

## ***Langue et médias au Maroc : Entre variétés régionales et plurilinguisme sociétal***

**Nadia BELGHITI EL ALAOUI**<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Université Mohammed V- Faculté des lettres et des sciences humaines, Maroc  
nalaoui@gmail.com

**Abstract:** *The Moroccan radio has been given a front role in the line of reforms adopted during the third millennia in order to synchronize its mission with the country's democratic rise. Within a context defined by liberalization and openness numerous private and public radio stations contributed in the establishment of a new modern media platform that abides by freedom of expression and linguistic rights as stated in the International Human Rights Convention and the Moroccan Constitution. This new context has provoked a new linguistic reality within the radio stations characterized by the use of the Moroccan dialect in their linguistic practices. This reality matches the sociolinguistic situation of these entities within the current linguistic environment. The emergence of the Moroccan Dialect, considering the different accents, has contributed in the consecration of the plural linguistic and cultural identity of the Moroccan society.*

**Key-words:** Morocco, Radio Stations, Language Practices, Societal Multilingualism, Liberalization, Median Arabic.

**Résumé :** *La radio au Maroc revêt une grande importance dans les multiples changements opérés durant le troisième millénaire afin de rendre son fonctionnement en harmonie avec l'essor démocratique du pays. Dans un contexte d'ouverture et de libéralisation, une panoplie de radios privées et publiques a participé à la constitution d'un nouvel espace médiatique moderne qui veille à la mise en application des droits linguistiques et des libertés d'expression tel qu'il est stipulé dans le référentiel international des droits humains et dans la constitution marocaine. Ce nouveau contexte a généré un nouveau paysage linguistique dans les stations radios caractérisées par la forte fréquence de l'arabe médian ainsi que de l'arabe marocain et des variétés territoriales dans les pratiques langagières de ces stations, ce qui correspond à une nouvelle forme de plurilinguisme sociétal. De ce fait, l'émergence de l'arabe marocain dans les radios, avec ses différentes variétés, a contribué à la consécration de l'identité plurielle, linguistique et culturelle de la société marocaine.*

**Mots-clés** : Maroc, Stations Radios, Pratiques langagières, plurilinguisme sociétal, libéralisation, Arabe médian.

## **Introduction**

La libéralisation de l'espace radiophonique national au Maroc au cours du siècle dernier a engendré des transformations significatives, créant une nouvelle dynamique linguistique au sein de cet espace. Ce processus s'est manifesté par la conversion de la radio d'État en une radio de service public, suivi de l'émergence de multiples stations privées adoptant des formats généralistes, thématiques et spécialistes. L'évolution du contenu et du format des émissions a établi une relation de proximité avec le public, offrant des produits radiophoniques répondant aux préoccupations de l'audience. Cette évolution s'est accompagnée d'un choix délibéré d'une langue accessible et fluide, prenant en considération les particularités régionales du public et les spécificités des différents groupes sociaux.

Aussi, la présente contribution s'attache-elle à explorer la corrélation entre les pratiques langagières au sein de l'espace radiophonique marocain et les langues prédominantes au sein de la société à partir des prémisses de la sociologie du langage. Cette approche vise à analyser la manière suivant laquelle les deux processus d'ouverture et de libéralisation ont façonné la nouvelle réalité linguistique de l'espace radiophonique, influençant à la fois les choix linguistiques des stations radiophoniques et les tendances linguistiques observées au sein de la société marocaine.

Cette contribution tente répondre à trois questions de recherche : quelle influence la politique linguistique et la stratégie d'action des stations radiophoniques ont-elles exercée sur la réalité linguistique dans le contexte de l'évolution de l'espace radiophonique marocain ? Compte tenu des émissions analysées, comment interpréter l'impact des choix éditoriaux et linguistiques sur la relation de proximité avec le public ? Comment l'analyse des discours épilinguistiques participe-t-elle à comprendre l'effet de miroir linguistique dans le contexte de la radio au Maroc ?

Pour asseoir ces réponses, la présente contribution s'articulera autour de trois sections. Dans la première, une analyse de l'évolution de l'espace radiophonique au Maroc sera présentée. Cette analyse mettra en lumière les étapes majeures de sa transformation, en accordant une attention particulière à la politique linguistique et à la stratégie d'action des stations

radiophoniques, considérées comme des entités d'investigation. Le choix des émissions soumises à l'analyse sera aussi exposé dans le cadre de cette première section. La deuxième sera consacrée à l'analyse linguistique des programmes radiophoniques retenus, visant à extraire les phénomènes linguistiques médiatiques les plus prégnants. Cette section comportera également une explication des soubassements du langage employé dans le contexte radiophonique étudié. La troisième section aura pour objet de décrire et d'élucider à travers les discours épilinguistiques de la population cible, l'effet de miroir linguistique au sein de la radio marocaine.

Dans cette contribution, nous avons opté pour une méthodologie ancrée dans la sociologie du langage, mettant spécifiquement l'accent sur une analyse qualitative considérée comme une approche discursive englobant la reformulation, l'explicitation, ainsi que la théorisation d'un témoignage, d'une expérience ou d'un phénomène (Paillé, Mucchielli, 2008 : 7). Les outils employés comprennent l'analyse documentaire, la recherche de corpus et une enquête de terrain via des entretiens. Ces outils ont été utilisés pour identifier les phénomènes linguistiques caractérisant les pratiques langagières des stations radios nationales, ainsi que la construction du sens dans les discours épilinguistiques des sujets choisis. Le terme « discours épilinguistique » fait référence à tout discours autonome portant sur les lectures ou l'activité langagière de soi ou de l'autre (Bennis, 2001 : 76).

