

## LA PRESSE ENTRE LE PASSE ET LE PRESENT : CAS DE LA PRESSE MAROCAINE

### GEÇMİŞ İLE BUGÜN ARASINDAKİ BASIN: FAS BASIN ÖRNEĞİ

Aboutayeb MOSTAFA 

ARAŞTIRMACI

 mostafaaboutayeb@gmail.com

#### RESUME

Notre article traite de la sphère médiatique et du champ de la communication au Maroc qui ne cessent d'évoluer grâce au développement de ses supports technologiques. En contrepartie, nous ferons le point sur journaux de la presse papier qui sont en crise voire en disparition du marché médiatique à cause de la chute des recettes publicitaires et le décroissement de ses lecteurs. Seuls les journaux qui ont su s'adapter à la nouvelle conjoncture, qui persistent à la concurrence de l'intelligence artificielle. Actuellement, le champ des médias marocains souffre de la périssologie et du plagiat. De surplus, une grande majorité des Marocains privilège les contenus médiatiques étrangers en dépit des productions nationales. Un constat dû à la qualité des contenus desdits médias étrangers à l'instar des infos ou des missions : artistiques, techniques... Par conséquent et face à cette crise, les influenceurs et les intervenants dans ce domaine sont exhortés à instaurer un équilibre entre quantité de diffusion et qualité du contenu. Pour renouveler et actualiser le secteur de presse, de nombreux paramètres entrent en vigueur tels : l'amélioration des dispositifs capables de corroborer l'attractivité des émissions, l'assurance d'une formation de qualité aux acteurs nationaux en surcroît de liberté pour mener à bien leur travail. De ce fait, le respect des processus et des normes de qualité est désormais le sujet d'actualisation et le garant de la réussite du corps médiatique.

**Mots Clés:** La presse, Electronique, Papier, Dispositif, Normes..

#### Öz

Makalemiz, teknolojik desteklerinin gelişmesi sayesinde sürekli evrim geçiren Fas'taki medya ve iletişim alanını ele almaktadır. Öte yandan, reklam gelirlerindeki düşüş ve okur sayısındaki azalma nedeniyle krizde olan ve hatta medya piyasasından kaybolan gazeteleri ele alacağız. Yalnızca yeni duruma uyum sağlayabilen gazeteler yapay zeka rekabetinde varlıklarını sürdürabiliyor. Halihazırda Fas medya alanı perissoloji ve intihalden muzdariptir. Dahası, Faslıların büyük bir çoğunluğu ulusal yapımlara rağmen yabancı medya içeriğini tercih etmektedir. Bunun nedeni, söz konusu yabancı medyanın haber veya misyon gibi içeriklerinin kalitesidir: sanatsal, teknik... Sonuç olarak ve bu kriz ışığında, bu alandaki etki sahipleri ve paydaşlar, yayın miktarı ile içerik kalitesi arasında bir denge kurmaya teşvik edilmektedir. Basın sektörünü yenilemek ve güncellemek için, yayınların çekiciliğini doğrulayabilecek cihazların geliştirilmesi, çalışmalarını yürütmek için daha fazla özgürlüğe sahip olan ulusal aktörlere kaliteli eğitim sağlanması gibi birçok parametre yürürlüğe girmiştir. Sonuç olarak, kalite süreçlerine ve standartlarına saygı artık güncellenmenin konusu ve medya kuruluşunun başarısının garantörüdür.

**Anahtar Kelimeler:** Basın, Elektronik, Kâğıt, Cihaz, Standartlar.

Makale Geliş Tarihi / Receiving Date 30.5.2022

Makale Kabul Tarihi / Acceptance Date 1.7.2022

**Araştırma Makale/Research Paper**

## INTRODUCTION

La qualité des contenus diffusés par les médias dépend de l'indépendance et de l'autonomie de ces derniers. Il est évident que la liberté de la presse est un gage qui permet aux citoyens d'exercer décemment leurs droits politiques et sociaux. Néanmoins, cette liberté nécessite la mise en fonction d'un code déontologique pour certifier ses conditions d'exécution d'une part et la prise en considération du droit du citoyen de l'autre part.

L'existence de l'intelligence artificielle et la réalité virtuelle, exige de nouvelles règles du jeu et retrace des paramètres inédits aux médias. Cette nouvelle vision engage la presse à s'adapter à ce détournement et améliorer la qualité primordiale de ses produits et de ses dispositifs. Ces mesures poursuivent l'accroissement de ladite presse ainsi que son efficacité et sa réputation dans cet environnement incertain. De ce fait, la presse en général et la presse marocaine en particulier sont en perpétuelle prospection de nouveaux concepts pour conquérir leur lectorat. Autrement dit, la quête de la réinvention sollicite l'occupation de nouveaux espaces et l'usage de dispositif sophistiqué pour communiquer l'information.

Partant, la presse écrite marocaine a connu une transition progressive vers le numérique, elle est en pleine effervescence. Ceci dit, la presse en question s'est opté plusieurs supports et se manifestait sous forme de multiples facettes en parallèle avec l'apparition d'Internet et des réseaux sociaux. Ce constat novice a mis au jour de nouvelles sources technologiques qui simplifient aux lecteurs l'accès direct aux informations. Ces diverses pressions exercées sur le corps médiatique ont enlisé la presse écrite traditionnelle dans une crise financière sans précédent.

En vertu de ce qui est dit, notre article traitera de :

- La liberté de la presse et ses effets sur son auditoire/lectorat en prenant comme cas d'étude la presse marocaine.
- L'évolution de la presse au Maroc et son histoire avec les multiples instances affiliées à l'Etat, en aboutissant à sa nouvelle posture.
- La crise de la presse papier dû à l'apparition d'Internet et des réseaux sociaux.

### 1. LA LIBERTE DE LA PRESSE AU MAROC

La transmission de l'information demande un dispositif technologique sophistiqué surtout dans les domaines de communication à l'instar de la presse électronique. En parallèle de cette structure technique, le domaine médiatique doit bénéficier d'un ensemble de règles juridiques et organisationnelles qui assurent à la fois sa protection et sa liberté d'expression.

