



DYNAMIQUES LINGUISTIQUES DANS LA PUBLICITE URBAINE AU MAROC

Redouane Lehiane, Damache Mansour, Hafida El Amrani, Louiz Driss

Mots clés

Paysage linguistique, Territoire, Urbain, Ségrégation spatiale, Darija, Arabe, Français, Amazigh, Contact de langues.

ABSTRACT

La présente recherche porte sur le marquage et les enseignes multilingues dans le paysage linguistique urbain marocain. Elle est basée sur des recherches empiriques menées en 2024 dans certains sites de la ville de Kénitra et de Tanger. Une attention particulière sera accordée aux différents idiomes utilisés dans les enseignes et les odonymes multilingues officielles et non officielles dans les deux villes concernées. Il sera démontré que le choix des langues dans les différents domaines est motivé par plusieurs facteurs : politiques, sociaux, culturels et commerciaux.

Keywords

Linguistic landscape, territory, Urban, Spatial segregation, Darija, Arabic, French, Amazigh, Language contact.

Abstract

This paper is about multilingual signs in moroccan urban landscape. It is based on empirical research conducted in 2024 in some districts of Kenitra and Tanger. Special attention is given to the choice of languages and multilingual signs used in the graphics in the official and nonofficial multilingual signs in the two cities. It will be demonstrated that the choice of language in the different domains is motivated by several factors : political, social, cultural and commercial.

1- LE PAYSAGE LINGUISTIQUE URBAIN.

Dans la sociolinguistique, l'une des possibilités d'analyser contextuellement une langue consiste à se focaliser sur les informations écrites disponibles sur les panneaux linguistiques dans une ville, un quartier ou une zone urbaine spécifique. Cette perspective est connue, dans les études francophones, sous le nom du « paysage linguistique » ou Linguistic Landscape.

Le terme est apparu pour la première fois sous la plume de Landry et Bourhis (1997 : 25), deux linguistes anglo-saxons, qui ont défini le paysage linguistique comme étant :

« The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration. The linguistic landscape of a territory can serve two basic functions: an informational function and a symbolic function . » (Landry & Bourhis, 1997 : 25)

Notre étude se propose de se focaliser sur le dernier point, à savoir la relation entre le paysage linguistique et le multilinguisme dans un contexte sociolinguistique et géographique spécifique : les villes de Kenitra et de Tanger. Les villes en général, et les centres urbains cosmopolites en particulier, sont souvent culturellement et linguistiquement diversifiés, composées de quartiers distincts et identifiables, chacun avec sa propre culture linguistique, c'est-à-dire « l'ensemble des comportements, des hypothèses, des formes culturelles, préjugés, systèmes de croyances populaires, attitudes, stéréotypes, façons de penser la langue et les circonstances religieuses et historiques associées à une langue » (Schiffman, 1996: 5).

Cela dit, mettre en exergue la relation entre le paysage linguistique et le multilinguisme offre à nos yeux un double intérêt. D'une part, le paysage linguistique est une riche source d'information sur le pouvoir et le statut des différentes langues en contact dans un contexte sociolinguistique spécifique. C'est souvent la langue (ou les langues) locale dominante d'une communauté qui est susceptible d'être utilisée le plus souvent dans les noms de lieux ou les enseignes commerciales, tandis que les autres variétés ne seront pas aussi courantes et visibles. Mais, paradoxalement, ceci n'est pas toujours le cas (Calvet, L.-J : 1994). De même, les signes scripturaux peuvent être une manifestation d'identité de certains groupes de locuteurs. Ainsi, le paysage linguistique reflète la composition des habitants

d'une certaine zone territoriale et peut servir d'indicateur de diversité ethnographique et culturelle. D'autre part, le paysage linguistique contribue non seulement à la construction du contexte sociolinguistique d'une communauté donnée mais aussi peut façonner notre perception et nos attitudes envers les langues en présence comme le fait signaler Durk Gorter (2006) :

« The linguistic landscape contributes to the construction of the sociolinguistic context because people process the visual information that comes to them, and the language in which signs are written can certainly influence their perception of the status of the different languages and even affect their own linguistic behaviour. The linguistic landscape could even influence language use. »

L'autre aspect que peut nous révéler l'étude du paysage linguistique est la relation entre la politique linguistique officielle qui se reflète dans les panneaux officiels et le choix de langue des locuteurs dans les noms des boutiques, graffitis, annonces commerciales dans l'espace urbain (Jean-Louis Calvet : 2004).

Dans son ouvrage les voix de la ville, le linguiste français Jean-Louis Calvet a qualifié ces deux aspects comme « in vivo » et « in vitro », renvoyant respectivement à l'usage officiel et non officiel des idiomes qui constituent le paysage linguistique. Entre la politique linguistique officielle de l'Etat et l'usage que font les sujets parlant des langues dans la sphère privée, la concordance n'est pas toujours assurée. Landy et Bourhis résument cette dualité entre l'usage officiel et non officiel dans le choix de langue dans les enseignes urbaines comme suit :

« In some cases, the language profile of private signs and government signs may be quite similar and thus contribute to a consistent and coherent linguistic landscape. There are instances, however, in which the language of private signs is quite discordant with the language profile of government signs. More often than not, there is greater language diversity in private than in government signs. » (Landy et Bourhis, 1997 :27)

Le paysage linguistique est également profondément enraciné dans la diversité culturelle d'une ville ou d'une région. Ainsi, l'étude du paysage linguistique peut nous fournir des informations sur la diversité culturelle car elle reflète les différents groupes de la population de la ville, son histoire et son dynamisme.