## **1. L'Histoire d'une évolution**

La radio figure parmi les médias de masse qui constitue le fait communicationnel le plus original et le plus déterminant dans les sociétés qui se reconnaissent majoritairement par la démocratie. Elle implique les appartenances par la mise en relation rapide et permanente des peuples et des cultures par le biais du son et de la parole uniquement (Maigret, 2010 : 10).

La Radiotélévision Marocaine, a été une institution étatique au service de la construction de l'État, influencée pendant longtemps par une idéologie pan-arabiste (Miller, 2011 : 3). Historiquement, elle a joué un rôle déterminant en tant qu'outil de prescription normative, dictant tant la forme

que le contenu, tout en étant le principal vecteur de promotion de l'arabe standard, en complément aux institutions éducatives. Un aspect novateur a été l'émergence de l'arabe médian, une variante moderne influencée par le parler arabe marocain, utilisée dans la production artistique et les émissions sportives. Malgré cela, la RTM a continué à diversifier son contenu en introduisant des émissions dans des langues étrangères et en amazighe, créant même des stations radio dédiées exclusivement au français (Rabat chaîne inter).

Durant vingt ans, il y avait une politique de communication claire qui défend la normalisation linguistique et rejette tout mélange linguistique au niveau des médias, la radio devait être, donc, soit arabophone ou francophone. Cette règle régressera pendant la période de 1980-2000 connue par un semblant d'ouverture sous une surveillance omniprésente de l'Etat. La collaboration du Maroc avec une société française (SORED) pour la création de nouvelles radios semi privées caractérisées par un bilinguisme parfait arabe/français qui annonce une nouvelle tendance médiatique concurrente aux médias publics. De ce fait, la radio Média1 et Casa FM ont assuré le rôle de stations marocaines modernes en s'appuyant sur une programmation riche et diversifiée qui a connu du succès auprès de la société marocaine, notamment celle des années 80.

Une programmation basée sur la diffusion d'informations, d'émissions culturelles et musicales, particulièrement occidentales. A cet effet, l'espace radiophonique national durant cette période a pu satisfaire la majorité de la population marocaine (vieux et jeune, arabophone et francophone, lettrés et illettrés, femmes et hommes), grâce à l'ensemble des produits offerts par les quatre stations radiophoniques. Nonobstant, l'évolution des nouvelles technologies et l'introduction de l'internet au pays a mis fin au succès de ces dernières. La mouvance d'ouverture et de libéralisation au Maroc a servi l'espace audiovisuel en donnant lieu à la naissance de presque une vingtaine de stations radios privées (Bennouri : 2021 : 103) qui a coupé avec les anciennes pratiques linguistiques des stations de la période avant 2000, et a mené à une nouvelle conception et un nouveau rôle des médias audio nationaux.

De la sorte, l'auditeur marocain a découvert une multitude de radios privées locales et régionales dont l'unique désir est de satisfaire et plaire au citoyen. La privatisation du secteur a permis une ouverture sur la demande de nouveaux produits audio qui traduit la compétition entre les différents opérateurs. Ce qui explique l'apparition d'émissions de divertissements qui prennent place aux émissions à but pédagogique traditionnel (Miller, 2010 : 5). Une nouvelle mission des médias a exigé des opérateurs une nouvelle idéologie et une nouvelle stratégie au travers de laquelle, tous les sujets peuvent être abordés à savoir, la religion, la politique, la sexualité, l'addiction, etc., en prenant pour référence des spécialistes qualifiés qui auront l'habileté d'interagir avec le public en direct. Ainsi, la langue des médias n'est plus limitée à l'arabe standard ou au français, elle s'est ouverte à l'arabe médian et marocain avec toutes ses variétés régionales et territoriales (Bennis 2016 : 121). Nous assistons à l'usage de différents parlers et idiomes marocains, qui varie selon le sujet, le type d'émission, de l'origine de l'interlocuteur, de l'auditeur ou tout simplement selon le choix de l'animateur.

## **2. Variation intralinguistique et stations radiophoniques nationales privées**

Les opérateurs privés ont participé à la réconciliation du citoyen marocain avec ces médias audio selon le chiffre dévoilé par Médiamétrie au début de 2016 : plus de 15 millions de marocains âgés de plus de 11 ans écoutent la radio, au moins une fois par jour, durant 2H50 mn. Ce chiffre traduit la capacité de ces stations à satisfaire le public. Chaque radio, durant un très court temps, a réussi à se créer son propre style, à développer une image dans le but d'assurer la survie et la continuité en se faisant plus d'audience pour pouvoir attirer plus d'annonceurs publicitaires. Arabophone, francophone ou bilingue, les médias audios ont privilégié la diffusion d'émissions participatives dans lesquelles le mixage de deux langues au minimum, (français/arabe standard, français/parler marocain ou arabe standard/ parler marocain) est très fréquent. Suivant la grille de

programmes (Miller 2011 : 8), on peut distinguer deux types de programmation. Une programmation horizontale qui englobe les émissions diffusées chaque jour à la même heure, comme les Mornings et les matinées conseils de 6h00 à 12h00. Une programmation verticale pour désigner les émissions hebdomadaires, diffusées le même jour à la même heure, telle que « Bidouni lughati khachab » « sans langue de bois » de Med Radio et « bikuli saraha » « le top trente » de Hit Radio.

Dans ce qui suit, il sera question d'analyser le contenu de l'émission « qahwat ssbah » et « le morning show », en mettant l'accent sur l'impact de l'ouverture sur ses pratiques langagières et en essayant d'extraire les particularités linguistiques et conceptuelles de l'espace radiophonique privé national.

### **Med radio :**

« قهوة الصباح » « café du matin » est le Morning de Med Radio. C'est une émission d'information, de divertissement et d'interaction avec les auditeurs. Du lundi au vendredi de 6h00 à 9h00, trois jeunes animateurs de bonne humeur cherchent à divertir et informer l'auditeur en s'appuyant sur l'humour, la plaisanterie et le badinage. Prenant quelques passages de cette émission pour pouvoir analyser le type de langue utilisée.

