Le Collectif Associatif
pour l'Observation des Elections
ⵓⵣⵣⵉⵍⵏ ⵏ ⵜⵎⵓⵔⴰⵙⵉⵏ ⵜ ⵡⴰⵣⵣⴰⵢ ⵏ ⵜⵣⵔⴼⵜ
النسيج الجمعوي لرصد الإنتخابات

Observation de la couverture médiatique des élections communales et régionales 2015

رصد التغطية الإعلامية للانتخابات الجماعية والجهوية 2015

ⵓⵎⵓⵔⴰⵙ ⵏ ⵜⵖⵣⵉⵜ ⵏ ⵜⵓⵙⵙⵏⵉ
ⵖ ⵖⵓⵜⵓⵔⵉ ⵏ ⵜⵓⵔⵔⵖⵉ
ⵡ ⵜⵢⵖⵍⵓⵏⵉ 2015

بشراكة مع : e-JOUSSOUR En partenariat avec : FMAS

رصد التغطية الإعلامية - لمرحلة الحملة الانتخابية- الإنتخابات الجماعية و الجهوية ليوم 4 شتنبر 2015
التقرير الأولي للنسيج الجمعوي لرصد الإنتخابات بشراكة مع منتدى بدائل المغرب

PRESENTATION DU RAPPORT PRELIMINAIRE D'OBSERVATION DE LA COUVERTURE MEDIATIQUE DE LA CAMPAGNE DES ELECTIONS COMMUNALES ET REGIONALE 2015
RABAT, LE 07 SEPTEMBRE 2015

رصد التغطية الإعلامية للإنتخابات الجماعية و الجهوية ليوم 4 شتنبر 2015

- التقرير الأولي للنسيج الجمعوي لرصد الإنتخابات بشراكة مع منتدى بدائل المغرب –

تمهيد :

يندرج مشروع رصد التغطية الإعلامية للانتخابات الجماعية والجهوية، ل 4 شتنبر 2105 ، خلال مرحلة الحملة الإنتخابية ، ضمن إستراتيجية النسيج الجمعوي لرصد الانتخابات في كل أطوارها وكل مجالات ذات الصلة.

وقد تم اعتماد مرجعية النسيج المؤسسة على المواثيق الدولية لحقوق الإنسان التي تؤكد على حرية الرأي والتعبير،وتقر بالحق في الوصول إلى المعلومة والتغطية الإعلامية العادلة.

إن رصد التغطية الإعلامية أداة للنهوض بالحريات الأساسية كحرية الرأي والتعبير، والحق في المشاركة السياسية. وتساهم عملية الرصد إذا تم إنجازها بشكل جيد ، وعلى أساس المعايير الدولية في بناء الديمقراطية ودعمها وإقرار انتخابات عادلة.

و رصد التغطية الإعلامية يعتبر نوعا من الدراسة لأداء وسائل الإعلام لبلوغ نتائج وخلاصات دقيقة تفيد كل المواطنين والمواطنات وكل الأطراف الفاعلة وذات الصلة بالعمليات الانتخابية.

ويجب أن تركز عملية التغطية الإعلامية على المعايير المتعارف عليها،ومنهجية مؤسسة على الإلتزام بالدقة والمراقبة والموضوعية.

وترتكز عملية التغطية الإعلامية على عدة عوامل وأهداف منها:

- مدى ظهور مختلف القوى والأطراف.
- مدى جودة التغطية الإعلامية لنشاطاتهم.
- مظاهر الإنحياز في التغطية الإعلامية.
- القضايا المطروحة في الحملة الانتخابية.
- التوعية بحقوق الناخبين والناخبات.
- انتهاكات القوانين المتعلقة بالإعلام.
- انتهاكات متعلقة بحرية الرأي والتعبير.

وإن فريق الرصد ركيزة أساسية في عملية التغطية الإعلامية، ومسؤوليتهم تتعدى تسجيل وقياس المساحات والأوقات.

فالنتائج والخلاصات التي يقدمونها لها أهمية كبرى في التقرير النهائي المتعلق بتقييم الحملة الإنتخابية، لذلك يجب ضمان الصرامة في الإلتزام بمعايير الحرفية والموضوعية والحياد.