1.2. LES RECHERCHES ANTERIEURES.

L'intérêt pour les langues dans leur relation avec l'espace a toujours été au cœur des préoccupations des linguistes. Qui dit territoire, particulièrement urbain, dit aussi des communautés linguistiques où les langues, à l'image des sujets qui les parlent, sont perpétuellement en contact, en compétition, voire en conflit. C'est l'article fondateur de Landy et Bourhis (1997) qui a posé les premiers jalons de la recherche sur le paysage linguistique ouvrant ainsi la voie à une floraison d'ouvrages et de recherches sur la langue et le territoire ; Jean-louis calvet (1990 ;1994) a mené une étude comparative particulièrement intéressante sur les langues dans le marquage spatial à Paris et à Dakar ; Durk Gorter (2007) a examiné le multilinguisme dans le paysage linguistique dans les affiches de la ville de Rome ; Peter Backhaus (2008) a discuté les notions de la solidarité et du pouvoir dans les affiches multilingues officielles et non officielles à Tokyo ; Thom Huebner (2006) a exploré le contact des langues, code-mixing et le rapport de dominance à Bangkok ; Teirry Bulot (2005) a mis l'accent sur la mise en mot de l'habitat populaire à travers les toponymes et les ononymes plurilingues dans la ville de Rennes ; dans le contexte marocain, Leila Messaoudi (2012 ; 2019) s'est intéressé, dans une perspective comparative, au jeu des langues dans le paysage linguistique urbain dans deux villes marocaines : Rabat et Errachidia ; enfin, Mehdi Haidar (2017) a étudié le centralisme et la mise en mots dans la politique linguistique urbaine et la façon avec laquelle elle est pensée à Kénitra à travers les ononymes et les toponymes.

S'appuyant sur les études évoquées supra, notre travail s'est fixé comme objectif de décrire et d'analyser le multilinguisme dans le paysage linguistique dans les villes de Kenitra et de Tanger. Cette étude souligne l'importance de la collecte de données empiriques (toponyme, affiches, etc.) pour l'analyse du paysage linguistique urbain et la contribution qu'elle peut apporter à la compréhension des situations multilingues et pluriculturelles dans les deux villes concernées.

1.3 ELEMENTS DE CONTEXTUALISATION.

Deux villes marocaines font l'objet de notre recherche : la ville de Kenitra et de Tanger. Ville stratégique anciennement appelée Port-Lyautey (jusqu'à 1956) sous le protectorat français, Kenitra a longtemps été considérée comme la capitale régionale du nord-ouest du Maroc. Située à une quarantaine de kilomètres au nord de Rabat, la ville fait partie dès 2014 de la région Rabat-Salé-Kenitra. En plus de ses potentiels agricoles et commerciaux, Kénitra accueille également Atlantic Free Zone, l'une des zones franches d'exportation les plus grandes du continent africain. La population compte aujourd'hui environ 489,000 habitants ,et elle est constituée d'habitants d'origines diverses. Les capacités industrielles qu'offre la ville font que cette cité est désormais l'une des villes les plus attractives des main-d'œuvre notamment pour les habitants de la région. Depuis sa fondation depuis plus d'un siècle, Kénitra s'est largement étendue comptant aujourd'hui plus de 72 kilomètres carrés avec une urbanisation toujours galopante.

Du fait de sa position stratégique comme lieu de transition entre deux grands continents d'une part et son ouverture sur, conjointement, l'Océan Atlantique et de la Mer Méditerranée, la ville de Tanger a toujours été teintée d'un caractère international et multiculturel. Dès le XIXe siècle, la ville de Tanger a été convoitée par plusieurs puissances mondiales qui voulaient toutes mettre la main sur cette zone stratégique du monde. Cette constante rivalité pour contrôler la ville a mené à des négociations entre les puissances rivales à l'issue desquelles la ville de Tanger a acquis le statut de zone internationale. Quand la ville est redevenue marocaine, Tanger a gardé les traces de cette phase de l'histoire avec pour héritage les vestiges d'une ville cosmopolite plurilingue et multiculturelle. Tanger est désormais la capitale de la région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima avec une population comptant environ 1 000 601 habitants issus d'origines diverses. A l'instar de la ville de Kénitra, Tanger est aussi une ville d'attraction par excellence à l'échelle national : c'est un pôle industriel et commercial qui attire les Marocains de différentes régions pour y vivre et travailler. La ville s'étend aujourd'hui sur plus de 124 kilomètres carrés avec des quartiers à caractère historique et cosmopolitique.

1.4 QUESTIONS DE RECHERCHE ET METHODOLOGIE.

Les questions de recherches spécifiques qui guideront nos investigations dans cette étude descriptive seront les suivantes :

- i. Quelles langues sont affichées dans les quatre sites d'enquête ?
- ii. Quelles sont les principales différences entre ces quartiers ?
- iii. Y a-t-il une corrélation entre le choix de langue dans les odonymes et les affiches et l'emplacement géographique des quartiers ?
- iv. Quelles sont les caractéristiques linguistiques des panneaux officiels et non officiels ?