L'émission démarre avec une introduction générale prononcée dans un arabe médian. L'animateur structure son discours en tenant compte du public de l'ouverture de l'émission, à 6 heures, qui est principalement composé de lève-tôt, de travailleurs domestiques, de chauffeurs et de boulangers. « صباح الخير والبركة » (Sabah al khir wal baraka) : Cette expression est utilisée pour souhaiter une bonne journée pleine de bénédictions. C'est une manière polie et chaleureuse de saluer quelqu'un le matin, en lui souhaitant une journée prospère et pleine de bonnes choses. « صباح الرزق والتيسير » (Sabah al rizq wal taysir) : Cette expression est également utilisée pour souhaiter une bonne journée, mais elle met davantage l'accent sur la facilitation des moyens de subsistance. C'est une

façon de souhaiter à quelqu'un une journée où il trouvera aisément les ressources nécessaires pour subvenir à ses besoins et surmonter les difficultés. Alors que, les paroles qui s'en suivent dévoilent l'identité marocaine de la station " صباحنا صباح مغربي " (notre matinée est une matinée marocaine) Dans la culture marocaine, cette expression est souvent utilisée pour exprimer un sentiment de fierté et d'appartenance à la culture et à l'identité marocaine. Elle met en valeur les caractéristiques uniques et les traditions spécifiques au Maroc, soulignant la richesse culturelle et la diversité du pays. Utilisée comme salutation ou comme manière de décrire une situation ou un moment particulièrement marocain, cette expression renforce le lien entre les individus et leur culture, tout en célébrant l'unicité du Maroc. Cela est confirmé par le choix musicale (chansons marocaines) et le langage adopté durant le reste de l'émission : un parler marocain multirégional.

Ainsi, juste après les prévisions météorologiques, l'antenne est ouverte pour l'expression libre des citoyens autour de divers sujets personnels et du quotidien. Ce qui est notoire à cet égard est que les animateurs essaient d'adapter leur langage à celui de l'auditeur en utilisant des termes correspondant au régiolecte ou au topolecte de ce dernier. Exemple : راک غاية (est-ce que tu es bien ?) راک شایع (Il paraît que tu te comportes bien) un répertoire de la région orientale. Au fur et à mesure que les appels se succèdent, la blague et l'humour s'accroissent en fluctuant entre l'arabe médian châtié « تکلمي بلساني » (Parle ma langue) et l'arabe marocain argotique « داخ دردلاخ » (dakh der delakh). Si cette partie de l'émission concerne l'interaction avec les citoyens et donne libre voix à l'expression, le manque d'un sujet précis confirme la thèse que dans l'absence de substance l'humour et le rire s'installe. La variation intralinguistique (régionale et territoriale) en est témoin.

« سوق الفيسبوك » (Marché du Facebook), est un titre d'une séquence d'amusement, où les animateurs sélectionnent et présentent les statuts les plus plaisants sur les pages du Facebook en prenant soin de les alimenter par leurs propres commentaires. Dans un contexte d'humour et de rire, les

présentateurs adoptent une attitude et un langage marqué par les marqueurs linguistiques régionaux des animateurs et plus distingué chez l'un d'eux, à savoir le parler Jebli. La séquence est annoncée par la journaliste dans un style dialectal châtié référant à l'arabe médian « يا الله نشوفو سوق الفيسوك » (allons voir le souk du Facebook). En arborant un air très humoristique, l'animateur réplique par « يا الله نديرو الشوبين » (allons faire du shopping), l'utilisation du mot shopping emprunté à l'anglais est une ironie qui fait allusion à l'opération d'achats que certaines femmes de certaines classes sociales réalisent dans les grands magasins chics.

Les animateurs comptent séduire l'auditeur en utilisant des expressions de différentes variétés territoriales (Jebli, Mdini, marrakchi etc.) soit celles des animateurs eux-mêmes ou celles de l'audimat. Il est à noter que l'utilisation des variétés ne relève pas d'un choix stratégique de la chaîne radio mais de manière spontanée conformément au parler de l'animateur tel que « أو عدي كلغش عنده فوائد » (est-ce que la triche a des avantages ?) ; un topolecte purement Jebli utilisé par l'animateur d'origine Chefchaoui. Il faut signaler que durant les commentaires des statuts du Facebook les animateurs font recours à l'usage de quelques expressions argotiques telles que « فق أشفيق » (« fais attention » litt. « Réveille- toi Chafiq ») « ولد الحرام » (une insulte : « bâtard »). Ce sont des expressions argotiques usuelles dans le parler quotidien des Marocains qui commencent à prendre place dans les pratiques langagières des médias radiophoniques.

L'interaction langagière suit un revirement étonnant lors de la présence d'un invité. En effet, l'air sérieux est repris avec l'emploi d'un registre langagier renvoyant à l'arabe médian « المواضيع لي غاطر قلبها في العرض ديالك » « les sujets que tu vas aborder ? ». Dans cette même tendance, l'animateur utilise parfois des termes techniques empruntés de l'anglais tel que « one man show » qu'il l'utilise dans une séquence de l'arabe marocain, malgré sa réduplication par le mot arabe « عرض » (spectacle) qui ne reflète pas tout à fait le sens. Cela n'empêche que durant la même émission, les animateurs remettent dès qu'ils peuvent leur humeur amusante. A l'instant même du retour à l'interview, le style châtié de l'arabe médian est repris :



« شيء حاجة لي تارتك مؤخرا » (quelque chose qui t'a attiré dernièrement). Le comportement langagier des animateurs dévoile une manipulation linguistique et une capacité à s'accommoder des différentes situations de communication.

