



# المغرب دليل المشهد الإعلامي

مارس 2022



التواصل مع المجتمعات المتأثرة بالكوارث



## تمهيد

يندرج هذا الدليل ضمن سلسلة أدلة المشهد الإعلامي التي تتبع معالم المشهد الإعلامي في مختلف البلدان. وقد تولت شبكة الاتصال بالمجتمعات المتضررة من الكوارث (سيداك) إعداد هذه الأدلة بالتعاون مع مؤسسة أكاديمية دويتشه فيله (DW Akademie)، وبدعم من الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية. هذا المشروع جزء من مبادرة عالمية «الشفافية وحرية الاعلام - الصمود في مواجهة الوباء العالمي».

تود شبكة سيداك أن تشكر السيد/ مهدي بوزيان المستشار الذي قاد جهود البحث لدليل المشهد الإعلامي المغربي في البلاد، والسيدة/ سارة روتالي وشركة **HRI Ltd** لوضع الأسلوب المنهجي وتصميم الإرشادات، وتقديم الدعم على مدار عملية وضع الدليل. وقد تيسر هذا العمل بفضل مساهمات من الأفراد والمنظمات العاملة في وسائل الإعلام، والحكومة، ومنظمات المجتمع المدني، والمنظمات غير الحكومية، والشركاء في شبكة الاتصال بالمجتمعات المحلية المتضررة من الكوارث الذين تكرموا بالموافقة على تقديم رؤى قيمة للبحوث. تم وضع هذا الدليل الخاص **بالمشهد الإعلامي** وتحريره بين أبريل ونونمبر 2021.

## المحتويات

4	القسم 1: مقدمة
4	1.1 الغرض والمستخدم العام
5	2.1 ما الجوانب التي يغطيها الدليل وما وجه الحاجة إليه
5	3.1 الأسلوب المنهجي
5	4.1 الدور المحتمل للدليل خلال فترات الكوارث
6	القسم 2: نظرة عامة على ثقافة الاتصالات
6	1.2 الخلفية الإعلامية
6	2.2 المشهد الإعلامي في لمحة سريعة
10	3.2 اللغة واللهجات في وسائل الإعلام
12	4.2 العقبات التي تحول دون الوصول إلى وسائل الإعلام
12	5.2 تفضيلات وسائل الإعلام ووسائل الإعلام الموثوقة
13	6.2 الاتصال المتبادل مع المجتمعات المحلية
14	القسم 3: دور الإعلام في الاستجابة للكوارث
14	1.3 نظرة عامة على الكوارث والاستجابة لها
14	2.3 دور وسائل الإعلام في الاستجابة للكوارث
17	القسم 4: لمحة عامة عن وسائل الإعلام
17	1.4 منصات الوسائل الإعلامية الرقمية
18	2.4 منصات التواصل الاجتماعي
18	3.4 محطات التلفزة
21	4.4 المحطات الإذاعية
22	5.4 وسائل الإعلام المطبوعة
23	6.4 الأشكال التقليدية للتواصل
23	7.4 فرص التدريب الإعلامي



القسم 1:

## مقدمة

### 1.1 نبذة عن الدليل

يقدم هذا الدليل الخاص بالمشهد الإعلامي لمحةً سريعةً تتناول وسائل الإعلام في المغرب، بما في ذلك الجماهير والمنتجين والتفضيلات السائدة بين المجموعات المختلفة في المجتمع وثقافة التواصل واللغات المرتبطة بوسائل الإعلام. ويقدم الدليل فكرةً عن دور وسائل الإعلام في جهود التطوير، والتأهب للآزمات، والتعامل مع الكوارث الأخيرة، والاستجابة المستمرة للوباء العالمي كوفيد 19 (في وقت تحرير هذا الدليل<sup>1</sup>). ويقدم الدليل أيضاً لمحةً عامةً عن كل قطاع من قطاعات وسائل الإعلام، بما في ذلك وسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية والإذاعة والتلفاز والمطبوعات وغيرها من الأشكال التقليدية للاتصالات الجماهيرية.

وتجدر الإشارة إلى أنه بالنظر إلى الطبيعة المتغيرة على الدوام للمشهد الإعلامي، فإن هذا الاستعراض ليس شاملاً لجميع المنافذ والمنابر الإعلامية، وإنما هو موجز مقتضب لأكثر المنافذ والمنابر أهمية وقت كتابة هذا التقرير.

وقد تمت صياغة الدليل كمقدمة لمساعدة المنظمات والأفراد على المشاركة مع وسائل الإعلام في عملهم. فعلى سبيل المثال، يمكن استخدامها بواسطة:

- « المنظمات المجتمعية والإنمائية والإنسانية؛ والسلطات الحكومية والمحلية؛ والمنظمات غير الحكومية ووكالات الإغاثة التابعة للأمم المتحدة للعمل مع وسائل الإعلام على إشراك المجتمع المحلي، ولأغراض الاتصال، والتوعية، ونشر الرسائل والتعبئة.
- « ويقوم العاملون في مجال التنمية ببناء قدرة المجتمع على مواجهة الكوارث بالعمل مع وسائل الإعلام في مجال التأهب للكوارث.
- « ويُذكر أن العاملين في مجال الإغاثة يستعينون بوسائل الإعلام لإشراك المجتمعات المحلية في العمل معاً من أجل التعافي المبكر من الآزمات.
- « المنافذ الإعلامية (بما في ذلك المنافذ الإخبارية): تحسين اتصالاتها ومشاركتها مع مختلف المجموعات، ولا سيما أثناء الكوارث.
- « المنظمات المختصة بتطوير الإعلام: توفير المعلومات اللازمة لجهود الدعوة وبناء القدرات لتيسير سبل الوصول إلى المعلومات عالية الجودة، وتحقيق المزيد من الأهداف الإنمائية من خلال تحسين الاتصال.

1 من أبريل إلى نوفمبر 2021



## 2.1 ما الجوانب التي يغطيها الدليل وما وجه الحاجة إليه

إن غياب الفهم للكيفية التي يتواصل بها المجتمع قد يقود جهود التواصل إلى التعثر، وقد تضَيَّع عليها الكثير والكثير من الشرائح التي تُبذل هذه الجهود من أجلها. ويمكن أن يتسبب ذلك في نشوء صعوبات عند محاولة العمل مع المجتمع المحلي في مشروع إنمائي. وفي حالة وقوع حالة من الطوارئ، فقد يسوأ الأمر أكثر لأن عملية الإغاثة المقبلة قد لا يُتاح لها الوقت لإجراء البحوث حول الجمهور قبل نقل المعلومات الحيوية إليه، مما قد يؤدي إلى بث عملية التواصل عبر القنوات الخاطئة فتضيع بذلك الفرصة لبلوغ الجمهور الذي يحتاج إليها. إلا أنه من خلال إشراك وسائل الإعلام في أحد البلدان، فإنكم تقومون بإشراك جهات شريكة مهمة على دراية جيدة بمشهد الاتصالات في أي بلد بعينه ولديها الوسائل التي تمكنها من نشر المعلومات بفعالية.

يتمثل الهدف من هذا الدليل في العمل كنقطة انطلاق للإعلاميين، مع الإشارة إلى وسائل الإعلام الأكثر فعالية لاستخدامها للتواصل مع التركيبة السكانية المختلفة. وكثير من الموارد المتاحة لتحديد المستفيدين من وسائل الإعلام وجمهورها في المغرب إما قديمة العهد أو محدودة النطاق؛ وسيساعد هذا الدليل على تحديد وسائل الإعلام القابلة للتوظيف في وقت كتابة هذا التقرير، وسيساعد بالتالي على تيسير نقل المعلومات الموثوقة والمضمونة في الوقت المناسب، مما يساعد على جعل وسائل الإعلام جزءاً من الحل في الاستجابة الإنسانية.

## 3.1 الأسلوب المنهجي

لقد أُجريت بحوث تتعلق بالدليل داخل المغرب بمساعدة فريق مرجعي داخل البلد قدم التوجيه ومشورة الخبراء وضمان الجودة. كما جُمعت المعلومات والبيانات من خلال استعراض مستندي ومقابلات مفصلة. وأُجريت مقابلات مع منظمات إعلامية وخبراء إعلاميين وباحثين أكاديميين ومسؤولين حكوميين وموظفين إعلاميين (بمن فيهم المنتجون والصحفيون) ووكالات إنسانية ووكالات تابعة للأمم المتحدة ومنظمات غير حكومية.

## 4.1 الدور المحتمل للدليل في التأهب للكوارث والاستجابة للأزمات

إن الاتصال الفعال والمتسق – والصادر في الوقت المناسب – أمرٌ حيوي في الاستجابة الإنسانية وفي بناء التعافي المبكر والمستدام من الأزمات. ويجب إبقاء المجتمعات والسلطات والجهات المستجيبة على علم بوضع أي كارثة وأي استجابة مخطط لها وأي إجراءات يلزم اتخاذها. ويعد التواصل الاستباقي لتبديد الشائعات أو المعلومات المضللة أمراً حيوياً، شأنه في ذلك شأن بناء الثقة مع الجماهير، وهو أمرٌ يمكن تيسيره من خلال وضع آليات للتواصل التبادلي. ويمكن لوسائل الإعلام أيضاً أن تضطلع بدور استباقي في الإنذار المبكر يمكنه أن يؤثر على السكان وسلوك الاستجابة، كما يمكنه أن يخفف من آثار الكوارث.

ومن المهم في استجابات المعونة والتأهب للكوارث الوقوف على أفضل السبل لتوظيف وسائل الإعلام للوصول إلى الفئات المهمشة، مع مراعاة مستويات الإلمام بالقراءة والكتابة والتفضيلات اللغوية. ومن المهم أيضاً إدراك ومعالجة أي احتياجات ومخاطر وثغرات في المعلومات. يتطلب التواصل الجيد الاستعانة بالتفكير الإبداعي، وتكييف أدوات التواصل وأشكال وصيغ الرسائل. ويمكن للعمل مع الإعلاميين الحاليين أن يساعد على تحقيق ذلك.

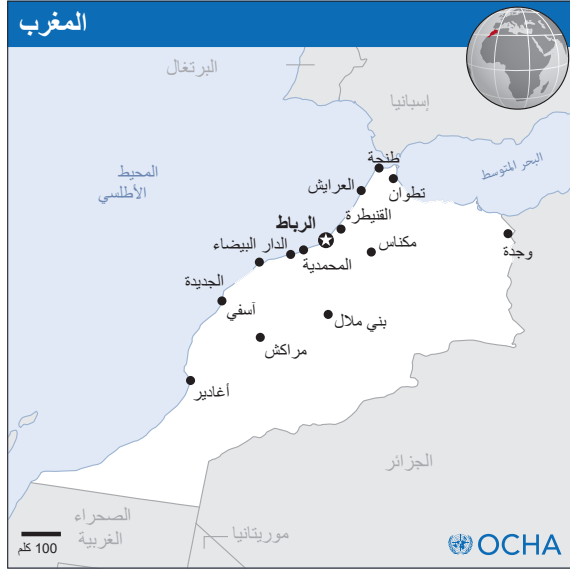
يهدف هذا الدليل إلى مساعدة المشتغلين بمجال التواصل على تحسين قدراتهم على الاتصالات، وخاصة خلال حملات الاستجابة الإنسانية؛ سواء كانوا يعملون في وسائل الإعلام أو يوظفونها للوصول إلى المجتمعات المتضررة. والهدف من ذلك هو استخدامه لتحسين الاتصالات والرسائل ونشر المعلومات والمساهمة في الاستجابة الفعالة.

## نظرة عامة على ثقافة الاتصالات

يوضح هذا القسم المشهد الإعلامي الحالي في المغرب وكيف يلبي احتياجات المجموعات المختلفة. كما ينظر في تفضيلات وسائل الإعلام وسبل الوصول إليها، والعقبات التي يواجهها الناس لتلقي المعلومات التي يحتاجون إليها.

### 1.2 الخلفية الإعلامية

شكّل 1 - الخريطة الإدارية للمغرب



مصدر الخريطة: قسم المعلومات الجغرافية المكتوبة، معهد بحوث النظم البيئية. الحدود والأسماء الموضحة والتسميات المستخدمة في هذه الخريطة لا تعني الموافقة أو القبول الرسمي من قبل الأمم المتحدة. تم إنشاء الخريطة في غشت 2013.

المغرب دولة ملكية، أفريقية ووسطية وعربية تقع في شمال غرب أفريقيا، يحدها من الغرب المحيط الأطلسي، ويحدها مضيق جبل طارق والبحر الأبيض المتوسط شمالاً، وموريتانيا في الجنوب<sup>2</sup> والجزائر في الشرق. ويطالب المغرب بملكية إقليم الصحراء الغربية غير المتمتع بالحكم الذاتي (وفقاً لتسمية الأمم المتحدة)، الذي تعتبره المغرب إقليمه الجنوبي. يقدر عدد سكان البلاد بـ 37.13 مليون<sup>3</sup>، معظمهم من أصول أمازيغية/عربية. 99 في المائة من المغاربة مسلمون (فهذا هو الدين الرسمي للدولة)، مع طائفة يهودية صغيرة تقدر بأقل من 6000 شخص. ويعيش 64 في المائة من السكان في المناطق الحضرية والضواحي.