La liberté de la presse et celle de l'expression sont étroitement liées à l'indépendance et à l'autonomie des médias. Ces derniers qui informent les gens et leur permettent de faire des choix politiques et sociaux. Toutefois, la liberté d'expression exige autant de devoirs que de droits et impose le respect des règles de la charte qui régit ce domaine. Ces normes déontologiques pourvoient en contrepartie : le droit du citoyen à des informations de qualité ; le respect de sa vie privée et l'exactitude des nouvelles diffusées.

Dans le but de maintenir la liberté de la presse ; le Syndicat National de la Presse Marocaine (SNPM) s'est constitué. Et à ce rôle s'ajoutent d'autres tâches à l'image du contrôle exercé sur

la presse elle-même, en plus de l'ancrage des plus hautes normes en matière d'éthique médiatique. D'autres instances et associations sont également créées pour affirmer les conditions d'exercer la liberté de la presse et le respect du droit du citoyen. « *Chacun a le droit de s'exprimer librement tant qu'il ne porte pas atteinte aux droits fondamentaux des autres.* » (Amnesty, 2017)

Il est évident que le secteur des médias est l'un des fondements de la démocratisation au Maroc et demeure le protecteur permanent de cette démocratie. De ce fait, la presse écrite indépendante s'est inscrite dans le processus réel de démocratisation en jouant un rôle déterminant. Depuis quelques années et grâce à la nouvelle technologie, la presse s'est trouvée d'autres supports et prenait de multiples facettes pour accompagner le processus avec plus de professionnalisme et de modernité. Parmi les nouvelles apparences médiatiques nous citons la presse électronique et les réseaux sociaux qui sont également garants de la démocratie du fait qu'ils permettent à chacun de s'exprimer. Cela dit, les agents de presse doivent bénéficier d'une protection sur les deux plans matériel et moral, ce qui garantira l'exactitude des informations publiées.

En effet, plusieurs difficultés surgissent dans le domaine des médias à l'instar des sujets religieux et politiques considérés comme tabous, ce constat confirmé par l'organisation (Freedom Now, 2015). A vrai dire, Ce sont les thèmes et le contenu qui tracent les lignes rouges aux journalistes, notamment ceux qui exercent dans les médias audiovisuels dont la majorité appartient à l'Etat. Mais par rapport à leurs collègues dans les autres organes de presse<sup>1</sup>, cette catégorie trouve moins de difficultés pour accéder aux informations.

L'accès libre et facile aux informations permet aux médias de réussir leurs fonctions en tant que médiateur et transmetteur d'informations. Dans ce sens, la presse garantit la transparence de ce que véhiculent les intervenants dans les différents domaines de la vie des citoyens, c'est une sorte de contrôle qui renforce les systèmes d'interactions entre les personnes physiques et morales.

En se référant à (Repucci et Slipowitz, 2022) « *les pays les plus performants étaient en recul depuis plusieurs années, en 2020, ce sont les démocraties en difficulté et les États autoritaires qui ont le plus contribué au déclin mondial* ». En effet, il est évident que la vraie démocratie nécessite une clarté et un échange de points de vue accompagnés de prise des décisions par la société elle-même ; ces conditions ne peuvent avoir lieu que si nous possédons des canaux de communication solides et impartiaux. Ce constat est approuvé dans plusieurs expériences étatiques à travers l'histoire des peuples ; La liberté de presse est constamment liée aux circonstances et au régime politique qui gouvernent une population donnée.

Si nous mettons le curseur sur la liberté d'expression chez les journalistes marocains, nous allons constater que le taux le plus élevé se trouve chez les spécialistes des rubriques de divertissement. Or, les autres rubriques socio-politiques et culturelles sont censurées et délimitées en ce qui concerne les sujets traités. Cela dit, « *On peut en conclure que la presse marocaine est plutôt indépendante des partis politiques et des groupes de pressions mais qu'elle n'est pas libre vis-à-vis des pouvoirs publics* » (Said, 2004).

Théoriquement et au premier abord, les agents de presse sont indépendants et profitent d'un degré de liberté, mais cet avantage est contrarié par les lignes propres aux règles

<sup>1</sup> Privés / écrits.



déontologiques de la presse<sup>2</sup> d'une part ; et des choix rédactionnels liés à des priorités éditoriales auxquelles l'équipe journalistique est adhérente<sup>3</sup> de l'autre part.

Certes, les multiples pressions exercées sur le corps médiatique émanent des autorités publiques et des pouvoirs de différents ordres<sup>4</sup>, mais la plus pesante est celle des acteurs financiers et industriels. En revanche, les médias peuvent clairement influencer les acteurs des différents domaines de la société. A ce propos, la question qui se pose c'est qui influence qui ?

Allant dans ce sens, l'influence prend deux aspects : l'un direct et l'autre indirect. Ce dernier qui est le plus commun est dû à quatre raisons :

- Les médias reflètent les intérêts des citoyens et leur opinion ; ce qui inspire les décideurs et les acteurs économiques.
- Les médias ont une force de critique et de dénonciation ; ce qui oblige les acteurs à agir différemment.
- Les médias sont les vecteurs d'image et de visibilité des personnes qui cherchent à séduire et influencer le public.
- Les médias visent les mentalités des gens à travers ses différents rôles : informer, éclairer, guider.

Même dans les pays démocratiques la liberté de la presse n'est pas totale ; les médias doivent respecter des règles et des lois qui gèrent leur conduite tout en respectant les droits et la vie privée des personnes matérielles et morales. Cette déontologie garantit l'exactitude des informations diffusées et protège le public de la manipulation qui peut l'atteindre. En outre « l'élaboration et l'application des règles et principes déontologiques constituent aussi, pour les professionnels, une condition et une garantie d'autonomie et de liberté » (Derieux, 1996).

Il est évident que les informations fallacieuses ou les fake news<sup>5</sup> délivrées par la presse peuvent tromper les individus et contribuent à la violation des maximes de la vérité et les principes de l'honneur. Une fois ce genre d'attitudes immorales se reproduit, le public finira par perdre confiance en médias et par conséquent, ceci peut entraîner à l'exigence du contrôle de la presse. De ce fait, de nombreux critiques mettent en soupçon l'objectivité des journalistes et la vérité de leurs informations.