La dernière partie qui commence par des informations sportives est rapportée en arabe marocain marqué par l'emploi du phonème (G), une caractéristique du parler rurale qui prend forme dans le parler urbain (Messaoudi, 2001 : 93). Cependant, par son aspect informatif, plusieurs termes utilisés sont très proches de l'arabe standard « تلعبات مباريات يوم السبت » (Un match a été joué le Samedi à Napoli...) Quant à l'invité, il continue à interagir avec les animateurs dans une ambiance amusante, mais, l'ensemble des répliques deviennent très relâchées et font recours au langage parler argotique inspiré de différentes variétés : Jebli (Belghiti El Alaoui Nadia, 2023 : 272) « شَنّ كيو قعلك » (Qu'est-ce qui t'arrive ?) ; ou à l'arabe urbain très répandu partout dans le Maroc « أرى الدكا » (donne-moi un peu de thé), « دار لاطاك » « ليوما نشنقك » « aujourd'hui je vais te pendre », « دار لاطاك » (il s'est lancé) c'est un emprunt au français intégré le parler marocain « رجع اللور » (Retourne en arrière) « شقم عليه » (Chqem alih) qui signifie je te tiens, c'est une expression argotique comme plusieurs d'autres expressions qui ont pris forme dans le parler marocain. L'utilisation de l'argot répond à une tendance propagée au Maroc dernièrement qui se veut une tendance populiste qui se caractérise par la spontanéité et le relâchement dans le ton et l'expression. L'émission, à travers ses animateurs, essaie de conserver son orientation de chaîne généraliste nationale destinée à un grand nombre d'auditeurs. L'utilisation de différentes variétés linguistique de l'arabe semble être la stratégie linguistique de base qui caractérise l'interactivité langagière au sein de la station visant à augmenter son taux d'audimat.

Il paraît opportun de déduire de cette première analyse descriptive que, les journalistes, tels les écrivains, tentent de créer un style qui leur ait propre au moyen de divers procédés en employant différentes figures de style, non pas pour la collecte d'informations uniquement, mais aussi pour un

bon choix d'expressions qui auront un impact sur l'auditeur. Pour ce faire, il n'y a que le discours inhabituel dans l'espace radiophonique qui permet d'atteindre les objectifs voulus. Cependant, le choix de la langue de diffusion est une priorité de l'animateur qui accompagne sa compétence professionnelle. Il faut signaler aussi que, le plurilinguisme sociétal s'opère à partir d'un intérêt croissant pour l'arabe médian et marocain. Bien qu'ils soient mixés avec l'arabe standard ou le français, ils demeurent les plus dominants dans les émissions interactives, en notant parallèlement, l'option pour un régiolecte, qui prend une place importante dans la diffusion de cette émission.

### **Hit radio :**

Cet opérateur est particulier par sa programmation, son style et sa conception des émissions. « Momo, Morning show » est l'une des émissions qui marque et qui distingue la station par un contenu très varié et un langage très diversifié. Cette émission vise le divertissement et l'information du lundi au vendredi de 07H à 11H. Elle est animée par Momo et son équipe. Cette émission attractive manifeste, dans sa quinzième saison, un intérêt particulier aux informations et événements politiques, sociaux et sportifs. Ainsi, l'une des journalistes propose des flashs d'infos de trois minutes, qui touchent les nouveautés politiques nationales et internationales, les faits sportifs les plus marquants et l'état de la météorologie du jour au Maroc. Cette séquence est diffusée en arabe médian, par opposition aux saisons précédentes où l'utilisation du code-switching est très fréquente, de plus que son contenu de l'information était faible en valeur.

Toutefois, l'ensemble de l'émission est dominé par le style langagier de l'animateur principal « MOMO » qui se veut jeune. En se basant sur des séquences de jeux à savoir, « كن سبع وربحني », (soit un lion et bât moi), « مشموم الورد » (le bouquet de fleurs), le premier aspect linguistique à relever est le code-switching caractéristique du parler engagé par l'animateur, à savoir le parler jeune. Dans ce cas, le mélange se fait entre le parler

marocain, le français et l'anglais tel que : « mille dirhams غادي تربحو » (vous- allez gagner mille dirhams), « kulnhar un bon d'achat ryt3talkum » (chaque jour vous aurez un bon d'achat), « غانديرو déclaration d'amour » (on va faire une déclaration d'amour), « شكون يقدر يغني على الهابي happy » (qui peut chanter au bonheur), « DON'T WORRY » (ne t'inquiète pas).

Au-delà de cet aspect linguistique très prononcé dans cette émission, l'emploi de mots argotiques « نوض من الكلبة » (réveille-toi), « نتبرعو » (on va se régaler), « شن طن » (rapidement), « غنديرو البانات » (on va faire des plans), « عشير » (ami), « بلانات واعرين » (d'excellents plans). Ce procédé fonctionne dans cette émission comme un marquage identitaire et une distinction stylistique de la jeune génération. De plus, cette pratique langagière de l'animateur a pour but de distraire l'auditeur et de gagner sa confiance et l'inciter à interagir sur les différents sujets du jour. Notons que, l'ensemble des personnes qui appellent pour intervenir, appartiennent à la tranche d'âge 13-30. Le langage employé par ces derniers se constitue d'une interlangue mêlant l'arabe marocain, l'arabe médian et le français.

Outre les expressions argotiques, l'animateur s'appuie sur le procédé de l'ironie, la dérision, le sous-entendu, les nuances et les insinuations linguistiques pour provoquer le rire. Pour ce faire, il s'appuie sur les jeux de mots comme il est fortement utilisé lors de la séquence de l'invité du jour (voir l'enregistrement 2). La singularité des pratiques langagières de l'animateur de cette émission s'exprime par sa réticence à s'ajuster aux normes linguistiques dominantes, privilégiant plutôt l'adaptation de son auditoire à son discours qualifié de jeune.