و في هذا الاتجاه يقدم النسيج الجمعوي لرصد الإنتخابات التقرير الأولي الذي أنجزه بشراكة مع منتدى بدائل المغرب حول نتائج رصده للتغطية الإعلامية للإنتخابات الجماعية و الجهوية ليوم 4 شتنبر 2015 و يشمل الفترة المتعلقة بالحملة الإنتخابية الممتدة من 22 غشت إلى 3 شتنبر 2015 و تهم بعض وسائل الإعلام العمومية و الخاصة.

و للتنويه فإن عملية رصد الإعلام و إنجاز هذا التقرير الأولي يرجع الفضل فيهما إلى:

- العمل التطوعي الذي قام به أعضاء و عضوات النسيج و منتدى بدائل المغرب
- فريق من الشابات و الشباب و عددهن/م 12 تم تكوينهن/م و تدريبهن/م على تقنيات الرصد تحت إشراف خبراء في المجال،و بالمناسبة نعبر لهن / لهم عن خالص شكرنا و تقديرنا .

فريق الرصد اعتمد في عمله منهجية التحليل الكمي و النوعي طبقا للمعايير الدولية لرصد وسائل الإعلام،و اشتغل في مجال الرصد على وسائل إعلام مرئية،سمعية و صحافة مكتوبة و عددها 18 .

توزيع الحصص الزمنية لاستعمال وسائل الاتصال السمعي البصري العمومية..

فيما يخص تنظيم و توزيع الحصص الزمنية المرتبطة باستعمال الأحزاب السياسية المشاركة في الإنتخابات الجماعية و الجهوية لوسائل الاتصال السمعي البصري العمومية فجدير بالتذكير أنه تم يوم 4 غشت 2015 بمقر وزارة الاتصال عقد اجتماع قصد إجراء القرعة بحضور ممثلي وزارات الاتصال و الداخلية و العدل و الحريات و ممثلي الأحزاب المشاركة و وسائل الاتصال السمعي البصري العمومية..

و قد حددت الإستفادة من وسائل الاتصال السمعي البصري العمومية (الإذاعة الوطنية - الإذاعة الأمازيغية - القناة الأولى - قناة تمازيغت - القناة الثانية) خلال فترة الحملة الإنتخابية الممتدة من 22 غشت 2015 إلى 03 شتنبر 2015 باعتماد المعايير و المدد الزمنية وفق الجدول الموضوع أسفله :

الأحزاب السياسية و معايير الاستفادة..	المدة الزمنية	الحصة الفريدة (ضيف النشرات)	تغطية التجمعات الإنتخابية	وسائل الإعلام المعنية
كل حزب يتوفر على فريق خاص بأحد مجلسي البرلمان أو على عدد من الأعضاء لا يقل عن العدد المطلوب لتكوين فريق برلماني داخل المجلس المعني	21 دقيقة و توزع إلى ثلاث حصص من 7 دقائق لكل حصة	5 دقائق	3 دقائق على أساس تغطية وسائل الإعلام المعنية لتجمع انتخابي واحد لكل حزب	الإذاعة الوطنية الإذاعة الأمازيغية القناة الأولى قناة تمازيغت القناة الثانية
كل حزب ممثل في البرلمان	15 دقيقة و توزع إلى ثلاث حصص من 5 دقائق لكل حصة	3 دقائق	دقيقتان و نصف دقيقة على أساس تغطية وسائل الإعلام المعنية لتجمع انتخابي واحد لكل حزب	نفس الوسائل الإعلامية المشار إليها أعلاه
كل حزب غير ممثل في البرلمان	9 دقائق و توزع إلى ثلاث حصص من 3 دقائق لكل حصة	لاشيئ	دقيقتان على أساس تغطية وسائل الإعلام المعنية لتجمع انتخابي واحد لكل حزب	نفس الوسائل الإعلامية المشار إليها أعلاه

نتائج أولية لعملية رصد التغطية الإعلامية للحملة الإنتخابية

عملية الرصد التي قام بها النسيج الجمعوي لرصد الإنتخابات اعتمدت تقنية مادية تتمثل في استعمال المسطرة لقياس كل المساحات المخصصة للحملة الإنتخابية في الإعلام المكتوب،و العدالة لقياس مدة البث في الإعلام المرئي و المسموع .