يرتبط تطور وسائل الإعلام في المغرب بإدخال تقنيات الاتصال الحديثة وبالتطور التاريخي والسياسي والثقافي واللغوي للبلد. وقد تطور المشهد الإعلامي في المغرب من هيمنته على وسائل الإعلام المرتبطة بالحماية الفرنسية والإسبانية إلى وضع تحققت فيه السيادة والغلبة للصحافة الحزبية، ويتحرك هذا المشهد الآن نحو عصر يتسم بقدر أكبر من التنوع، كما يميزه وجود قدر أكبر

من التحرير والانفتاح السياسي. وفقاً لما يراه الكاتب الإعلامي فتح الله الدغمي: "قالوضع الإعلامي الحالي يضرب بجذوره في التاريخ ... وكذلك في السياسة والاقتصاد ... من الضروري النظر إلى تطور الإعلام في هذا البلد ... في سياق السيطرة على كل من السلطة الاستعمارية والدولة ... على المعلومات" (فتح الله الدغمي، 2012). ويحدد الدغمي ثلاثة عصور رئيسية في تطور الإعلام في المغرب:

« حقبة الاحتكار (1870-1960): شهدت هذه الفترة ظهور صحافة ناطقة بالفرنسية، ولكنها ورغم غزارتها كانت تخضع لمراقبة دقيقة (1864). وأطلقت أول محطة إذاعية في عام 1928، وكانت تخضع لسيطرة سلطات الحماية، كما أطلقت أول محطة تلفزة في عام 1954 ولكنها أغلقت بعد 15 شهراً من البث.

« الحقبة الحزبية (1960-1990): وقد شهدت صحافة حزبية مزدهرة وإن كانت مكتمة الأفواه، وخدمات للبت الإذاعي تسيطر عليها الدولة.

« عصر التحرير (منذ عام 1990): شهدت وسائل الإعلام المغربية تغييرات هامة، مع اتجاه قوي نحو التحرير. وقد بدأ ذلك بوسائل الإعلام المطبوعة. واعتباراً من عام 2004، شملت قنوات إذاعية، كما صارت تشمل قنوات التلفزة تدريجياً أيضاً.

2 بعد أن وافقت إسبانيا على إنهاء استعمار الإقليم في عام 1975، فقد تنازلت عن سيطرتها للمغرب وموريتانيا. وكانت موريتانيا قد تخلت عن السيطرة على الجزء الجنوبي من الإقليم في عام 1979. وفي الوقت الحاضر، تخضع 80 في المائة من الأراضي للسيطرة المغربية، وبدأت منذ عام 1991 عملية سلام تحت إشراف الأمم المتحدة.

3 dataportel.com اعتباراً من يناير 2021.

## 2.2 المشهد الإعلامي في لحظة سريعة

لقد تشكل تاريخ الإعلام ووسائل الإعلام جزئياً بسبب انعدام الثقة في السلطات (من سلطات الحماية فصاعداً) من جانب قطاعات من المجتمع، مما أدى إلى استحداث أشكال بديلة للتعبير وتبادل المعلومات. ويشمل ذلك الخطب في المساجد، والصحف المكتوبة بخط اليد باللغة العربية، ومؤخراً قنوات التلفزة الفضائية (التي تُبث عبر السواتل).<sup>4</sup> والجمهور المغربي منفتح تجاه المحتوى "الأجنبي" بفضل الانتشار الواسع لقنوات التلفزة التي تُبث عبر السواتل (حوالي 50 في المائة من المشاهدين المغاربة يشاهدون قنوات التلفزة الأجنبية).<sup>5</sup>

تأسست الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات عام 1998 وهي الهيئة العامة المسؤولة عن مراقبة وتنظيم قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية. وتجري الوكالة بانتظام دراسات وتحقيقات تتعلق بصناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية. وهي تهدف إلى جمع مؤشرات موثوقة باستخدام أساليب منهجية صارمة لتوفير معلومات مفيدة عن القطاع، وقد أجرت دراسات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن المعدات واستخدامها في عامي 2018 و2019.

وتأسست الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري في عام 2002. وهي الهيئة المستقلة المسؤولة عن تنظيم قطاع الاتصالات السمعية البصرية. وتتمثل مهمتها في ضمان ما يلي: "احترام مبادئ التعددية وحرية التعبير في قطاع الاتصال السمعي البصري واحترام القيم الحضارية الأساسية وقوانين المملكة". ويشكل تأسيس هذه الهيئة، وإلغاء احتكار الدولة للإذاعة والتلفاز، إلى جانب القانون المتعلق بالاتصالات السمعية البصرية، خطوات هامة في تحديث القطاع العام السمعي البصري، لصالح إنشاء شركات خاصة للإذاعة والتلفزة. ويحقق ذلك كلاً من حرية الاتصال والتنظيم على حدٍ سواء، من خلال التحرير المنظم من جانب سلطة إدارية مستقلة.

حرية الإعلام احتل المغرب المرتبة 136 في الترتيب العالمي لحرية الصحافة الصادر عن منظمة مراسلون بلا حدود في عام 2021.<sup>6</sup> ووفقاً لمنظمة "فريدم هاوس" (2017)، تواجه وسائل الإعلام في المغرب قيوداً كبيرة مع مجموعة من القوانين التي تحد من حرية وسائل الإعلام. وفي مناطق مثل الصحراء الغربية، لا يستطيع الصحفيون الإبلاغ بحرية، وكثيراً ما يتعرضون للمضايقة. وتستخدم الدعاية والإغارات والمضايقات المالية لتشجيع التغطية المواتية وتثبيط الإبلاغ النقدي. ومع ذلك، فإن الإنترنت والإذاعات الفضائية وبعض محطات الإذاعة المستقلة تتيح بالفعل سبل الوصول إلى الأصوات المستقلة (لا سيما للأفراد والمنظمات الأكثر ثراء). وقد أدت الإصلاحات التي أدخلت في عام 2016 إلى تحسين الوضع القانوني للصحافة، ولكن الحكومة احتفظت بسلطات لفرض الرقابة على المحتوى الإخباري، وتعليق المنافذ الإعلامية، وفرض الغرامات والأحكام بالسجن على الصحفيين.<sup>7</sup>

ومنذ عام 2005، لم تعد الدولة تحتكر البث. فوفقاً لمرصد ملكية وسائل الإعلام (MOM)، من قبل RSF وLe Desoffice.<sup>8</sup> في عام 2017، فإن 9 من 36 شركة إعلامية مشاركة في وسائل الإعلام الأكثر نفوذاً مرتبطة بشكل مباشر بالدولة أو الحكومة أو العائلة المالكة.<sup>9</sup> ومن بين المالكين الآخرين بعض من أغنى رجال الأعمال في المغرب (الذين يملكون حصصاً في خمسة من المنشورات التسعة الصادرة باللغة الفرنسية) وعدة وزراء حكوميين. ويتابع معظم المشاهدين قنوات التلفزة الحكومية، كما تجتذب محطات الإذاعة الحكومية أيضاً العديد من المستمعين. ولا يزال قطاع التلفزة مملوكاً للدولة في معظمه. وتسيطر الدولة على قطاع الإذاعة، ولكن ملكيته أكثر تنوعاً، وتتألف من عدة شركات أصغر حجماً. وتبلغ نسبة جمهور هذه الإذاعات الخاصة 64.23 في المائة، مما يدل على نجاحها السريع على مر السنين.

أما ملكية وسائل الإعلام الإلكترونية فهي الأكثر تجزؤاً. وتنقسم وسائل الإعلام المطبوعة بين المنافذ الصادرة باللغة العربية – وهي آخذة في الازدياد ويأتي معظم مالكيها من عالم الصحافة – والمنافذ التي تصدر بالفرنسية والتي أصبحت أقل شعبية وتضم قائمة المساهمين فيها شخصيات بارزة من قطاعي الأعمال والتمويل. ويستثمر العديد من الشخصيات البارزة في عالم الأعمال التجارية والمالية الاستثمار في الصحف التي لا تحقق أرباحاً، حيث تفوق استثماراتهم في كثير من الأحيان عائداتها. وغالباً ما ترتبط هذه المؤسسات ارتباطاً وثيقاً بكيانات السلطة، ولها خطوط تحريرية مصممة لتعزيز النظام الاقتصادي أو السياسي وليس التشكيك فيه أو الإضرار به.

وهناك نقص في الشفافية في الإعلانات في وسائل الإعلام. وفقاً لمرصد متابعة الجهات المالكة لوسائل الإعلام MOM<sup>10</sup>، فقد اضطرت بعض المنافذ الإعلامية إلى تخفيف النيرة الإعلامية المستخدمة في خطوط التحرير لتجنب مقاطعة الإعلانات، كما أن الانحياز في التعامل مع المنافذ الإعلامية يجعل من الصعب على وسائل الإعلام المستقلة البقاء. ويبين رصد الاستثمارات أن أكبر أصحاب وسائل الإعلام لا

4 فتح الله الدغمي (2012). MÉDIAS ET PUBLICS AU MAROC. GRESEC, Les Enjeux de l'information et de la communication

5 CIAUMED. (2020). Rapport du Centre Interprofessionnel d'Audience des Médias.

6 يتم نشر المؤشر العالمي لحرية الصحافة لعام 2021 (حيث يشير الرقم 1 إلى الأكثر حرية) سنوياً، وهو المؤشر الصادر عن منظمة "مراسلون بلا حدود". ويقاس المؤشر مستوى الحرية المتاحة لوسائل الإعلام. ويقدم معلومات عن أوجه التقدم والانخفاض في احترام حرية الإعلام في 180 بلداً، ويستخدمها البنك الدولي لتقييم احترام البلد لسيادة القانون.

7 فريدم هاوس (2017) <https://freedomhouse.org/country/morocco>

8 <http://maroc.mom-rsf.org/en> مؤشر MOM - تم تطوير "مرصد ملكية وسائل الإعلام" (MOM) من قبل منظمة "مراسلون بلا حدود" كأداة "رسم خرائط" من أجل إنشاء قاعدة بيانات متاحة للعموم ويتم تحديثها باستمرار وفي المغرب، عملت منظمة مراسلون بلا حدود مع موقع Le Desk الإخباري المستقل.

9 وتتولى العائلة المالكة نفسها دوراً رئيسياً في حيازة وسائل الإعلام، فشركتها القابضة (SNI) Société Nationale d'Investissement تملك أسهماً في أربع شركات إعلامية، تدرج ثلاث منها بين أكبر خمس شركات إعلامية (SOREAD وEcoMedias وRadio Méditerranée Internationale).

10 <http://maroc.mom-rsf.org/en> مرصد ملكية وسائل الإعلام (MOM)

يحفظهم بشكل خاص حجم الجمهور. وكثيرا ما تكون البيانات والتدابير المتعلقة بحجم الجمهور غير متاحة للجمهور، وكثيرا ما تكون الهياكل التنظيمية ملكية تلك المنافذ مفتقرة إلى الشفافية.

ويوضح مؤشر فريدم هاوس لحرية الإنترنت في المغرب بتقدير 100/53 (2021)، أي أنه يدرجها على أنها بلد يتمتع بحرية جزئية.<sup>11</sup> ويقال إن الحكومة تحتفظ بنظم مراقبة استُخدمت أحيانا لتقييد المحتوى على الإنترنت. ولا يزال الحيز المتاح لوسائل الإعلام المستقلة على الإنترنت يتقلص، في حين تستمر المنافذ الإعلامية الموالية للحكومة في الانتشار. وقد استهدفت السلطات مستخدمي الإنترنت في الداخل والخارج، ويقال إن المواقع الإخبارية الموالية للحكومة تنشر معلومات كاذبة عن الصحفيين. وقد أبلغت السلطات مستخدمي يوتيوب المغاربة المقيمين في الخارج أنهم قد يواجهون اتهامات جنائية بسبب التعبير عن آراء انتقادية على الإنترنت. كما قُيدت حرية وسائل الإعلام من خلال التدابير ذات الصلة بالوباء العالمي لكوفيد 19، حيث أوقفت وزارة الثقافة طباعة الصحف وتوزيعها. واعتقلت السلطات أيضاً أشخاصاً اتهمتهم بنشر أخبار كاذبة.<sup>12</sup>

**الوصول الإعلامي** ساعدت التطورات الأخيرة في الولوج إلى الإنترنت – بالإضافة إلى الاضطرابات السياسية الوطنية والدولية – المنصات الإلكترونية على توسيع نطاق انتشارها وزيادة حصتها في السوق بشكل كبير. وقد مهد ذلك الطريق لإنشاء المزيد من المنافذ الإعلامية<sup>13</sup>، وساعد في تيسير وصول السكان إلى أنواع جديدة من المحتوى الإعلامي كالفديو.

وفقاً لموقع Dessported.com في يناير 2021:<sup>14</sup>

- « يبلغ عدد سكان المغرب 37.13 مليون نسمة، مع تقسيم جنساني موزع بنسبة 50/50 تقريباً.
- « يشكل سكان الحضر نسبة 60.8 في المائة من السكان، بينما يعيش 36.2 في المائة في المناطق الريفية.
- « يبلغ معدل انتشار الإنترنت 74.4 في المائة، وهناك 27.62 مليون منخرط للإنترنت في البلاد (زيادة 9 في المائة عن عام 2020).
- « يستخدم 22 مليون شخص وسائل التواصل الاجتماعي، أي ما يعادل 59.3 في المائة من حضيرة السكان.

وفقاً للاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) – وهو وكالة تابعة للأمم المتحدة تمثل المصدر الرسمي لإحصاءات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العالمية<sup>15</sup> – ففي عام 2020، وصلت تغطية الهاتف المتنقل إلى 100 في المائة من السكان، في حين وصلت إلى 99 في المائة من خلال شبكات الهاتف المتنقل بتقنية الجيل الثالث (3G) والجيل الرابع (4G) على الأقل.

شكل 2: البنية التحتية للاتصالات بنظرة سريعة من بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات 2020

الخدمة	خط هاتفي ثابت	خلوي متنقل	النطاق العريض للهواتف المتنقلة	النطاق العريض للخطوط الثابتة
عدد الاتصالات	2.357.286	49.421.023	27.743.105	2.102.434
لكل 100 نسمة	6%	134% <sup>16</sup>	75%	6%

وفقاً لدراسة أعدتها الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات حول معدات تقنية المعلومات والاتصالات واستخدامها خلال عام 2019 (انظر الرسوم البيانية أدناه من الدراسة)<sup>17</sup>، زادت إمكانية الوصول إلى البنية التحتية للإنترنت عامًا بعد عام. في عام 2019، تم تزويد أكثر من نصف مليون أسرة بإمكانية الوصول إلى الإنترنت، مما يمثل نسبة 80.8 بالمائة من السكان. ولا يزال الاتصال بالإنترنت أقل في المناطق الريفية والجبالية، مع إمكانية الوصول إلى الإنترنت بسرعة عالية (4G و 3G والألياف البصرية) التي تتركز في المدن الرئيسية والمناطق الأكثر سكاناً. ولا تزال شبكة الإنترنت للهواتف المتنقلة هي المحرك الرئيسي لتوسيع نطاق وصول الأسر المعيشية إلى الإنترنت، ولا سيما في المناطق الريفية حيث تكون إمكانية الوصول إلى الخطوط الأرضية منخفضة للغاية.