## 2. L'EVOLUTION DE LA PRESSE AU MAROC

La presse est l'un des révélateurs du système souverain dans un pays donné. En conséquence, le taux de la liberté de la presse équivaut au taux de la démocratie et de développement que connaît ce pays. Les pratiques journalistiques reflètent de ce fait, les valeurs et les représentations de la société. Et les différents supports médiatiques sont les principaux canaux de communication et de partage, ils ont réussi à créer une place de plus en plus importante.

A l'instar du reste du monde entier, la presse au Maroc porte en soi toute une histoire de ses liens avec les multiples instances affiliées à l'Etat. La presse dans ses débuts, se

<sup>2</sup> Au niveau macro.

<sup>3</sup> Au niveau micro.

<sup>4</sup> Politiques, sociaux et économiques.

<sup>5</sup> Les fake news « sont des informations mensongères ou délibérément biaisées, qui sont communiquées dans l'objectif de manipuler des personnes. Il s'agit de tentatives de désinformation. En effet, elles peuvent servir à entacher la réputation de quelqu'un, d'un parti politique, d'une entreprise ou à réfuter un fait scientifique par exemple ». <https://dictionnaire.orthodidacte.com/article/definition-fake-news>.

manifestait comme porte-parole incontestable dominée par les décideurs, mais plus tard elle a changé à la fois de posture et d'enjeux. Ce changement radical a des conséquences saillantes sur la société dans ses différents aspects : politique, économique, culturel, sociétal.

## 2.1. LA PRESSE AVANT L'INDEPENDANCE

La presse marocaine est une partie intégrante dans l'histoire du pays. En suivant le fil de l'histoire nous allons trouver que le premier journal en langue espagnole apparu au Maroc était en 1860. Ce journal intitulé « *El Eco de Tétouan* » était créé par Pedro Antonio de Alarcon en ville de Tétouan (Babas, 2018).

Un hebdomadaire en Anglais apparaîtra plus tard en 1877 à Tanger sous le nom de « *Al-Maghreb Al-Aqsa* » ; et ce n'est qu'en 1907 que le peuple marocain bénéficiera d'un journal indépendant de l'Étranger, il était nommé « *Lissan-ul-Maghreb* ». Au cours des années suivantes de multiples journaux sous le protectorat (français et espagnol) apparaîtront dans les différentes villes marocaines, ils ont pour objectifs de défendre les intérêts des colonisateurs et renforcer leur présence. A l'exemple de cette presse écrite, nous citons « *la Vigie Marocaine* » de Maurice Boyer qui a vu le jour le 1908.

Une autre entreprise d'édition appelée « *Mas* » s'est lancée pour servir le colonisateur français. Ce groupe dont le fondateur est Moulay Ahmed Alaoui et géré par Pierre et Yves Mas, a lancé à son tour plusieurs journaux quotidiens comme « *Le petit marocain* » en 1925 et « *L'Écho du Maroc* ». Il publiait aussi « *Farmhouse* » en plus de d'autres publications qui s'adressaient principalement aux étrangers.

En revanche, des journaux proprement marocains ont été créés par des nationalistes pour exprimer leurs revendications contre le protectorat, tels que « *L'action du peuple* » un hebdomadaire en langue française fondé par Mohamed Hassan El Ouazzani en 1933. Deux autres journaux en langue arabe seront publiés ensuite à Tétouan en 1934 par Abdekhalke Torres et Mohamed Bennouna, il s'agit de « *As-Salam* » et « *Al-Hayat* » (DeCastro, 2021).

En outre, des journaux nationalistes ont paru sous le Protectorat exprimant les points de vue "officiels" des partis politiques fondateurs. Ces revendications que nous pouvons résumer en deux points :

- La dénonciation de la mainmise de la puissance étrangère sur l'économie du pays.
- La défense des intérêts du Maroc et de son héritage arabo-islamique.

Au cours de cette période coloniale, une idéologie nationaliste s'est forgée et la résistance politique au protectorat s'est structurée en deux grandes zones selon (IHRAI-AOUCHAR, 1982) :

- **Zone de Protectorat français** : Qui a connu l'apparition des journaux « *L'Action Populaire* », « *Ai-Atlas* »<sup>6</sup> en 1937 appartenant au Parti National pour la Réalisation des Réformes (PNRR).
  - Le parti national (PN) publiait à son tour « *Al-Maghrib* » en langue arabe paru de 1937 à 1944.

<sup>6</sup> Journal en langue arabe.



- **Zone de Protectorat espagnol :** Le journal « Er-Rif » en langue arabe paru de 1936 à 1942, organe du Parti National des Réformes (PRN). Ce dernier publiait également « Al-Houria » paru de 1937 à 1942.
  - La même période a connu l'apparition de « Al-Ouahda al-Maghribiya » en 1940 (DeCastro, 2021), organe du Parti de l'Unité Marocaine (PUM) de M.M. Naciri.

## 2.2. LA PRESSE APRES L'INDEPENDANCE

Le début de cette période est marqué par l'adoption du code de la presse en 1958, suivi par la création de l'agence Maghreb Arab Press (MAP) dont le fondateur est Mehdi Bennouna. Cette période<sup>8</sup> a connu la création concurrentielle des journaux à haut facteur d'*impact*.

En 1959, le parti politique marocain de gauche (UNFP)<sup>9</sup> est né d'une scission avec le parti de l'Istiqlal. De ce fait, L'UNFP a mis au monde le journal « *Attahrir* » en contrepartie du journal « *Al Alam* » l'organe officiel du parti L'Istiqlal. Divers journaux ont apparu en parallèle tels : « *Al-Bayane* » pour (PPS), « *Al-Ittihad Al-Ichtiraki* » et « *Libération* » pour (USFP), « *Al-Haraka* » pour (MP).

