



الإعلام المحلي في المغرب:

جدلية السلطة والرأسمال في إنتاج الشرعية داخل المجال العمومي التراي

د. عبد الحفيظ المنوار

دكتور باحث في الإعلام والتواصل السياسي

د. عبد الرزاق المسكي

دكتور باحث في القانون العام والعلوم السياسية

المعهد العالي للإعلام والاتصال

المغرب

الملخص

يستند هذا البحث إلى أطروحة محورية مفادها أن الإعلام المحلي في المغرب لم يعد وسيطاً تقنياً محايداً، بل غدا حقلاً سوسولوجياً وسياسياً ورمزياً تتقاطع داخله رهانات السلطة والمعرفة، حيث يُعاد إنتاج الشرعية وتوزيع الرأسمال الرمزي بين الدولة والجماعات الترابية والفاعلين الاقتصاديين والمجتمع المدني والجمهور. إنَّ الإشكالية المركزية التي يطرحها البحث تتجلى في مفارقة جوهرية: كيف للإعلام المحلي أن يحافظ على استقلاليته المهنية—المؤسسية في مواجهة ضغوط السوق وإكراهات السلطوية، وفي الآن ذاته يمارس وظيفته كسلطة نقدية وفاعل مؤسس للمجال العمومي التراي؟

يرتكز الإطار النظري على تفاعل غني بين مفاهيم بيير بورديو (الرأسمال الرمزي واستقلالية الحقول)، ويورغن هابرماس (المجال العمومي التداولي)، وماكس فيبر (أنماط الشرعية)، بالإضافة إلى إرث مدرسة فرانكفورت التي قاربت الإعلام من زاوية «صناعة الثقافة» وآليات إعادة إنتاج الهيمنة. أما منهجياً، فقد استندت الدراسة إلى تحليل الخطاب النقدي للنصوص الإعلامية والوثائق المؤسسية، مدعومة بقراءة كمية للمعطيات الصادرة عن مؤسسات رسمية (المجلس الأعلى للحسابات، المندوبية السامية للتخطيط، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، الهيئة الوطنية لتقنين المواصلات)، مع تبني مقاربة مقارنة تسعى إلى إبراز فرادة الحالة المغربية ضمن ديناميات التحولات الرقمية والجهوية.

وتبين نتائج البحث أن الإعلام المحلي يشكّل فضاءً حجاجياً—رمزياً لإعادة تشكيل الشرعية وتوزيعها، غير أنَّ هشاشته البنيوية، الناجمة عن التبعية التمويلية وضغوط الفاعلين السياسيين، تجعله عرضةً للتدجين. ومن هنا، تقترح الدراسة جملة من التوصيات العملية: إصلاح منظومة الإشهار العمومي. بما يرسخ استقلالية التمويل، تأهيل الكفاءات المهنية، إدماج الإعلام المحلي في استراتيجيات الحكامة الترابية، وتطوير بنياته الرقمية. وهذا، ينهض الإعلام المحلي كـ رأسمال رمزي نقدي وسلطة تأويلية، تسهم في ترسيخ الديمقراطية التشاركية وتعزيز مقومات التنمية الجهوية المستدامة في المغرب.

الكلمات المفتاحية: الإعلام المحلي؛ المجال العمومي؛ الشرعية؛ الاستقلالية المهنية—المؤسسية؛ الرأسمال الرمزي؛ الحكامة الترابية؛ المغرب.



Abstract

This article seeks to analyze the role of local media in Morocco by considering them not merely as technical conduits for the dissemination of information, but rather as a socio-political and symbolic field within which the relationships between the State, territorial collectivities, economic actors, civil society, and the public are continuously redefined. The study raises a central question concerning the extent of editorial autonomy of local media in the face of political structuring mechanisms and economic dependency constraints.

The theoretical framework is grounded in critical sociology and political science, drawing on the contributions of Pierre Bourdieu (symbolic capital and the relative autonomy of social fields), Jürgen Habermas (the deliberative public sphere), Max Weber (typologies of legitimacy), as well as the intellectual legacy of the Frankfurt School. Methodologically, the research adopts a combined approach that integrates critical discourse analysis applied to media and institutional corpora, the exploitation of official data sources (notably the High Commission for Planning, the Economic, Social and Environmental Council, the Court of Auditors, and the National Telecommunications Regulatory Agency), and a comparative analytical perspective.

The findings demonstrate that local media actively participate in the production and redistribution of legitimacy within the territorial public sphere, while simultaneously remaining structurally constrained by financial limitations and political pressures. In light of these findings, the article advances a set of operational recommendations, including the enhancement of transparency in advertising funding, the promotion of continuous professionalization, the integration of local media into territorial governance frameworks, and the need for adaptation to ongoing digital transformations. Consequently, local media can be understood as a strategic resource for the consolidation of deliberative democracy and the promotion of sustainable regional development in Morocco.

Keywords: Local media; public sphere; editorial autonomy; symbolic capital; territorial governance; Morocco.



مقدمة

لا يمكن النظر إلى الإعلام المحلي كوسيط تقني محايد أو مجرد قناة لنقل الأخبار والمعلومات، بل يتجسد كحقل اجتماعي وسياسي مركّب، حيث تتقاطع مصالح الدولة والجماعات الترابية والفاعلين الاقتصاديين والمجتمع المدني والجمهور، ضمن فضاء من التفاعلات الرمزية والمعرفية. إنّه مجال بمثّل، بتعبير بورديو¹، حقلاً رمزياً تتنافس داخله قوى متباعدة على احتكار الشرعية وتوجيه المعاني وإعادة إنتاج البنية الاجتماعية والسياسية. وفي السياق نفسه، يؤكد هابرماس² أن الإعلام المحلي يندرج ضمن المجال العمومي التداولي، بوصفه مجالاً يسمح بتداول الرأي العام وتشكيل الإرادة العامة من خلال النقاش والحجاج. ويحيلنا ماكلوهان³، عبر مفهوم «القرية الكونية»، إلى أن وسائل الإعلام، حتى حين تكون محلية، قادرة على تقليص المسافات بين المواطن وصانع القرار، وإنتاج دينامية تجعل من النقاش العمومي شأناً قريباً من المواطنين. ومع ذلك، يظل السؤال الجوهرى قائماً: كيف يمكن للإعلام المحلي أن يحافظ على استقلاليته المهنية في الوقت الذي يُطلب منه أن يشارك في صناعة الرأي العام وصياغة الأجندة العمومية على المستوى الجهوي؟

من هذا المنعطف الإشكالي، تتبدّى الإشكالية المركزية للبحث في هيئة تساؤل ينهض على مفارقة جوهرية: كيف يمكن للإعلام المحلي أن يتخطى وضعيته التقليدية كوسيط محايد لنقل الأخبار، ليتحوّل إلى فاعل سوسيولوجي وقانوني وسياسي، يمارس وظيفة إعادة تشكيل المجال العمومي، ويرسخ أسس الديمقراطية التشاركية، ويؤسس لممارسات الحكامة الترابية، مسهماً في دفع عجلة التنمية الجهوية بالمغرب، دون أن ينكفى إلى مجرد أداة خاضعة لسلطة الدولة أو لإكراهات السوق الإعلامي؟

إنّما إشكالية لا تُطرح في بعدها الوصفي فقط، بل تقتضي مساءلة الفضاء العمومي في بنيته الرمزية وممارساته التداولية، حيث تتقاطع أنماط الشرعية السياسية مع رهانات الاستقلالية المهنية. ومن هنا، تتشعب أسئلة فرعية تتيح تفكيك الظاهرة في أبعادها المركّبة: ما هي البنيات التحتية الرمزية والتنظيمية التي تمنح الإعلام المحلي موقعاً استراتيجياً في إعادة إنتاج الشرعية السياسية والاجتماعية؟ وكيف غيرت التحولات الرقمية معادلة السلطة داخل الفضاء العمومي الترابي، وأعادت رسم وظائف الإعلام المحلي في ضوء الاقتصاد الرمزي للتواصل؟ وبأي معنى يمكن عدّ الإعلام المحلي فاعلاً في هندسة التنمية السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية؟ ثم ما هي أشكال الهشاشة البنوية التي تعيق استقلاليته، سواء في ما يتصل بالتمويل أو بالمهنية أو بمقاومة الضغوط السياسية؟ وأخيراً، كيف يمكن بلورة سياسات عمومية قادرة على حمايته من التبعية، وتعزيز فعاليته كسلطة نقدية ورأسمال رمزي فاعل في صناعة التنمية الديمقراطية المستدامة؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة، تتوزّع خطة البحث على أربعة مباحث متكاملة؛ إذ يتناول المبحث الأول الإعلام المحلي كحقل سوسيولوجي وقانوني، حيث يُبنى التأصيل النظري وتُرسى معالم الإطار المفاهيمي، بينما يركّز المبحث الثاني على علاقة الإعلام المحلي بالفاعلين الترابيين في سياق جدلية الاستقلالية والاحتواء والتجاذب. وينتقل المبحث الثالث إلى مساءلة الأبعاد السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، التي تجعل من الإعلام المحلي رافعة أساسية للتنمية الجهوية. أما المبحث الرابع فيفتتح على الخاتمة الأكاديمية والتوصيات العملية، باعتبارها خطوة نحو تصور إعلام محلي مستقل ومندمج بعمق في استراتيجيات الحكامة الترابية.