Que ce soit pour la version antérieure ou la plus récente de l'émission, le style, le mode et le ton demeurent constamment marqués par l'alternance de codes linguistiques, incluant l'arabe, le français et l'anglais, tout en affichant une tolérance considérable envers des termes et expressions « crus ». Ce fait peut aller jusqu'à aborder des sujets d'actualité tels que l'addiction sans prendre les mesures nécessaires visant à nuancer le sens et l'emploi des termes rapportés par les invités. Cette approche représente

une forme de transposition de la réalité vécue, comme en témoigne la rencontre avec l'artiste TOTO.

### **3. Représentations linguistiques à l'égard des radios nationales**

Selon Ben Nabila (2010), la radio privée au Maroc a enregistré un taux d'écoute quotidien de 60% dont l'une des deux plus grandes périodes d'écoute est celle de 8h00 à 11h00, en signalant que l'arabe demeure la langue de choix d'écoute avec 63%, le français 2% et 17% opte pour le mélange entre l'arabe et le français. Ceci a été confirmé par les statistiques de Médiamétrie de fin juin 2023. Ainsi, 30% écoutent les différentes radios publiques et 10% pour Medi1 et les 60% départagent les radios privées. Ces résultats qui s'ajoutent à ceux obtenus dans l'analyse citée supra, nous mènent à déduire que la radio marocaine ne promeut pas les mêmes valeurs. A cet égard, la radio publique embrasse la ligne politique de l'Etat et œuvre à la mise en application de sa politique dont la promotion des deux langues officielles arabe standard et amazighe (Hidass, 1999 : 42), tandis que les radios privées sont soumises à la loi du marché et leur souci est d'avoir plus d'annonceurs publicitaires. En outre, la parole donnée au public dans une multitude d'émissions du type libre antenne a contribué à la promotion de l'arabe marocain dans toutes ses variantes territoriales (Bennis, 2018 : 121), et tout particulièrement celle renvoyant à l'arabe médian. Cette section examinera la façon dont la polyphonie dans l'espace radiophonique privé est perçue par la société marocaine, les sentiments que suscitent les nouvelles radios dans la société et la manière dont les individus situent leur variété par rapport à celui des stations radiophoniques privées.

Des entretiens semi-directifs ont été conduits avec une cohorte de cinquante individus, englobant les différentes tranches d'âge constituant l'audimat prédominant de la radio. Cette cohorte a été stratifiée de la manière suivante : dix jeunes âgés de 15 à 25 ans, une vingtaine de femmes réparties équitablement entre celles sans emploi et celles avec emploi, et une vingtaine d'hommes, dont dix exercent des métiers de proximité et dix

fonctionnaires. Pour optimiser l'approche méthodologique, une grille exhaustive composée d'une vingtaine de questions ouvertes a été élaborée. Ces questions portent sur l'identification des sujets, incluant des variables telles que l'âge, l'origine, le cadre professionnel, le niveau d'études, et les langues parlées. De plus, elles explorent l'attitude des sujets envers les stations de radio privées, englobant des aspects tels que la fréquence d'écoute, les émissions privilégiées, la langue de diffusion préférée, ainsi que les critères d'évaluation du sujet à l'égard des langues employées dans cet espace médiatique. A partir du principe du média miroir (Gauriat, Cuoq, 2015 : 14), chaque marocain a acquis le droit d'exprimer son opinion et de traduire librement ses pensées dans sa langue sans hésitation ou gêne. Ce mode d'expression a contribué au respect des droits culturels et linguistiques de tous les Marocains, vu qu'on assiste à la revitalisation dans l'espace radiophonique privé, de l'arabe marocain avec ses différentes variétés locales et régionales, et l'émergence de certaines attitudes et phénomènes linguistiques résultant de la relation entre la radio et les individus.

- **Posture de la radio dans le quotidien des individus**

En examinant les réponses diversifiées des participants, il apparaît que l'hétérogénéité de la structure de l'audience radiophonique suit une logique de spécialisation. Ainsi, parmi les cinquante personnes interrogées, une moitié a affirmé qu'elle a une écoute régulière, tandis que l'autre moitié, notamment celles exerçant une profession stable, a une fréquence d'écoute moins régulière. Il est à noter que cette dernière a ultérieurement reconnue une écoute fréquente, notamment lors de la préparation matinale du petit déjeuner ou pendant leurs itinéraires professionnels en voiture. Pour cette dernière catégorie de la population, la radio n'est donc pas un choix volontaire, mais elle est écoutée de manière fortuite, même si la durée d'écoute atteint parfois jusqu'à deux heures par jour.

Les tendances d'écoute radiophonique manifestent une diversité substantielle en corrélation avec les catégories professionnelles et les engagements quotidiens des auditeurs. Les femmes sans emploi témoignent d'une fidélité particulière envers les émissions matinales de conseils diffusées entre 9h et 12h. Les hommes exerçant des métiers de proximité soutiennent que la radio demeure leur compagnon constant tout au long de leur journée de travail. Les jeunes expriment modérément leur intérêt pour les émissions musicales et le programme matinal de Hit Radio.