De surplus, la création du syndicat de la presse marocaine (SNPM) en janvier 1963 a renforcé la présence des partis sur la scène politique, il a pour objet de défendre les intérêts de la presse marocaine nationale. Après 1971, le groupe de presse « *MAS* » devient « *Maroc Soir* » et continue sa publication jusqu'à la fin des années 90. Ahmed Alaoui a créé quant à lui, le groupe de presse contenant : « *As-Sahra Al-Maghribiya* »<sup>10</sup>, et « *La Mañana* »<sup>11</sup>.

En vertu de ce qui est dit, les années 90 ont connu un essor marquant de la presse écrite au Maroc. Parmi les signes de ce changement radical nous citons :

- La diversité des supports du genre spécialisés et généralistes ;
- L'irruption d'une presse indépendante des instances de l'Etat et des partis politiques. cette indépendance éditoriale qui a présenté des caractéristiques et des stratégies particulières et traçait de nouveaux objectifs.

En effet, la période de libéralisation du marché de la presse écrite est marquée par la concurrence et la pluralité de l'espace journalistique. Les nouveaux investisseurs ont contribué à la création de la nouvelle scène journalistique qui est contrôlée malgré tout par les autorités. Du coup, les différents moyens d'expression écrite<sup>12</sup> hérités de la période coloniale ou apparus plus tard, obéissent tous aux règles de la censure pratiquée par l'Etat et la loi du marché (l'offre et la demande).

<sup>7</sup> Journal en langue arabe.

<sup>8</sup> Considérée comme le début de l'âge d'or de la presse partisane.

<sup>9</sup> L'Union Nationale des Forces Populaires.

<sup>10</sup> Journal en langue arabe.

<sup>11</sup> Journal en langue espagnole.

<sup>12</sup> Journaux, magazines, revues.

La presse au Maroc s'inscrit dans une culture politique où la primauté est à la faveur des stratégies politiques au détriment des visées communicationnelles. Autrement dit, le média est considéré comme une arme politique dans une phase de transition politique. Cette réalité spécifique à une dynamique d'évolution qui se réfère aux principes démocratiques à l'instar de la séparation des trois pouvoirs législatifs, judiciaire et exécutif. Une évolution à la fois intrinsèque liée aux pratiques des acteurs médiatiques et extrinsèque liée aux pouvoirs politiques.

La transition en question a induit un nouvel champ avec ses propres valeurs telles : un langage, un discours et une culture différente de celle des journaux classiques, « *le nouveau journal indépendant vis-à-vis du pouvoir et des organisations politiques s'affirme comme un nouvel acteur politique* » (ElAyadi et al., 2006). Toutefois, le monopole de l'Etat sur l'audio-visuel via ses multiples instances reste un constat incontestable, en plus d'une autre réalité qui est celle du monopole des partis politiques.

Cet intervalle historique est déterminé également par la fondation des hebdomadaires tels : « *Maroc Hebdo* » créé en novembre 1991 par Mohamed Selhami ; « *L'Economiste* » en octobre 1991 ; « *La vie économique* » (1994 à 1997) qui a été repris par J.-L. Schreiber du groupe « *Expansion* ». D'autres journaux ont vu le jour à cette époque à l'instar de :

- « *La Nouvelle Tribune* » paraissant en novembre 1995 édité par Impression Presse Édition (I.P.E. SA) ; « *Le journal* » créé en 1997 par ses fondateurs Ali Amar, Hassan Mansouri et Aboubakr Jamaï. Ce dernier qui a créé également l'hebdomadaire arabophone « *Assahifa Al Ousbouiya* ».
- « *Al Ahdad al-Maghiribiya* » : journal arabophone érigé par Mohamed Brini en 1998 (gauche). En même année « *Le Reporter* » francophone est créé par la journaliste marocaine Bahia Amrani traitant principalement des affaires politiques.
- Ahmed Adghrini a lancé de sa part le premier hebdomadaire berbère en janvier 1999 « *Tamazight* » (hebdo, en tamazight, arabe et français) défendant la culture berbère au Maroc.

A partir de 2000, une nouvelle catégorie d'acteurs, inconnue ou insignifiante est apparue : lobbyistes, groupes économiques<sup>13</sup> et politiques<sup>14</sup>. De nouvelles stratégies et données changeront ce champ ce qui a procréé de nouveaux équilibres médiatiques<sup>15</sup>. Parmi les journaux les plus marquants : L'hebdomadaire généraliste « *Tel Quel* », fondé en 2001, dirigé par Ahmed Reda Benchemsi. (Luengos et Thieux, 2017).

Les progrès de la technologie ont contribué à la prolifération de la presse avec la nouvelle version numérique (en ligne) des journaux traditionnels, et concouru à l'émergence avec force de la presse électronique. Dans ce sens, l'intégration de la nouvelle technologie dans le secteur

<sup>13</sup> Groupes financiers, industriels, patronaux...

<sup>14</sup> Des scissionnistes issus d'un ou de plusieurs partis.

<sup>15</sup> La presse écrite et l'audio-visuel.



médiatique induit un changement significatif de la presse marocaine, à savoir : la propagation des antennes paraboliques qui permettent aux marocains de suivre les chaînes étrangères transnationales. Ce donné a favorisé l'approche par les techniques de l'information et de la communication (TIC), et comme l'écrit (Tessier, 2007) « *Internet n'est pas seulement un nouveau mode de diffusion mais aussi et surtout un nouveau média en tant que tel avec ses propres contenus et sa propre logique* ».

Nous citons ci-dessous quelques statistiques relatives à la situation des publications électroniques :

- Le Maroc dispose de 27 stations de radio AM, 25 FM, 6 en ondes courtes et 5 stations de télévision dont la chaîne 2M.
- En 2021, « *Le parc de l'Internet s'élève à 33,86 millions d'abonnés portant le taux de pénétration à 93,24% (soit + 5,1 millions d'abonnements). Ce parc enregistre une hausse annuelle de 17.78%.* » (ANRT<sup>16</sup>, 2021), un chiffre en hausse continue.
- Sur les 892 journaux électroniques ayant déposés la déclaration de leur publication jusqu'au 9 mai 2019, quelques 372 se sont conformés aux dispositions du code de la presse et de l'édition.