فرضيات البحث

الأولى: الإعلام المحلي يتبدّى كحقل رمزي قائم الذات، تتأسس داخله آليات إنتاج الشرعية ويُعاد عبره ترتيب موازين القوة في المجال العمومي الترابي، بما يجعله فاعلاً مؤسساً في إعادة هندسة العلاقة بين الدولة والمجتمع.

الثانية: التحولات الرقمية أعادت تشكيل البنية العميقة للمجال العمومي، إذ أفرزت أنماطاً جديدة من الفاعلية الرمزية من خلال إدماج المجتمع المدني والحركات الاحتجاجية والمواطنة الرقمية، وهو ما أسهم في إعادة توزيع دوائر التأثير وتوسيع فضاءات التداول العمومي.



الثالثة: استقلالية الإعلام المحلي تُفهم كسيرورة تاريخية نسبية، مرهونة بمدى قدرة السياسات العمومية على صياغة ضمانات مؤسسية ومهنية تحدّ من إكراهات السوق وضغوط السلطوية، وتتيح للإعلام ترسيخ منطقته الخاص داخل الحقل.

وأخيراً، الرابعة: الإعلام المحلي، متى راكم رأسماله الرمزي وصان استقلالته، يمكن أن يتموضع كسلطة نقدية موازية، قادرة على تعميق الممارسات التشاركية وتجسيد مبادئ الحكامة الترابية، بدل الارتكان لمنطق التبعية أو إعادة إنتاج الهيمنة.

الإطار النظري

يتأسس هذا البحث على أرضية نظرية مركّبة، تنسج خيوطها من تراكمات السوسيولوجيا النقدية والفلسفة السياسية ومدارس الاتصال، لتقارب الإعلام المحلي لا كأداة تقنية محايدة، بل كبنية رمزية تُعاد داخلها صياغة العلاقات السلطوية وتوزيع الشرعيات. فمنذ ماكس فيبر الذي بلور تصنيفه الشهير لأنماط السلطة (التقليدية، الكاريزمية، العقلانية-القانونية (ترسخ وعي بأنّ الشرعية ليست معطى قانونياً صرفاً، بل بناء اجتماعي-تاريخي يُعاد إنتاجه عبر الاعتراف الجماعي¹. وقد جاء لاحقاً يورغن هابرماس ليُدريج الشرعية ضمن تصوّره للمجال العمومي بوصفه فضاءً تداولياً عقلانياً لتوليد الإرادة العامة²، بينما نظر إليها بيير بورديو كصراع رمزي مفتوح داخل الحقول الاجتماعية حول ما يُعتبر مشروعاً ومقبولاً³. هكذا يتضح أن الشرعية الإعلامية ليست سنداً قانونياً جامداً، بل رهاناً دينامياً على احتكار المعنى وتوجيهه⁴.

وفي قلب هذا البناء النظري، ارتسمت ملامح مدرسة فرانكفورت التي مثّلت أحد أبرز المسارات في تفكيك العلاقة بين الإعلام والهيمنة. فقد صاغ هوركهايمر وأدورنو، من خلال أطروحة صناعة الثقافة، رؤية للإعلام كجهاز يُعيد إنتاج الوعي المهيمن ويُطبع التبعية داخل المجتمع الرأسمالي⁵، بينما جاء هابرماس لاحقاً ليُقدّم بديلاً أكثر أفقاً، وإن ظل هو الآخر عرضة للانتقادات المعيارية⁶. لقد أضفت هذه المدرسة طابعاً تشاؤمياً على فهم الوسائط، حيث بدا الإعلام أداة إقصاء أكثر منه أفق تحرير، غير أن قيمتها النظرية تكمن في إمطة الثام عن الأبعاد الخفية للعنف الرمزي الكامن في المنظومات الإعلامية⁷.

في المقابل، رسمت مدارس الاتصال مساراً متنوعاً: ف المدرسة الكندية التي قادها مارشال ماكلوهان بلورت أطروحة «الوسيط هو الرسالة»⁸، حيث تصبح التكنولوجيا محدداً حاسماً في تشكيل الوعي الجمعي؛ بينما ركّزت مدرسة شيكاغو على الوظائف الاندماجية للإعلام في خدمة التماسك الاجتماعي⁹؛ أما النماذج السلوكية فقد نظرت إلى الإعلام كأداة تأثير مباشر على السلوكيات¹⁰، قبل أن تظهر مقاربات التلقي التي أبرزت قدرة الجمهور على إعادة إنتاج المعنى¹¹. ورغم اختلافها، فإن هذه المدارس جميعاً كشفت محدودية أي مقارنة خطيّة تردّ الإعلام إلى وظيفة أحادية.

أما المنهج الوظيفي، كما عند بارسونز ولازارسفيد، فقد قدّم للإعلام صورة نسقية، باعتباره أحد الأنظمة الفرعية داخل المجتمع، يتولى مهام الضبط الاجتماعي ونقل القيم وتكريس التماسك¹². غير أنّ هذا التصوّر، رغم وجاهته في تفسير بعض الوظائف المعيارية، ظل عرضة لانتقادات حادة بسبب نزوعه التوازني وإغفاله التوترات البنيوية والصراعات الطبقيّة¹³ التي تعتمل في صلب الاجتماع البشري.

المنهجية وأدوات البحث

يستند هذا البحث إلى مقارنة سوسيولوجية-قانونية نقدية ذات نزعة تركيبية، تنظر إلى الإعلام المحلي لا كمعطى وصفي أو مجرد وسيط تقني، بل كبنية رمزية مشبعة بعلاقات السلطة والهيمنة وإنتاج الشرعية. وقد اعتمدت الدراسة، إستمولوجياً، على تحليل الخطاب بوصفه أداة لتفكيك البنيات الدلالية والرمزية الكامنة في النصوص الإعلامية والوثائق المرجعية¹⁴ من أجل الكشف عن أنماط تمثيل الاستقلالية والمجال العمومي والحكامة الترابية. كما جرى استثمار المعطيات المؤسسية الواردة في تقارير الأجهزة الرسمية (المجلس الأعلى للحسابات، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المندوبية السامية للتخطيط، الهيئة الوطنية لتقنين المواصلات) باعتبارها مدخلاً لإسناد التحليل



النوعي. بمعطيات كمية موضوعية. 15 وإلى جانب ذلك، وظّفت الدراسة المقاربة المقارنة، عبر استدعاء المرجعيات النظرية الكبرى في الفكر السوسيولوجي والسياسي (بورديو، هابرماس، فير، كاستلز...) 16، ليس بهدف الاستنساخ، بل قصد بناء أفق تفسيري يُظهر خصوصية الحالة المغربية داخل ديناميات التحولات الرقمية والجهوية المتقدمة 17.