Le corpus de cette étude comprend un inventaire des enseignes, toponymes, etc. dans les quatre quartiers de la ville de Kenitra et de Tanger. L'enquête prendra place dans quatre sites correspondant à quatre quartiers : deux à Kenitra (Maamora et Saknia) et deux à Tanger (la zone côtière et l'ancienne Médina).

Dans un souci d'optimisation de nos efforts, nous avons collaboré en petits groupes, utilisant plusieurs appareils photo numériques sur différents sites qui ont été au cœur de notre enquête. Par la suite, nous avons capturé des images des affiches et des enseignes, lesquelles ont été minutieusement classifiées et indexées. Nous avons ensuite sélectionné les enseignes les plus emblématiques pour une documentation plus approfondie.

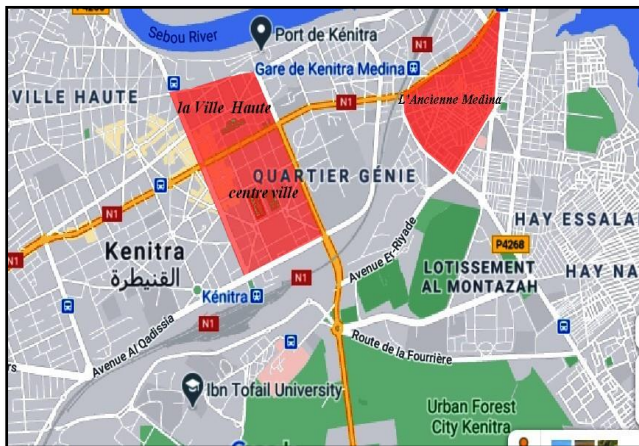


Fig. 1



Fig. 2

Dans un souci d'efficacité et d'efficience, et en raison de l'état de confinement sanitaire à l'échelle nationale, nous avons choisi d'adopter une nouvelle démarche dans le recueillement des données empiriques : à l'aide d'un appareil photo numérique permettant l'enregistrement de vidéo de haute qualité à distance, l'on va prendre des séquences vidéo des sites objets de notre enquête. Par la suite et à l'aide d'un logiciel de montage vidéo (Adobe Premier), des photos des affiches, enseignes, etc. seront capturées à partir des séquences vidéo enregistrées. Les photos ainsi recueillies seront alors classées et indexées. Parallèlement aux séquences d'enregistrement vidéo, les enseignes les plus représentatives seront prises en photo avec une seconde camera réservée à cet effet.

2. LES ENSEIGNES SELON LES LIEUX D'ENQUETE :

La collecte des données empiriques s'est passée dans deux villes marocaines à savoir Tanger et Kénitra, deux pôles économiques en forte expansion abritant, l'une et l'autre, des zones commerciales franches internationales et équipées de nouvelles infrastructures modernes notamment la LGV Casa-Kénitra-Tanger.

Les deux pôles, sus mentionnés, sont un point d'attraction vu leurs positions géographiques et stratégiques. Historiquement, la ville de Tanger était une zone internationale. La forte présence des colons espagnols s'est répercutée profondément sur la langue locale générant le phénomène de l'emprunt lexical dans les deux sens. Ceci est particulièrement visible dans le répertoire lexical des habitants autochtones qui viennent majoritairement du Rif marocain. En revanche, la ville de Kénitra était sous l'occupation française avec une population diverse de la plaine du Gharb.

À Kénitra, nous avons choisi comme terrain d'enquête le centre-ville, un « ancien quartier européen » où les premiers logements citadins ont été érigés par les colons français dès le début de la colonisation et où vivent, actuellement, une population assez riche constituée de hauts fonctionnaires et de commerçants aisés. Le deuxième site est la zone Saknia qui est, elle, un quartier nettement plus populaire contenant généralement des habitants ayant une faible culture scolaire.

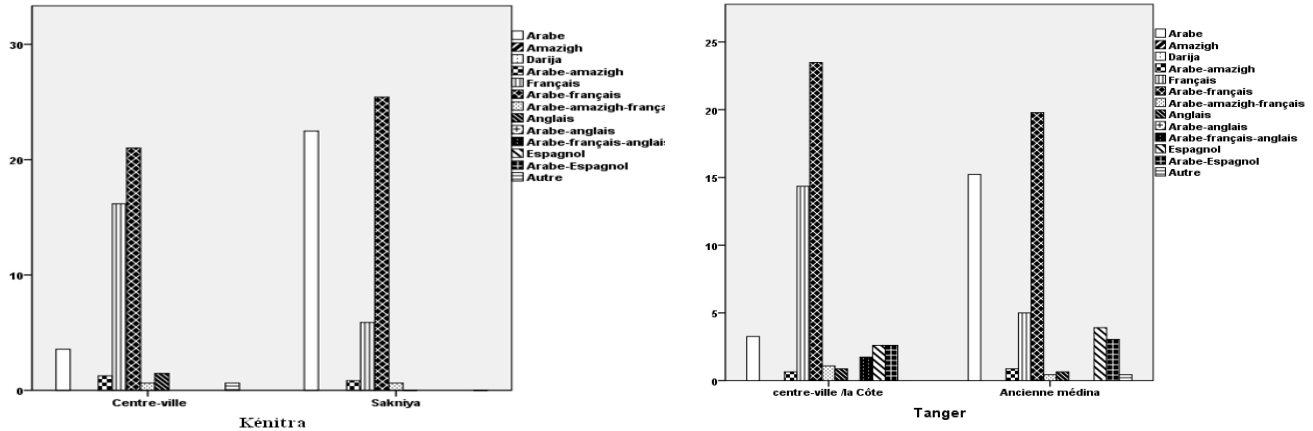
Quant à la ville de Tanger nous avons investi la Médina qui était historiquement un lieu privilégié des Morisques et des Espagnols qui résidaient au Maroc. Elle était, à l'image des Médinas dans la culture arabo-musulmane, le cœur de la ville contenant, en sus de la mosquée, un marché hebdomadaire où affluaient les habitants des régions environnantes pour s'y approvisionner. Actuellement, on assiste à un retour des touristes français pour y habiter en investissant dans les anciennes maisons tangeroises. La zone du Centre-ville

