

BROADCASTING IN THE FACE OF DIGITAL MEDIA CHALLENGES RADIO STATIONS IN MOROCCO AS A MODEL

Said ELAUMARI¹

Researcher, Ibn Zohr University, Morocco


Abstract:

Many researchers and professionals in the field of media audio visual thought that we are near to the dead end of the radio stations, after the digital media development with internet monopoly and still. Actually it overpassed both the radio and television as they were an old fashioned way, the different types which tools go through with the new communication networks based on audio, video or both which was taken from television or radio and being used in the new media filed. For instance: Snapchat and podcast.

Radio in Morocco was able to maintain its position through its renewal and keeping pace with technological progress and the shift to digital. It can be seen from the numbers of listening percentages for radio stations, whether public or private, in Morocco that still enjoy the interest of the public. Despite the sweep of social networks and YouTube channels.

The existence of radio stations in Morocco into digital spaces in a well-studied and professional manner is sufficient to keep them as an important part of the media scene. Where the listeners can follow hundreds of radio stations without the need for a radio, via the internet, and through applications on smart phones, electronic devices.

Key words: Broadcasting, Digital Media, Radio Content, Listening Ratios.

 <http://dx.doi.org/10.47832/2757-5403.18.24>

¹  said.elaoumari@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3454-6373>

الإذاعة في مواجهة تحديات الإعلام الرقمي المحطات الإذاعية في المغرب أنموذجاً

سعيد العمري

الباحث، جامعة ابن زهر، المغرب

الملخص:

ظن العديد من الباحثين والمهنيين في مجال الإعلام السمعي البصري أن الإذاعة وصلت إلى طريقها المسدود، بعد التطور الذي شهده -ولا يزال- الإعلام الرقمي وطغيان الإنترنت. لكن في واقع الأمر تعد الإذاعة إلى جانب التلفزيون وسيلتين عريقتين، وهما الموطن الأصلي لمختلف الأشكال التي دخلت عبرها أدوات شبكات التواصل الجديدة المعتمدة على الصوت أو الفيديو أو كليهما إلى الحقل الإعلامي، مثل: البودكاست، والسناج شات.

واستطاعت الإذاعة في المغرب أن تحافظ على مكانتها عبر تجدها ومواكبتها للتقدم التكنولوجي والتحول إلى البث الرقمي، ويتبين من خلال أرقام نسب الاستماع للإذاعات سواء العمومية أو الخاصة في المغرب أنه لم تنزل تحظى باهتمام الجمهور. رغم اكتساح شبكات التواصل والاجتماعي وقنوات اليوتيوب...

إن دخول الإذاعات في المغرب للفضاءات الرقمية بطريقة مدروسة ومهنية، كفيل بأن يبقيها جزءاً هاماً في المشهد الإعلامي. حيث أصبح بإمكان المتلقي متابعة مئات المحطات الإذاعية دون حاجة إلى مذياع، عبر الإنترنت، ومن خلال تطبيقات على أجهزة الهواتف الذكية، والأجهزة الإلكترونية المحمولة.

الكلمات المفتاحية: الإذاعة، الإعلام الرقمي، المحتوى الإذاعي، نسب الاستماع.

المقدمة:

إثر الانتشار الواسع والسريع للإعلام الرقمي بمختلف أشكاله، وفي جميع مناحي الحياة البشرية، بما فيها مجال الإعلام وخاصة ما سمي بالإعلام التقليدي (الصحافة الورقية، والإذاعة، والتلفزيون). أصبحنا نعيش عصر مجتمع الإعلام والمعلومات التي تنتجها شبكات التواصل الاجتماعي في كل لحظة. حيث يتميز هذا العصر بانفجار المعلومات وتدفعها السريع، وتحول إنتاج المعلومة والخبر إلى صناعة تتمظهر عبر تنوع مصادر المعلومات وتعدد مجالاتها.

وأثرت هذه التحولات على وسائل الإعلام والاتصال بما فيها الإعلام المسموع، وطرحت عدة تساؤلات، أهمها: ما مستقبل الإذاعة؟ أمام اكتساح الإعلام الرقمي الذي جمع كل خصائص وسائل الاتصال الجماهيري من النص المكتوب والصوت والصورة، بتكلفة وجهد أقل، متخطياً الحواجز المكانية والزمانية.

وتعد الإذاعة أمام كل هذه التحولات، وسيلة إعلام قادرة على التأقلم مع مختلف الإكراهات والتحولات لكونها تتميز بعدة خصائص، تمكنها من ضمان الوجود والاستمرار، الأمر الذي جعلها تحافظ على مكانتها وأدوارها داخل المجتمع، رغم المنافسة القوية للإعلام الرقمي.