11 تستند الدرجات إلى مقياس يتدرج من الصفر 0 (الأقل حرية) إلى 100 (الأكثر حرية)

<https://freedomhouse.org/country/morocco/freedom-net/2021Scores> 12

<https://www.morocoworldnews.com/2019/03/268763/moroccan-digital-media-clicks> 13

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-morocco?rq=morocco> 14

الإحصائيات الخاصة بحضيرة مستخدمي الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية واتصالات الهاتف المتنقل قد لا تماثل عدد المنخرطين المتفردين

[https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/DDD/ddd\\_MAR.pdf](https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/DDD/ddd_MAR.pdf) 15

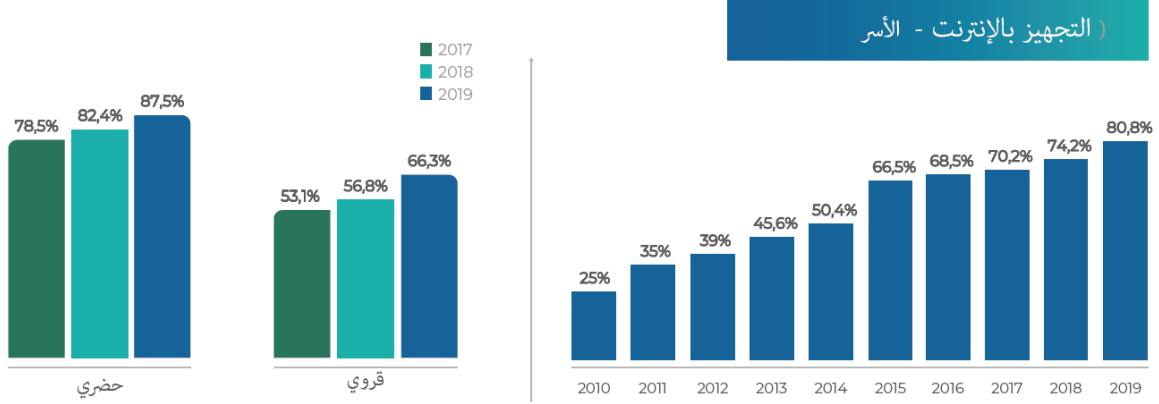
16 قد يحمل المنخرطون أكثر من هاتف متنقل واحد أو جهاز واحد

17 تقرير تجهيزات واستعمالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال 2019، الصادر عن الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات

<https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/enquete-tic-2019-ar.pdf>

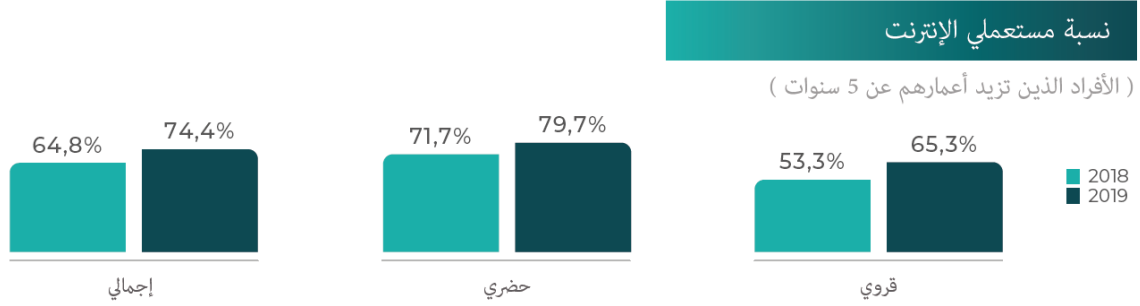


شكل 3: تجهيز الإنترنت في المغرب

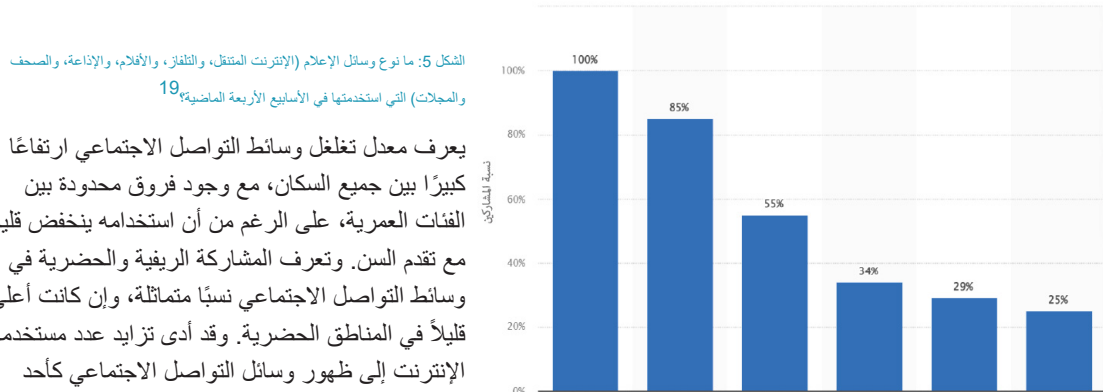


في عام 2019، كان هناك 24.3 مليون مستخدم للإنترنت، بزيادة 17 في المائة مقارنة بعام 2018. وهذه الزيادة كبيرة بين سكان الريف.

شكل 4: مستخدمو الإنترنت في المناطق الريفية والحضرية



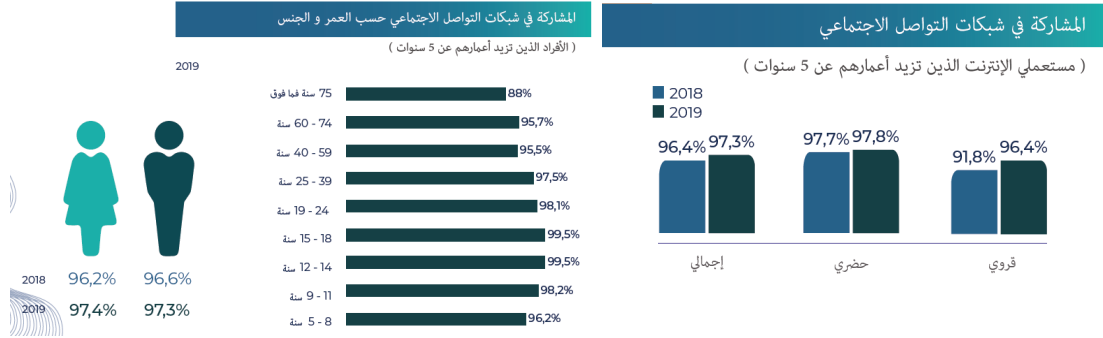
وفقاً لمنظمة فريدم هاوس 2021، يستخدم 92 في المائة من سكان المغرب الهواتف المتنقلة. ومن بين هؤلاء، سجل مستخدمو الهواتف الذكية نسبة 73 في المائة - ويستخدم 86 في المائة منهم هواتفهم الذكية للولوج إلى الإنترنت، ولا سيما في المناطق الريفية.<sup>18</sup> وتبين نتائج دراسة استقصائية أجريت في عام 2020 النسبة المئوية للسكان الذين يستخدمون وسائل إعلام مختلفة:



وفي عام 2019، أصبح بإمكان 97.3 في المائة من المغاربة الولوج إلى نوع واحد على الأقل من وسائل التواصل الاجتماعي انظر الشكل 6 أدناه.

<sup>18</sup> <https://freedomhouse.org/country/morocco/freedom-net/2021>  
<sup>19</sup> <https://www.statista.com/forecast/825521/media-use-in-morocco>، دراسة استقصائية للأشخاص عام 2008، تمت في عام 2020

شكـل 6: المشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي في المغرب (الوسائل العالمية على المستوى الوطني) 20



أدى تطوير وسائل التواصل الاجتماعي إلى تحول جذري نحو شكل جديد من أشكال الصحافة الرقمية المستوحاة من الصحافة الشعبية. فالأخبار لم تعد تصدر عن صحفيين محترفين أو تقتصر على المقالات المكتوبة بل أصبحت تشمل بصورة متزايدة أشكالاً سمعية أو بصرية. وأدى التنافس على الجماهير وإيرادات الإعلان إلى زيادة انتشار التقارير الإخبارية والمزيد من القصص المثيرة.<sup>21</sup> وقد أدى هذا التحول إلى تغيير كل من تقديم الأخبار والعادات الاستهلاكية لوسائل الإعلام في المغرب.

ومعظم سكان المغرب، حتى في المناطق الريفية، يملكون تلفازاً. ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى برنامج الكهرباء الطموح للغاية (بلغ معدل كهربة الريف 78,99 في المائة في عام 2020).<sup>22</sup> ويملك أزيد من 96 في المائة من السكان جهاز تلفاز، كما أن 84 في المائة من الأسر المعيشية مجهزة بأطباق ساتلية للوصول إلى برامج التلفزة الأجنبية.<sup>23</sup> ويملك أزيد من 50 في المائة من الأسر جهاز راديو. وتنتج الصحف المطبوعة وتوزع حوالي 321.000 صحيفة في جميع أنحاء البلد يومياً.<sup>24</sup>

### 3.2 اللغة واللهجات في وسائل الإعلام

للمغرب لغتان رسميتان: اللغة العربية الفصحى، واللغة الأمازيغية.<sup>25</sup> وتحدثت الغالبية العظمى من المغاربة باللغة "الدارجة" في الحياة اليومية، وهي لهجة عربية تُعرف باللهجة العربية المغربية. "الدارجة" لغة شفوية ولا تُستخدم في الكتابة الرسمية. وتُستخدم اللغة العربية الفصحى في البث الإذاعي ولأخبار والبرامج الأخرى وفي الخطب التي يلقيها الملك والسياسيون. وتُستخدم الفرنسية على نطاق واسع كلغة ثانية، ولا سيما في قطاع الأعمال، وتستخدمها النخبة الاجتماعية. تتباين الأرقام المتعلقة بالاستخدام الحالي للغة الفرنسية وتستخدم المصادر تعاريف مختلفة؛ فوفقاً لدراسة نشرت في عام 2018 من قبل مرصد اللغة الفرنسية فإن نسبة 35 في المائة فقط من المغاربة يتحدثون الفرنسية،<sup>26</sup> على الرغم من أن 2,67 في المائة من السكان الملمين بالقراءة والكتابة ذكروا في إحصاء عام 2014 إنهم قادرون على التحدث بالفرنسية. وبسبب قربها الجغرافي من إسبانيا والوجود الاستعماري السابق للبلد في المغرب، تُستخدم الإسبانية أيضاً في الأقاليم الشمالية والجنوبية، غير أنها تستخدم بوتيرة أقل بكثير من الفرنسية. وفي المنطقة الشمالية، كان من الممكن دائماً استقبال قنوات التلفزة والإذاعة الإسبانية بسهولة، وللقنوات الإسبانية جمهور كبير. وتُستخدم الإنكليزية أيضاً، ولكنها أقل شعبية من الفرنسية.

شكـل 7: لمحة سريعة عن المغرب

اللغات الرسمية	العربية والأمازيغية
اللغات الشائعة الأخرى (اللهجات الإقليمية)	الدارجة، تاشلحيت، تمازيغت، تاريغت، الحسانية
اللغات الأخرى المستخدمة على نطاق واسع في البث الإعلامي	الفرنسية، الإسبانية

طبقاً لدراسة أجريت في عام 2012،<sup>27</sup> فإن 98 في المائة من المغاربة يتحدثون العربية المغربية/الدارجة، و63 في المائة يتحدثون بالفرنسية، و26 في المائة من الناطقين بالأمازيغية، و14 في المائة يتحدثون بالإنجليزية، و10 في المائة يتحدثون بالإسبانية. وفقاً لتعداد

20 تقرير تجهيزات واستعمالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال 2019، الصادر عن الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات <https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/enquete-tic-2019-ar.pdf>  
 21 OJD (2020). تم استقاء هذه المعلومات من موقع <https://www.morocoworldnews.com/2019/03/268763/moroccan-digital-media-clicks> (2019). Lamzouaq, S. E  
 22 بدأ تنفيذ البرنامج العالمي لكهربة الريف في عام 1996 بهدف ربط جميع الأسر المعيشية والقرى في المناطق الريفية بالكهرباء. وفي عام 2020، بلغ معدل كهربة الريف 99,78 في المائة.  
 23 وتعد قناة إم بي سي السعودية من أكثر القنوات شعبية حيث بلغت حصتها في السوق 4.5 في المائة في 2019. أما قناة الجزيرة القطرية و"بي إن" الرياضية فتستحوذ على قطاع يبلغ 1,5 في المائة من الجمهور. (Allam, 2019)  
 24 OJD (2020). تم استقاء هذه المعلومات من موقع <https://www.ojd.ma/Chiffres>  
 25 أصبحت اللغة الأمازيغية، المعروفة أيضاً باسم تمازيغت، تُدرّس في المدارس. وتستخدم "تمازيغت" كاختصار يشير إلى اللغة الأمازيغية، كما يشير إلى اللغات الفرعية المستخدمة في إقليم سوس. ونحن نستخدم في هذا الدليل لفظة "الأمازيغية" للإشارة إلى اللغة الأمازيغية و"تمازيغت" للإشارة إلى اللهجة المحلية.  
 26 تمعد دراسة سنوية يجريها مرصد اللغة الفرنسية إلى تقييم التقدم المحرز في اللغة الفرنسية <http://observatoire.francophonie.org/2018/synthese.pdf>  
 27 <http://www.exteriores.gob.es/embajadas/rabat/es/noticias/documents/lengesparr.pdf>

السكان في عام 2014،<sup>28</sup> فإن 99,2 في المائة من المتعلمين الذين تزيد أعمارهم عن 10 سنوات يتحدثون/يكتبون العربية بكلتا النسختين (الدارجة والفصحى).