Simultanément, les individus occupant des postes fixes intègrent la radio dans leurs trajets vers le travail, que ce soit le matin ou l'après-midi. Cette stratification des auditeurs radiophoniques découle des contraintes sociales quotidiennes et des horaires spécifiques à chaque strate sociale, instaurant ainsi une distinction claire entre un auditoire régulier et quotidien, et un auditoire occasionnel et ponctuel. L'espace radiophonique national se caractérise aussi par une prédominance de l'audience féminine par rapport à celle masculine, une observation clairement mise en évidence au cours des entretiens et confirmée par l'étude de Ben Nablia (2010). En résumé, les habitudes d'écoute radiophonique semblent suivre une certaine typologie, avec une fréquentation régulière notable chez les adultes occupant un emploi régulier, particulièrement le matin, tandis que les femmes au foyer privilégient les émissions matinales et que les jeunes préfèrent les émissions musicales en soirée.

- **Reconnaissance du plurilinguisme sociétal**

La transition de la radio, initialement érigée comme le premier média de masse au sein du pays (El Himer, 1999 : 140) de l'usage exclusif de l'arabe standard à l'adoption de l'arabe marocain dans ses émissions, a contribué à la concrétisation du droit à l'information inscrit dans la constitution de 2011. À cet égard, un jeune de vingt-deux ans, originaire d'Oujda, informaticien et volontaire dans le système des Nations Unies, témoigne que « Quand l'information est disponible en langue quotidienne, on ne perd pas de temps à rechercher le sens des mots, on réagit immédiatement ».

Aussi, l'utilisation de l'arabe marocain comme langue de diffusion à la radio a facilité l'accès au contenu des émissions, même pour les individus possédant un certain niveau intellectuel, du fait qu'il s'agit de leur langue maternelle. Cette évolution linguistique contribue ainsi à rendre l'information radiophonique plus accessible et immédiatement compréhensible pour un public diversifié au sein de la société marocaine.

Par ailleurs, l'interaction avec l'audience a pris de l'ampleur dans les différentes radios. Une relation de proximité s'est instaurée entre ce type de médias et la société. Ainsi, à travers des thématiques suscitant l'intérêt des auditeurs et l'ouverture à la participation citoyenne, une confiance s'est établie, permettant l'émergence d'opinions plus libres et audacieuses. Lorsque le sujet abordé répond à un besoin quotidien, l'intérêt de le suivre devient fort et l'interaction se révèle à portée de main. B, une vendeuse précise que « de nombreuses émissions apportent leur contribution à des sujets qui donnent l'impression qu'ils vous sont directement destinés ». R, une mère de trois enfants, ajoute qu'elle a souvent appelé la radio pour poser des questions, et elle ne s'est jamais souciée de la langue utilisée. Ce propos est approuvé par Abdou, chauffeur de taxi et par Hanane, directrice d'un centre sportif.

À travers ces divers témoignages provenant de personnes appartenant à des strates sociales différentes, bien que la barrière linguistique ait été surmontée, il apparaît que la prise de parole pour discuter des sujets d'ordre public constitue un acquis sociétal. Il s'ensuit que, les radios privées ont atteint une forte popularité dans la société marocaine par la contribution des émissions participatives qui se sont ouvertes sur les différents sujets qui touchent les problèmes quotidiens des citoyens et les phénomènes de la société. Une situation qui sous-entend la naissance d'une certaine forme de démocratisation des médias par le fait que, l'interaction langagière des auditeurs n'est pas soumise à des critères ou des prérequis de compétence ou de purisme linguistique. Ce droit à la liberté d'expression et de pensée offert par l'espace radiophonique privé a constitué un atout primordial dans la consécration du plurilinguisme sociétal. De même, cette liberté

d'expression notamment, dans la langue maternelle spontanée, ou à travers l'arabe médian, a redonné de l'estime aux citoyens et lui a permis de changer ses attitudes vis-à-vis de lui-même et de sa langue courante. Il serait alors judicieux de postuler que, la radio privée a réussi à généré un sentiment de sécurité linguistique et culturel auprès de certaines tranches de la société.

#### **4. Perceptions et attitudes à l'égard de l'arabe en usage à la radio**

Les données recueillies lors des entretiens révèlent une prédominance significative des discours épilinguistiques portant sur l'usage de l'arabe à la radio, marqués par leur fréquence et leur notoriété. Chaque participant a exposé un ensemble de représentations concernant cette nouvelle langue médiatique ainsi que sa langue maternelle (El Himer, 2015 : 45). Les entretiens ont mis en lumière une diversité de perceptions à l'égard de cette langue. Tout d'abord, une certaine divergence d'opinions et une confusion dans les discours ont été observées quant à la définition de l'arabe marocain. La majorité des interviewés considèrent ce dialecte, tel qu'utilisé dans les radios privées, comme le plus approprié à leur écoute, à l'exception notable de celui utilisé dans Hit Radio. Cependant, il est remarquable que chaque sujet interviewé exprime une volonté d'adhésion à ce parler marocain largement diffusé à la radio.

L'ensemble des individus interrogés manifestent une préférence pour la langue arabe médian, plus spécifiquement en référence au dialecte marocain. Cette préférence s'exprime à travers différents contextes. Par exemple, I. professionnelle de la santé, Y. enseignant en mathématiques et N. cordonnier, expriment leur appréciation au langage utilisé par des professionnels tels que les médecins et les avocats, en le qualifiant de simple et compréhensible et qu'il facilite la communication en raison de sa similarité avec leur dialecte. Cette observation suggère l'existence d'un processus d'acculturation linguistique entre la radio et les citoyens.



Bien que la majorité des personnes interrogées expriment une préférence pour l'arabe marocain, en particulier l'arabe médian, une cohérence émerge au sein d'un autre groupe démographique, celui des individus de classe moyenne dotés d'un niveau d'éducation supérieur et évoluant dans des milieux socioprofessionnels diversifiés. Ces individus déclarent apprécier l'écoute quotidienne de la Darija, une alternance d'arabe et de français. Par exemple, F. comptable dans une société semi-publique, souligne son attachement à la langue vernaculaire des médias, mettant en avant l'importance de l'identité linguistique partagée. Pendant l'entretien, elle alterne entre l'arabe et le français, considérant qu'elle s'exprime dans la Darija marocaine, qu'elle perçoit comme une variante locale de l'arabe.