et de la côte constitue notre deuxième terrain d'enquête. On y trouve, outre les grandes administrations, les hôtels prestigieux hautement étoilés ainsi que les restaurants haut de gamme. C'est un lieu en évolution perpétuelle fréquenté particulièrement d'une population hupée et des touristes de multiples nationalités.

2.1. LES ENSEIGNES RELEVÉES A KENITRA.

Les enseignes collectées à Kenitra sont au nombre de 476 photos réparties comme suit : 213 photos au Centre-ville et 263 à Saknia.

La présence des langues selon les sites d'enquête



Le Centre-ville :

Le graphe 3 met en exergue la répartition des langues dans la ville de Kénitra. Selon notre corpus, dans le Centre-ville, le bilinguisme arabe-français est à la tête du classement avec 48,4% des enseignes étudiées, suivi du français (38,2%), puis des enseignes monolingues arabes avec un taux de 8%. Par ailleurs, nous avons aussi constaté la présence de l'anglais sur les enseignes du Centre-ville (3,3%).

La zone Saknia :

En ce qui concerne la zone Saknia, le recensement montre que la première et la deuxième positions sont occupées respectivement par les enseignes bilingues arabes-français avec 46% et les enseignes monolingues arabes avec 40,7%, suivi du français (10,6%) qui a cédé sa position de deuxième langue d'affichage devant l'arabe. Quant aux enseignes où co-figure l'arabe et l'amazighe, les seules langues officielles, elles ne constituent que 1,5 % de notre échantillon. La langue anglaise, elle, est quasiment absente dans les affiches recensées dans ce quartier populaire.

2.2. Les enseignes relevées à Tanger :

Dans la ville de Tanger, 460 photos d'enseignes ont été recueillies de la Médina et du Centre-ville/la Côte et qui sont réparties comme suit : 233 prises du Centre-ville/la Côte et 227 de la Médina.

A l'instar de Kénitra, dans les deux sites tangérois, à savoir le Centre-ville/la Côte et La Médina, l'emploi du bilinguisme arabe-français vient en tête d'affiche, il est présent dans 43,3% des enseignes, suivi, en deuxième position respectivement du français (19,6%), de l'arabe (18,7 %), puis de l'espagnol (6,5 %). Quant à l'usage du trilinguisme arabe-amazigh- français et de la langue anglaise ils représentent un taux de 1,5% des enseignes recensées à Tanger.

2.3. OBSERVATIONS SUR L'USAGE DES LANGUES DANS LA SIGNALÉTIQUE SELON LES LIEUX D'ENQUÊTE.

L'étude des langues en usage dans la signalétique des deux villes ne manque pas de refléter l'aspect plurilingue du Maroc. L'enquête démontre que les centres-villes sont fortement marqués par la présence du français qui reste répondeur au Maroc, notamment dans les secteurs de l'administration et de l'éducation. Cette forte visibilité est déterminée par maints facteurs. D'une part, le Centre-ville abrite les grandes administrations publiques comme la banque du Maroc, la trésorerie générale, la gare de la LGV et l'institut français Balzac où les enfants de l'élite kénitrienne apprend le français dès son jeune âge, par le biais d'un staff d'enseignants généralement de souche française. En fait, même si le français est considéré par la constitution marocaine comme étant langue étrangère, cette variété bénéficie, selon Boukous, « d'un statut particulier ». La présence de l'anglais (3,3%) dans le Centre-ville relève d'abord des faits historiques dans la mesure où kénitra abritait une base militaire américaine jusqu'à 1977. En outre, l'anglais occupe une position stratégique comme étant la langue des nouvelles technologies et d'une culture mondialisée. De ce fait, cette langue est de plus en plus sollicitée, en atteste le nombre élevé des centres de langues étrangères dans le Centre-ville de Kénitra (figure 5). Par ailleurs, le français, qui occupe une place hégémonique dans le centre de kénitra, est détrôné par la langue arabe dans la zone de Saknia, à cause du faible capital scolaire, notamment en matière de langues étrangères, de la population de cette zone d'habitat (figure 6).



Fig.5



Fig.6

À Tanger, un autre élément linguistique entre en jeu, à savoir le constituant espagnol notamment dans la médina avec 7,9 %. Cette variété était présente sur le territoire marocain dès la chute de Grenade en 1492 avec l'arrivée des Maures et des Juifs chassés d'Espagne, puis avec la colonisation espagnole à la fin du XIXe siècle. Dans ce sens, Ahmed Boukous note que :

« L'espagnol a été la langue officielle des institutions du protectorat espagnol au Maroc dans les régions nord et sud. Depuis l'indépendance, il a considérablement perdu de son importance au profit du français et de l'anglais. »

Ceci explique en grande partie la présence de la langue espagnole dans les régions nordiques et le penchant linguistique et culturel des habitants envers la péninsule Ibérique, sans mentionner la proximité des médias espagnols qui joue en faveur de la diffusion de la langue et de la culture hispaniques.