شكل 8: اللغات التي يكتبها ويتحدث بها السكان الملمون بالقراءة والكتابة الذين تبلغ أعمارهم 10 سنوات فما فوق، وفقاً لإحصاء سكان المغرب لعام 2014

لغة القراءة والكتابة	النسبة المئوية للسكان	نسبة الإناث	النسبة المئوية للذكور
العربية	99,2	99,2	99,3
الأمازيغ	2,9	2,8	3,1
الفرنسية	67,2	68,4	66,2
الإنكليزية	18,7	20,2	17,6
الإسبانية	1,5	1,4	1,6
أخرى	0,5	0,4	0,5

تتألف اللغات الأمازيغية من مجموعة من اللغات المنطوقة والقريب إلى نحو كبير من بعضها، والتي تستخدمها شعوب الأمازيغ في شمال أفريقيا. تُستخدم في المغرب ثلاث لهجات: تاريفيت التي يتم التحدث بها في شمال المغرب (جبال الريف)، وتاشلحيت التي يتم تداولها في المناطق الوسطى، وتمازيغت التي يتم تداولها على نطاق واسع في منطقة سوس في جنوب جبال أطلس. أما الحسانية فهي لهجة من اللغة العربية يتكلمها الصحراويون والسكان الأصليون من الأقاليم الجنوبية في الصحراء الغربية. ويوفر تعداد عام 2014 توزيعاً للغات، بما في ذلك حسب نوع الجنس.

شكل 9: السكان المحليون في المغرب (تعداد السكان لعام 2014)

اللغة المحلية المستخدمة (غير الحصرية)	الذكور	الإناث	بشكل عام
الدارجة (لهجة عربية)	92,2	89,7	90,9
تاشلحيت	14,2	14,1	14,1
تمازيغت	7,9	8,0	7,9
تاريفيت	4,0	4,1	4,0
الحسانية	0,8	0,8	0,8

تتفاوت معدلات الإلمام بالقراءة والكتابة بين الجنسين وفيما بين المناطق الريفية والحضرية. كما أن العديد من اللهجات المنطوقة ليست لها صيغة مكتوبة. وفي العديد من المناطق، تبقى الفتيات في المنزل لأن المدارس تُدرّس باللغة العربية ولأن معلمي الدولة لا يعرفون اللهجات المحلية على الإطلاق تقريباً. وحوالي 90 في المائة من النساء والفتيات في المناطق الريفية أميات، بما في ذلك في المناطق الريفية والمرتفعات.<sup>29</sup> وفقاً لتعداد عام 2014، تبلغ نسبة الأميين 32,2 في المائة من مجموع السكان، تتوزع ما بين 22,2 في المائة من الرجال و43,1 في المائة من النساء.

اللغات المستخدمة في البث الإعلامي تستخدم محطات التلفزة والإذاعة العامة – بالإضافة إلى وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية – اللغة العربية الفصحى في الأساس، والتي لا يفهمها جميع المغاربة. كما أنها تستخدم الفرنسية الرسمية. وتميل المحطات الإذاعية الخاصة ووسائل الإعلام على الإنترنت إلى نقل محتوى بلغة تجمع إلى حد ما بين الفصحى والدارجة بحيث تكون مفهومة لمستمعيها. وفي إطار مهمتها كجهة لتقديم الخدمات العامة، فقد خصصت شركة البث الإعلامي الوطني محطة تلفزة ومحطة إذاعة وطنية للبرامج التي تُبث بلغة الأمازيغ (البربر). وكثير من وسائل الإعلام (لا سيما تلك التي تستخدم النصوص مثل المطبوعات والمنشورات على الإنترنت) محتوى باللغة الفرنسية، وتخصص معظم خدمات البث نسباً مختلفة من وقت البث للبرامج الناطقة بالفرنسية.

ووجدت دراسة أجريت في عام 2014<sup>30</sup> على قناتي التلفزة الرئيسيتين، الأولى ودوزيم، أن 35 في المائة من برامجها تستخدم خليطاً من الدارجة والعربية، و17,9 في المائة تستخدم الفرنسية وحدها، و15,4 في المائة تستخدم العربية الفصحى، و15,4 في المائة تستخدم الدارجة، و10,3 في المائة تستخدم خليطاً من الدارجة والفرنسية، و2,6 في المائة تستخدم خليطاً من تمازيغت والدارجة. ومن المهم ملاحظة أنه في حين تستخدم نسبة أعلى من البرامج خليطاً من الدارجة والعربية (35 في المائة)، فإن نسبة 33,3 في المائة تستخدم إما العربية أو الفرنسية. وفقاً لبوزيان: فإن "اختيار اللغة بهذا الشكل يقصر الاستفادة والانخراط على فئات الأثرياء والمتعلمين تعليماً عالياً في المغرب. فالمغاربة يتحدثون الدارجة – وهي لهجة مشتقة من العربية – في حياتهم اليومية، ولكن كلتا محطتي التلفزة العموميتين تستخدمان أساساً اللغتين العربية الفصحى والفرنسية". وفقاً للوكالة الوطنية لتقنين المواصلات في عام 2018 (البيانات غير متاحة لعام 2019)، كانت اللغتان الفرنسية والعربية الوطنية أكثر اللغات استخداماً وشعبية على الإنترنت.<sup>31</sup>

28 الإحصاء العام السادس للسكان والسكنى (RGPH 2014) انظر [https://rgph2014.hcp.ma/downloads/Resultats-RGPH-2014\\_118649.html](https://rgph2014.hcp.ma/downloads/Resultats-RGPH-2014_118649.html)

و <http://rgphentableaux.hcp.ma/Default1/> ونتائج الإحصاء العام السادس للسكان والسكنى (RGPH 2014)

29 <https://borgenproject.org/womens-education-in-morocco/>

30 بوزيان، تحليل كمي لمحتوى التلفزة المغربية للخدمة العامة، 2014

31 استقصاء المؤشرات الوطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل المنازل والأفراد على المستوى الوطني لعام 2018، الصادر عن الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات

[https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/enquete\\_2019\\_eng.pdf](https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/enquete_2019_eng.pdf)

شكل 10: اللغات المستخدمة على الإنترنت (2018)

اللغات الوطنية	51%
الفرنسية	47%
الإنكليزية	2%

## 4.2 العقبات التي تحول دون الوصول إلى وسائل الإعلام

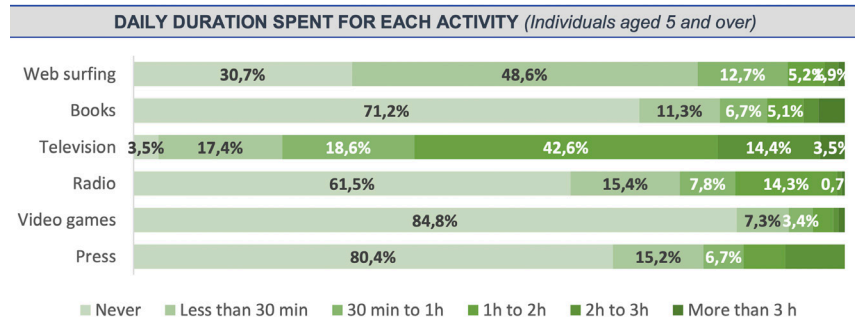
لا تزال الأمية تشكل أهم عائق أمام الوصول إلى وسائل الإعلام. فلم يحصل أكثر من 70 في المائة من السكان على أي تعليم أو اقتصر تعليمهم على تعليم منخفض للغاية، وبالتالي لا يمكنهم الاستفادة من المحتوى الإعلامي المقدم باللغة العربية. وتشكل اللغة أيضاً حاجزاً أمام البعض كما نوقش أعلاه. وفقاً للنظرة العامة التي قدمتها منظمة فريدام هاوس (بيت الحرية)<sup>32</sup> فقد سجل المغرب نتيجة 6/5 على مقياس يقيس ما إذا كانت قيود البنية التحتية تحد من الولوج إلى الإنترنت أو من سرعة ونوعية اتصالات الإنترنت. غير أن إمكانية الولوج إلى الإنترنت كانت تتزايد ببطء في السنوات الأخيرة. كما زادت السرعة أيضاً (في عام 2021 كان متوسط سرعة التنزيل 40 ميغابايت في الثانية). وقد أدخلت تحسينات على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مر السنين. ولا يزال استخدام الإنترنت ميسوراً نسبياً، رغم وجود فروق في الأسعار بين المناطق الحضرية والريفية.

## 5.2 تفضيلات وسائل الإعلام ووسائل الإعلام الموثوقة

وفقاً لاستقصاء المؤشرات الوطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (بيانات من عام 2018)<sup>33</sup> يُعد التلفاز والإنترنت من بين مصادر المعلومات الأكثر انتشاراً في المغرب، تليه الإذاعة. ولا تزال شعبية وسائل الإعلام المطبوعة تتناقص مع انخفاض مستويات الإلمام بالقراءة والكتابة في البلاد، حيث تقتصر في معظمها على المناطق الحضرية. وتشمل البيانات الرئيسية من الدراسة:

- « يقضي المغاربة من ساعة واحدة إلى اثنتين في اليوم في الأنشطة التالية: التلفاز 42,6%، الإذاعة 14%، الصحافة 7%، القراءة 5,1%»
- « يقضي ما يقرب من 60 في المائة من مستخدمي الإنترنت أكثر من ساعة في اليوم على الإنترنت، وبالنسبة لمن هم أكثر مهارة – وتحديداً من يقضون أكثر من 3 ساعات على الإنترنت (22 في المائة) – هم من الرجال الساكنين في المناطق الحضرية.»
- « على الصعيد الوطني، يمثل الاتصال اليومي بالإنترنت 75 في المائة من السكان، و 21 في المائة يتصل مرة في الأسبوع، و 4 في المائة أقل من مرة في الأسبوع.»
- « 79,2 من منخرطي الإنترنت المغربية يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي يومياً أو بنسبة مقاربة»
- « يقضي نصف منخرطي الإنترنت أكثر من ساعة في اليوم تقريباً على وسائل التواصل الاجتماعي»
- « تحصل واحدة من كل اثنتين من الأسر الريفية على الإنترنت عن طريق الهاتف المتنقل»

شكل 11: المدة اليومية المنقضية على كل نشاط



تصل شركتنا البث الإذاعي الأولى وقناة دوزيم (2M) – المملوكتان للحكومة – إلى 49 في المائة من مجموع جمهور التلفزة.<sup>34</sup> ويستخدم الجمهور المغربي الأقمار الصناعية (السواتل) للوصول إلى مجموعة واسعة من المحتوى الدولي، مع تفضيل القنوات العربية في المقام الأول. وتعد قناة "إم بي سي غروب" في المملكة العربية السعودية من أكثر القنوات شعبية حيث تبلغ حصتها في السوق حوالي 4,5 في المائة (2019). وتصل قناة الجزيرة القطرية و"بي إن" الرياضة إلى 1,5 في المائة من الجمهور.<sup>35</sup>

وخلصت دراسة أجرتها مجموعة Sunergia البحثية في 2019<sup>36</sup> إلى أن الجماهير المغربية تفضل استهلاك المعلومات عبر التلفزة. وتبين

2021/https://freedomhouse.org/country/morocco/freedom-net 32

33 استقصاء المؤشرات الوطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل المنازل والأفراد على المستوى الوطني لعام 2018، الصادر عن الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات

https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/enquete\_2019\_eng.pdf

34 CIAUMED. (2020). Rapport du Centre Interprofessionnel d'Audience des Médias. 34

Allam, A. (2019) https://www.telesatellite.com/actu/53775-2m-est-la-chaine-de-tele-la-plus-regardee-au-maroc.html. 35

https://groupe-sunergia.com/market-insights/principales-sources-information-marocains/?ihc\_fail\_captcha=true 36



أن التلفاز هو المصدر الرئيسي للمعلومات بالنسبة إلى 48 في المائة من المغاربة، والشبكات الاجتماعية بالنسبة إلى 28 في المائة، والإذاعة بالنسبة إلى 7 في المائة، والصحافة على الإنترنت بالنسبة إلى 6 في المائة، والأصدقاء بالنسبة إلى 4 في المائة، والصحافة المكتوبة بالنسبة إلى 2 في المائة (في حين تظل تفضيلات 3 في المائة غير معروفة). ومن حيث المحتوى، على الرغم من أنه لا توجد برامج إخبارية أو إعلامية فردية في أعلى 20 برنامجًا تمت مشاهدتها خلال عام 2020، باستثناء بعض البرامج ذات الصلة بالوباء العالمي لكوفيد 19. 37. تعتبر الأخبار نفسها ثاني أكثر أنواع البرامج مشاهدة على شاشة التلفاز (2016)، بعد الأفلام والمسلسلات. وجدت الأبحاث التي أجرتها مؤسسة البارومتر العربي<sup>38</sup> اعتمادًا متزايدًا على وسائل التواصل الاجتماعي لتلقي الأخبار العاجلة خلال الوباء العالمي لكوفيد، حيث أشار 36 في المائة من المغاربة إلى أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار العاجلة. وتبين الدراسة أن الذين التحقوا بالتعليم العالي أفادوا باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للأخبار العاجلة أكثر بكثير من أولئك الذين أنهوا دراستهم بعد التعليم الثانوي أو قبل ذلك. وفقًا لمصادر مختلفة، فإن محتوى الترفيه يجتذب أكبر جمهور.