الإطار المفاهيمي

إن الجهاز المفاهيمي الذي يُطر هذا البحث يتوزع على خمسة مفاهيم أساسية، 18 الإعلام المحلي؛ المجال العمومي؛ الشرعية؛ الاستقلالية المهنية-المؤسسية؛ الرأسمال الرمزي؛ الحكامة الترابية؛ وهي مفاهيم متشابكة تكوّن بنية تحليلية متكاملة. فـ الشرعية، في بعدها الإبستمولوجي، لا تُختزل في مجرد إسناد قانوني تمنحه الدولة لمؤسساتها، بل هي سيرورة رمزية واجتماعية معقدة يُعاد إنتاجها باستمرار عبر الخطاب والاعتراف الجمعي 19. منذ ماكس فير، الذي ميز بين الشرعية التقليدية والكاريزمية والعقلانية القانونية، 20 تبين أن الشرعية ليست حالة جامدة بل علاقة متحركة بين السلطة والمجتمع. وقد وسّع يورغن هابرماس وبيير بورديو هذا التصور حين أبرز الأول بعدها التداولي داخل المجال العمومي، 21 واعتبر الثاني أنها شكل من أشكال الصراع الرمزي حول ما يُعتبر مشروعاً أو مقبولاً، 22 وهو ما يجعل الإعلام المحلي أحد الفاعلين الرئيسيين في تحديد أفق الشرعية داخل الفضاء الترابي. أما الاستقلالية الإعلامية فهي ليست قيمة معيارية فحسب، بل سيرورة تفاوضية تُجسّد قدرة الحقل الإعلامي على فرض منطقته الخاص وحماية حدوده من الضغوط السياسية والاقتصادية 23. ووفق منظور بورديو، لا يمكن لأي حقل أن يحافظ على مصداقيته ما لم ينجح في حماية استقلالته، 24 غير أن هذه الأخيرة تظل نسبية وهشة، تتحكم فيها إكراهات التمويل وهيمنة السوق وضغوط السلطة، 25 لتضع الإعلام المحلي في وضعية ملتبسة بين دوره النقدي وتهديدات الارتقان. وفي السياق ذاته، يبرز مفهوم الحكامة الترابية، الذي يتجاوز كونه مجرد تقنية إدارية إلى كونه منظومة قيمية ومؤسسية تستند إلى أدبيات الإدارة العمومية الحديثة 26 والدولة الشبكية. هذا المفهوم يحيل على التدبير التشاركي القائم على الشفافية والمساءلة والمشاركة المواطنية 27، غير أن المقاربات النقدية كما عند Jessop وRhodes بينت أنه يظل مجالاً لإعادة توزيع السلطة وصياغة موازين القوى 28. وفي المغرب، حيث ورش الجهوية المتقدمة يشكل رهاناً استراتيجياً، يغدو الإعلام المحلي عنصراً أساسياً في مساءلة شرعية الممارسة الترابية وفي إعادة تشكيل علاقة المواطن بالمؤسسات. أما المجال العمومي، الذي صاغه هابرماس في تحليله للتحول البنوي، فهو فضاء تداولي وسيط بين الدولة والمجتمع، حيث تُصاغ الإرادة العامة عبر النقاش العقلاني. 29 غير أن هذا التصور المعياري واجه انتقادات لاحقة من نانسي فريزر وNegt 30 وEley، الذين أبرزوا طابعه الإقصائي، ليغدو المفهوم اليوم أقرب إلى حقل صراع تُعاد فيه صياغة السلطة عبر التفاعلات الرمزية. ومن هنا، يتضح دور الإعلام المحلي كوسيط مزدوج: قد يوسع دائرة التعبير العمومي كما قد يكرّس المركزية السلطوية. وفي الأخير، يكتمل هذا البناء بمفهوم بورديو للرأسمال الرمزي، الذي يمثل شكلاً من أشكال القوة الاعتبارية غير المريئية، تُستمد قيمته من الاعتراف الجماعي. إنه عنف رمزي يمارس سلطته من خلال الامتثال الطوعي، حيث تتحول المصداقية والمكانة والهبة إلى أدوات للهيمنة الناعمة. وفي الحقل الإعلامي، يتجسد الرأسمال الرمزي في الثقة الاجتماعية والقدرة على التأثير وصياغة الأجندة العمومية، لكنه يظل عرضة للتنازع بين الدولة والسوق والمجتمع المدني، ما يجعل الإعلام المحلي ساحة صراع رمزي لإعادة إنتاج الشرعية داخل بنية اجتماعية وسياسية متحوّلة.

الدراسات السابقة

يتبدّى الإعلام المحلي في المغرب، في ضوء ما راكمته الأدبيات الأكاديمية، كفضاء مُركّب تتجاذبه رهانات السلطة والمعرفة، وتشابك داخله المقاربات السوسيولوجية والسياسية والقانونية. فالدراسات الفرنسية والإنجليزية أجمعت على أنه لم يعد وسيطاً تقنياً محايداً، بل حقلاً رمزياً تُنتج داخله الشرعية ويُعاد توزيع الرأسمال الرمزي، كما أبرزت Rachida Bouzidi (2016) 32 حين اعتبرت الإعلام سلطة رمزية موازية للسياسي. أما إسهامات Ilham El Gaoual & Taib Berkan 34 وJben Hadou (2023) 33 فقد كشفت كيف أدّت الطفرة الرقمية إلى إعادة هندسة المجال العمومي، مُوسّعة دوائر المشاركة المواطنية، ومُرسخة دينامية



حجاجية تتجاوز الحدود التقليدية للنقاش العمومي. وفي هذا السياق، جاءت أعمال Ismail EL Maaroufi, Baha Eddine Harroussi & Zineb Drissi (2025) 35 لتؤكد أن الاتصال الترابي لا يُحتزل في أداة تقنية، بل يمثل مدحلاً لإعادة بناء السلطة المحلية وتقييم فعالية أنماط الحكامة. بل إن بعض الأدبيات، كما في دراسة El Gaoual & Berkane (2025) 36، ذهبت أبعد حين اعتبرت الانتقال من الوسائط التقليدية إلى الرقمية سيرورة سوسيولوجية-ثقافية تُعيد صياغة البنية العميقة للمجال العمومي وتعيد تموقع الفاعلين داخله.

أما في الحقل العربي، فقد أسهمت بعض الدراسات المحكمة في إغناء النقاش بمنظور محلي. فقد ناقش Abdellah Abouaouad (2023) 37 جدلية الإعلام والقرار السياسي باعتبارها مجالاً للمساومة الرمزية بين السلطة والخطاب، بينما تناول Jawad Hassan (2020) 38 مسألة ترجمة اختصارات المسميات في الإعلام العربي الحديث، مبرزاً كيف تنعكس آليات الترجمة الاصطلاحية على البنية الدلالية للخطاب الإعلامي وعلى أنماط تمثيل المعنى في الفضاء العمومي.

من خلال هذه الإسهامات جميعها، يتضح أن الإعلام المحلي يقف عند تخوم تاريخية حرجة: إما أن يُبلور ذاته كسلطة نقدية مستقلة قادرة على إعادة هندسة المجال العمومي وترسيخ الديمقراطية التشاركية، أو أن ينغمس في منطق السوق السياسي-الإشعاري حيث تتلاشى وظيفته النقدية وتتحول إلى مجرد صدى لهيمنة متجددة. إنه، بتعبير Bourdieu، صراع على الرأسمال الرمزي، وتأويل Habermas، معركة على المجال التداولي، وفي كلا المنظورين يظل الإعلام المحلي مختبراً حياً لفهم العلاقة المتبينة بين السلطة والمجتمع في المغرب.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من سعيها إلى إعادة مسألة موقع الإعلام المحلي في المغرب، ليس باعتباره مجرد وسيط تقني ناقل للخبر، بل كحقل رمزي واستراتيجي يشارك في إنتاج الشرعية وإعادة تشكيل موازين القوة داخل المجال العمومي الترابي. فهي، من منظور علمي، ترفد الأدبيات السوسيولوجية والسياسية بمقاربة نقدية تستند إلى إرث علم الاجتماع النقدي والفلسفة التداولية ونظريات الاتصال، بغية تفكيك الأبعاد البنيوية والرمزية للإعلام المحلي. ومن منظور عملي، تكتسب الدراسة راهنتها من ارتباطها المباشر بورش الجهوية المتقدمة ورهانات الحكامة الترابية، حيث تجعل من الإعلام المحلي فاعلاً مؤثراً في ديناميات الديمقراطية التشاركية والتنمية الجهوية المستدامة.

كما تكمن قيمة هذا البحث في استحضاره لسياق التحولات الرقمية، التي نقلت الإعلام المحلي من موقعه التقليدي كناقل للمعلومة إلى فضاء يعيد تعريف العلاقة بين الدولة والجماعات الترابية والمجتمع المدني والمواطن. ومن ثم، فإن الإضافة الأساسية لهذه الدراسة تكمن في إضائتها لموقع الإعلام المحلي كسلطة نقدية ورافعة للتنمية الديمقراطية، وكأفق لإعادة التفكير في المجال العمومي المغربي في أبعاده الرمزية والسياسية.

المبحث الأول: الإعلام المحلي كحقل سوسيولوجي وقانوني

إن مقارنة الإعلام المحلي لا تستقيم إذا ما عُولج باعتباره مجرد وسيط تقني أو قناة وظيفية لنقل الأخبار، بل ينبغي النظر إليه كبنية خطابية ولسانية، حيث تُمارَس داخله عمليات إنتاج للمعنى وتأويل جماعي للوقائع. فالإعلام، في هذا المستوى، ليس خطاباً محايداً بل فعل كلامي (Speech Act) بالمعنى الذي صاغه أوستين وسيرل، إذ يتجاوز الوصف نحو الإنجاز، ويحوّل القول إلى ممارسة اجتماعية تترتب عليها آثار في الواقع. 39 بهذا المعنى يغدو الإعلام المحلي مؤسسة رمزية-لسانية تُنتج الشرعية عبر التداول، وتعيد تشكيل المجال العمومي باعتباره فضاءاً للتفاعل الحجاجي وتوزيع الرموز 40.



يتجلى الإعلام المحلي، في بنيته العميقة، كحقل سوسيولوجي مشبع بتوترات رمزية ومعيارية، حيث لا يقتصر دوره على الوساطة التقنية بين الخير والمتلقي، بل يتموضع بوصفه بنية منتجة للشرعية ومولدة للمعنى داخل المجال العمومي التراي. 41 فهو فضاء تداولي-لساني تُمارَس داخله عمليات ترميز وإعادة ترميز للوقائع، حيث تتحول الأحداث الاجتماعية والسياسية إلى خطابات ذات حمولة رمزية، تخضع لآليات التأويل الجمعي وتستبطن علاقات السلطة والمعرفة 42. ومن هنا، فإنَّ القرب الإعلامي لا يُفهم كمجرد علاقة مكانية، بل كبنية دلالية ومعرفية تُعيد صياغة علاقة الوسائط بالمجتمع، بما يمنح الإعلام المحلي وظيفة مزدوجة: إنتاج الشرعية السياسية والثقافية من جهة، وإعادة إنتاجها عبر أنماط تمثيل خطابية متجددة من جهة أخرى 43.