و أخذا بعين الإعتبار إمكانيات الهيئتين (النسيج و المنتدى) المحدودة فقد همت عملية الرصد 18 وسيلة إعلامية تتوزع على الشكل التالي :

- قناتان تلفزيتان عموميتان (القناة الأولى – القناة الثانية)

- إذاعتان عموميتان (الإذاعة الوطنية – الإذاعة الأمازيغية)

- إذاعة خاصة (إذاعة إم إف إم)

- 7 صحف باللغة العربية (الأخبار- المساء- الصباح- الأحداث المغربية- الصحراء المغربية- أخبار اليوم- الأيام)

- 6 صحف باللغة الفرنسية (أوجوردوي لوماروك - لوماتان- ليكونوميست - لافي إيكونوميك - لوربرتر- تيل كيل)

مجموع المواد التي تم رصدها في 18 وسيلة إعلامية :

من خلال عملية الرصد التي قام بها النسيج و تفريغ المعطيات الواردة في 18 وسيلة إعلامية مرئية، مسموعة و مكتوبة و التي تم رصدها يتبين لنا ما يلي:

فحسب ما أمكن ضبطه فإن مجموع المواد التي تم رصدها بالنسبة للإعلام المكتوب و المرئي والمسموع هو 3927 أي بمعدل 302.07 مادة كل يوم من أيام الحملة التي دامت 13 يوما .

توزيع المواد بحسب وسائل الإعلام :

الإعلام المكتوب (الصحافة) :1563 مادة أي بمعدل 120.23 مادة كل يوم من أيام الحملة التي دامت 13 يوما

الإعلام المرئي (القناتان التلفزيتان) : 919 أي بمعدل 70.69 مادة كل يوم (مع الإشارة إلى أن الرصد شمل الفترة الممتدة من التاسعة صباحا إلى الثانية عشرة ليلا من كل يوم من أيام الحملة الإنتخابية)

الإعلام المسموع (الإذاعات):1445 مادة أي بمعدل 111.15 مادة كل يوم (مع الإشارة إلى أن الرصد شمل الفترة الممتدة من السادسة صباحا إلى العاشرة ليلا من كل يوم من أيام الحملة الإنتخابية)

توزيع المواد بحسب القنوات :

و بالنسبة لتوزيع المواد بحسب القنوات التلفزية فقد تم رصد 575 مادة بالنسبة للقناة الأولى أي بمعدل 44.23 مادة كل يوم و 344 بالنسبة للقناة الثانية أي بمعدل 26.46 مادة كل يوم من أيام الحملة.

و بحسب اللغة المستعملة فقد حظيت اللغة العربية ب 867 مادة و الفرنسية 26 مادة و بالنسبة للغة الأمازيغية فإنها لم تحظ إلا ب 25 مادة. و يتبين من هذه المعطيات التهميش الواضح للغة الأمازيغية علما أن شريحة جد واسعة من المجتمع المغربي تتواصل أساسا باللغة الأمازيغية مما يعني إقصاءها من تتبع مضامين الحملة الإنتخابية عبر القناتين الأولى و الثانية،و في نظرنا لا يمكن التذرع بوجود قناة تمازيغت لتبرير ذلك التهميش.

توزيع المدد الزمنية بحسب القنوات :

و فيما يخص المدد الزمنية التي تم بثها فقد بلغت بالنسبة للقناة الأولى 24ساعة 53 دقيقة 55 ثانية و القناة الثانية 13 ساعة 28 دقيقة 36 ثانية ليصل مجموع ما بثته القناتان 38 ساعة 22 دقيقة 31 ثانية حسب ما أمكن ضبطه.

توزيع المواد بحسب الإذاعات :

و بخصوص الإعلام المسموع فقد تم رصد 636 مادة بالنسبة للإذاعة الوطنية و 525 مادة بالنسبة للإذاعة الأمازيغية و284 مادة بالنسبة لإذاعة إم إف إم .