C. une lycéenne, perçoit la radio marocaine comme une ressource précieuse d'informations et de conseils, bien qu'elle émette parfois des réserves concernant certaines expressions utilisées par les animateurs. Elle établit un lien entre le français et l'apprentissage, tandis que l'arabe marocain représente son identité. C. insiste fermement sur l'importance de l'utilisation de la Darija à la radio. À noter que le parler de cette jeune est truffé de mots en anglais ("yes", "anyway") et de français ("oui, mais..."). Pour elle, une émission diffusée dans cette variante linguistique facilite le passage du message.

Certains interviewés reconnaissent également le rôle crucial de la radio privée dans la préservation du patrimoine culturel national, soulignant que cette ouverture et modernité contribuent à mettre en valeur le plurilinguisme sociétal du Maroc. Cette évolution favorise la transmission culturelle à travers des dispositifs de communication (Daghmi, Pulvar, Toumi, 2012 : 91), réduisant ainsi le sentiment d'exclusion ethnique ou sociale lié au langage. Amina, une secrétaire dans une administration publique, souligne que cette ouverture permet de mieux comprendre les habitudes des régions autrefois méconnues, rendant ainsi les différents dialectes de plus en plus familiers.

En somme, le plurilinguisme sociétal dans l'espace radiophonique national n'est que le miroir de la pluralité linguistique dans la société marocaine qui s'est couplée à la pluralité d'opinion et de pensée de cette société ; et les discours arborés lors du protocole d'entretien dévoilent une forte appréciation et amélioration de la langue de la radio, notamment l'arabe médian et l'arabe marocain, tout en plaçant en évidence une forte envie de s'identifier à elles.

## **Conclusion**

L'ouverture et la libéralisation de l'espace radiophonique national et les différentes transformations qu'a connue la radio marocaine durant ce siècle a généré une nouvelle situation linguistique au sein de l'espace radiophonique national. Ainsi, la radio d'Etat a été convertie en radio de service public suivie de la multiplicité de stations privées généraliste, thématique et spécialiste. Toutefois, le renouveau dans le contenu et le format des émissions a établi une relation de proximité avec l'audience, en lui offrant un produit qui répond à ses préoccupations et "En choisissant d'adopter une langue simple et fluide qui tient compte des particularités régionales du public ainsi que des spécificités des divers groupes sociaux ».

À des fins commerciales ou concurrentielles, le paysage radiophonique privé du Maroc a contribué à l'évolution et à la modification du dialecte arabe marocain. Il est impératif de reconnaître que cette évolution est sujette à un processus continu. Les variations linguistiques observées, telles que l'apparition d'un dialecte arabe plus formel proche de l'arabe standard, ainsi que l'intégration d'emprunts lexicaux du français et d'expressions argotiques dans le langage courant, témoignent des dynamiques socioculturelles en perpétuelle mutation. Ces changements ne sont pas uniquement attribuables aux médias, mais reflètent également les interactions complexes au sein de la société marocaine, caractérisée par ses multiples identités et ses diverses influences linguistiques.

Dans cette optique, il serait judicieux d'approfondir la réflexion sur les conséquences à venir de ces évolutions linguistiques. Comment les diverses expressions de l'arabe (qu'il soit marocain ou médian), vont-elles continuer à influencer les dynamiques sociales et les représentations culturelles au sein du Maroc ? De quelle manière les médias audios pourraient-ils promouvoir une utilisation plus variée et inclusive de la langue, tout en préservant son caractère distinct et sa richesse ? En outre, il est essentiel de souligner que la langue des médias ne se contente pas de refléter l'identité composite du Maroc, mais qu'elle contribue également à la façonner. En jouant le rôle de miroir et emblème identitaire (Charaudeau, 2001 : 346), elle offre une opportunité unique de promouvoir le plurilinguisme sociétal et de valoriser la diversité linguistique du pays. Ainsi, il est préconisé de concevoir l'arabe marocain non pas comme une entité statique, mais plutôt comme un domaine dynamique en perpétuelle mutation, offrant une diversité de perspectives et de possibilités pour le développement futur du pays sur le plan linguistique et culturel.

## Références

- ALIC Lilyana, (2009) « *Le langage des médias : unité dans la diversité* » pp 790-799. Conf. Univ. Universitatea, Transilvania.  
[http://www.upm.ro/facultati\\_departamente/stiinte\\_litere/conferinte/situl\\_integrare\\_euro\\_peana/Lucrari3/franceza/Liliana%20Alic.pdf](http://www.upm.ro/facultati_departamente/stiinte_litere/conferinte/situl_integrare_euro_peana/Lucrari3/franceza/Liliana%20Alic.pdf) Consulté le 23 Juin 2021
- BELGHITI EL ALAOUI Nadia (2023), Le paysage linguistique au Maroc entre politiques publiques et réalité sociale, in *Re-penser les politiques linguistiques en Afrique à l'ère de la mondialisation*. Chap10 p. 259 à 278.
- BEN NABLIA Sahbi (2010) "*Femme et radio au Maghreb*". UNIFM, UNESCO.  
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/programme\\_doc\\_femmes\\_radio\\_maghreb\\_fr.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/programme_doc_femmes_radio_maghreb_fr.pdf) Consulté le 4 Mai 2022
- BENNIS Said. (2001) « *Dynamique épilinguistique au Maroc* ». Cahiers d'études africaines [En ligne], 163-164 | 2001, mis en ligne le 21 novembre 2013, consulté le 29 septembre 2016. URL : <http://etudesafricaines.revues.org/113>.
- BENNIS Said. (2011). *Territoire, Région et Langues au Maroc. Cas de la région linguistique du Tadla*. Rabat, Ed. Lina édition. 176 pages.
- BENNIS Said (2016). « *Opérationnalisation du paradigme de la diversité au Maroc : vers une territorialisation linguistique et culturelle* » dans George Grigore and Gabriel