إنَّ موقع الإعلام المحلي، من هذا المنظور، ليس امتداداً للإعلام المركزي بل انزياحاً عنه؛ إذ يتسم بمرونة مضاعفة تمكّنه من التقاط التحولات الدقيقة داخل النسيج التراي وإعادة إدماجها في خطابه بسرعة تفوق إيقاع البنى المركزية. 44 فالخطاب الإعلامي المحلي، في هذا المستوى، لا ينحصر في بثِّ الوقائع بل ينخرط في عملية إعادة تشكيل أنساق المعنى، حيث يُعاد إنتاج الواقع نفسه عبر طبقات دلالية وتأويلية متراكبة 45. وهذا ما يجعله قوة بنيوية وتأويلية تساهم في إعادة بناء المجال الاجتماعي لا كمرآة عاكسة، بل كفاعل رمزي يعيد كتابة الواقع وفق أنماط تداولية جديدة 46.

وعلى هذا الأساس، يصبح الإعلام المحلي طرفاً فاعلاً في معادلة الديمقراطية التشاركية، ليس فقط من خلال تمكين المواطن منولوج إلى المعلومة، بل أيضاً عبر إدماجه كـ فاعل لساني وتأويلي يشارك في بناء النقاش العمومي وصياغة المعاني الجماعية 47. هنا يظهر البعد الفلسفي لفعالية الإعلام المحلي، باعتباره جهازاً لتوزيع الرأسمال الرمزي وتداول الشرعيات داخل فضاء حجاجي يتأسس على تبادل الحجج وتمفصل الخطابات 48. غير أنَّ هذا البعد التداولي يبقى مشروطاً بمعضلة الاستقلالية، إذ يظل الإعلام المحلي معلقاً بين مطلب الاضطلاع بوظيفته النقدية-التوعوية، وبين ثقل الضغوط الاقتصادية والسياسية التي تهدد منطقته الخاص. 49 وهنا يطرح السؤال التأويلي-الفلسفي: كيف يمكن للإعلام المحلي أن يصوغ لنفسه شرعية نقدية وهو في الآن ذاته مدعو للانخراط في ديناميات التنمية الترابية كأداة للمصاحبة والتأطير؟

في ضوء هذا التداخل، يغدو الإعلام المحلي مختبراً لفهم علاقة القانوني بالرمزي، والدلالي بالمؤسسي، حيث يتقاطع الإطار التشريعي المنظم لعمله مع وظيفته التداولية في تمثيل السلطة والمجتمع معاً. 50. إنَّه فضاء يُنتج المعنى من خلال شبكات التأويل والاعتراف، ويعيد التفاوض باستمرار حول حدوده ووظائفه، في لحظة جدلية تتقاطع فيها الشرعية القانونية مع الشرعية الرمزية 51. بهذا المعنى، ينهض الإعلام المحلي كحقل يُمارَس داخله العنف الرمزي كما وصفه بورديو، ولكنه في الوقت نفسه فضاء للتأويل الجماعي الذي يفتح إمكانات متجددة لإعادة تعريف السلطة والمعرفة 52.

ولا يتوقف التحليل عند هذا المستوى السوسيولوجي-القانوني، بل يمكن دعمه أيضاً بمفاتيح اللسانيات التداولية. فخطاب الإعلام المحلي لا يُقرأ فقط بوصفه حاملاً للمعلومة، بل باعتباره ممارسة لغوية تُنتج أفعالاً؛ وهنا يمكن استدعاء نظرية أفعال الكلام عند جون أوستين وجون سيرل، حيث لا يقتصر القول على الوصف بل يؤسس لفعل اجتماعي (الإخبار، التحذير، الإقناع...) 53. بهذا المعنى، كل خطاب إعلامي محلي ليس محايداً، بل هو تدخل في الواقع وترتيب لمعانيه. كما أنَّ تحليل الخطاب النقدي عند تيون فان دايك يتيح الكشف عن البنى العميقة للخطاب الإعلامي، وكيف يُعيد إنتاج علاقات الهيمنة عبر التمثيل اللغوي للفاعلين والأحداث. 54 أما المقاربة السيميائية، كما عند رولان بارت، فتتيح فهم الإعلام المحلي كجهاز لإنتاج الأساطير الحديثة، حيث تتحول الممارسات الترابية والسياسات العمومية إلى رموز مشحونة بدلالات تتجاوز مضمونها المباشر 55.

بهذا التداخل بين السوسيولوجيا، القانون، الفلسفة، اللسانيات والتأويل، يتحدد الإعلام المحلي كحقل معقد تُمارَس داخله في الآن ذاته سلطة اللغة وسلطة القانون وسلطة الرموز، مما يجعله موضوعاً حيويًا لفهم جدلية السلطة والمعرفة في السياق المغربي 56.



من خلال هذا التحليل، يتضح أن الإعلام المحلي ليس مجرد وسيط بل هو خطاب، وبنية تداولية، وفضاء سيميائي لإنتاج السلطة والمعنى. وهذه الطبيعة المركبة تمهد للانتقال إلى المبحث الثاني، حيث تُختبر طبيعة العلاقة الجدلية التي يقيمها الإعلام المحلي مع الفاعلين الترابيين، في تأرجح دائم بين الاستقلالية والاحتواء، وبين التنافس والتجاذب.

المبحث الثاني: الإعلام المحلي والفاعلون الترابيون — بين الاستقلالية والاحتواء والتجاذب

إذا كان الإعلام المحلي قد برز، في المبحث السابق، كبنية سوسيو-قانونية ولسانية تتقاطع فيها الشرعية الرمزية بالشرعية القانونية، فإن حضوره الفعلي لا يتحدد فقط عبر بنيته الداخلية، بل يتجسّد من خلال شبكة العلاقات الترابية التي ينسجها مع الفاعلين الآخرين. فالإعلام المحلي ليس جهازاً مغلقاً، بل خطاب تفاعلي بالمعنى الذي صاغه باحثين، حيث لا يحمل المعنى في ذاته، بل في حوار الدائم مع خطابات أخرى: الدولة، الجماعات الترابية، الفاعلون الاقتصاديون، المجتمع المدني، الجمهور⁵⁷. ومن هنا يتبدى أن وظيفته ليست محض تقنية أو وصفية، بل هي سيرورة تأويلية حجاجية، على نحو ما أبرزه غدامير حين اعتبر أن كل فهم هو اندماج لآفاق متعددة، وأن المعنى يتولد من تلاقي الأفق الإعلامي بأفق الفاعلين الاجتماعيين⁵⁸. هكذا يتحدد السؤال المركزي لهذا المبحث: إلى أي مدى يستطيع الإعلام المحلي أن يحافظ على منطقته التداولية والتأويلية الخاص في مواجهة قوى سياسية واقتصادية واجتماعية تسعى إلى تدجينه واحتوائه؟⁵⁹

الفقرة الأولى: الإعلام المحلي والدولة والضبط الرمزي

تظل الدولة الفاعل المركزي في تشكيل الحقل الإعلامي المحلي، فهي التي تمنحه الإطار القانوني والتنظيمي، لكنها في الآن ذاته تمارس سلطتها الرمزية من خلال ما يسميه فوكو بـ «تقنيات الضبط» التي تجعل المعرفة جزءاً لا يتجزأ من آليات الحكم⁶⁰. فالإعلام المحلي، في هذا المنظور، ليس مجرد سلطة رابعة، بل في أحيان كثيرة يتحول إلى خطاب تبريري يعيد إنتاج مشروعية الدولة⁶¹. ومع ذلك، فإن هذا الوضع لا يلغي إمكان توظيفه كسلطة نقدية، بل يفتح جدلية مستمرة بين استقلالية مرجوة واحتواء متكرر، حيث يتبدى المعنى دائماً كنتاج لصراع تأويلي بين منطق الإعلام ومنطق الدولة⁶².

لكن، كيف تتجلى هذه الجدلية حين يتعلق الأمر بالجماعات الترابية التي تمثل الامتداد المحلي المباشر لسلطة الدولة؟

الفقرة الثانية: الإعلام المحلي والجماعات الترابية شراكة ملتبسة

مع الجماعات الترابية، تتخذ العلاقة بعداً أكثر التباساً: فهي شراكة معلنة تقوم على اعتبار الإعلام المحلي أداة للمواكبة والتأطير، لكنها تنطوي أيضاً على نزعة تطويع بيروقراطية وانتخابية. وفي هذا السياق يظهر ما سماه بورديو بـ «الاستقلالية النسبية للحقل»، إذ يستطيع الإعلام المحلي أن يفرض منطقته الخاص حين يستند إلى الرأسمال الرمزي المتراكم لديه، غير أن هذا الرأسمال يظل هشاً أمام ضغوط التمويل وآليات الربح الاتصالي⁶³. هنا نجد أنفسنا أمام تداولية متوترة: فكل خطاب إعلامي حول الجماعات الترابية يُعاد تأويله بين كونه فعلاً نقدياً وبين كونه أداة دعائية، مما يجعل الشراكة فضاءً لتفاوض مستمر على الحدود والمعاني⁶⁴.