توزيع المدد الزمنية بحسب الإذاعات :

و بلغت المدة الزمنية التي خصصتها الإذاعة الوطنية 41 ساعة 39 دقيقة 11 ثانية و الإذاعة الأمازيغية 25 ساعة 31 دقيقة 53 ثانية أما إذاعة إم إف إم فقد خصصت 33 ساعة 33 دقيقة 45 ثانية ليكون مجموع ما تم بثه من طرف الإذاعات الثلاث حسب ما تم ضبطه 100 ساعة 44 دقيقة 19 ثانية

و بالمقارنة بين القناتين التلفزيتين العموميتين (الأولى و الثانية) و بين الإذاعتين العموميتين (الوطنية و الأمازيغية) يبرز أن الإذاعتين خصصتا ضعف ما خصصته القناتان من حيز زمني للحملة الإنتخابية كما إن إذاعة خاصة (إم إف إم) تفوقت على إذاعة عمومية (الإذاعة الأمازيغية) فيما يخص الحيز الزمني المخصص للحملة الإنتخابية .

توزيع المواد بحسب الصحافة المكتوبة :

أما الصحافة المكتوبة باللغة العربية فقد تم رصد 1324 مادة بينما تم رصد 239 مادة في الصحافة المكتوبة باللغة الفرنسية.و يتضح الفرق الشاسع بين الصحف باللغة العربية و الصحف باللغة الفرنسية في مواكبة الأخبار و الأحداث المرتبطة بالحملة الإنتخابية ، و هذه المواكبة كان في كل مرة يرتفع حجمها مع مرور أيام الحملة و اقتراب موعد الإقتراع ..

كما تميزت الصحف التي تصدر باللغة العربية بتخصيص بعضها لصفحات يومية مخصصة للإنتخابات مع ملاحظة مهمة أيضا تتعلق بنفس الصحف و هو ارتفاع منسوب الكاريكاتور و الرسوم الساخرة و التي تعلقت بالخصوص بالمرشحين كما لوحظ حضور لافت للصورة..

و هذا و تبقى الإشارة إلى أن المساحة الإجمالية التي خصصتها الصحف للجهات المرصودة في الصحف التي تم رصدها بلغت 546642,155 سم٢

المتدخلون أو حضور النساء و الرجال في وسائل الإعلام :

و فيما يتعلق بالمتدخلين و بحسب تصنيف النسيج الجمعوي لرصد الانتخابات فإن المعطيات المرتبطة بالنساء أو الرجال تبين ما يلي :

- تم تسجيل حضور جميع الفئات المجتمعية (نساء- رجال- شباب- أشخاص ذوو احتياجات خاصة..) و لكن بتفاوت طبعا حيث أن حضور بعض الفئات كان هزيلا.
- كما أنه بالمقارنة مثلا بين الحضور النسائي و الحضور الرجالي فالغلبة كانت دائما للذكور و بفارق شاسع في أغلب الحالات :

ففي القناة الأولى سجل الحضور الرجالي 501 مادة في مقابل 287 مادة للنساء

و القناة الثانية ب 271 مادة للرجال و 216 مادة للنساء

و الإذاعة الوطنية ب 491 مادة للرجال و 166 للنساء

و الإذاعة الأمازيغية ب 388 مادة للرجال و 188 للنساء

أما في إذاعة إم إف إم فسجل 248 مادة للرجال و 166 للنساء

و في الإعلام المكتوب 151 مادة للرجال مقابل 56 مادة للنساء

أما المواد التي تهم الفئتين (الرجال و النساء) فقد تم تسجيل 1356 مادة في 18 وسيلة إعلامية التي تم رصدها.

إن الفوارق المسجلة سواء في الإعلام المرئي،المسموع أو المكتوب تستلزم في نظرنا ضرورة أن تبذل مختلف وسائل الإعلام مجهودات أكثر لاستحضار مقاربة النوع و طرح قضايا المرأة بما يخدم الحقوق الإنسانية للنساء ، و في نفس الوقت إعطاء العناية اللازمة لمختلف الفئات و في مقدمتهم ذوو الإحتياجات الخاصة .