Divers usages des TIC sont encore marginaux à cause des obstacles que nous pouvons délimiter en :

- La limite des infrastructures techniques ;
- La cherté des équipements ;
- La méconnaissance.

Malgré ces obstacles, la presse via le net est en plein essor et les sites d'informations se multiplient. Néanmoins, la qualité du produit présenté au niveau professionnel et éthique se dégrade progressivement en plus des conflits d'intérêts et les manipulations des usagers. Dans ce type d'économie de l'information, les procédés deviennent opaques et détournés. Quant aux postures et les discours, ils se diversifient et se croisent.

A l'époque actuelle, la majorité des partis politiques manquent de journaux, tandis que la minorité souffre d'une véritable crise médiatique surtout avec le changement qu'a subi la presse publique et privée. La presse contemporaine au Maroc est devenue un métier à part entière grâce à ses différentes formes d'information (écrites et/ou audio-visuelles) traditionnelles ou électroniques via le web. Par conséquent, la réforme actuelle des médias dans l'image du net, est dictée par un code mondial et une gestion par des entreprises spécialisées et professionnelles.

### 3. LA CRISE DE LA PRESSE PAPIER

---

<sup>16</sup> Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications.

L'apparition d'Internet et des réseaux sociaux a enlisé la presse écrite traditionnelle dans une crise financière ; ces nouvelles sources technologiques simplifient aux lecteurs l'accès aux informations. En contrepartie, la presse écrite traverse une zone de turbulences et perd le monopole qu'elle a détenu sur l'information depuis son avènement au XVI<sup>ème</sup> siècle. Selon (Meyer, 2004), directeur de News Corp, la presse papier est en cours de disparition « *le dernier quotidien papier disparaîtra au mois d'avril 2040* ».

En vertu de cette crise de taille, des centaines de journalistes ont perdu leurs postes et pour beaucoup de journaux c'est la faillite. Les journaux peinent à trouver une solution économique adaptée au nouveau paysage médiatique qui permet de réduire les coûts et de s'impliquer à fond dans le marché du web. Ainsi, plusieurs solutions sont proposées pour corriger la situation en question telles :

- L'instauration des réformes fiscales adaptées aux lois du Net.
- La création d'un budget disposé pour l'aide des journaux mis en péril.
- L'augmentation de la taxation des grandes entreprises qui ont d'importants profits et des revenus qui sont en forte hausse.

Le journalisme garde toujours le contrôle des informations, un avantage qui lui permet de capter l'attention du public en se basant sur ce qui intéresse le lectorat. Cette méthode que nous trouvons chez la majorité des médias internet à l'encontre de la presse civique qui vise à la fois d'informer et de former le citoyen sur les sujets qui sont dans son intérêt. Pourtant, le web<sup>17</sup> est privilégié par le lectorat dans la mesure où ça lui facilite l'échange des informations et les publicités avec les autres internautes. Une démarche qui donne la possibilité à l'utilisateur d'en tirer un bénéfice financier. « *Tandis que la diffusion de la presse papier s'effrite, et que les lecteurs sont de plus en plus nombreux à consulter les informations en ligne* » (Ouakrat et al., 2010). Du coup, la question qui se pose : est ce que les rendements effectués sur le Web sont susceptibles de compenser les dépenses de la presse papier ?

La crise de la presse écrite touche autant les hebdomadaires régionaux que les grands médias nationaux, ce qui nécessite la prise des mesures aptes à la sauvegarde des valeurs véhiculées et la démocratie qu'elle maintient. Conséquemment, la presse écrite est victime de fausses visions. Elle est en quelque sorte dans l'angle mort face à la guerre qu'elle mène contre les réseaux sociaux et le Net. Ce dernier concurrent dispose d'une plateforme numérique développée et des capacités de ciblage de la clientèle très avancées. En outre, « *la presse en ligne dispose d'instruments d'aide à la décision permettant un pilotage assez fin de l'offre éditoriale* » (DaLage, 2001).

Toutefois, la presse écrite se démarque sur : le plan qualitatif ; la crédibilité de son contenu et ses informations fiables et rigoureuses. Ces différents critères influencent les lecteurs qui ont davantage confiance à ses produits en conséquence de quoi les publicités qu'elle publiait seront acceptées. Ce constat contribuera du coup à l'augmentation de ses revenus.

En raison de ce qui est avancé, les entreprises et les planificateurs doivent chercher un environnement compatible avec les annonces des produits qu'ils voudraient vendre, donc

<sup>17</sup> [Internet notamment les réseaux sociaux.](#)



choisir la presse de qualité pour faire leurs investissements et réussir à communiquer leurs valeurs de marque. Cela dit, les experts de la publicité ont un grand intérêt à conserver la presse dite civique qui veille à la qualité de l'information et à l'instauration d'un environnement qui consolide les perceptions positives de la démocratie.

#### 4. LA CRISE DE LA PRESSE AU MAROC

La situation actuelle de la presse au Maroc est caractérisée par la fragilité de ses structures et sa dépendance directe ou indirecte à la fois à la presse internationale et à l'économie. Ce dernier facteur est attribué à un ensemble de causes telles : l'absence du soutien publicitaire, la mauvaise gestion et la faiblesse marquante de la lecture. Par le fait, la presse doit échapper à cette crise financière à travers le réaménagement des entreprises et des offices publicitaires de telle sorte qu'ils soutiennent la presse en général et le journalisme en particulier. En outre, il est nécessaire de rendre le secteur médiatique plus attractif pour les entrepreneurs en agissant sur le modèle économique.

Il faudrait donc assurer l'accompagnement de la presse par l'Etat en mettant en place les différentes mesures juridiques et financières. Nonobstant, ce soutien risque d'influer son contenu en limitant ses effets ou s'en servir. Parmi ces interventions, nous citons :

*L'intervention juridique* : implique l'autorisation des éditeurs ; les codes organisationnels qui ont pour objectif de défendre la liberté des médias et de normaliser les structures des entreprises ; ainsi que les lois qui réglementent la distribution des produits et la fourniture d'information.

*L'intervention financière* : quant à elle peut se réaliser par la voie publique sous forme de subventions publiques, de budget de l'Etat ou de redevances par la voie privée.