وفقًا لمؤسسة Sunergea، لا يزال التلفاز أكثر شعبية بين من هم أكبر سنًا وبين ساكني المناطق الريفية. وقد يكون ذلك مرتبطًا بقلة استيعاب هذه الفئة للتكنولوجيات الجديدة، أو بحقيقة أنها قد تكون أقل كفاءة في الاتصال بالإنترنت أو أنها قد تكون أكثر أمية. ويمثل الأشخاص الذين يعيشون في المناطق الريفية والذين تزيد أعمارهم عن 45 سنة المجموعات أكثر احتمالًا لاستقاء معلوماتهم عبر التلفاز. ويحصل 60 في المائة من الأشخاص الذين يعيشون في المناطق الريفية على معلومات من التلفاز، والذي يمثل مصدر المعلومات أيضًا لنسبة 56 في المائة من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 45 و54 سنة، و63 في المائة من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 55 و64 سنة، و80 في المائة من الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 65 سنة فما فوق. ويختلف الوضع تمامًا بالنسبة للفئات الأصغر والأكثر تعليمًا؛ حيث يفضل الأكاديميون ومن تقل أعمارهم عن 34 عامًا الحصول على معلوماتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

## 6.2 الاتصال المتبادل مع المجتمعات المحلية

تشتهر العديد من وسائل الإعلام على الإنترنت – مثل "شوف تيفي" (ChoufTV) – بالسماح "للعمامة" من المواطنين بالتحدث والتعليق على الأحداث الجارية. إلا أن السعي وراء تهيج المشاعر العامة قاد إلى انتهاج ممارسات شبيهة بالصحف الصفراء. تأتي الإيرادات الرئيسية لهذه المنافذ الإعلامية من الإعلانات، لذا ينصب التركيز على عدد وجهات النظر/أعداد الجمهور عوضًا عن جودة المحتوى. وللمحطات الإذاعية في المغرب تاريخ طويل من تلقي المكالمات الهاتفية، حيث تضم معظم المحطات عدة برامج تتلقى مكالمات من الجمهور. وتسمح هذه البرامج بالمشاركة المباشرة للمستمعين، وتركز أساسًا على المواضيع الترفيهية والطبية والاجتماعية والقضايا التي تعتبر ذات صلة بالمرأة.

وفي الدراسة التي أجراها بوزيان في عام 2014، فقد خلص إلى أنه لا توجد لدى أي من قناتي التلفزة المملوكتين للدولة – وهما قناة الأولى وقناة دوزيم – آليات هامة لإبداء آراء الجمهور أو إتاحة الفرصة للجمهور للمشاركة في إنتاج المحتوى. ووجدت الدراسة أن آيا من العروض التي قدمتها قناة الأولى لم تنتج للمشاهدين الفرصة لتقديم تعليقاتهم، وأن نسبة 16.7 فقط من برامج دوزيم قدمت هذه الفرصة للجمهور. ولم تكن هناك برامج تلفزة على هذه القنوات تسمح للمشاهدين بتقديم تعليقاتهم عن طريق الهاتف.

## دور الإعلام في الاستجابة للكوارث

يواجه المغرب مخاطر كبيرة – سواءً طبيعية أو من صنع الإنسان على حد سواء – مثل مخاطر الفيضانات والجفاف والزلازل والتسونامي، التي تؤثر على العديد من مناطق البلاد. ويتيح الأثر الذي أحدثته مؤخرًا الوباء العالمي لكوفيد 19 وحملة التطعيم فرصة فريدة لفهم دور وسائل الإعلام في حالات الطوارئ.

### 1.3 نظرة عامة على الكوارث والاستجابة لها

يمكن للفيضانات والسيول المفاجئة أن تسبب أضرارًا بشرية واقتصادية كبيرة، ولا سيما للمراكز الحضرية الرئيسية. وتتسبب حالات الجفاف المتكررة في خسائر كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي بسبب تأثيرها على القطاع الزراعي. وأدى الأثر القاسي للفيضانات على سكان الريف إلى نزوح السكان إلى ضواحي المناطق الحضرية الكبيرة. وهناك خطر وقوع زلازل في جبال الريف ومنطقة أغادير في الجزء الشمالي من البلد، وهو أحد أكبر المراكز السياحية في المغرب. وأدى آخر زلزال كبير وقع في الشمال عام 2004 إلى مقتل أكثر من 600 شخص وتدمير 12.000 منزل. كما يواجه المغرب مخاطر صناعية وتكنولوجية وبيئية وكيميائية في مناطق البنية التحتية الصناعية الرئيسية (المحمدية والجرف الأصفر وأسفي) وفي المناطق الصناعية الحضرية.

وكانت أول حالة من هذا النوع في المغرب قد وقعت في 2 مارس 2020. ومع اتساع نطاق تفشي المرض، أغلقت الحكومة المدارس وأوقفت الرحلات الدولية للركاب. وفي 20 مارس، أعلن المغرب حالة الطوارئ الطبية التي سمحت للحكومة بفرض قيود على حرية التنقل، بما في ذلك حظر التجول وقيود السفر وغير ذلك من التدابير الوقائية. وفرض إغلاق تام تقريباً في جميع أنحاء البلد لمدة أربعة أشهر. وأغلقت المدارس وفُرض التعليم عن بعد. وخلال السنة الدراسية 2020-2021، فرض المغرب التعليم المختلط وسمح بنظام الحضور المباشر بنسبة 50 في المائة فقط من قدرة المؤسسات التعليمية. ووفقاً لمنظمة الصحة العالمية، فإنه في الفترة من 3 يناير 2020 إلى 6 ديسمبر 2021، كانت هناك 950.591 حالة مؤكدة من الإصابة بهذا المرض في المغرب أسفرت عن وفاة 14.788 شخصاً. وحتى 4 ديسمبر 2021، تم إعطاء ما مجموعه 48.993.040 جرعة لقاح. وتأثرت قطاعات كثيرة بالتدابير التي فرضت للسيطرة على انتشار فيروس كوفيد 19، ووفقاً للحكومة، فقد ما يقرب من 600.000 وظيفة في عام 2020 بسبب الوباء.

### 2.3 دور وسائل الإعلام في الاستجابة للكوارث

في أعقاب زلزال الحسيمة الذي ضرب شمال البلد في عام 2004، أطلقت حملة تضامن واسعة النطاق لدعم جهود الإغاثة، سواءً في المغرب أو على الصعيد الدولي. ومنذ ذلك الحين، لم يشهد المغرب أي كوارث واسعة النطاق تتجاوز الأحداث المحلية، ولم يثر معظمها تركيزاً دولياً. في الوقت الحاضر، ومع ظهور وسائل الإعلام على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت المعلومات حول الكوارث الصغيرة أو الكبرى تحتل المرتبة الأولى من حيث الأخبار، ويتم نقلها عبر وسائل الإعلام الوطنية الرئيسية ووكالة الأنباء العربية المغربية المملوكة للدولة.

وفي حين أن ازدهار وسائل الإعلام على شبكة الإنترنت قد أثرى تبادل المعلومات ووسع نطاق الوصول المحلي، فقد سمح أيضاً بزيادة الإثارة والمعلومات المضللة. وهذا يعني أن السلطات العامة كثيراً ما تجد نفسها في حاجة إلى التعليق على الأحداث قبل التخطيط للاتصالات الرسمية. تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام لنشر حملات جمع التبرعات من قبل الأفراد؛ على سبيل المثال، في نوفمبر 2014، عندما دمرت الفيضانات الشديدة أجزاء من الجنوب، جمعت حملات جمع التبرعات التي تم تعبئتها بشكل رئيسي من خلال الشبكات الاجتماعية (وخاصة مجتمع مستخدمي تويتر) أكثر من 800.000 درهم (70.000 دولار أمريكي) من التبرعات.<sup>39</sup>

ويؤدي تزايد وجود المنافذ الإعلامية في المدن إلى انحياز التغطية الإعلامية للمناطق الحضرية، حيث لا تشهد الأحداث في المناطق الريفية – ولا سيما المناطق النائية نفس التغطية الإعلامية دائماً؛ فعلى سبيل المثال، لم يتمكن المراسلون من الوصول إلى المناطق النائية في عام 2006 عندما أدى الطقس البارد إلى عزل جبال أطلس وإلى وقوع وفيات (ولا سيما بين الرضع). وتحد الثغرات في وسائل الإعلام في المناطق من قدرتها على الاستجابة على الصعيد الوطني أثناء وقوع كارثة. وتعتمد معظم وسائل الإعلام إما على المعلومات المرسلة عن طريق وكالة الأنباء الرسمية وقنواتها التلفزيونية، أو على مصادر محلية وغير مؤكدة تخاطر بنشر أخبار غير دقيقة. وخلال الأزمات، غالباً ما تكون المنظمات غير الحكومية المحلية ومنظمات حقوق الإنسان والمراسلون الصحفيون المحليون المصادر الرئيسية للمعلومات. وكثيراً ما تتعرض السلطات المحلية للنقد بسبب افتقارها إلى القدرة على التواصل أثناء الأزمات.

وفي عام 2016، أبرز المكتب الوطني لتدقيق الحسابات في المغرب عدم وجود خطط مسبقة لإدارة مشاركة الصحافة والمنظمات غير الحكومية أثناء الكوارث.<sup>40</sup> وشعر المكتب أن خطط عمل الاستراتيجية الوطنية لإدارة مخاطر الكوارث الطبيعية<sup>41</sup> تفنقر إلى استراتيجية وطنية لزيادة وعي المواطنين بالمخاطر ودعم التأهب. وأوصى التقرير بإشراك وسائل الإعلام والمجتمع المدني، واستخدام التكنولوجيات الجديدة والشبكات الاجتماعية في استراتيجيات الاتصالات خلال حالات الطوارئ.

<https://www.morocoworldnews.com/2014/12/146189/100dhpouraider-campaign-helps-flood-victims-in-morocco> 39

[http://www.courdescomptes.ma/upload/ModUle\\_20/File\\_20\\_288.pdf](http://www.courdescomptes.ma/upload/ModUle_20/File_20_288.pdf) 40

[https://www.gestionrisques.ma/web/files/Plan\\_operationnel\\_2021\\_2026.pdf](https://www.gestionrisques.ma/web/files/Plan_operationnel_2021_2026.pdf) 41

وسائل الإعلام وكوفيد 19 أطلقت وزارة الصحة المغربية حملة تواصل غير مسبوق لتقديم معلومات حول فيروس كوفيد 19 وتطور الوباء العالمي. وكانت هذه الحملة سريعة وفعالة مقارنة بحملة البلدان الأفريقية الأخرى والحملة الأوروبية المجاورة.<sup>42</sup> ويتلقى المغرب لقاحات عن طريق مبادرة الوصول العالمي للقاحات (كوفاكس)، وفي يناير 2021، أطلقت حملة وطنية للتطعيم ضد كوفيد 19. وقامت السلطات الصحية بتعبئة مبادرة إعلانية ضخمة للترويج للقاح المجاني غير الإلزامي وتوفير المعلومات وطمأنة الناس. وشمل ذلك التلغاف والإذاعة والصحافة المطبوعة والإنترنت. وكان الملك المغربي محمد السادس أول من يتلقى اللقاح في البلاد. وكان تطعيمه حدثاً رسمياً بُث على جميع وسائل الإعلام. وكان كبار المسؤولين الآخرين في البلد من بين أوائل من تلقوا التطعيم بدورهم. وقد خصصت وسائل الإعلام العديد من البرامج لفوائد اللقاح وسلامته. ويقدم الموقع الرسمي للحكومة<sup>43</sup> معلومات باللغتين العربية والفرنسية. وهو يقدم معلومات عن مواقع تقديم اللقاح، والفئات المستهدفة، وأرقام الاتصال، إلى جانب الأسئلة الشائعة عن اللقاح. وكانت السلطات المحلية تقوم بالتواصل أيضاً باستخدام أساليب أكثر تقليدية مثل الاستعانة بالمنادين في طرقات المدن لنشر الإعلانات العامة في الشوارع.<sup>44</sup> وفي بعض المناطق الريفية، كان يتم الاستعانة بالأسواق الشعبية لتشجيع الناس على تلقي اللقاح.

أدخلت معظم خدمات الإذاعة والتلغاف تغييرات رئيسية على برامجها العادية خلال الوباء. وتم استحداث برامج جديدة لتوفير آخر المستجدات والمعلومات مستكملة بشكل منظم للجمهور. ووفقاً لجهود الرصد من جانب الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، فإن أكثر من 45 في المائة من برامج التلغاف والبرامج الإذاعية كانت متصلة بالوباء أثناء فترة الإغلاق. وقدمت معلومات تتعلق بالوباء ومشورة طبية، ويسر الاتصال المتبادل مع المواطنين، مما سمح لهم بالإجابة على أسئلتهم. وعملت وسائل الإعلام مع عدد كبير من الخبراء والاختصاصيين والموظفين العموميين لتوفير البيانات والمعلومات. ومثلت المجالات وبرامج المجالات الإخبارية 30 في المائة من التغطية ذات الصلة بوباء كوفيد 19 العالمي، ومثلت الحملات الإعلانية 39 في المائة والبرامج الحوارية 10 في المائة. وسمحت 19 في المائة من البرامج التلفزيونية ذات الصلة بوباء كوفيد 19 العالمي بنوع من التفاعل مع الجمهور.<sup>45</sup>

في الوقت نفسه، ومع المشاركة في مكافحة الوباء، فقد طُلب من معظم قنوات التلفزة والقنوات الإذاعية توفير خدمات التعليم عن بعد. وبمجرد إغلاق المدارس، فقد كان يتم تكليف القناة 4 (القناة الثقافية) ببيت دروس تُلغافية مدرسية. كما طُلب من قنوات أخرى مثل "الأمازيغية" و"العيون" و"الرياضية" المساهمة في الجهود التي تشمل التعليم على جميع المستويات، من مدراس التعليم الأساسي إلى الدراسات الجامعية.