Bițună (eds.), **Arabic Varieties : Far and Wide**. *Proceedings of the 11<sup>th</sup> International Conference of AIDA – Bucharest*, 2015. Bucharest: Editura Universității din București, pp. 119- 126, ISBN 978-606-16-0709-9

BENNIS Said. (2018). « *Questionnements et perspectives de la gouvernance de la diversité culturelle au Maroc* ». Dans **Politics of Recognition and Denial Minorities in the MENA Region**, S. Kawakibi (Ed.), S. Bennis, G. Fahmi, P. Maggolini, Euromesco Joint Policy Study 11, IEMed. European Institute of the Mediterranean, Published by the European Institute of the Mediterranean, pp. 68- 82

BENNOURI Zineb (2021). Radios privées au Maroc. *Enjeux sociolinguistiques et identitaires. Etude de cas : HIT RADIO*. Thèse de Doctorat. Faculté des Lettres et des Sciences Humaines. Université Mohammed V de Rabat.

CHARAUDEAU Patrick. (2001). « Langue, discours et identité culturelle. », *Ela. Études de linguistique appliquée* (n° 123-124), p. 341-348  
URL : [www.cairn.info/revue-ela-2001-3-page-341.htm](http://www.cairn.info/revue-ela-2001-3-page-341.htm). consulté le 13 Juin 2022

Daghmi Fathallah, Pulvar Olivier, Toumi Farid, (2012), « *Médias et publics au Maroc* », *Les Enjeux de l'information et de la communication*. N° 13/1. p. 86-98  
URL: [www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2012-1-page-86.htm](http://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2012-1-page-86.htm).

EL MAADANI Salma (2012). « *L'évolution des Parlers au Maroc* ». *Monde Méditerranéen* n° 3 pp33-54. URL : <http://gerflint.fr/Base/MondeMed3/selma.pdf>.  
El Himer Mohammed, « *Identité urbaine de la population de Salé* », *Cahiers de sociolinguistique* 1/2001 (n° 6), p. 131-145  
DOI : [10.3917/csl.0101.0131](https://doi.org/10.3917/csl.0101.0131)

El HIMER Mohammed. 2015. *Dynamique linguistique dans la ville marocaine, l'espace urbain de salé*, Ed. Rabat Net.

HIDASS Ahmed. (1999). « *La radio et la télévision au Maroc : Tutelle de l'État et contrôle du gouvernement* ». pp. 41-68. URL : <https://communication.revues.org/6174>  
MAIGRET Éric. (2010). *Sociologie de la communication et des médias*. Edit. Armand Collin.

MESSAOUDI Laila, (2001). « *Urbanisation linguistique et dynamique langagière dans la ville de Rabat* ». *Cahiers de sociolinguistique* n° 6. p. 89-100. DOI [10.3917/csl.0101.0089](https://doi.org/10.3917/csl.0101.0089). URL : <http://www.cairn.info/revue-cahiers-de-sociolinguistique-2001-1-page-89.html> consulté le 29 Mai 2022

MILLER Catherine. (2010). « *Langues et Médias dans le monde arabe/arabophone. Entre idéologie et marché, convergences dans la glocalisation* ». In, HAL Id : halshs-00578851, archives-ouvertes.fr. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00578851/document>

MILLER Catherine. (2011). « *Langues et Média au Maroc dans la première décennie du XXIème siècle : la montée irrésistible de la darija ?* ». In, HAL Id: halshs-00599160, archives-ouvertes.fr. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00599160/document>.

MILLER Catherine. (2012). « *Evolution des usages linguistiques dans les nouvelles radios marocaines* ». pp. 14-54. Consulté le 30 Mai 2016. HAL Id : halshs-00904847 <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00904847>.

PAILLE Pierre, MUCCHIELLI Alex (2008). *L'Analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Edit. Armand Collin.

## **Sitographie :**

Site de Med radio : <http://www.medradio.ma/>

Site Hit Radio: <http://www.hitradio.ma/>

15<sup>ème</sup> vague d'audimétrie au Maroc <http://www.challenge.ma/15eme-vague-du-cirad-mfm-toujours-la-1ere-radio-generaliste-du-maroc-64505/>

16<sup>ème</sup> vague d'audimétrie au Maroc <http://laradio.ma/audience-radio-maroc-vague-16-premier-trimestre-2016/>

L'ensemble des études d'audience au Maroc voir vagues 14 – 17 <http://laradio.ma/tag/centre-interprofessionnel-de-mesure-dauidence-radio/>

IDPCM, Inventaire et Documentation du Patrimoine Culturel Marocain : [http://www.idpc.ma/view/pc\\_immateriel/igpcm:254061?f\\_id\\_region=02&num=1](http://www.idpc.ma/view/pc_immateriel/igpcm:254061?f_id_region=02&num=1)

## **Annexe : Les enregistrements**

Lien de l'enregistrement 1 : Emission Kahwat Sabah de Med Radio : <https://youtu.be/e3wk2PTJk0w>

Lien de l'enregistrement 2 : Emission Momo Morning show de de Hit radio : <https://youtu.be/AqWsLVRs6Lw?si=sXil4g21MLJ2IK0F>

Etude : « Femme et Radio au Maghreb », réalisée par l'UNESCO, UNIFM, 2010

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/program  
me\\_doc\\_femmes\\_radio\\_maghreb\\_fr.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/program_me_doc_femmes_radio_maghreb_fr.pdf)