استخدام اللغة المسيئة :

و فيما يرتبط بمدى تسجيل استخدام لغة مسيئة في الخبر للمرأة،الأحزاب،مؤسسات الدولة،المجتمع المدني أو أي شخص آخر فيستنتج من خلال ما تم رصده في 18 وسيلة إعلامية مرئية،مسموعة و مكتوبة أن 13 بالمائة فقط من المواد تم تسجيلها تدخل في دائرة ما يمكن اعتباره مسيئا بينما 87 بالمائة من المواد المذاعة أو المنشورة كانت بعيدة كليا عن الإساءة .

خلاصات أولية :

في ما يخص استعمال وسائل الاتصال السمعي البصري العمومية خلال الحملة الإنتخابية :

- في هذا الجانب فإن الوقت المخصص بمجموعه للإنتخابات الجماعية و الجهوية على مستوى وسائل الإعلام العمومية و ل 31 حزبا غير متناسب و يحرم الأحزاب السياسية من وقت كاف للتعريف ببرامجها و التواصل مع المواطنات و المواطنين عبر الإعلام العمومي
- حرمان الأحزاب غير المشاركة في الإنتخابات أو المقاطعة لها من حقها في التواصل و استعمال الإعلام العمومي خلال الحملة الإنتخابية يشكل انتهاكا لحرية التعبير.
- المستقلون المشاركون في الانتخابات لم يعط لهم أي حظ بشكل أو بآخر للاستفادة من وسائل الإعلام العمومية مما يعتبر إقصاء و مساسا بحرية التعبير..
- إن المعايير المعتمدة في توزيع المدد الزمنية للاستفادة من الإعلام العمومي تفتقد إلى روح الإنصاف و تميل إلى تكريس الهيمنة و الإقصاء و بالتالي فإنها تستوجب المراجعة حتى تنسجم على الأقل مع ما ينص عليه الدستور من أن للجميع الحق في التعبير، كما يجب فتح المجال للأحزاب السياسية لاستعمال الإذاعات الجهوية خلال الحملات الإنتخابية بما يتيح لها فرصا أكثر و يعطي مضمونا أقوى لمعنى الجهوية..
- إقصاء ذوي الإحتياجات الخاصة من حقهم في الأخبار و عدم اعتماد أسلوب قار في التواصل معهم عبر لغة الإشارات أو الكتابة أسفل الشاشة..

و في ما يخص الإعلام المستقل:

- - التنويه بشكل عام بالأدوار التي يقوم بها في إثارة قضايا الديمقراطية و الإهتمام بالشأن العام و فضح مختلف أشكال الفساد الرسمي منه و الحزبي علاوة على مواكبته للحملة الإنتخابية بمختلف مناطق المغرب

- - بعض وسائل الإعلام التي تعتبر نفسها مستقلة ،تنخرط في الغالب عن وعي (أو غير وعي) في خدمة مصالح أطراف ضد أخرى ..

- نشر بعض المنابر الإعلامية لدعايات حزبية مدفوعة الأجر لأحزاب سياسية خلال الحملة الإنتخابية مما يطرح إشكالية ضمان التغطية العادلة

- و بصدد الإعلام دائما فإن معطيين آخرين أصبحا يؤثران إن إيجابا أو سلبا في العمليات الإنتخابية و نقصد به الإعلام الإلكتروني و الإعلام الخارجي، و منه بالخصوص القنوات الفضائية التي أصبحت تلعب أدوارا مهمة سواء في توجيه مشاهديها بالمغرب أو التأثير في الرأي العام في هذا الإتجاه أو ذاك (المشاركة في الإنتخابات أو مقاطعتها ..) أو الدعاية ونصرة هذا الحزب / التيار أو ذاك..و لا بأس من الإشارة إلى أن بعض القنوات الفضائية تبتعد كثيرا عن المهنية و تكشف من خلال تغطياتها / نشراتها و برامجها عن تحيز واضح لبعض التيارات ضدا على أخرى..

هذا و لا يفوت النسيج الجمعوي لرصد الانتخابات و منتدى بدائل المغرب التعبير عن تقديرهما لكل الصحافيات و الصحافيين الذين واكبوا الحملة الإنتخابية و سعوا إلى تمكين المواطنة / المواطن من كل المعلومات الممكنة و المفيدة بما يساعد على تحديد اختياراتها / اختياراته..