Ces procédures vont permettre le développement de la presse écrite et des médias en général tout en respectant les règles d'éthiques et la réhabilitée du principe démocratique. Dans cette perspective le Maroc est inscrit depuis longtemps dans un projet pluraliste et démocratique, une démarche qui a élargi l'éventail à tous les autres médias.

L'usage d'internet et des nouvelles technologies s'élargit, alors que le nombre des lecteurs de la presse écrite se rétrécit. Cette tendance ne se limite pas dans le marché national marocain, mais elle s'étend au marché mondial d'où le recul systématique de la presse papier. Quotidiens ou hebdomadaires, ces journaux perdent inexorablement leurs lecteurs notamment la presse partisane qui est la plus gravement touchée.

La vérité est que la presse marocaine souffre d'un manque de confiance de la part des élites, des entrepreneurs et même d'une grande majorité des citoyens. On reproche souvent aux médias et précisément aux journaux d'être instrumentalisés, voire incompetents dans les domaines qui exigent plus de connaissances et d'expertise à titre d'exemple le domaine de l'économie. Cette anomalie qui a induit un assèchement des ressources publicitaires.

L'incapacité de la presse écrite marocaine face à son homologue étrangère suscite de vrais débats auxquels devraient participer tous les intervenants,<sup>18</sup> ce qui va mettre fin à l'hémorragie continue de la presse nationale et dont la presse étrangère en profite.

Un autre facteur s'adjoint pour aggraver cette crise à savoir, le monde des affaires et de la politique qui reprochent aux journalistes- essentiellement à une partie représentée par les élites- de revendiquer le droit de juger toutes leurs institutions sans accepter en échange la critique. Cet antagonisme a provoqué la rupture de la presse marocaine avec cette catégorie de décideurs et aussi la perte de son lectorat. En vertu de ce qui est dit, la réaction devrait se faire dans la plus grande précipitation, sinon l'opinion marocaine se verra refuser le recours à la presse nationale et sera en retour formée et informée par l'étranger.

L'irruption de la presse électronique :

La présence en ligne est devenue une tendance, une masse importante de personnes s'adonnent au partage de publications dont le contenu passe sous la bannière de la liberté d'expression. Les contenus partagés démontrent le mode de pensée de la masse populaire : des messages d'ordre socio-économique, politique, culturel.

Une partie considérable des personnalités du Web ont pour seul objectif de se faire marquer et gagner de l'argent. Un prétexte qui pousse quelques-uns à truquer l'information pour augmenter les vues et les likes sur leurs publications. Et d'autres non qualifiés qui ne disposent pas du savoir et de la conscience suffisante pour discuter les sujets qu'ils diffusent. Pourtant la liberté d'expression dans la société marocaine a bien des limites ; et pour contrôler les publications circulées sur Web, l'Etat a créé des lois et des instances qui ont pour missions de filtrer ce qui est partagé.

La presse électronique a de loin écarté la presse écrite chez la grande majorité des Marocains. Pour (Jankari, 1999) : « *L'évolution technologique a marqué la fin du monopole des journalistes et des médias en tant que fournisseur principal et exclusif de l'information* ». De ce fait, la plupart du lectorat favorise l'information rapide sur internet à l'information diffusée sur papier. « *Les activités d'échange, chat et messagerie totalisent 47% des activités pratiquées par les jeunes sur les réseaux sociaux. Les activités d'information arrivent en deuxième position avec 34%* » (LesEco, 2019). Le dénouement pour les nouvelles technologies d'informations et de communication est une tendance que la société marocaine a du mal à suivre son rythme.

La webosphère mondiale notamment marocaine a profité des différents supports utilisés parmi lesquels le mobile via les téléphones portables, les smartphones et les tablettes qui se révèlent extrêmement pratiques que ce soit pour travailler que pour naviguer sur Internet. Cela dit, le support mobile a joué un rôle colossal dans la vulgarisation de l'usage des réseaux sociaux. L'offre 4G proposée par les trois opérateurs marocains (Inwi, Orange et Maroc Telecom) a également participé à une interaction plus rapide et avec plus de fréquentation avec ces divers réseaux sociaux. Les consultations via les mobiles de ce fait, suscitent de plus l'intérêt des jeunes et transforment leur manière de consommer.

<sup>18</sup> Politiques, économiques, les différents acteurs en média.



L'usage du mobile est devenu indispensable au quotidien des Marocains et le nombre de mobinautes est en hausse par rapport à celui des internautes. Les fonctions telles que les appels ou les SMS deviennent de plus en plus importantes. En conséquence, l'univers des réseaux sociaux a pris une place primordiale dans les différentes stratégies de marketing et de communication des entreprises sur le marché.

De surcroît, ces médias sociaux ont pris un essor fulgurant, ils recouvrent un paysage très riche de plates-formes, de sites Web et d'outils en ligne. Ceux-ci comportent de nombreux avantages qui expliquent leur popularité phénoménale. Ses usagers profitent d'une grande liberté d'expression : ils se connectent, s'expriment, interagissent, commentent et partagent. De ce fait, « *La liberté de presse n'est pas l'apanage des journalistes ou des propriétaires de médias* » (Robillard, 2016).

Néanmoins, la publication des renseignements personnels<sup>19</sup> sur l'un des médias sociaux, prélève le droit à la vie privée de l'abonné. Les sites en question se réservent le droit de les vendre et de les utiliser pour des fins lucratives malgré les dispositions de la Charte des droits et libertés de la personne. Les moteurs de recherche indexent automatiquement les renseignements confidentiels publiés. Cependant, et pour mettre en abri nos données personnelles, il est conseillé de créer des zones privées du type extranet pour la publication et la transmission des informations. Mieux vaut utiliser des canaux officiels et sécurisés en maintenant en tout temps des normes de confidentialité.