وإذا كانت الجماعات الترابية تعكس صراع الاستقلالية والاحتواء، فكيف يظهر هذا الصراع على المستوى الاقتصادي، حيث يتحول الإشهار والدعم المالي إلى أدوات رمزية للهيمنة؟

الفقرة الثالثة: الإعلام المحلي والفاعلون الاقتصاديون منطق السوق والإشهار

على مستوى الفاعلين الاقتصاديين، تتجلى بوضوح آليات الاحتواء عبر التمويل والإشهار العمومي، حيث يتحول الدعم المادي إلى رمز سيميائي يحدد ليس فقط من يستفيد مالياً، بل أيضاً من يمتلك حق إنتاج المعنى⁶⁵. فالإشهار لا يمول الخطاب فحسب، بل يوجّه بنيته الدلالية، إذ تصبح بعض القضايا قابلة للظهور وأخرى للطمس. بهذا المعنى يتقاطع الاقتصاد السياسي مع السيميائيات، كما عند رولان



بارت، الذي رأى في الخطاب الإشهاري أسطورة حديثة تحوّل الوقائع إلى رموز تخدم هيمنة معينة⁶⁶. هكذا يعاد إنتاج «اقتصاد الربيع الاتصالي» الذي لا يضعف استقلالية الإعلام المحلي فحسب، بل يعيد صياغة معانيه نفسها وفق منطق السوق⁶⁷.

لكن، هل يظل الإعلام المحلي خاضعاً كلياً لمنطق السوق، أم يجد في المجتمع المدني متنفساً يعيد له بعض التوازن ويمنحه دوراً تداولياً مغايراً؟

الفقرة الرابعة: الإعلام المحلي والمجتمع المدني — إمكانات التعددية

رغم هذا الاحتواء، يظل المجتمع المدني من أبرز منافذ الإعلام المحلي نحو التعددية. فالجمعيات، الحركات الاحتجاجية، والتنظيمات المواطنية تستثمره كمنصة لإعادة توزيع الشرعية الرمزية، والتأثير في المجال العمومي. هنا يتقاطع الإعلام المحلي مع أطروحة هابرماس حول المجال العمومي التداولي⁶⁸، باعتباره فضاءً لصياغة الإرادة العامة عبر الحجاج. غير أنّ هذا التفاعل ليس بريئاً دائماً؛ إذ قد يتحول بدوره إلى آلية للاحتواء عندما يكتفي الإعلام بترديد الخطاب الجماعي دون مساءلته⁶⁹، أو حين يستعمل المجتمع المدني نفسه كواجهة رمزية لمصالح ضيقة. ومع ذلك، يظل هذا الفضاء إحدى الإمكانات التي تسمح للإعلام المحلي بممارسة وظيفته التداولية في مواجهة هيمنة الدولة والسوق⁷⁰.

غير أن السؤال الأعمق يبقى: كيف يتفاعل الإعلام المحلي مع الجمهور نفسه، حين يتحول من متلقٍ سلبي إلى فاعل تأويلي يشارك في إنتاج المعنى؟

الفقرة الخامسة: الإعلام المحلي والجمهور التأويل والمشاركة

وأخيراً، يظل الجمهور الحلقة الأكثر دينامية في هذه الشبكة. فالمتلقي لم يعد مجرد مستقبل سلبي للمعلومة، بل فاعل تأويلي يشارك في إنتاج المعنى وإعادة توزيعه. بلغة أفعال الكلام عند أوستين وسيرل، فإن كل تعليق، مشاركة، أو إعادة صياغة من طرف الجمهور يُعد فعلاً تداولياً له أثر على الخطاب العام⁷¹. ومن منظور ريكور، يغدو الإعلام المحلي مجالاً للتأويل المتعدد حيث النصوص الإعلامية تفتح على قراءات لا نهائية، تتجاوز قصيدة المنتج⁷² لتصبح موضوعاً للتنازع Herméneutique بين الصحفي والجمهور. وبذلك يتحول الجمهور إلى شريك لساني-فلسفي، لا يكتفي بالاستهلاك بل يساهم في بناء المجال العمومي الجديد، وإن ظل الإعلام المحلي أحياناً أسيراً لنمط الإرسال العمودي⁷³ الذي يقاوم هذا التحول.

يتضح إذن أن الإعلام المحلي، في علاقته بالفاعلين الترابيين، يعيش داخل شبكة جدلية يتأرجح فيها باستمرار بين الاستقلالية والاحتواء، بين كونه فاعلاً نقدياً يوزع الرأسمال الرمزي، وكونه أداة لإعادة إنتاج الهيمنة السياسية والاقتصادية⁷⁴. إنّه فضاء حوار-تأويلي يعكس جدلية السلطة والمعنى، لكنه يظل عرضة لرهانات التدجين من قبل الدولة، السوق، وحتى الفاعلين المدنيين⁷⁵. هذه الوضعية الملتبسة تفتح الطريق نحو المبحث الثالث، حيث يطرح السؤال الجوهرى: كيف يسهم الإعلام المحلي، رغم هذه التوترات، في دعم التنمية الجهوية عبر أبعادها السياسية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية والبيئية

المبحث الثالث: الإعلام المحلي والتنمية الجهوية — الأبعاد السياسية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية والبيئية

إذا كان الإعلام المحلي قد برز في المبحث السابق كفضاء للتجاذب بين الاستقلالية والاحتواء في علاقته بالفاعلين الترابيين، فإنّ رهانه الأعمق يظل ماثلاً في قدرته على أن يسهم في التنمية الجهوية. فالتنمية ليست مجرد تدبير تقني للأرقام أو توزيع بيروقراطي للموارد، بل هي سرديّة كبرى يقتضي نجاحها وسيطاً يترجمها إلى معنى جماعي. وفق التصور الذي يجعل الخطاب فعلاً لإنتاج المعنى الجماعي والتداولي⁷⁶ من هنا، يغدو الإعلام المحلي بمثابة راوٍ مؤسّساتي يشارك في صياغة القصة العمومية للتنمية، حيث لا يقتصر دوره على نقل السياسات،



بل يضطلع بمهام أكثر تركيبيًا: إنتاج المعنى، ترسيخ الشرعية، وتشكيل المخيال الجماعي. والسؤال المؤطر لهذا المبحث هو: إلى أي مدى يستطيع الإعلام المحلي أن يحوّل التنمية من خطاب مؤسسي إلى ممارسة رمزية-مجتمعية متجذّرة في الفضاء العمومي التراي؟

الفقرة الأولى: البعد السياسي

في البعد السياسي، يُستحضر الإعلام المحلي باعتباره فضاءً لتجسيد الشرعية الديمقراطية عبر المرافقة النقدية للسياسات العمومية. إنّه حقل يُختبر فيه مدى نجاعة النصوص القانونية في ضمان حرية التعبير واستقلالية الكلمة. فـ قانون الصحافة والنشر (88.13/2016)، الذي أعلن رسميًا إلغاء العقوبات السالبة للحرية، بدا للوهلة الأولى فتحًا حقوقيًا، لكنه ظلّ في الممارسة المحلية مجرد إطار هشّ لا يكفي لصدّ الضغوط السياسية والاقتصادية التي تكبل الصحافة الجهوية⁷⁷. ويزداد المشهد تعقيدًا مع قانون الحق في الحصول على المعلومة (31.13/2018)، الذي منح المواطن نظريًا حق النفاذ إلى المعطيات العمومية، غير أنّ الواقع أبان عن عراقيل بيروقراطية وسياسية جعلت الحق مؤجلًا أو منتقصًا⁷⁸. كما أشار المجلس الوطني لحقوق الإنسان (CNDH) في تقريره لسنة 2022 إلى أنّ الصحافة الجهوية تواجه عراقيل في الولوج إلى المعلومة رغم الإطار القانوني، داعيًا إلى تبسيط المساطر وتوسيع حق الولوج⁷⁹ من هنا، يتضح أن الإعلام المحلي يعيش على تخوم المفارقة: فهو مُشرعن قانونيًا كسلطة نقدية، لكنه في الممارسة يظلّ معرضًا لخطر التدجين حين تتحول النصوص إلى مجرد واجهة ديمقراطية دون نفاذ فعلي.