توصيات و مقترحات أولية:

إن النسيج الجمعوي لرصد الإنتخابات و منتدى بدائل المغرب ،و في انتظار إنجاز التقرير النهائي حول رصد التغطية الإعلامية للإنتخابات الجماعية و الجهوية ل 4 شتنبر 2015، يتقدمان في هذا التقرير الأولي بالتوصيات و المقترحات الأولية التالية :

- مراجعة المعايير المعتمدة في توزيع المدد الزمنية للاستفادة من الإعلام العمومي و خصوصا خلال الإنتخابات بما يحقق الإنصاف بين مختلف الأحزاب السياسية بغض النظر عن مواقفها من الإنتخابات، و تفعيلا أيضا لمضمون الفصل 11 من الدستور فيما يخص ضمان الممارسة الكاملة للحريات والحقوق الأساسية، المرتبطة بالحملات الانتخابية، وبعمليات التصويت

- ضمان حرية التعبير للأحزاب غير المشاركة في الإنتخابات أو المقاطعة لها

- الاجتهاد في فتح المجال للإذاعات الجهوية للإنخراط في الحملات الإنتخابية بما يتيح فرص أكثر للأحزاب السياسية و يعطي مضمونا أقوى لمعنى الجهوية ..

- تخصيص حيز زمني خاص وكاف في وسائل الإعلام العمومية للائحة الوطنية للنساء و الشباب بمناسبة الحملات الانتخابية.

- وضع آليات كفيلة بتطوير التغطية الإعلامية لتمكين الناخبات و الناخبين من معرفة جيدة بالبرامج الانتخابية للأحزاب و المرشحات و المرشحين بما يساعدهن /م على تحديد اخياراتهن/ اختياراتهم في التصويت.

- التفكير في إحداث جائزة بأحسن تغطية إعلامية تخص الحملات الإنتخابية تشجيعا لوسائل الإعلام و العاملين / العاملات فيها على بذل أقصى الجهود من أجل تغطيات إعلامية موضوعية و حيادية و في خدمة المصلحة العامة..

- وضع إطار قانوني و أخلاقي ينظم عملية استعمال الإعلام الإلكتروني خلال الحملة الإنتخابية و ما قبلها بالخصوص..

- ضرورة التواصل و التفاعل الفوري لكل السلطات المعنية بالإنتخابات ، و بالخصوص أثناء الحملة الإنتخابية،مع ما ينشر في وسائل الإعلام من أخبار و معلومات سواء بالنفي،التأكيد أو التوضيح ..لصون العمليات الإنتخابية من كل التأثيرات السلبية التي قد تحدثها بعض وسائل الإعلام في هذا الإتجاه أو ذاك..

- التزام وسائل الإعلام بالميثاق الأخلاقي و مراعاة الدقة و الحيادية و التوازن و التغطية العادلة من جهة، و من جهة ثانية النشر الفوري و إبان الحملة الإنتخابية لبيانات الحقيقة و ضمان حق الرد لكل هيئة أو مرشح يؤكد عدم صحة ما يكون قد نشر حوله من معلومات أو تصرفات..

- التزام مالكي الإذاعات الخاصة و ناشري الصحف الخواص أو الحزبيين باحترام الضمير المهني للصحافيات و الصحافيين و استقلاليتهن / م و عدم توظيفهن / م لخدمة طرف / أو أطراف انتخابية على حساب أخرى

- ضرورة تحمل الأحزاب السياسية لمسؤولياتها في نوع اللغة المتداولة و التصريحات و الخطب التي يتم استعمالها من طرف مسؤوليها و مرشحيها في الحملات الإنتخابية احتراما لأخلاقيات التنافس الإنتخابي الشريف.

- وضع ضوابط لمسألة الدعايات الحزبية المدفوعة الأجر التي تقدم في الإعلام غير الحزبي خلال العمليات الإنتخابية ضمانا للتغطية العادلة.

- تفعيل حق الحصول على المعلومات الموجودة في حوزة الإدارة العمومية، والمؤسسات المنتخبة، والهيئات المكلفة بمهام المرفق العام كما ينص على ذلك الفصل 27 من الدستور.

- الإثنين 07 شتنبر 2015 –