Dans une perspective de marketing, les entreprises se servent des réseaux sociaux pour une grande variété d'objectifs tels la conquête de nouveaux marchés et le service à la clientèle pour s'informer et communiquer avec d'autres entreprises, Ou mieux pour interagir avec les personnes qui travaillent dans ces entreprises ; et bien évidemment pour faire de la publicité aux entreprises<sup>20</sup>. Aux dires de (Barbet, 2012) ces « *campagnes commerciales élargissent leur palette médiatique et leurs cibles, elles reposent désormais sur un "plan média multicanal"* »

Les informations diffusées instantanément ne sont pas toujours validées. La vérité n'est pas toujours au rendez-vous, elle est tout simplement relative. Les déclarations postées ont pour objectif d'amener l'internaute à réagir positivement et du coup à s'engager rapidement sans réfléchir. Pour cela le posteur utilise des techniques et un contenu<sup>21</sup> qui touchent immédiatement la sensibilité du lectorat et mobilise son consentement. Les émetteurs sur les médias sociaux et particulièrement les entreprises ont adopté le « *Buzz* » comme une technique de communication qui s'appuie sur la psychologie émotionnelle des consommateurs. Cette stratégie prend son ancrage et ses appuis pour transformer leur comportement à l'égard des produits présentés, la clientèle ciblée est censée mobiliser ses courriels, ses blogs et participer aux forums.

Le « *Buzz* » ou la « *Une* » virtuelle a un effet en deux figures : l'une positive et l'autre négative. Autrement dit, nous distinguons le « *Buzz* » positif du *badbuzz* ou le « *Buzz* » négatif. Le « *Buzz* » positif véhicule des messages laudatifs autour d'une offre commerciale, d'un produit ou d'un événement dans le but d'attirer l'attention et de provoquer de vives

<sup>19</sup> Les données personnelles, les champs d'intérêt, photos ou vidéos.

<sup>20</sup> De ses produits, de ses services...

<sup>21</sup> Les images et les vidéos agréables et insolites.

réactions chez le lectorat. A l'opposé, le *badbuzz* cause de sérieux préjudices à une marque ou une personne. Il provoque des polémiques auprès de cibles connectées, sachant que cette facette est la dominante. Selon (Depover et al., 1998) le « *Buzz* » notamment en marketing est utilisé comme une nouvelle stratégie d'interactivité et de proximité.

Cela dit, le « *Buzz* » positif ou négatif peut faire et défaire les réputations des entreprises et/ou des individus dans un laps de temps ; il suffit parfois d'un rien pour ruiner l'image d'une marque. Un constat qui démontre la fragilité de tout un système<sup>22</sup> face au tout puissant univers numérique.

En effet, le champ des médias et de la communication au Maroc est en perpétuelle évolution grâce au développement de ses supports technologiques. Cependant, plusieurs journaux appartenant à la presse papier ont disparu du marché médiatique à cause de la chute des recettes publicitaires et des lecteurs. La régression de plusieurs titres qui avaient pourtant gravé leurs noms dans la sphère médiatique marocaine, a sûrement un impact négatif sur la diversité et la qualité de l'information du public.

Le monde de l'intelligence artificielle et la réalité virtuelle retrace de nouvelles règles du jeu, et les médias qui ont montré leur capacité à s'adapter à ce détournement continuent l'accroissement de leur influence et leur notoriété dans cet environnement incertain. Une approche qui a assuré de surplus la qualité primordiale de leur produit à l'échelle de toute une économie. Autrement dit, ces médias sont toujours à la recherche de nouveaux concepts pour séduire leur audience ou leur lectorat, ils n'ont jamais cessé de se réinventer, d'occuper de nouveaux espaces et de communiquer l'information.

Donc, pour gagner plus de lectorat, l'information doit se communiquer simultanément et d'une façon transversale sur les différents supports : papier, vidéo, les sites web et les réseaux sociaux. Cette perspective qui est préconisée par (Dahlgren, 1999) et qui recommande aux journalistes « classiques » d'investir le cyberspace dans la production de l'information. Toutefois, La production en ligne exige une adaptation aux nouveaux critères de forme et de fond (Boczkowski, 2004). Ajoutant de même le lien qui uni le journaliste avec ses lecteurs (Cabrolié, 2009b).

De nombreux paramètres entrent en jeu pour réformer et actualiser le secteur de presse à savoir : La formation, la qualité de l'information, la rigueur apportée au respect des processus et les normes de qualité. Ces facteurs ad hoc vont convaincre les annonceurs et les décideurs économiques pour investir dans la presse marocaine. Ceci dit, ces réformes sont sujet d'actualisation. Il est important de continuer à améliorer les dispositifs aptes à renforcer l'attractivité du média civique, de libérer les énergies des acteurs nationaux et de leur permettre de mener à bien leur travail.

Cette dynamique est nécessaire à la création d'activités rentables d'ordre économiques à même de promouvoir l'emploi. Les instances Etatiques et les entreprises liées aux médias sont capables de créer des passerelles entre les réformes du système de la presse, de la formation

<sup>22</sup> Economique, social, politique.



professionnelle et de l'innovation. Elles doivent également mettre en place une nouvelle stratégie de lutte contre les inégalités et les obstacles qui entravent le processus médiatique.

Effectivement, le secteur de la presse a besoin d'un modèle qui permettrait à un pays comme le Maroc de poursuivre et d'accélérer le processus de la bonne gouvernance en s'appuyant sur son capital immatériel, et surtout en assurant une répartition profitable aux agences de presse à travers des politiques publiques appropriées.

En *grosso modo*, l'évolution de la presse écrite et digitale est un constat mondial qui ne se limite pas au Maroc, idem pour le statut de cette presse et son modèle économique. Cela dit, la situation actuelle de la presse digitale au Maroc voire dans le monde entier est délicate dans le sens où elle connaît à la fois une baisse des recettes publicitaires et une dégringolade du nombre d'abonnements capable de lui assurer un équilibre financier. Vu cette chute, il sera impossible dans le futur de proposer un contenu gratuit. Plusieurs formules d'abonnement sont envisagées à l'instar du classement des informations diffusées, allant de l'information gratuite à l'information payée. Ce qui a accru de plus ladite crise, est la taxe de 5% appliquée aux annonces publicitaires sur les sites de presse électronique, une mesure limitée auparavant à la télévision et le cinéma.