وقد ساعدت وسائل الإعلام في جمع الأموال لصندوق الطوارئ "الصندوق الخاص لإدارة الوباء العالمي لفيروس كورونا (كوفيد 19)"، الذي تمت الاستعانة به لتحسين الهياكل الصحية الأساسية، ودعم القطاعات الاقتصادية الأشد تضرراً والأسر الأفقر من الناحية المعيشية. وجمع الصندوق أكثر من 33 مليار درهم (3 مليارات دولار) بمساهمات من الحكومة والقطاع العام والقطاع الخاص والأفراد والشركاء الدوليين مثل الاتحاد الأوروبي ووكالة التنمية الدولية التابعة للولايات المتحدة. كما شاركت وسائل الإعلام في عدة مبادرات طوعية قام بها المواطنون والمجتمع المدني لتقديم المساعدة اللوجستية والدعم المعنوي للمهنيين العاملين في القطاع الصحي ولتقديم المساعدة والمأوى للفئات المستضعفة.<sup>46</sup>

اتخذت السلطات المغربية قراراً جذرياً في مارس 2020<sup>47</sup> بوقف توزيع جميع الصحف المطبوعة بسبب الإغلاق. ولم يكن العديد من القراء مستعدين تكنولوجياً لهذا التحول إلى الطباعات الإلكترونية، ونتيجة لذلك لم يتمكنوا من الوصول إلى محتوى الصحف. وقد ثبت أن الإغلاق لمدة أربعة أشهر، والقيود المفروضة على السفر، وفرض العمل المنزلي تشكل عائقاً أمام الصحفيين المنتقنين للأخبار.

**المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة** وصلت المعلومات الخاطئة والمضللة إلى مستويات عالية خلال الوباء، وخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي وخدمات الرسائل الفورية مثل واتس أب.<sup>48</sup> وجرى تبادل وثائق رسمية مزورة تعلن عن تدابير حكومية مختلفة من خلال تطبيقات الرسائل الفورية. وفي بداية انتشار الوباء، صدر قانون جديد يعلن حالة طوارئ صحية ويفرض عقوبات وينذر بسجن أي شخص ينتهك الأوامر والقرارات التي تتخذها السلطات العامة من خلال "الكتابات أو المنشورات أو الصور". وتبين تقارير منظمة العفو الدولية أنه خلال الشهرين التاليين لاعتماد هذا القانون الجديد، قامت السلطات بمحاكمة 91.623 شخصاً لانتهاكه. ووثقت منظمة العفو الدولية أيضاً اعتقال خمسة ناشطين في مجال حقوق الإنسان ومواطنين صحفيين في شهر أبريل وماي 2020 عقب نشر مقالات على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تنتقد كيفية إدارة السلطات المحلية لتوزيع المساعدات في مواجهة بوباء كوفيد 19 العالمي. وسنت الحكومة قانوناً آخر في مارس 2020، يُعاقب بموجبه كل من ينشر "الأخبار المزيفة" بعقوبة السجن لمدة تصل إلى خمس سنوات عندما يتم

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8083781/> 42

[www.liqahcorona.ma](http://www.liqahcorona.ma) 43

44 (Assabah, s.d.) تم استقاء هذه المعلومات من موقع <https://assabah.ma/html.454840/>

45 الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري (2020، غشت). تقرير توليفي عن مساهمة الخدمات الإذاعية والتلفزيونية المغربية. [https://www.haca.ma/sites/default/files/upload/Rapport%20de%20synth%C3%A8se%20-%20couverture%20m%C3%A9diatique%20du%20covid%2019\\_V%2005.08.2020.pdf](https://www.haca.ma/sites/default/files/upload/Rapport%20de%20synth%C3%A8se%20-%20couverture%20m%C3%A9diatique%20du%20covid%2019_V%2005.08.2020.pdf)

46 <https://www.haca.ma/sites/default/files/upload/Rapport%20Services%20audiovisuels%20Coronavirus%2009%20avril%202020%2046%282%29.pdf>

47 [http://www.mincom.gov.ma/slide\\_a\\_la\\_une/le-ministere-de-la-culture-de-la-jeunesse-et-des-sports/](http://www.mincom.gov.ma/slide_a_la_une/le-ministere-de-la-culture-de-la-jeunesse-et-des-sports/) 47

48 <https://telquel.ma/2020/03/04/fake-news-lautre-epidemie-virale-au-maroc.1671445?fbrefresh=2> 48



ذلك بقصد تعريض "الأمن القومي" للخطر. وتم تعليق العمل بهذا القانون فيما بعد لتتقيحه بعد معارضة واسعة النطاق.<sup>49</sup>

وقد بذلت وسائل الإعلام جهودًا لم يسبق لها مثيل للتصدي للأخبار الكاذبة والمضللة، والفيديوهات والرسائل الصوتية التي تنتشر على وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الرسائل الفورية. وقد اتخذ ذلك في الغالب شكل مقالات للتحقق من الحقائق. وأطلقت وكالة الأنباء الرسمية المسماة "وكالة المغرب العربي للأنباء" (MAP) موقعًا على الإنترنت "Mapanticorona.map.ma" والذي كان مخصصًا لنشر معلومات موثوقة وخاضعة للتحقق منها.

<https://www.amnesty.org/en/latest/news/2020/06/morocco-and-western-sahara-end-prosecution-of-activists-under-new-health-emergency-law/> و <https://www.amnesty.org/fr/wp-content/uploads/sites/8/2021/10/POL3047512021FRENCH.pdf> و <https://www.amnesty.org/fr/latest/news/2020/05/in-a-post-covid19-world-fake-news-laws-a-new-blow-to-freedom-of-expression-in-algeria-and-morocco-western-sahara/>



القسم 4:

## لمحة عامة عن وسائل الإعلام

يقدم هذا القسم لمحة عامة موجزة عن كل نوع من أنواع وسائل الإعلام المختلفة في المغرب: المنصات الإعلامية الرقمية، ووسائل الإعلام الاجتماعية، والتلفاز، والإذاعة، والمطبوعات، وأشكال الاتصال التقليدية. ولا يهدف إلى إجراء استعراض شامل لجميع وسائل الإعلام، بل يركز على مقدمي الخدمات الإعلامية الرئيسيين لكل فئة. من المهم التأكيد على أن البيانات الحالية لم تكن متاحة لجميع أنواع وسائل الإعلام وأن المعلومات المقدمة هنا تعتمد على الأعمال المنشورة والمقابلات المتاحة

### 1.4 منصات الوسائل الإعلامية الرقمية

أصبحت وسائل الإعلام الرقمية أكثر شعبية في المغرب. وحاولت الحكومة كبح جماح وسائل الإعلام عبر الإنترنت من خلال إصلاح قانون الصحافة لعام 2016، مع إلزام وسائل الإعلام عبر الإنترنت بالحصول على إذن من السلطات الرسمية للحصول على أوراق اعتماد الصحافة ودعم الدولة. وتختلف نوعية المحتوى اختلافاً كبيراً، فعلى سبيل المثال، أفادت التقارير بأن "شوف تي في"، الذي يضم أكبر جمهور في المغرب، يميل إلى تبني خط تحريري يستند إلى تقارير الفيديو المثيرة التي يقدمها مراسلون غير مدربين إلى حد كبير. 50 وفقاً لمؤسسة Alexa لتصنيف المواقع عام 2021، فإن 34 من أصل 100 من أبرز المواقع الإلكترونية الكبرى<sup>51</sup> تخص وسائل إعلام على الإنترنت. انظر الجدول أدناه للمواقع الإخبارية الرئيسية:

الشكل 12: تصنيف موقع Alexa عام 2021 لترتيب مواقع الأخبار الرئيسية في المغرب

الترتيب	الموقع	النوعية	مدة الزيارة اليومية على الموقع	المتوسط اليومي لعرض الصفحات لكل زائر
1	Google.com	محرك بحث	17:38	18,33
2	Youtube.com	فيديو	19:36	10,47
3	Chouffv.ma	صحافة	03:07	2,20
4	دوزيم (com.Almaghreb24)	صحافة	04:48	2,90
5	Hespress.com	صحافة	05:43	2,40
6	Facebook.com	مواقع تواصل اجتماعي	18:32	8,74
7	Anbaetv.ma	صحافة	07:23	2,90
8	Hibapress.com	صحافة	03:38	1,90
9	دوزيم (Rue20.com)	صحافة	03:29	2,30
10	Amazon.com	التسوق عبر الإنترنت	10:58	9,87
11	Aabbir.com	صحافة	04:55	3,50
12	دوزيم (Al3omk.com)	صحافة	05:18	2,70
13	Elbotola.com	صحافة	04:13	2,70
14	دوزيم (Le7tv.ma)	صحافة	02:00	1,50
15	دوزيم (2m.ma)	صحافة	03:47	1,90

في عام 2018، وفقاً للوكالة الوطنية لتقنين المواصلات، كان أكثر من 62 في المائة من المواقع الإلكترونية التي زارها المتصلون المغاربة بشبكة الإنترنت تمثل مواقع إلكترونية دولية (بما في ذلك منصات التواصل الاجتماعي) في حين أن 38 في المائة فقط من حركة الإنترنت هي للمواقع الإلكترونية المحلية.<sup>52</sup> ويبين التوزيع الإقليمي بوضوح تركيزاً عالياً من المنصات في منطقة الدار البيضاء/الرباط.

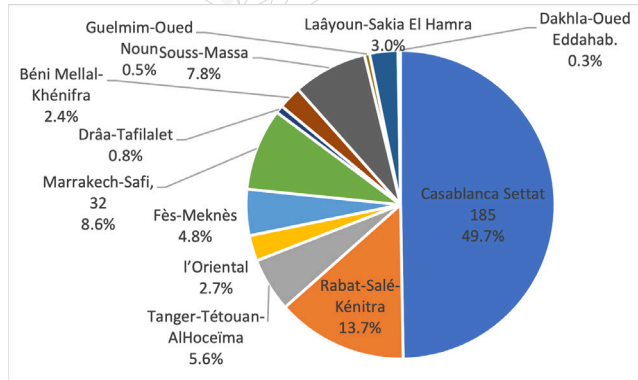
50 بوزيان، زاي (2011). رسم خريطة وسائل الإعلام الرقمية: المغرب. مؤسسات المجتمع المفتوحة

51 <https://www.alexa.com/topsites/countries/MA>

52 استقصاء المؤشرات الوطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل المنازل والأفراد على المستوى الوطني لعام 2018، الصادر عن الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات

[https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/enquete\\_2019\\_eng.pdf](https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/enquete_2019_eng.pdf)

شکل 13: التوزيع الإقليمي لوسائل الإعلام على الإنترنت وفقاً للمصدر<sup>59</sup>



## 2.4 منصات التواصل الاجتماعي

تعد وسائل التواصل الاجتماعي حاليًا وسيلة هامة للتواصل واستهلاك الأخبار في البلاد، خاصة بالنسبة للشباب المغاربة. وفقاً لخدمة Statcounter، ففي عام 2021، كانت أهم مواقع وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين في المغرب هي: فيسبوك 65,84 في المائة، يوتيوب 25,18 في المائة، تويتر 3,22 في المائة، إنستجرام 2,53 في المائة، بينترست 2,35 في المائة، لينكد إن 0,28 في المائة.<sup>54</sup> وإلى جانب واتساب، تشارك هذه المواقع على نطاق واسع المقالات الإخبارية ومقاطع الفيديو والمحتوى الإعلامي. ويزيد استخدام منخراطي الإنترنت لوسائل التواصل الاجتماعي عن 90 في المائة في عام 2019، حسب العمر ونوع الجنس والمواقع الريفية والحضرية. يركز معظم المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي على توفير محتوى ترفيهي. وفقاً لتصنيف المؤثرين المغاربة الذي يتتبع 7819 مؤثراً في المغرب (ممن يستخدمون فيسبوك وإنستجرام ويوتيوب) بمتابعين يتراوح عددهم بين 1000 و10 ملايين، فمحتوى هؤلاء المؤثرين إلى حد كبير هو الموسيقى والكوميديا والأزياء والجمال وأخبار المشاهير والطبخ. ولا أحد من أبرز 100 نجم على وسائل التواصل الاجتماعي ينتج الأخبار ومحتوى المعلومات، فمعظم المحتوى يدور حول الترفيه.<sup>55</sup>

وفي عام 2016، تم تنقيح قانون الصحافة. وبموجب اللوائح الجديدة، يجب إدارة جميع مواقع المعلومات حصراً من قبل الصحفيين المحترفين المعتمدين من حاملي "البطاقة الصحفية" الرسمية. ونتيجة لذلك، فإن العديد من صفحات فيسبوك والمواقع والمدونات التي تغطي الأخبار المحلية في المدن الصغيرة والمواطنين الصحفيين إما أغلقت من قبل أصحابها أو أغلقت من قبل السلطات، وبعضها يواجه اتهامات قانونية. ووفقاً للأرقام الواردة من وزارة الثقافة والاتصالات، فإنه من بين ما يتراوح بين 4000 و5000 موقع إعلامي موجود في عام 2016، لم يكن هناك سوى 372 موقعاً متفقاً مع القانون المنقح بحلول عام 2019.<sup>56</sup> على الرغم من أن معظم وسائل الإعلام الرئيسية الوطنية والإقليمية والمحلية على الإنترنت استمرت في العمل، إلا أنها عرضت للخطر وجود المئات من وسائل الإعلام المحلية الصغيرة والمدونات الصحفية وصفحات فيسبوك التي يديرها ناشطون محليون.