لكن، إذا كان البعد السياسي يُظهر حدود الشرعية القانونية، فكيف يتجلى دور الإعلام المحلي في البعد الثقافي، حيث تتقاطع التنمية مع سؤال الهوية والذاكرة؟

الفقرة الثانية: البعد الثقافي

في البعد الثقافي، يتجلى الإعلام المحلي كفاعل رمزي يستعيد الهوية ويعيد توزيعها ضمن سيرورة الحداثة والعولمة⁸⁰. فـ مدونة النشر تنص في روحها على حماية التنوع الثقافي واللغوي، بما في ذلك الأمازيغية واللغات المحلية، غير أنّ الممارسة الإعلامية كثيرًا ما تتلّقى نحو اختزال رمزي للهوية في صور احتفالية، قابلة للتسويق السياحي. ومع ذلك، لا يمكن إنكار أن الإعلام المحلي يملك القدرة على أن يتحول إلى مسرح للذاكرة الجماعية، يعيد وصل الحاضر بالماضي، ويوسّع الهوية لتصبح أفقًا للتعددية الثقافية. إنّ البرامج الوطنية مثل «الجماعات الترابية المفتوحة (REMACTO)» قدّمت مثالًا على هذه الإمكانيات، حيث استعمل الإعلام كأداة لترسيخ قيم المشاركة المواطنة. لكن يبقى السؤال الفلسفي: هل يستطيع الإعلام المحلي أن يظل وسيطًا نقديًا يعيد إنتاج الهوية الثقافية بوصفها سؤالًا فلسفيًا عن الوجود المشترك، أم أنّه ينحصر في صورة نمطية تُعيد إنتاج الماضي في هيئة سلعة رمزية؟

وإذا كان الإعلام المحلي فاعلًا في إعادة بناء الهوية، فإلى أي مدى يستطيع أن يواكب الأبعاد الاجتماعية للتنمية، حيث تختبر قدرته على مساءلة الفوارق والمهاشة؟

الفقرة الثالثة: البعد الاجتماعي

في البعد الاجتماعي، يُفترض بالإعلام المحلي أن يكون مرآة للعدالة المحلية وآلية لكشف الاختلالات البنيوية. لقد أسهمت المبادرة الوطنية للتنمية البشرية (INDH) في تقليص معدلات الفقر، إذ تراجعت نسبة الفقر القروي من 36% سنة 2001 إلى 14% سنة 2007 (البنك الدولي). غير أنّ الإعلام المحلي، بدل أن يلور خطابًا نقديًا يتتبع أثر هذه البرامج على المدى الطويل، انشغل في الغالب بخطاب احتفالي يُعيد إنتاج لغة الأرقام الرسمية. هنا يُطرح السؤال حول جدوى القوانين التنظيمية للجماعات الترابية (2015)، التي نصّت على إشراك الإعلام في التواصل مع المواطنين⁸¹: هل تحوّلت هذه النصوص إلى ممارسة فعلية تُرسخ ثقافة المساءلة، أم أُلها بقيت حبرًا على



ورق؟ إنَّ الإعلام المحلي، حين يكتفي بدور «المروّج»، يفقد بعده النقدي، لكنه حين يجرّو على مساءلة السلطة يصبح أداة لتوليد رأسمال اجتماعي قائم على الثقة والمحاسبة، وهو شرط لا غنى عنه لاستدامة التنمية.

لكن، إذا كان البعد الاجتماعي يكشف هذه الجدلية، فكيف ينعكس حضور الإعلام المحلي على البعد الاقتصادي، حيث تشتد وطأة السوق والتمويل؟

الفقرة الرابعة: البعد الاقتصادي

في البعد الاقتصادي، يبدو الإعلام المحلي وكأنه يسير على خيط رفيع بين أن يكون أداة للتنمية أو أداة للريع.⁸² فهو يروج للمؤهلات الترابية، يجذب الاستثمارات، ويُعرّف بالمنتجات المحلية، لكنه في الآن ذاته مرتهن لدورة التمويل التي قد تحوّلته إلى تابعٍ للسوق. وتؤكد دراسة لإدريس كسيكس وآخرين، أن الاقتصاد السياسي للصحافة المغربية تحكمه علاقات معقدة بين السوق والإشهار والسلطة السياسية، ما يجعل الحرية التحريرية رهينة بتوزيع الموارد الإعلامية⁸³. وقد لاحظ المجلس الأعلى للحسابات في تقريره السنوي لسنة 2019 وجود اختلالات في معايير توزيع الدعم العمومي على الصحف⁸⁴. كما تشير وزارة الانتقال الرقمي وإصلاح الإدارة (2023) إلى أهمية الشفافية في تمويل المشاريع الإعلامية ضمن الاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي⁸⁵. هنا يبرز سؤال سياسي-فلسفي أعمق: هل يمكن للإعلام المحلي أن يحافظ على استقلاليته في ظل اقتصاد يقوم على منطق الزبونية، أم أن قدره أن يبقى أسيراً لابتزاز السوق، فيغدو شاهداً على التنمية بدل أن يكون شريكاً في صياغتها

وإذا كان الاقتصاد يكشف هشاشة الاستقلالية، فكيف يتبدى دور الإعلام المحلي في البعد البيئي والصحي، حيث تتقاطع التنمية مع أسئلة الحياة والمصير المشترك؟

الفقرة الخامسة: البعد البيئي والصحي

أما في البعد البيئي والصحي، فقد جاءت جائحة كوفيد-19 لتكشف حدود الإعلام المحلي وإمكاناته في آن واحد. فحسب تقرير المندوبية السامية للتخطيط (HCP)، اعتمدت 70% من الأسر المغربية على الإعلام المحلي والوطني كمصدر رئيسي للمعلومة الصحية⁸⁶. وتوضح دراسة صلاح الدين لِمَايزي (2016، ص. 129-144) أن الصحفيين الصحيين في المغرب يواجهون صعوبات مهنية تحدّ من قدرتهم على إنتاج معلومة دقيقة ومستقلة، ما يفسّر هشاشة تغطية الإعلام المحلي زمن الجائحة⁸⁷. وأشار المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي (CESE, 2024) إلى ضرورة تقوية الإطار القانوني لحماية البيئة الرقمية⁸⁸. وهكذا، يغدو الإعلام المحلي جهازاً معرفياً يشارك في صياغة خطاب جديد يجعل من الاستدامة قيمةً رمزيةً وشرطاً للشرعية التنموية. إنّه ليس مجرد ناقلٍ للوقائع، بل مُشرعن رمزي يُعيد تعريف التنمية بوصفها مشروعاً وجودياً يتقاطع فيه القانون بالثقافة، والسياسة بالبيئة

يتضح إذن أن الإعلام المحلي لا يُختزل في بعد واحد، بل يتوزع حضوره بين السياسة والثقافة والاجتماع والاقتصاد والبيئة، في شبكة معقدة من النصوص القانونية والممارسات الرمزية. فهو سياسي حين يُسائل الشرعية، ثقافي حين يُعيد إنتاج الهوية، اجتماعي حين يُفكك الهشاشة، اقتصادي حين يواجه الريع، وبيئي حين يُشرعن الاستدامة. ومع ذلك، يظل رهيناً لمفارقة ثنائية: بين أن يكون سلطة نقدية مستقلة تستند إلى نصوص قانونية تُفعل على أرض الواقع، أو أن يتحول إلى واجهة رمزية تُعيد إنتاج الهيمنة باسم التنمية. وهذه الجدلية تمهّد بنا إلى المبحث الرابع، حيث تتبلور الاستنتاجات والتوصيات العملية من أجل إعلام محلي مستقل، نقدي، ومنخرط في استراتيجيات الحكامة الترابية.



المبحث الرابع: نحو إعلام محليّ مستقل ومندمج في منظومة الحكامة الترابية

حين نتأمل مسار تشكّل الإعلام المحلي في السياق المغربي، يتبدّى لنا أنه لم يعد مجرد وسيط تقني يعيد إنتاج الأخبار في صيغتها المألوفة، بل غدا بنية رمزية كثيفة تتقاطع داخلها رهانات السلطة والمعرفة، والمجال العمومي والمصالح الترابية. إنّه فضاء تداوليّ يتأرجح بين الفاعلية النقدية وقوى الاحتواء البنيوي، بين نزعة التنوير ووظيفة الامتثال، بين وعد الديمقراطية وحدود البنية الاتصالية التي تحكمها شروط السوق السياسي والاقتصادي.

الإعلام المحلي بهذا المعنى ليس «مرآة للواقع»، بل أفق تأويليّ يعيد إنتاجه ويمنحه دلالاته، فهو كائن مؤسّسي يتنفس من رئة القانون، ويتجسّد داخل جسد اجتماعي-سياسي متحوّل باستمرار. ومن ثمّ، فإنّ الخاتمة لا تمثّل غلقاً لنظام القول، بقدر ما تمثّل انفتاحاً استشرافياً على أفق معرفي جديد، يروم إعادة بناء تصور للإعلام المحلي كفعلٍ في صناعة الشرعية التداولية، لا كوسيطٍ لتكرارها.

أولاً: الاستنتاجات العامة

لقد أظهرت المباحث السابقة أن الإعلام المحلي في المغرب لا يُختزل في وظيفة واحدة، بل يمارس تعدّداً بنيوياً ووظيفياً يجعله أقرب إلى ما يمكن تسميته بـ المسرح الرمزي للسلطات الترابية، حيث تتقاطع الخطابات السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية ضمن منطق الهيمنة والتفاوض.