L'autre constat relevé concerne la composante amazigh qui, malgré son statut de «langue officielle de l'Etat, en tant que patrimoine commun à tous les Marocains sans exception » , n'a qu'une visibilité assez limitée dans notre corpus et se trouvant toujours couplée avec l'arabe standard comme c'est illustré dans la figure 7

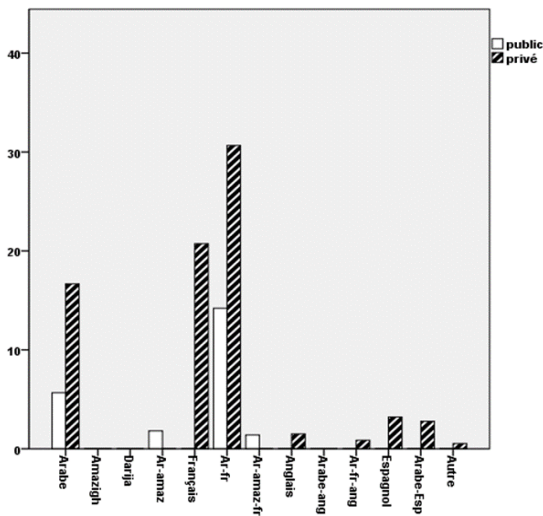


Fig.7

2.4. LES ENSEIGNES DES SECTEURS PUBLIC ET PRIVE.

Pour des raisons méthodologiques, nous avons fait, dans notre enquête, une distinction qualitative de base entre les enseignes du secteur public et celles du secteur privé. Ainsi sont considérés publics tous les panneaux installés par les instances étatiques telles que les services de la municipalité, le ministère de la santé ou de l'éducation nationale, etc. Ont été aussi catégorisées comme enseignes publiques les panneaux relatifs au transport nonobstant le fait qu'ils soient exploités par des entreprises privées, tandis que toutes les autres enseignes ont été classées comme étant des enseignes privées. Le tableau et le graphe ci-dessus mettent en relief les résultats quantitatifs observés lors de notre enquête empirique.

La distribution des langues selon les secteurs.



	secteur			
	public		privé	
	Nombre	(%)	Nombre	(%)
tanger	100		311	
kenitra	116		355	
Total	216	23,1 %	720	76,9 %

Ainsi, 76,9 % de notre échantillon appartient au domaine privé tandis que le secteur public occupe uniquement 23,1 % des enseignes, de facto, le paysage linguistique urbain est dessiné plutôt par les citoyens et le secteur privé que par les instances officielles telles les municipalités, etc. Cependant, l'Etat reste un acteur principal qui façonne le paysage linguistique multilingue. En effet, les enseignes publiques sont marquées par le multilinguisme : outre le bilinguisme officiel du Maroc, à savoir l'arabe et l'amazigh, représenté dans 7.9 % des enseignes, la langue française est presque omniprésente avec 61,6 % des enseignes relevées nonobstant son statut de langue non officielle. Il appert que la politique linguistique dans les enseignes publiques a été conçue de manière à garantir une grande visibilité de la langue française et ce de manière presque systématique, reflétant une volonté politique étatique tournée vers une diversité linguistique planifiée dans laquelle le français jouit d'un statut privilégié. Dans la même veine, contrairement à de nombreux pays qui ont adopté une politique linguistique protectrice envers des langues nationales à l'image de la France qui pénalise, en vertu de la loi Toubon, toute enseigne en langue étrangère qui ne contient pas la traduction visible et lisible en français, le Maroc semble plus tolérant et plus en faveur d'un "laisser faire" linguistique. Par ailleurs, l'on note que le secteur privé est marqué par un grand dynamisme linguistique avec une nette préférence pour le bilinguisme arabe-français (40,3%), le français (27,1%) et l'arabe (21,8%), alors que la darija et l'amazigh, sont totalement ou presque absents des enseignes privées, hormis le domaine publicitaire qui ne fait pas l'objet de notre étude.

2.4. UNILINGUISME, PLURILINGUISME ET DOMAINES.

L'une des questions à laquelle s'intéresse notre enquête concerne la distribution des langues tant sur le plan spatial que sectoriel. Pour le dire autrement, l'on a voulu connaître quelle langue est assignée à quel domaine d'activité. Le tableau et les graphes ci-dessus mettent en exergue la répartition des langues dans les quatre sites objet de notre enquête

	Kénitra				Tanger				Total	
	Centre-ville		sakniya		Centre-ville /la Côte		Ancienne mé-dina			
Unilingue	95	12,4%	132	10,4%	97	14,2%	115	10,2%	439	47,3%
Bilingue	115	11,5%	128	12,2%	113	13,8%	107	12,4%	463	49,8%
plurilingue	3	0,5%	3	1,7%	16	0,3%	5	0,3%	27	2,9%
										100%