Le rôle de la presse écrite est bel et bien présent dans le processus de démocratisation. Une réalité qui nécessite l'accroissement du niveau de la pratique journalistique par le biais : de la remédiation aux textes juridiques régissant le domaine de la presse et de l'édition, ainsi que la régulation des procédures de gestion ou la mise à niveau des ressources humaines et techniques.

Les différents partenaires et associés sont appelés à se mettre en accord sur un processus de réformes inéluctables au paysage médiatique dans sa globalité. Ce projet doit être en euphonie avec la démocratisation et la modernisation du pays. L'intérêt actuel se voit inscrire dans le cadre d'un débat responsable qui considère le secteur de la communication comme un espace conçu pour la réalisation des projets de différents domaines, et un médiateur apte à instaurer les principes d'une société libre et responsable.

## **CONCLUSION**

En vertu de ce qui est dit *supra*, la presse au Maroc endure la fragilité de ses structures et sa dépendance directe ou indirecte à la presse internationale et au domaine économique. En plus de ces deux facteurs, il existe d'autres entraves qui aggravent ladite crise à l'instar de : l'absence du soutien publicitaire, la mauvaise gestion et la baisse du taux des lecteurs. Il est donc inéluctable d'assurer un accompagnement de la presse par l'Etat en mettant en place les différentes mesures juridiques et financières aptes à la consolider face à cette crise inédite.

En effet, le secteur de la presse au Maroc a besoin d'un modèle qui lui permettrait de poursuivre son évolution en s'appuyant sur son capital immatériel et surtout, en assurant une répartition profitable à ses propres agences de presse à travers des politiques publiques appropriées.

Il est évident que l'usage d'internet et des nouvelles technologies s'élargit au dépit de la presse papier. Autrement dit, l'univers des réseaux sociaux a pris une place primordiale sur le

marché national marocain et mondial. L'essor fulgurant de ces médias sociaux provient de ses multiples dispositifs tels : les plates-formes, les sites Web et ses différents outils en ligne.

Bref, la vraie démocratie est fondée sur la clarté et la différenciation des points de vue soutenues par la prise des décisions de la part des instances affiliées à l'Etat et à la société elle-même. Ces modalités sont conditionnées par l'existence des canaux de communication solides, autonomes et impartiaux.



## BIBLIOGRAPHIE

- Amnesty, I. (2017). La liberté d'expression. Dossier pédagogique. Belgique. p : 13.
- ANRT. (2021). Analyse de l'évolution du secteur des télécommunications au Maroc. [https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/2021\\_t3\\_tb\\_memo.pdf](https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/2021_t3_tb_memo.pdf)
- Babas, L. (2018). 1860, when Spain introduced journalism to Morocco through El Eco de Tetuan.: <https://en.yabiladi.com/articles/details/64477/1860-when-spain-introduced-journalism.html>. (Consulté le : 26.06.2022).
- Barbet, D. (2012). Les emprunts discursifs entre politique et publicité. Des échanges inégaux, *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 98/2012, <http://mots.revues.org/20590> ; DOI : 10.4000/mots.20590. (consulté le : 25.06.2022).
- Boczkowski, P J. (2004). Digitizing the News Innovation in Online Newspapers. The MIT Press, Cambridge. MA.
- Cabrolie, S. (2010). les journalistes du parisien.fr et le dispositif technique de production de l'information. Réseaux : 2-3 (n° 160-161).
- DaLage, O. (2001). La presse saisie par l'Internet. Communication et langages, n°129, Dossier : Internet vu du journalisme.
- Dalhgren, P. (1999). Cyberspace et logique médiatique : repositionner le journalisme et ses publics. in Serge Proulx et André Vitalis, Vers une citoyenneté simulée : media, réseaux et mondialisation. Rennes. Apogée, (pp. 73-98).
- DeCastro, RV. (2021). Propagande et censure dans la presse nationaliste marocaine sous le protectorat espagnol. <https://doi.org/10.4000/argonauta.5573>. (consulté le : 26.06.2022).
- Depover, C. Giardina, M et Marton, P. (1998). Les environnements d'apprentissage multimédia. Paris : L'Harmattan.
- Derieux, E. (1996). Déontologie du journalisme. Legicom/1 (N°11) (pp. 21-24).
- El Ayadi, M. EL MOUDDEN, NJ J et RACHIK, H. (2006). Presse écrite et transition. Les cahiers bleus- N°5/Mars.
- Freedom Now. (2015). Rapport sur la situation de la liberté de presse et d'expression au Maroc, Une liberté sous surveillance.
- IHRAI-AOUCHAR, A. (1982). La presse nationaliste et le régime de Protectorat au Maroc dans l'entre-deux-guerres. In: Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée, n°34.
- Jankari, R. (1999). Médias et Technologies de l'information et de la communication (TIC) au Maroc. [http://www.tanmia.ma/IMG/pdf/Medias\\_et\\_TIC\\_au\\_Maroc.pdf](http://www.tanmia.ma/IMG/pdf/Medias_et_TIC_au_Maroc.pdf), (consulté le : 27.06.2022).
- LesEco.ma. (2019). Quel réseau social préfèrent les jeunes Marocains ?. <https://leseco.ma/quel-reseau-social-preferent-les-jeunes-marocains>, (consulté le 23.04.2020).
- Luengos, J G. Thieux, L. (2017). Les médias en ligne au Maroc et le journalisme citoyen : Analyse des principales limites à un environnement favorable. NovAct.

- Meyer, P. (2004). *The Vanishing Newspaper: Saving journalism in the information age*. University of Missouri Press.
- Ouakrat, A. Beuscart, J S. Mellet, k. (2010). *Les régies publicitaires de la presse en ligne*. Réseaux. Editeur La Découverte.
- Repucci, S et Slipowitz, A. (2022). *La liberté dans le monde 2021* Démocratie assiégée. <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2021/democracy-under-siege>, (consulté le : 26.06.2022).
- Robillard, C. (2016). *La liberté de presse, la liberté de tous*. Québec Amérique. Canada
- Said, M. (2004). *La liberté de la presse, la déontologie et les conditions d'exercice du journalisme au Maroc*. General Consulting. Rabat.