فهو سياسيّ بقدر ما يواكب السياسات العمومية ويعيد تأويلها داخل المجال العمومي، وثقافيّ بقدر ما يسهم في بناء الهوية وتوزيع الذاكرة الجماعية، واجتماعيّ حين يشغل كآلية لتمثّل العدالة المجالية وتفكيك البنيات الهشّة، واقتصاديّ حين يُعرّي منطق الربح الاتصالي ويعيد رسم العلاقة بين السوق والرمز، وبيئيّ حين ينخرط في إنتاج خطاب الاستدامة بوصفه خطاباً للقيم والشرعية.

ومع ذلك، فإنّ هذا التعدد يُمارَس داخل بنية هشّة تتأرجح بين النص والممارسة؛ إذ إنّ الترسّانة القانونية، مهما بدت متقدمة — مثل القانون 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر والقانون 31.13 المتعلق بالحقوق في الحصول على المعلومة — تبقى حبيسة البعد المعياري ما لم تتحوّل إلى آليات مُأسّسة تضمن استقلالية الفعل الاتصالي وحماية المرفق العمومي للمعلومة.

ومن هنا، يتكشف لنا أن الإعلام المحلي يوجد في قلب جدلية البنية والفاعلية: بين أن يُمارس سلطته التداولية بوصفه فاعلاً ناقداً في الحقل العمومي، أو أن ينحسر إلى جهازٍ من أجهزة إعادة الإنتاج الرمزي، يخضع لمنطق الضبط المؤسّساتي والاقتصادي الذي يفرغ الفعل الاتصالي من طاقته التحرّرية.

ومع ذلك، يظل الأفق الديمقراطي قائماً؛ إذ تلوح إمكانية بناء إعلام ترايبيّ متجدّد في نسق الحكامة الجهوية، يربط بين المشروعية القانونية والمشروعية الاجتماعية، ويعيد هندسة التواصل العمومي ليغدو ممارسةً للانتماء والمساءلة، لا مجرد تداول شكلي للخبر. فالديمقراطية الترابية لا تكتمل إلا بإعلامٍ قادرٍ على تحويل النقاش العمومي إلى طاقة مؤسّسة للشرعية.

ثانياً: التوصيات العملية

إذا كان قدر الإعلام المحلي أن يتأرجح بين هذه الثنائيات، فإنّ الخروج من دائرة التكرار يقتضي مشروعاً إصلاحياً مؤسّساتياً، يمكن تلخيص ملامحه في ما يلي:

1. ترسيخ استقلالية التمويل

لا ديمقراطية إعلامية دون تحرير نظام الإشهار العمومي من منطق الزبونية والريع. فلا بد من معايير شفافة تُحوّل الدعم من امتياز سياسي إلى حق جماعي في المعلومة.



فالإشهار العمومي، حين يُدار بمنطق الولاء، يتحوّل من رافعة للتعددية إلى أداة ناعمة للضبط الرمزي. إنّ بناء ديمقراطية إعلامية يبدأ من تحرير التمويل من التبعية، وتحويل الدعم من منّة سياسية إلى حقّ مؤسّس على مبدأ الشفافية.

2. تأهيل الكفاءات الإعلامية

إنّ الشرعية الإعلامية تُبنى بالكفاءات، لا بالشعارات. ومن هنا، يصبح التكوين المستمر في مجالات الإعلام التنموي، وأخلاقيات المهنة، والتحقق الرقمي شرطاً لقيام سلطة نقدية قادرة على مجابهة إغراءات السوق وضغوط السلطة فالصحفي المحلي لم يعد ناقلاً للأخبار، بل فاعلاً في إنتاج المعنى، يشتغل في تخوم السياسة والثقافة والقانون، ويعيد عبر الكلمة بناء المشترك الرمزي للمجتمع.

3. إدماج الإعلام في التخطيط الترابي

لا يمكن للإعلام المحلي أن يظل على هامش السياسات الجهوية؛ بل يجب أن يكون شريكاً في صياغة المخططات وتتبع تنفيذها، شريكاً في إنتاج خطاب التنمية لا مجرد ناقل له فالإعلام الترابي، حين يُدرج في منظومة الحكامة، يتحوّل من وسيط مؤقت إلى فاعل مؤسّسي يربط بين المعلومة والمساءلة، بين السلطة والمجتمع.

4. تخصيص الوظيفة النقدية

الوظيفة الجوهرية للإعلام ليست الترويج بل النقد. ولذا فإن أي إصلاح لا يضمن حرية النقاش العمومي وصيانة الاستقلالية التحريرية لن يكون سوى إعادة إنتاج للهيمنة بأدوات جديدة.

إنّ تخصيص الوظيفة النقدية يعني الدفاع عن الحق في الشكّ، في مساءلة الحقيقة الرسمية، وفي إنتاج خطاب بديل يوازن بين المعرفة والمسؤولية.

5. بناء رأسمال اجتماعي جديد

الإعلام المحلي مدعو لأن يكون مصنعاً للثقة، فضاءً لإعادة صياغة التضامن، رافعاً للجماعية في زمن الفردانية الرقمية. إنّه مدعو لأن يكون حارساً للذاكرة المشتركة بقدر ما هو وسيط للمعلومة، فحين يُستعاد الحسّ الجماعي عبر الكلمة، تُستعاد الشرعية بوصفها علاقة اجتماعية قبل أن تكون نصاً قانونياً.

6. مواكبة التحولات الرقمية

إنّ الثورة الرقمية ليست مجرد تقنية، بل هي إعادة توزيع للسلطة الرمزية. ولذا فإنّ الاستثمار في الذكاء الاصطناعي، ومنصات التحقق، والرقمنة المستدامة ليس ترفاً بل ضرورة وجودية للإعلام المحلي كي يبقى حاضراً في صراع الهيمنة الجديد.

إنّ الرقمنة ليست عبوراً من الورق إلى الشاشة، بل انتقالاً من الاتصال الخطي إلى التداول الشبكي، من الخبر إلى المعرفة، ومن الإعلام إلى الفعل.

ويبقى السؤال مفتوحاً:



هل يستطيع الإعلام المحلي في المغرب أن يؤسس ذاته كـ سلطة رمزية نقدية، أم سيظل حبيساً لاقتصاد الربيع وضغط لسياسة؟ هذا السؤال ليس تقنياً ولا مهنياً فحسب، بل هو سؤال عن طبيعة الدولة والمجتمع، عن علاقة السلطة بالمعنى، وعن الكيفية التي نعيد بها إنتاج شرعيتنا في زمن التحولات الرقمية.

إنّ المستقبل لن يُحسم بمرسوم أو قانون وحسب، بل بحوار جماعي يجعل الإعلام المحلي بنية تحتية للشرعية الديمقراطية، لا مجرد أداة للزينة المؤسسية.

وبذلك، يغدو الإعلام المحلي مختبراً للفكر السياسي والاجتماعي، ومساحةً لإعادة صياغة العلاقة بين الدولة والمجتمع، بين القانون والرمزين السلطة والحرية.

إنّ استشراف مفتوح، حيث لا يكون الإعلام المحلي شاهداً على الزمن، بل صانعاً له، يعيد كتابة القصة الجماعية للمغرب في أفق ديمقراطية أكثر رسوخاً، وحكمة ترابية أكثر عدلاً، وتنمية أكثر إنصافاً واستدامة.

الهوامش:

- ¹ Max Weber, Economy and Society, University of California Press, 1978, p. 212
- ² Jürgen Habermas, The Structural Transformation of the Public Sphere, MIT Press, 1989, p. 55.
- ³ Pierre Bourdieu, Sur la télévision, Liber-Raisons d'Agir, Paris, 1996, p. 18.
- ⁴ Ibid., p. 23.
- ⁵ Theodor W. Adorno & Max Horkheimer, Dialectic of Enlightenment, Stanford University Press, 2002, p. 120.
- ⁶ Jürgen Habermas, The Theory of Communicative Action, Vol. 1, Beacon Press, Boston, 1984, p. 87
- ⁷ Pierre Bourdieu, La domination masculine, Seuil, Paris, 1998, p. 14.
- ⁸ Marshall McLuhan, Understanding Media: The Extensions of Man, McGraw-Hill, 1964, p. 9.
- ⁹ Robert E. Park, The Immigrant Press and Its Control, Harper & Brothers, New York, 1922.
- ¹⁰ Paul F. Lazarsfeld & Elihu Katz, Personal Influence, Free Press, New York, 1955.
- ¹¹ Stuart Hall, Encoding and Decoding in the Television Discourse, Centre for Contemporary Cultural Studies, 1980
- ¹² Talcott Parsons, The Social System, Free Press, 1951, p. 75.
- ¹³ C. Wright Mills, The Sociological Imagination, Oxford University Press, 1959, p. 39.
- ¹⁴ Norman Fairclough, Critical Discourse Analysis, Longman, London, 1995, p. 24.
- ¹⁵ المجلس الأعلى للحسابات، التقرير السنوي، الرباط، 2022
- ¹⁶ Manuel Castells, Communication Power, Oxford University Press, 2009.