Fig.10

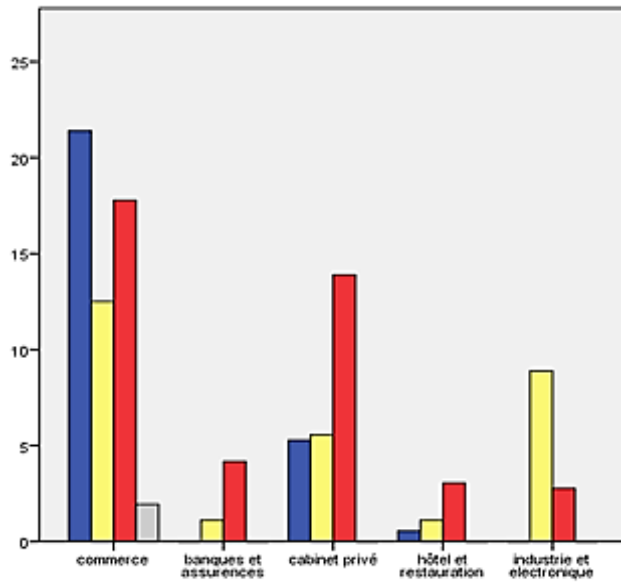


Fig.11

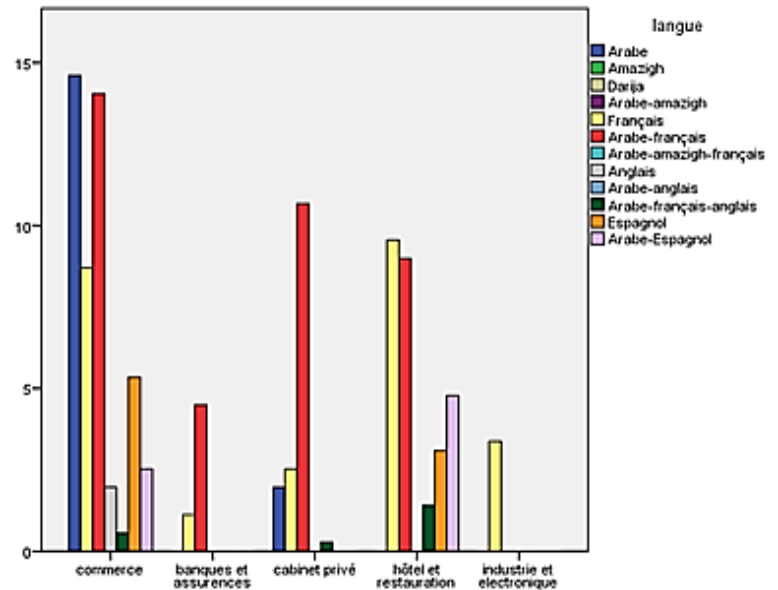


Fig.12

En comparant les données empiriques, l'un des premiers constats que nous avons relevés consiste en ceci : le paysage linguistique urbain des susdites villes est marqué par le sceau de la diversité. Dans les deux villes combinées 49,8% des enseignes relevées sont bilingues, 47,3% sont unilingues tandis que les enseignes contenant plus de deux codes restent marginales avec seulement 2,9%. Il appert donc que le bilinguisme, principalement arabe-français qui a déjà fait l'objet d'une lecture, semble être une monnaie assez courante tant dans les centres-villes que dans les zones périphériques en l'occurrence Saknia et l'Ancienne médina. En revanche, les enseignes impliquant plusieurs variétés demeurent une exception marginale. Ajoutons que le bilinguisme incluant l'espagnol et l'arabe concerne au premier chef la ville de Tanger pour des raisons historiques citées supra. Quant aux enseignes unilingues, nous avons constaté que les deux centres-villes sont dominés par l'unilinguisme français, cependant, à mesure que l'on s'éloigne du centre-ville, l'unilinguisme arabe se substitue à celui français, de facto, il n'est pas surprenant que la langue arabe jouisse de plus de visibilité dans les quartiers périphériques de Tanger et de kénitra. Par ailleurs, les graphes 12 et 13 mettent en exergue la distribution des langues en fonction de leur domaine d'usage. Dans le domaine intitulé « commerce », l'on a constaté qu'il y a une nette diversité quant au choix des idiomes avec une domination de l'arabe et du bilinguisme arabe-français alors que le français vient en troisième position. Ce dernier est plus visible dans les enseignes des centres-villes, l'arabe, lui, semble la langue de prédilection dans les enseignes commerciales à Saknia et l'Ancienne médina. En revanche, le bilinguisme arabe-français demeure omniprésent dans les quatre sites de notre enquête. L'autre remarque concerne le domaine de « l'industrie et la technologie » qui reste dominé par le français suivi du bilinguisme arabe-français. Ledit domaine appelle un lexique spécialisé véhiculé principalement par la langue française dans la mesure où, au Maroc, le français reste la langue de l'enseignement dans le cycle supérieur où les contenus scientifiques et techniques sont dispensés presque exclusivement en langue française. Dans le domaine des « cabinets privés », nous avons noté que la majorité des auteurs des enseignes opte pour la mixité des idiomes, cette mixité concerne au premier chef l'arabe et le français. L'unilinguisme français est préféré notamment dans les services médicaux spécialisés dans les centres-villes ; l'arabe, en revanche, arrive en troisième position : il est plus employé par les avocats et les Adouls se contentant des enseignes unilingues arabes. Le « domaine des banques et des assurances », dans les deux villes, affiche une nette préférence pour le bilinguisme arabe-français suivi du français tandis qu'aucune enseigne contenant l'unilinguisme arabe n'a été relevée. Le dernier domaine est relatif aux services de l'hôtellerie et de la restauration qui, à l'instar du secteur commercial, affiche une grande diversité quant à l'usage des variétés particulièrement dans la ville de Tanger où la variété espagnole est plus visible. Mais, là encore, malgré cette diversité linguistique, le bilinguisme arabe-français et la langue de Molière semblent plus privilégiés.

