسيطة *[bsi:t'a]* au lieu de ساهلة *[sa:hla]*

le verbe

كنراقب *[ka-nraqab]* au lieu de كنحضي *[kanhd'i:]*

la construction nominale

لورقة ديال الضاو- لورقة ديال لما *[l-warqa djal l-ma l-warqa djal d'-d'aw]* au lieu de بيان الاستهلاك *[baja:n l-ʔistihla:k]*

le verbe

نتوصل *[n-tawas's'al]* au lieu de تجيني *[t-ʒi:ni:]*

Et le nom

لورقة ديال الضاو- لورقة ديال لما *[l-warqa djal l-ma l-warqa djal d'-d'aw]* au lieu de فاتورتي *[fa:tu:rti]*

Pour l'opérateur Orange c'est plutôt

المضمون الديني *[l-mad'mu:n d-di:ni:]* au lieu de (péjorativement) « قال الله قال الرسول » *[qa:l l-la:h qa:l r-rasu:l]*





	Situation diglossique/Couplets lexicaux Des variétés de la darija	
	Variété H	Variété L
La banque populaire	توصل	شد
	الهدية	كادو
Lydec	بسيطة	ساهلة
	كنراقب	كنحضي
	بيان الاستهلاك	لورقة (ديال لما أو الضاو)
	نتوصل	تجيني
	فاتورتي	ديال لما أو (لورقة الضاو)
Orange	المضمون الديني	(péjor) قال الله قال الرسول
Société générale	صوقيبي	عتقتي





Quant à la Société générale c'est l'injonctif verbal

صوفيّني [s'ovi:ni:] au lieu de عتقني [ʔʔtaqni:].

2.4. Manifestations sociolinguistiques

Ce standard éclaircit un point pertinent des situations diglossiques, c'est l'apport sociolinguistique accompagnant l'analyse des phénomènes linguistiques, qui émane des réalités sociologiques et qui s'applique aux pratiques médiatiques dont la publicité fait l'exemple illustre. Ceci dit, ce qui peut se dire dans une publicité promouvant un détergent, peut ne pas l'être pas pour une publicité incitant à la souscription à une assurance alors que les deux sont en darija.

Les deux variétés donc de la darija entreprennent une situation diglossique dont chacune s'active dans un champ spécifique aux manœuvres publicitaires, s'opérant de manière à assurer un bon respect des règles de bienséance. Et c'est cette notion comme d'ailleurs la notion du prestige qui encadre les textes publicitaires suivants :

المضمون الديني لي نحتاج.4

وقتما بغيت هاد رمضان

خدمة

3labal Dima

Orange

[l-madʕmu:n d-di:ni: lli: n-hta:ʒ waqtma: byi:t ha:d ramdʕa:n xidmat ʔʔlaba:l di:ma:]

[le contenu religieux que je-nécessiter-inacc temps-que vouloir-acc-je ce ramadane service sur-esprit toujours]

[le contenu religieux qui me faut n'importe quand ce ramadan service 3labal Dima]

La sacralité du contenu religieux requiert une forme de langue digne en la matière soit la variété H de la darija avec un choix de lexique idéalisant comme :

نحتاج [n-hta:ʒ] [je-nécessiter-inacc] المضمون الديني- [l-madʕmu:n d-di:ni:]/[le contenu religieux]-
 خدمة [xidmat] [service]





« Dans certains cas, la supériorité de H est liée à la religion »¹²⁸ (notre traduction) (Ferguson 1959)¹²⁹.

Ce même standard est fortement représentatif du rapport diglossique externe opposant la darija aux autres langues provenant de systèmes linguistiques distincts ; le français en l'occurrence pour une grande portion de publicité marocaine.

Dans ce contexte, les situations diglossiques où le français est superposé à l'arabe marocain, sa position demeure révélatrice d'une vision pragmatique-fonctionnelle qui fait qu'outre sa procuration de complémentarité lexicologique, colporte un trait essentiel à son usage qui est la notion de prestige (Messaoudi, 2010)¹³⁰, un recours sollicité pour la promotion publicitaire de certains produits généralement des services comme les produits bancaires, courtiers d'assurances, etc... :

" صوفيئي "

ا خويا بشي

VIREMENT"

Société générale

[s^ovi:ni: ʔa: xoja: b-fi: virəmã]

[je suis en panne prête-moi de l'argent]

Ce contenu suit une courbe ascendante partant d'une variété L avec un lexique comme : - / صوفيئي - /
- بشي - خويا [s^ovi:ni: - ʔa: - xoja: - b-fi: / [sauve-moi ô frère avec un peu],

Pour ensuite s'enchaîner vers une variété H manifestée par l'usage du français par le lexème suivant :
VIREMENT.