## 3.4 محطات التلفزة

يظل التلفاز في المغرب المصدر الأكثر شعبية للأخبار والترفيه. وتتوفر قائمة بقنوات التلفزة ذات الشعبية على موقع ranker.com (2019).<sup>57</sup> ويُذاع معظم ما يشاهده الجمهور عن طريق خدمة الكابل والسواتل، حيث يتم إنتاج البرامج لدى محطات التلفزة أو عن طريق استوديو أو مرفق إنتاج آخر (وأحياناً تكون هذه البرامج مرتبطة مباشرة بالمحطة). وتتوفر بيانات محدودة عن أعداد الجمهور، على الرغم من أن مرصد ملكية وسائل الإعلام الذي يجري تحديثه بانتظام – والذي أطلقته منظمة مراسلون بلا حدود – يقدم بعض الأفكار ويشار إليه في هذا الدليل.<sup>58</sup>

وكان هناك 10 مزودين مسجلين للتلفاز في عام 2017، و8 مملوكين للدولة، ومقدم واحد من القطاعين العام والخاص، ومقدم واحد من القطاع الخاص. وعلى الرغم من إنهاء احتكار الدولة في عام 2006، فإن للدولة حضور كبير من خلال الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة<sup>59</sup> المملوكة للدولة، والتي تدير 80 في المئة من قنوات التلفزة، والشركة المملوكة للقطاع العام والخاص SOREAD (71 في المائة منها مملوكة للدولة). وقد احتكرت هاتان الشركتان فيما بينهما قطاع التلفزة واستحوذتا على نسبة 47,41 في المائة من جمهور التلفزة. وترد تفاصيل المحطات الرئيسية أدناه وفي الشكل 14.

53 المصدر: (وزارة الثقافة والاتصالات، 2018)

54 <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/morocco>

55 [www.fluencerglory.com](http://www.fluencerglory.com)

56 <http://www.mincom.gov.ma/wp-content/uploads/2019/05/Communique%CC%81-Journaux-e%CC%81lectroniques-conformes-dans-56>

57 [le-Royaume.pdf](http://le-Royaume.pdf)

58 <https://www.ranker.com/list/tv-channels-of-morocco/tv-channels>

59 [Maroc.mother-rsf.org](http://Maroc.mother-rsf.org)

59 في عام 2004، وبالإستفادة من "سياق تحرير القطاع السمعي البصري"، فقد تم تغيير طبيعة الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة من إدارة عامة إلى شركة مستقلة مملوكة للدولة وتحمل اسم "الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة".



**2M TV**، وقد أطلقتها شركة SOREAD، وتملكها الآن أغلبية الدولة. وهي القناة الأكثر شعبية إلى حد بعيد، حيث يغلب عليها البث باللغة العربية، وكذلك بالفرنسية والأمازيغية. وينصب تركيزها الرئيسي على العروض الترفيهية، رغم أن بعض البرامج تشمل بث الأخبار، والبرامج الوثائقية، والمجلات الإخبارية. وتظل برامجها الإخبارية، التي تبث في الساعة 1 ظهراً بالعربية والفرنسية في الساعة 9 مساءً، أهم مصادر الأخبار.

«تملك شركة 2M TV نسبة 33,09 في المائة من حصة الجمهور

**الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة**، تأسست الشركة الوطنية للإذاعة والتلفاز في عام 1962 وهي القناة الرسمية المملوكة للدولة. وتحتل المرتبة الثانية بنسبة 11.5 في المائة من حصة السوق. ويُخصص جزء كبير من وقت البث للنشرات الإخبارية بالعربية والفرنسية والأمازيغية، وتغطي مواضيع كالأنشطة الملكية الرسمية والمناقشات البرلمانية والاتصالات الحكومية. ويبث البرنامج الإخباري الرئيسي الساعة 8 مساءً باللغة العربية.

« تبلغ حصة الجمهور من القنوات الرئيسية ما يلي: الأولى (8,67 في المائة) والمغربية (3,19 في المائة) والقنوات الأخرى التابعة للشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة (2,46 في المائة) = 14,32 في المائة<sup>60</sup>

أطلقت الشبكة العديد من قنوات التلفزة ذات الموضوعات المتخصصة والقنوات الإقليمية. ولا يزال أزيد من 51 في المائة من المشاهدين المغاربة منجذبين إلى القنوات الأجنبية، حيث تحظى الإذاعات العربية بالشعبية الأكبر. وهناك قنوات أخرى أطلقتها الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة تشمل قناة رياضية وقناة ثقافية وقناة أخرى مخصصة تركز على المحتوى الديني.

**قناة العيون** التي أطلقتها الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة، وهي أول محطة تلفزة إقليمية في منطقة المغرب العربي، وتغطي المنطقة الجنوبية من المغرب بأكملها. ويغطي محتواها المجالات التعليمية والثقافية والاجتماعية والسياسية والدينية.

**قناة الأمازيغية**، التي أطلقتها الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة في عام 2010 كقناة تلفزة عامة تبث 80 في المائة من برامجها بلغة التمازيغت. وتركز نسبة 20 في المائة المتبقية من وقت البث على برامج مكرسة لتعزيز الثقافة الأمازيغية بلغات أخرى (العربية والفرنسية).

**مدي 1 تيفي**، وهي قناة مجانية مملوكة للقطاع الخاص، تم إطلاقها في عام 2006، هي ثالث أكبر قناة وتبث بالعربية والفرنسية عبر محطات البث الأرضي كما تُبث للاستقبال الدولي عبر الأقمار الصناعية. وينصب التركيز الرئيسي للقناة على البرامج الإخبارية، كما أن أعداد الجمهور منخفضة نسبياً.

« لم يتسن العثور على بيانات حول الجمهور

[https://maroc.mom-rsf.org/ar/findings/indicators/#!9fed61067e34232006ff7dcd0ed479d0\\_60](https://maroc.mom-rsf.org/ar/findings/indicators/#!9fed61067e34232006ff7dcd0ed479d0_60)

## هناك العديد من القنوات الفضائية

« يتم بث قناة تيلي ماروك المغربية لإذاعة محتوى محدد من إسبانيا

ملاحظة لا يتطلب استقبال القناة الأولى وقناة 2M سوى هوائي جوي، مما يجعلهما من بين أكثر القنوات التي يمكن الوصول إليها<sup>61</sup> على الرغم من أن نصف جمهور التلفاز يعتمد على تلفاز الأقمار الصناعية عوضاً عن هذه القنوات.

شكل 14: قنوات التلفاز المغربية

المحطة	الرابط الإلكتروني	جهة الملكية
الأولى	<a href="http://www.alaoula.ma/">http://www.alaoula.ma/</a>	مملوكة للحكومة
قناة العيون	<a href="https://www.snrt.ma/">https://www.snrt.ma/</a>	مملوكة للحكومة
دوزيم المغربية	<a href="https://2m.ma/">https://2m.ma/</a>	مملوكة للحكومة
الرياضية	<a href="https://arryadia.snrt.ma/">https://arryadia.snrt.ma/</a>	مملوكة للحكومة
العربية / الثقافية	<a href="http://www.athaqafia.ma/">http://www.athaqafia.ma/</a>	مملوكة للحكومة
السادسة	<a href="http://www.assadissatv.ma/">http://www.assadissatv.ma/</a>	مملوكة للحكومة
أفلام تي في	<a href="http://www.afiamtv.ma/">http://www.afiamtv.ma/</a>	مملوكة للحكومة
قناة الأمازيغية	<a href="http://www.tamazight-tv.ma/">http://www.tamazight-tv.ma/</a>	مملوكة للحكومة
قناة ميدي 1	<a href="http://www.mediliv.com/">http://www.mediliv.com/</a>	خاضعة للملكية الخاصة
قناة شدي	<a href="https://chadatv.com/">https://chadatv.com/</a>	شركة خاصة
قناة دوزيم	<a href="https://www.2m.ma/ar/">https://www.2m.ma/ar/</a>	تملك الدولة حصة الأغلبية مع نسبة أقل مملوكة للقطاع الخاص

تبث قناة دوزيم وقنوات الأولى البرامج الرئيسية حسب الجمهور وهي كما يلي:

شكل 15: أفضل 20 برنامجاً تلفازياً بحسب الجمهور (شتتير 2019 إلى شتتير 2020)<sup>62</sup>

الرقم	القناة	البرنامج	الموضوع
1	دوزيم (2M)	مشيتي فيها 5	ترفيه
2	دوزيم (2M)	لو كوبراتيف	دراما
3	دوزيم (2M)	(تسناهلو كل خير)	اجتماعي
4	دوزيم (2M)	الحظر - الرباط	كوفيد
5	دوزيم (2M)	أسئلة عن فيروس كورونا	كوفيد
6	دوزيم (2M)	برنامج سيدات الشوبينغ اليومي	ترفيه
7	الأولى	سوحيفة 2 - غير متاح للتوزيع التجاري	دراما
8	دوزيم (2M)	شهوة مع شمشية	ترفيه
9	دوزيم (2M)	فين غادي	دراما
10	دوزيم (2M)	رجل المرأة	دراما
11	الأولى	ياقوت وعنبر - غير متاح للتوزيع التجاري	دراما
12	دوزيم (2M)	جزيرة الكنز 2020	ترفيه
13	دوزيم (2M)	إجراءات استلام المساعدات المالية لغير المعولين	كوفيد
14	دوزيم (2M)	فرصة ثانية - تركي	دراما
15	دوزيم (2M)	زمان كنزة	دراما
16	دوزيم (2M)	البرنامج اليومي شكون يستثمر في مشروع	ترفيه
17	دوزيم (2M)	الفيد تيفي	ترفيه
18	الأولى	الهمزة - غير متاح للتوزيع التجاري	دراما
19	دوزيم (2M)	شنو تعلمتي في الحجر الصحي	كوفيد
20	دوزيم (2M)	كيسولة أحسن باتيسبير	ترفيه

<https://maroc.mom-rsf.org/ar/media/detail/outlet/2m/> 61

CIAUMED. (2020). Rapport du Centre Interprofessionnel d'Audience des Médias. 62

## 4.4 المحطات الإذاعية

تندرج الإذاعة ضمن وسائل الإعلام الأكثر تنوعاً في المغرب، حيث تسمح بالمناقشات وبمجموعة متنوعة من البرامج. وكما هو الحال مع التلفاز، فإنها تقدم مصدراً شعبياً للأخبار والمعلومات. وتتمتع الدولة بتمثيل جيد من خلال الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة المملوكة للدولة وشركة SOREAD المشتركين بين القطاعين العام والخاص، وللتين تجتذبان معاً 32.35 في المائة من مجموع جمهور الإذاعة. وفي عام 2017، كانت الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة تملك أربع قنوات إذاعية وطنية وثمانية قنوات إقليمية، وللتين كانتا تستحوذان على أزيد من 25 في المائة من الجمهور اليومي. وفي عام 2006، مُنحت تراخيص لشخصيتين إعلاميتين بارزتين هما أحمد الشرعي الرئيس التنفيذي لشركة غلوبال ميديا هولدينغ، كما مُنحت ترخيص لإذاعة ميد، ومُنحت أسرة لحو رخصة لشبكة إذاعة إم إف إم. وتمتلك بقية التراخيص كيانات صغيرة، حيث تمثل المعلومات الترفيحية معظم وقت بثها. وفقاً للتقرير السنوي للهيئة التنظيمية لعام 2020،<sup>63</sup> هناك 37 محطة في المجموع، منها 16 محطة مملوكة للدولة و23 محطة مملوكة للقطاع الخاص:

« 5 محطات إذاعية عامة ذات تغطية وطنية (الإذاعة الوطنية، الأمازيغية، راديو دوزيم، شين أنتر، محمد الخامس للقرآن الكريم)  
« 11 محطة إذاعية عامة ذات تغطية محلية (الدار البيضاء، فاس، مكنس، طنجة، الداخلة، العيون، مراكش، أغادير، الحسيمة، وجدة، تطوان).

« 21 محطة إذاعية خاصة، بما في ذلك 7 محطات إذاعية ذات تغطية وطنية، و4 إذاعات ذات تغطية متعددة الأقاليم

« شبكتان إذاعيتان ذات تغطية إقليمية (إم إف إم وراديو بلوس)

« محطة إذاعة واحدة ذات تغطية محلية متعددة (راديو سوا)

وفقاً لهيئة راديوميترى ماروك (يوليو - سبتمبر 2021)، تعد إذاعة ميدي 1 أبرز محطة وطنية، بعد إذاعة محمد السادس للقرآن الكريم. ومن بين أكبر 10 محطات إذاعية تم الاستماع إليها أكثر من غيرها، هناك أربع محطات إذاعية عامة تركز على الأخبار والتعليم العام والترفيه. وتجتذب هذه المحطات الإذاعية الأربع، بالإضافة إلى 11 محطة إقليمية، أكثر من 40 في المائة من الجمهور.

**شكل 15: تصنيف القناة الإذاعية حسب الجمهور من هيئة راديوميترى ماروك 2021<sup>64</sup>**

أما خدمات البث الإذاعي العام التي تحظى بأعلى جمهور فهي:

«راديو محمد السادس؛ وهي محطة مملوكة للدولة ومخصصة بالكامل للمحتوى الديني (الإسلامي)، وتبث بالعربية أساساً مع بعض البرامج باللغة الأمازيغية

«الإذاعة الوطنية، وهي محطة إذاعية عامة تبث باللغة العربية

«راديو دوزيم، وهي محطة إذاعية عامة تركز على البث الترفيهي والإعلامي، مع بث جانب كبير من برامجها باللغة الفرنسية

«الإذاعة الأمازيغية، وهي محطة إذاعية عامة تبث بالتمازيغت

محطة إذاعية يملكها القطاع الخاص وتضم أكبر قطاع من الجمهور

« تندرج إذاعة ميدي 1 بين أوائل المحطات الإذاعية الخاصة التي تركز على الأخبار والترفيه، مع مزيج لغوي متوازن بين الفرنسية والعربية

« تركز إذاعة ميد راديو على موضوع الوساطة وحل النزاعات، وستكون بالتالي مفتوحة للجمعيات والمجتمع المدني.