Les choix linguistiques dans les différents domaines ne peuvent être appréhendés qu'en faisant appel à la notion d'adaptabilité au contexte spatial et social dans la mesure où les agents sociaux ont des attentes linguistico-culturelles divergentes que les auteurs des enseignes devraient prendre en considération lors du choix des idiomes. Aussi, le fait qu'au niveau des centres-villes l'on a une tendance à employer la variété française, est motivé, outre par la nature de la population ciblée aisée et à fort pouvoir d'achat, mais aussi des différentes représentations qu'a ladite population quant à la langue française connotée comme idiome prestigieux, associé à la modernité et aux biens de consommation de qualité luxueuse pour lesquels la France a assuré une grande notoriété. C'est ce qui justifie en grande partie le recours au français dans les magasins, les cafés, les salons de beauté et les enseignes offrant des services dans les centres-villes de kénitra et de Tanger. Par contre, dans les sites de Saknia et l'Ancienne médina, où le niveau social et culturel est nettement plus modeste, les choix des variétés tendent plus vers l'arabe standard s'adaptant de la sorte aux compétences linguistiques et culturelles de la population ciblée qui semblerait, en partie, dictée le choix des idiomes dans les différentes enseignes (figures 5 et 6).

3. CONTACT DES LANGUES, EMPRUNT ET VARIATION.

Le contact des langues dans les enseignes est loin d'être sans incidence sur le plan linguistique. Durant notre enquête, de nombreuses enseignes comprenant le phénomène de l'alternance codique et de l'emprunt ont été relevées (figures 13,14 et 15). Il s'agit essentiellement d'alternance intraphrastique impliquant différentes langues dont le français, la darija et l'anglais, tandis que les cas de textes bilingues mêlant le français et l'arabe standard n'ont pas été relevé. Dans ce contexte, le nombre le plus important des textes bilingues français-arabe standard recueillis ne sont pas alternés mais plutôt juxtaposés ou disposés de manière juxtalinéaire. Ainsi, l'alternance codique concerne davantage les trois variétés sus citées. De même, les variations relevées s'inscrivent notamment dans le cadre de la variation diastratique où le discours s'adapte, linguistiquement et graphiquement, aux représentations et aux compétences langagières du public cible.

Dans la figure 13, deux codes s'alternent à savoir le français et la Darija. La langue matrice qui régit le cadre morphosyntaxique de l'énoncé est le français, tandis que la langue enchâssée est l'arabe marocain. « Snack » est l'unique terme français, le reste de l'énoncé étant en arabe marocain « Aji takoul » ou « viens manger » qui consiste en une invitation à venir déguster les différentes spécialités du « Snack » en question. Dans la culture gastronomique marocaine le verbe « Aji » est souvent associé à la générosité symbolisée par le « thé marocain » et le fameux énoncé « Aji tchrab tay » (viens boire du thé) est profondément ancré dans le référentiel culturel populaire incarnant la générosité marocaine. L'objet de la transcription du segment « Aji takool » en graphie latine serait de valoriser la Darija stigmatisée et taxée comme étant l'apanage des couches populaires et des produits bon marché. En l'associant à la graphie latine, laquelle l'imaginaire marocain corrèle à la langue française et la culture occidentale en générale, l'on chercherait à lui conférer un aspect de modernité recherchée par la frange la plus jeune des Marocains en quête des aspects de la vie moderne véhiculée par la langue française.



Fig.14

L'image ci-dessous (figure 14) était prise dans le centre-ville de la ville de Tanger, il y figure un énoncé dans lequel deux codes s'alternent. Le lexème français « salon » est placé au début de l'énoncé et alterné avec le segment anglais « new look », constitué d'un adjectif et d'un nom, et qui a comme équivalent « nouvelle apparence ». Dans cet énoncé, en mêlant le français comme langue matrice et l'anglais comme langue enchâssée, l'aspect de la modernité se trouve d'autant plus renforcé dans la mesure où l'anglais incarne les valeurs d'une culture planétaire dans un monde plus globalisé. Signalons que le lexème « look » est un terme anglais emprunté indirectement à l'arabe marocain via le français, ce terme est désormais largement employé par les jeunes marocains particulièrement dans le domaine de l'esthétique et de la mode. De facto, cette alternance des codes très suggestive aurait pour objet d'impulser la dimension sémantique et culturelle occidentale très prisée par la majorité des clientes instruites des salons de beauté modernes dans les grandes villes marocaines.