Comme on l'a déjà signalé, prestige et bienséance sont des qualités léguées à l'usage du français dans les contenus publicitaires comme pour d'autres contenus d'une manière générale.

¹²⁸ « In some cases, the superiority of H is connected with religion. »

¹²⁹ Ferguson, C. A. art. cit, p. 330.

¹³⁰ Messaoudi, L (2010), *La langue française au Maroc, fonction élitare ou utilitaire ?* dans *Pratiques innovantes du plurilinguisme émergence et prise en compte en situations francophones*, Paris, Éditions des archives contemporaines, Agence Universitaire de la Francophonie, p.62





Conclusion

Un arrêt minutieux sur le corpus a mis en évidence un constat selon lequel la publicité marocaine n'est pas un simple calque passif de la réalité sociolinguistique du pays ; la publicité, étant une force motrice régénératrice, reconfigure cette réalité sur la base d'objectifs communicationnels déterminés. Les dispositions diglossiques constatées attestent d'une administration stratégique des possibilités linguistiques où chaque parler est engagé sur la base de convictions symboliques, pragmatiques et culturelles qui lui sont jointes. La darija met en garantie en premier plan la proximité, la spontanéité et l'identité du récepteur, tandis que l'arabe classique comme standard à côté du français concourent à ancrer les suites d'élégance, de prestige, et de fiabilité.

Les constats comme les résultats tendent à revoir la représentation traditionnelle de la diglossie comme étant une simple dichotomie entre variété haute et variété basse. Un décryptage du paysage publicitaire marocain témoigne inversement de l'existence d'un continuum linguistique caractérisé par des formes diverses d'hybridation, d'insertion lexicale et d'alternance codique qui invitent toutes à faire le tri entre une multitude de dispositions diglossiques, internes et externes. La publicité s'avère être ainsi un espace voué à un exercice laborantin pour scruter l'évolution des rapports entre les langues et les variétés en usage au Maroc.

Une vision et analyse unidirectionnelle mettant en vedette la seule analyse linguistique apparaît restreinte et clôturant les possibilités offerte par une approche pluridisciplinaire, cette analyse précise que les codes objet de choix contribuent pleinement à l'édification du sens publicitaire et de l'efficacité persuasive de ses contenus. La même étude creuse d'autres chantiers et ouvre des perspectives de recherche relevant d'autres médians de la communication de masse, en particulier les campagnes digitales, les réseaux sociaux, et la publicité audiovisuelle, où les interactions plurilingues se présentent encore plus pointées et où les confins entre les systèmes linguistiques se maintiennent en recomposition permanente.

Bibliographie

- Amrani, H. (1997). *Études de phonologie de l'arabe marocain*. Publications de la Faculté des Lettres.
- Auer, P. (2005). Europe's sociolinguistic unity, or: A typology of European dialect/standard constellations. In N. Delbecq, J. van der Auwera, & D. Geeraerts (Eds.), *Perspectives on variation* (pp. 7–42). Mouton de Gruyter.
- Benhallam, A. (1990). *Aspects de la phonologie de l'arabe marocain*. Publications universitaires.
- Benhallam, A., & Dahbi, M. (1990). *Contribution à l'étude phonologique de l'arabe marocain*.
- Benkaddour, A. (1982). *Phonologie de l'arabe marocain*.





- Bidaoui, A. (2017). *La diglossie au Maroc : Dynamiques linguistiques et enjeux sociolinguistiques*. Afrique Orient.
- Cantineau, J. (1950). *Cours de phonétique arabe*. Klincksieck.
- Fennan, A. (1986). *Études phonologiques sur l'arabe marocain*.
- Ferguson, C. A. (1959). Diglossia. *Word*, 15(2), 325–340.
- Fishman, J. A. (1963). Bilingualism with and without diglossia; diglossia with and without bilingualism. *Journal of Social Issues*, 19(2), 29–38.
- Harris, Z. S. (1942). The phonemes of Moroccan Arabic. *Language*, 18, 309–320.
- Hassaoui, M. (1980). *Études de dialectologie marocaine*.
- Idrissi, A. (1987). *Contribution à l'étude phonologique de l'arabe marocain*.
- Khamsi, A. (1970). *Description phonétique de l'arabe marocain*.
- Laabi, M. (1975). *Phonologie et dialectologie marocaines*.
- Messaoudi, L. (2010). *Le français au Maroc : Usages et représentations*. Faculté des Lettres et des Sciences Humaines.
- Rhardiss, A., et al. (1992). *Études sur la phonologie de l'arabe marocain*.
- Youssi, A. (1995). The Moroccan triglossic situation. *International Journal of the Sociology of Language*, 112, 29–43.