« إذاعة إم إف إم، وهي محطة إذاعية إقليمية تُبث من الدار البيضاء وتتألف من مجموعة من 6 محطات إذاعية إقليمية تركز على الأخبار والترفيه والعديد من برامج "الميكروفون المفتوح" التي تسمح بالتفاعل مع الجماهير في مختلف المواضيع

« هيئة راديو: إذاعة هيئة راديو هي الأكثر شعبية بين الشباب، مع محتوى تحريري يجمع بين الموسيقى (المغربية والأجنبية الحديثة) والبرامج الحوارية.

في الوقت الحالي، لا يسمح القانون السمعي البصري المغربي لمحطات الإذاعة المحلية<sup>65</sup> بالبث عبر موجات الهواء. ويعني ذلك أن الإنترنت هو الإعلام الحر الوحيد في المغرب القادر على التغلب على هذه القيود. وظل الوضع على هذا الحال منذ عام 2015، وفقاً لدراسة أجرتها اليونسكو.<sup>66</sup> على الرغم من أن المغرب شهد زيادة كبيرة في عدد المحطات الإذاعية المجتمعية على الإنترنت - حيث تم تأسيس 69 محطة

[https://www.haca.ma/sites/default/files/upload/Rapport\\_Annuel\\_Haca\\_2020\\_VF.pdf](https://www.haca.ma/sites/default/files/upload/Rapport_Annuel_Haca_2020_VF.pdf) 63

RADIOMETRE MAROC (2021) <https://observateur.info/article/101272/maroc/audience-radio-medradio-toujours-en-tete-arres-radio-momed-vi-du-Saint-coran> 64

65 الإذاعة المجتمعية هي خدمة إذاعية تقدم نموذجاً بديلاً للبث الإذاعي الذي يخدم المجتمعات الجغرافية والمجتمعات ذات الاهتمام. وهي تبث محتوى شعبياً وثيق الصلة بالجمهور المحلي المحدد، ولكن كثيراً ما تتجاهله هيئات البث التجارية أو وسائل الإعلام. وتتولى المجتمعات المحلية إدارة محطات الإذاعة المحلية التي تخدمها كما تملكها وتؤثر عليها.

<http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Rabat/images/CI/20160225LivresEtatdeslieux.pdf> 66

منذ عام 2012 وفقاً للرصد الذي أجرته بوابة جسور<sup>67</sup> - يوجد الآن أقل من 15 محطة نشطة على أساس منتظم. وتشمل:

«راديو صوت ورزازات: محطة راديو نُبْتُ بثلاث لغات بالعربية والبربرية والفرنسية. تقدم هذه المحطة لمستعينيها محتوى ترفيهياً متنوعاً يشمل الموسيقى والثقافة والأخبار الرياضية المباشرة. وتصدر الشبكة محتوى محلياً، وتبث من منطقة ورزازات.

<https://radio.co.ma/sawt-ouarazate/>

«راديو إمسلي: وهي إذاعة نُبْتُ عبر الإنترنت وتديرها منظمة غير حكومية (صوت المرأة الأمازيغية) وتحمل اسم "IMSLI". تُعتبر صوت المرأة الأمازيغية أول منظمة غير حكومية للمرأة الأمازيغية تدافع عن حقوق المرأة في المغرب، ولا سيما حقوق المرأة الأمازيغية التي تعاني من تمييز مزدوج، يتمثل في التحيز الجنسي والهوية.

<https://www.imsli.org.ma/>

«كش راديو: محطة إذاعية غير تجارية تملكها منظمات غير حكومية تهدف إلى تطوير وتعزيز مبادرات المنظمات غير الحكومية وسكان منطقة مراكش أسفي، في وسط/جنوب المغرب. <http://kechradio.org/>

وفقاً لبيانات مؤسسة "راديو ميترى ماروك" عن الجمهور الصادرة عن الفترة من يوليو - نهاية شتبر 2021، فإن 52,49 في المائة من سكان المغرب (14 مليون نسمة) يستمعون إلى الإذاعة كل يوم من أيام الأسبوع، وفي المتوسط 48,6 في المائة في يوم عطلة نهاية الأسبوع. وكان وقت الإصغاء لكل مستمع يبلغ ساعتين و53 دقيقة في أيام الأسبوع وساعتين و57 دقيقة في عطلة نهاية الأسبوع، وكان متوسط وقت الإصغاء اليومي يبلغ ساعتين و51 دقيقة. وتزداد شعبية الإذاعة بين سكان الحضر (62,2 في المائة) والسكان المتعلمين. (82.02%). تختلف التركيبة السكانية للجماهير كثيراً حسب المحطة، إذاعة هيت، على سبيل المثال، هي الأكثر شعبية بين الشباب وسكان المناطق الحضرية، في حين أن الإذاعة الأمازيغية تحظى بجمهور أكبر بين الفئات الريفية والقطاعات التي تزيد أعمارها عن 55 عاماً.<sup>68</sup>

## 5.4 وسائل الإعلام المطبوعة

يتمتع المغرب بصحافة مطبوعة غنية ومتنوعة. ووفقاً لوزارة الثقافة التي تشرف على هذا القطاع، كان هناك 252 مصنفاً في عام 2018، بما في ذلك 171 مصنفاً نُشر بالعربية، و53 باللغة الفرنسية، وستة مصنفات باللغة الأمازيغية، بالإضافة إلى 16 مصنفاً نُشرت من خلال التواصل الإقليمي. وعلى الرغم من أن منافذ اللغة الفرنسية تمثل أقلية (أكثر من 20 في المائة بقليل من حصة السوق في عام 2016)، فإن لها تأثيراً هائلاً وفقاً لمرصد ملكية وسائل الإعلام التابع لمنظمة مراسلون بلا حدود. وغالباً ما تكون هناك فجوة لغوية في المحتوى الاقتصادي والتجاري باللغة الفرنسية بشكل أساسي، بينما يركز المحتوى العربي على القضايا الاجتماعية والسياسية. ولا يزال معدل انتشار الصحف اليومية (عدد النسخ الموزعة لكل 1000 نسمة) منخفضاً جداً مقارنة بالبلدان المجاورة، حيث يبلغ نحو 12 نسخة لكل 1000 نسمة.<sup>69</sup>

ويتألف هذا القطاع أساساً من نشرات يومية عامة تستهدف جمهوراً وطنياً. ويعيب الصحافة الإقليمية ضعف التطور ومحدودية التوزيع. وتفتقر الصحافة عموماً إلى الصحافة الاستقصائية، وتتملأ معظم صفحاتها برسائل من وكالات صحفية رسمية، وبيانات صحفية، ومقالات متحيزة، ومقالات مأخوذة من أفراد أو منظمات أو مواد مستقاة من الإنترنت

وفي الفترة 2015-2016، وفقاً لمرصد ملكية وسائل الإعلام، ينقسم قطاع المطبوعات بين صحافة تصدُر باللغة العربية وتتألف أساساً من شركات طباعة صغيرة، تصل إلى 72,26 في المائة من القراء الذين شملتهم الدراسة الاستقصائية، وصحف تصدُر باللغة الفرنسية لكنها أقل شعبية (20,67 في المائة من الجمهور المشمول بالدراسة الاستقصائية) وتخطب النخبة، في إطار دعم الحياة.

واجتذبت 4 شركات إعلامية 75 في المائة من القراء؛ وشركة المساء الميديا (23,7 في المائة)، وإيكوميديا (22,9 في المائة)، وأول ميديا (21,6 في المائة)، ووكالة ميديا 21 (7 في المائة). وأكثر الصحف شعبية التي يشتريها الأفراد هي: الأخبار والمساء والصبح.

شكل 16: أعلى 10 صحيفة مطبوعة حسب التوزيع 2020<sup>70</sup>

الدعم	معدل الإصدار	اللغة	التوزيع
الأخبار	يومية	العربية	37.320
المساء	يومية	العربية	27.432
الصبح	يومية	العربية	26.484
LE MATIN DU SAHARA ET MAGHREB (صبح الصحراء والمغرب)	يومية	الفرنسية	20.215

67 يهدف منتدى بدائل المغرب - الذي أسَّه في عام 2010 - في إطار من الشراكة مع "أوكسفام نوفيب" (Oxfam Novib) و "أولتريناتييفز إنترناشيونال" (Alternatives International)، مشروع بوابة المجتمع المدني مشرق مغرب المعروفة باسم "جسور"، والتي تدعو إلى زيادة مشاركة شركاء المجتمع المدني مشرق مغرب في الحركات الاجتماعية. ومنذ عام 2011، أقدمت جسور - التي حرصت على مواصلة التزامها على الصعيد الإقليمي من خلال بوابة جسور الإلكترونية الجسور - إلى إطلاق إذاعة جسور عبر الإنترنت، وهي أول إذاعة ترابية في المغرب، متاحة لمختلف مكونات المجتمع المدني، ولها عدة فروع إقليمية وتقدم الدعم من خلال عدة مشاريع وبرامج.

68 راديو ميترى ماروك. IPSOS. 2021. Mesure d'Audience de la Radio - VAGUE 36 2021 - Janvier - Mars. (2021).

69 Hidass, A. (2016). Quand « l'exception » confirme la règle. L'encadrement juridique de la liberté de la presse écrite au Maroc. L'Année du 69 Maghreb, 15, 29-44.

70 <https://www.ojd.ma/Chiffres>. تم استقاء هذه المعلومات من موقع

16.948	الفرنسية	أسبوعية	LA VIE ECO
14.436	العربية	يومية	أخبار اليوم المغربية
14.174	الفرنسية	يومية	L'ECONOMISTE
11.272	الفرنسية	شهرية	SANTE + MAGAZINE
10.602	الفرنسية	يومية	LES INSPIRATIONS ECO
10.227	الفرنسية	يومية	L'OPINION

كانت التحديات الرئيسية التي تواجه الصحافة المطبوعة تتمثل دائما في قلة عدد القراء، بسبب انخفاض معدل الإلمام بالقراءة والكتابة، وتزايد الصعوبات الاقتصادية التي تواجهها شركات الصحافة التي تواجه انكماش سوق الإعلانات. وتفاقت هذه الحالة أكثر عندما قررت السلطات المغربية خلال وباء كوفيد تعليق إصدار الصحف المطبوعة وتعميمها لعدة أشهر.

#### 6.4 الأشكال التقليدية للتواصل

في المناطق الريفية، تحتل الأسواق الأسبوعية مكانة بارزة من حيث التجارة والتجمع الاجتماعي وتعزيز العلاقات الاجتماعية. ويتجاوز دورها المجال التجاري إلى الحياة بأوسع معانيها، وهي مناسبة هامة للتواصل الجماهيري. وتستخدمها الإدارة المحلية لإعلان أو نشر خطط جديدة مثل حملات التلقيح وحملات محو الأمية والقضايا المتعلقة بتعليم الأطفال. وتستفيد الأحزاب السياسية منها أيضا خلال الحملات الانتخابية لإطلاع السكان على رسائلها الانتخابية. وتشير التقارير إلى وجود حوالي 900 سوق في جميع أنحاء البلاد (2020).<sup>71</sup>

#### 7.4 فرص التدريب الإعلامي

يوجد في المغرب مؤسستان رئيسيتان للتعليم العالي تقدمان برامج تعليمية للصحافة للدراسة الجامعية والدراسات العليا، وهما:

« المعهد العالي للإعلام والاتصال بالرباط؛ وهو أقدم مؤسسة تعليمية مغربية متخصصة في التدريب على مهنة الصحافة والاتصالات. وقد تأسس عام 1969 ويقوم بالتدريس باللغتين الفرنسية والعربية. (<http://isic.ac.ma/>)

« المدرسة العليا للصحافة والتواصل (ESJC) بالدار البيضاء، والتي تأسست عام 2008 على أيدي مهنيين متخصصين في الإعلام والتعليم العالي في مجال الصحافة لتلبية احتياجات سوق العمل في المغرب، ولتدريب الصحفيين والمهنيين في مجال الإعلام باللغتين العربية والفرنسية (<http://www.esjc.ma/>)

وتشمل المؤسسات الخاصة أو العامة الأخرى التي تقدم برامج على مختلف مستويات الالتحاق بالصحافة ما يلي:

- « كلية العلوم الإعلامية - الرباط (عام)
- « معهد الصحافة والمعلومات (خاص)
- « جامعة محمد الأول (رخصة الإعلام والاتصالات التفاعلية - وجدة)
- « جامعة سيدي محمد بن عبد الله (درجة البكالوريوس في الدراسات التأسيسية في علوم المعلومات والاتصالات - فاس)

71 CESE. (2020). تم استثناء هذه المعلومات من موقع [https://www.cese.ma/media/2021/06/Avis\\_Souks-hebdomadaire-VF-2.pdf](https://www.cese.ma/media/2021/06/Avis_Souks-hebdomadaire-VF-2.pdf)



يندرج هذا الدليل ضمن سلسلة أدلة المشهد الإعلامي التي تتبع معالم المشهد الإعلامي في مختلف البلدان. وقد تولت شبكة الاتصال بالمجتمعات المتضررة من الكوارث (سيداك) إعداد هذه الأدلة بالتعاون مع مؤسسة أكاديمية دويتشه فيله (DW Akademie)، وبدعم من الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية. ويمثل هذا المشروع جزءاً من المبادرة العالمية التي تحمل اسم "الشفافية وحرية وسائل الإعلام - القدرة على الصمود في وجه الأزمات خلال فترة الوباء العالمي".



© شبكة الاتصال بالمجتمعات المتضررة من الكوارث (سيداك) 2022. تجمع شبكة الاتصال بالمجتمعات المحلية المتضررة من الكوارث (سيداك) مجموعة متنوعة من أصحاب المصلحة لتعزيز التفكير الابتكاري، وتبادل المعارف، وتعزيز التعاون بين أولئك الذين يسعون إلى إشراك المجتمعات المحلية المتضررة من الكوارث والتواصل معها. مسجلة لدى هيئة تسجيل الشركات بالمملكة المتحدة: رقم التسجيل: 10571501. رقم تسجيل المؤسسة الخيرية في المملكة المتحدة: 1178168.