Fig.15



Fig.16

Il en est autrement dans la figure (15) où l'énoncé en arabe standard contient un terme arabisé, "مدام" ou «madame», emprunté au français dans la mesure où il se trouve adapté au phonétisme arabe, où les consonnes /m/ et /d/ sont désormais réalisées avec moins d'emphase, et lexicalisé car le lexème figurant dans le dictionnaire. L'énoncé est transcrit en graphie arabe d'autant plus que le contexte s'y prête fortement comme le suggère le lexème « Négafa », femme chargée d'embellir la mariée selon les traditions marocaines. Ce lexème chargé culturellement n'a pas d'équivalence en langue française, il fait référence aux traditions matrimoniales marocaines. Comme nous l'avons susmentionné, un lexème emprunté au français "مدام" est inséré au milieu de l'énoncé. Signalons que dans l'arabe marocain ce terme est rarement employé dans le contexte décrit dans la mesure où le terme "Lala" serait plus convenable tandis que ledit terme est assez fréquent en arabe oriental pour désigner une femme respectée et révéérée. La substitution du lexème arabisé "madame" au terme "Lala", qui serait plus approprié, serait motivé par la volonté de suggérer l'idée de modernisme associé à la langue source du lexème à savoir le français. Ainsi, mêler le français et l'arabe revient à suggérer des offres de services modernes en harmonie avec les normes des traditions matrimoniales marocaines.

4. CONCLUSION ET PERSPECTIVE

Cette étude a porté sur le paysage linguistique urbain dans quatre sites de deux villes marocaines, Kénitra et Tanger. Ce faisant, elle a mis en évidence, outre l'aspect plurilingue de l'espace linguistique urbain, l'importance et l'influence du français, langue privilégiée tant dans le domaine public que privé, nonobstant son statut de langue non officielle, un point qui a été traité par Benzakour Fouzia (2004). La présente étude pourrait être, dans une perspective plus large, un pas vers une étude plus globale du paysage linguistique dans la ville de Kénitra, Tanger ou les deux à la fois. Dans un passé plus récent, Leila Messaoudi et Mustapha kheiri ont mené des études limitées sur Rabat et Errachidia, cependant, un projet plus large sur les enseignes et la diversité linguistique dans laquelle le paysage linguistique urbain prendrait une place importante sera particulièrement appréciable. En sus, cette étude a soulevé un certain nombre de questions : en sus de la distribution, la diffusion et la diversité des langues en présence, il était aussi question du contact des langues et les phénomènes linguistiques qui en découlent tels que l'alternance des codes et l'emprunt lexical. Outre son impact sur les représentations, les attitudes des sujets parlant à l'égard des langues, le paysage linguistique peut affecter en profondeur l'usage des codes au sein de la société. Dans cette optique, il serait intéressant, dans le cadre d'une autre étude, de faire des entretiens avec les auteurs des enseignes urbaines pour mettre en lumière les intentions et les motivations qui ont déterminées le choix des langues des enseignes. Il s'agit là d'une question empirique qui appelle des recherches plus poussées.

Bibliographie

- [1] BACKHAUS, P. (2005) *Signs of multilingualism in Tokyo: A linguistic landscape approach*. PhD thesis, University of Duisburg-Essen.
- [2] BENZAKOUR, Fouzia, « Le français en terre de contact ou l'histoire d'une identité qui se construit » dans *Actes du Colloque Penser la francophonie : concepts, actions et outils linguistiques*, Publications en ligne et version papier, Actualité scientifique, Agence universitaire de la francophonie, Paris, 2004
- [3] BULOT, T. (2005). *Discours épilinguistique et discours topologique : une approche des rapports entre signalétique et confinement linguistique en Sociolinguistique urbaine*. *Revue de l'Université de Moncton*, 36 (1), 219–253. <https://doi.org/10.7202/011994ar>.
- [4] BULOT, Thierry et MESSAOUDI, Leila. 2003. *Sociolinguistique urbaine. Frontières et territoires*. Cortil-Wodon, Editions modulaires européennes.
- [5] CALVET, L.-J. (1994) *Les voix de la ville : Introduction à la sociolinguistique urbaine*. Paris, Payot et Rivages)
- [6] CALVET, L.-J. (1990) *Des mots sur les murs. Une comparaison entre Paris et Dakar*. In R Chaudenson (ed.) *Des langues et des villes (Actes du colloque international à Dakar, du 15-16 International Journal of Multilingualism Downloaded by [University of Hong Kong Libraries] at 21 :32 16 November 2014 au 17 de septembre 1990)* (pp. 73-83). Paris : Agence de coopération culturelle et technique.
- [7] DURK Gorter, *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism* edited by Durk Gorter 2006.
- [8] LANDRY, R. and Bourhis, R.Y. (1997) *Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality*.
- [9] *Journal of Language and Social Psychology* 16 (1), 23-49.
- [10] MEHDI Haidar, *Marquage et politique linguistique urbaine. L'exemple de la ville de Kénitra*, *Revue Langues, cultures et sociétés*, Volume 3, N° 1, juin 2017.
- [11] MESSAOUDI, L., & KHIRI, M. (2020). *Le jeu des langues dans le paysage linguistique urbain au Maroc*. *Al-Andalus Magreb*, 26, 02. <https://doi.org/10.25267/AAM.2019.i26.2>
- [12] Messaoudi, Leila (2003) : *Études sociolinguistiques*. Rabat : Okad.
- [13] SCHIFFMAN, H.F. (1996) *Linguistic Culture and Language Policy*. London: Routledge.
- [14] THOM Huebner (2006): *Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print*,
- [15] *Codemixing and Language Change*, *International Journal of Multilingualism*, 3 :1, 31-51.