17 المرجع نفسه، ص. 115.



- ¹⁸ Pierre Bourdieu, Questions de sociologie, Minuit, Paris, 1980, p. 31.
- ¹⁹ Ibid., p. 34.
- ²⁰ Weber, Economy and Society, op. cit., p. 218.
- ²¹ Habermas, The Structural Transformation, op. cit., p. 132.
- ²² Bourdieu, La distinction, Minuit, Paris, 1979, p. 56.
- ²³ Ibid., p. 60
- ²⁴ Pierre Bourdieu, Les règles de l'art, Seuil, Paris, 1992, p. 22.
- ²⁵ Ibid., p. 24.
- ²⁶ Bob Jessop, The Future of the Capitalist State, Polity Press, Cambridge, 2002.
- ²⁷ R. A. W. Rhodes, Understanding Governance, Open University Press, 1997.
- ²⁸ Jessop & Rhodes, op. cit.
- ²⁹ Habermas, The Structural Transformation, op. cit., p. 144.
- ³⁰ Nancy Fraser, Rethinking the Public Sphere, Social Text, No. 25/26, 1990, p. 56.
- ³¹ Oskar Negt & Alexander Kluge (Eley), Public Sphere and Experience, University of Minnesota Press, 1993.
- ³² Bouzidi, Rachida «Gouvernance territoriale et communication médiatique», Communication et Société 2016 ..
- ³³ Jben Hadou, "Social media and shaping public opinion in Morocco", Moroccan Journal for Research in the Humanities and Social Sciences (RMRSJS), Vol. 2, No. 2, 2023
- ³⁴ El Gaoual, Ilham & Berkane, Taib, "The Media and Societal Transformations in Morocco", International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), Vol. 9, No. 13, pp. 72-80, 2025.
- ³⁵ EL Maaroufi, Ismail ; Harroussi, Baha Eddine ; Drissi, Zineb, «La communication territoriale comme mesure d'efficacité pour la gouvernance territoriale: Cas de la commune urbaine de Rabat», International Journal of Applied Management and Economics (IJAME), Vol. 2, No. 12, pp. 53-72, 2025.
- ³⁶ El Gaoual, Ilham & Berkane, Taib, "The Media and Societal Transformations in Morocco", International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), Vol. 9, No. 13, pp. 72-80, 2025.
- ³⁸ جواد حسن عبودي و بلال محمد زكارنة. ترجمة اختصارات المسميات في الإعلام العربي الحديث. مجلة ترجمان، المجلد العشريون، 2020
- ³⁹ John L. Austin, How to Do Things with Words, Oxford University Press, 1962, p. 12.
- ⁴⁰ Jürgen Habermas, The Structural Transformation of the Public Sphere, MIT Press, 1989, p. 55.
- ⁴¹ Pierre Bourdieu, Questions de sociologie, Les Éditions de Minuit, Paris, 1980, p. 31.
- ⁴² Pierre Bourdieu, Langage et pouvoir symbolique, Seuil, Paris, 2001, p. 42.
- ⁴³ Jürgen Habermas, The Theory of Communicative Action, Vol. 1, Beacon Press, 1984, p. 90.
- ⁴⁴ Manuel Castells, Communication Power, Oxford University Press, 2009, p. 115.
- ⁴⁵ Norman Fairclough, Critical Discourse Analysis, Longman, London, 1995, p. 27
- ⁴⁶ Pierre Bourdieu, Sur la télévision, Liber-Raisons d'Agir, Paris, 1996, p. 22.
- ⁴⁷ Nancy Fraser, Rethinking the Public Sphere, Social Text, No. 25/26, 1990, p. 60.
- ⁴⁸ Pierre Bourdieu, La distinction, Les Éditions de Minuit, Paris, 1979, p. 56.



- 49 . A. W. Rhodes, Understanding Governance, Open University Press, London, 1997
- 50 Bob Jessop, The Future of the Capitalist State, Polity Press, Cambridge, 2002.
- 51 Pierre Bourdieu, La domination masculine, Seuil, Paris, 1998, p. 15.
- 52 Ibid., p. 17
- 53 John R. Searle, Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language, Cambridge University Press, 1969, p. 16.
- 54 Teun A. van Dijk, Discourse and Power, Palgrave Macmillan, 2008, p. 85..
- 55 Roland Barthes, Mythologies, Seuil, Paris, 1957, p. 217.
- 56 Michel Foucault, L'ordre du discours, Gallimard, Paris, 1971, p. 19.
- 57 Mikhaïl Bakhtine, Esthétique et théorie du roman, Gallimard, Paris, 1978, p. 92.
- 58 Hans-Georg Gadamer, Vérité et méthode, Seuil, Paris, 1996, p. 291
- 59 Pierre Bourdieu, Questions de sociologie, Minuit, Paris, 1980, p. 33.
- 60 Michel Foucault, Surveiller et punir, Gallimard, Paris, 1975, p. 220.
- 61 Pierre Bourdieu, Sur la télévision, Liber-Raisons d'Agir, Paris, 1996, p. 25.
- 62 Foucault, L'ordre du discours, Gallimard, 1971, p. 20
- 63 Bourdieu, Les règles de l'art, Seuil, Paris, 1992, p. 22.
- 64 Ibid., p. 24
- 65 Herbert Schiller, Communication and Cultural Domination, M.E. Sharpe, 1976, p. 45.
- 66 Roland Barthes, Mythologies, Seuil, Paris, 1957, p. 217.
- 67 Manuel Castells, Communication Power, Oxford University Press, 2009, p. 102
- 68 Jürgen Habermas, The Structural Transformation of the Public Sphere, MIT Press, 1989, p. 56.
- 69 Nancy Fraser, Rethinking the Public Sphere, Social Text, No. 25/26, 1990, p. 61.
- 70 Pierre Bourdieu, Langage et pouvoir symbolique, Seuil, Paris, 2001, p. 60
- 71 John R. Searle, Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language, Cambridge University Press, 1969, p. 32.
- 72 Paul Ricœur, Temps et récit, Seuil, Paris, 1983, p. 88.
- 73 Austin, How to Do Things with Words, Oxford University Press, 1962, p. 110.
- 74 Pierre Bourdieu, La domination masculine, Seuil, Paris, 1998, p. 21.
- 75 Michel Foucault, Dits et écrits, Gallimard, 1994, p. 155.
- 76 Jean-Paul Bronckart, "Bakhtine: Lectures illimitées de la théorie et du roman," Canadian Review of Comparative Literature, vol. 12, no. 2 (1985), pp. 229-244.
- 77 القانون رقم 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر، الجريدة الرسمية عدد 6491 بتاريخ 15 أغسطس 2016.
- 78 القانون رقم 31.13 المتعلق بالحقوق في الحصول على المعلومات، الجريدة الرسمية عدد 6655 بتاريخ 12 مارس 2018.
- 79 المجلس الوطني لحقوق الإنسان، حرية الرأي والتعبير والإعلام بالمغرب، الرباط، يوليو 2022، ص. 18-22، منشور على www.cndh.org.ma
- (تم الولوج إليه بتاريخ 1 أكتوبر 2025، الساعة 00:00)
- 80 Herbert I. Schiller, Communication and Cultural Domination, White Plains (NY): International Arts and Sciences Press, 1976, pp. 9-14
- 81 لقوانين التنظيمية رقم 111.14 و 112.14 و 113.14، الجريدة الرسمية عدد 6358 مكرر بتاريخ 18 فبراير 2016.



- 82 Herbert I. Schiller, *Communication and Cultural Domination*, White Plains (NY): International Arts and Sciences Press, 1976, pp. 56–60.
- 83 Abdelfettah Benchenna, Driss Ksikes & Dominique Marchetti, “La presse au Maroc: une économie très politique...”, *Questions de communication*, n° 32 (2017), pp. 239–260
- 84 المجلس الأعلى للحسابات، التقرير السنوي لسنة 2019، الرباط 2020، ص. 245–247، منشور على www.courdescomptes.ma (الولوج بتاريخ 1 أكتوبر 2025، الساعة 23:45)
- 85 وزارة الانتقال الرقمي وإصلاح الإدارة، الاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي 2030، الرباط، أكتوبر 2023، ص. 14–17، منشور على www.mdina.gov.ma (الولوج بتاريخ 1 أكتوبر 2025، الساعة 00:05)
- 86 المندوبية السامية للتخطيط، تأثير جائحة كوفيد-19 على الوضعية الاقتصادية والاجتماعية للأسر، الرباط 2021، ص. 5–9، منشور على www.hcp.ma (الولوج بتاريخ 1 أكتوبر 2025، الساعة 23:50).
- 87 Salaheddine Lemaizi, “L’information médicale au Maroc: Le journalisme face à ses contraintes,” *L’Année du Maghreb*, vol. 15 (2016), pp. 129–144.
- 88 المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، التحول الرقمي في المغرب: من التسريع إلى الاستدامة، الرباط 2024، ص. 32–36، منشور على www.cese.ma (الولوج بتاريخ 1 أكتوبر 2025، الساعة 23:55)