وسأحاول على هذا الأساس، أن أوضح مدى قدرة الإذاعة في المغرب على التجدد والحفاظ على مكانتها داخل المشهد الإعلامي بمختلف أنواعه، من خلال دراسة تقارير الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، وتحليل نتائج نسب استماع الإذاعات التي تنجزها مؤسسة ميديا ميترى.

الخطوات المنهجية للبحث:

تسير الخطوات المنهجية للبحث وفق تصور علمي حديث، أعرض معالمه الكبرى في الفقرات الآتية:

- أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في دراسته لإشكالية العلاقة بين الإعلام المسموع في المغرب والإعلام الرقمي، التي نراها على أنها علاقة تكاملية. لأن الإذاعة باعتبارها وسيلة إعلامية جماهيرية تتميز بسرعة تكيفها مع مختلف المستجدات التقنية واللوجيستية التي يشهدها الإعلام، ويجعلها تتأقلم مع أجواء المنافسة.

كما يسعى البحث إلى تبيان أن الإذاعة -رغم التطور الرقمي- لم تزل تحظى بمكانة لدى الجمهور المغربي، من خلال عرض لمعطيات وأرقام دراسات استقصائية صادرة عن جهات رسمية، وكذا من خلال أحدث النتائج لنسب الاستماع للإذاعات في المغرب.

إن نظرية إنذار الإذاعة بعد ظهور واكتساح الإعلام الرقمي، تحتاج إلى المزيد من الدراسة والبحث. ويعد أفق هذا الأخير دليلاً على أهميته لدى الباحث والإعلامي.

- أهداف البحث:

إن الهدف الأساس من إعداد هذا البحث، هو إبراز المكانة التي تحظى بها الإذاعة في المغرب، رغم الإقبال الواسع للجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي ومنصات اليوتيوب وقنوات الويب (Web TV) ... التي أضحت جزءاً من الحياة

اليومية للمتلقى. كما يسعى هذا البحث إلى التأكيد على أن الإذاعة هي وسيلة اتصال جماهيرية في الماضي والحاضر والمستقبل.

وتعتبر هذه الورقة دعوة للباحثين والمهنيين في الإعلام السمعي البصري، لإلقاء الضوء على الآراء التي توقعت أن الإعلام الرقمي سيشكل بديلاً مع مرور الوقت للإعلام التقليدي بما فيه الإذاعة. ذلك لأن المجال الرقمي اكتسح جميع مناحي الحياة. والواقع أن الإذاعة لا تزال تحظى بأدوار هامة في المجتمع، وتكمن قوته في كونه وسيلة محلية ودولية في الوقت نفسه، إضافة إلى سهولة استخدامه من لدن كل الطبقات وبتكلفة أقل.

- تساؤلات البحث:

يحاول البحث الإجابة عن السؤال الرئيس: هل لا تزال المحطات الإذاعية في المغرب تحظى بمكانة لدى الجمهور؟ ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الآتية:

- ✓ هل الإذاعة قادرة على التجدد في زمن الإعلام الرقمي؟
- ✓ ما حجم إقبال الجمهور المغربي على المحتوى الإذاعي؟
- ✓ كيف نفسر نتائج نسب الاستماع للإذاعات في المغرب؟

- فرضية البحث:

ننطلق في هذه الورقة البحثية من فرضية اعتبار أن المحطات الإذاعية في المغرب تحتل مكانة هامة، باعتبارها وسيلة إعلامية تلقى اهتمام ومتابعة من لدن المتلقي المغربي، رغم الإقبال الكبير على منصة اليوتيوب وشبكات التواصل الاجتماعية من قبل مختلف شرائح المجتمع. فرغم الإقرار بتراجع الموقعية الجماهيرية للإذاعة، لا يمكن نفي حضورها ودورها وقدرتها على التأثير.

- دواعي اختيار متن البحث:

إن اختيار (المحطات الإذاعية في مواجهة تحديات الإعلام الرقمي) متناً للبحث ليس اعتباطياً، بل أملت أسباب ذاتية وأخرى موضوعية:

✓ الأسباب الذاتية: تتجلى في اشتغالي صحافياً مهنيّاً في إذاعة راديو بلوس لمدة تزيد عن خمس عشرة سنة، محرراً بقسم الأخبار، ومعدداً ومقديماً للعديد من البرامج الحوارية؛ سواء منها مجلات إخبارية أو برامج تفاعلية أو موضوعاتية في مجالات السياحة والفلاحة والشأن المحلي.

كما واكبت نشأة الإذاعات الخاصة في المغرب، -بعد تحرير القطاع السمعي البصري سنة 2002- في سياق ما سمي بالجيل الأول² سنة 2006، والجيل الثاني³ سنة 2009.

² يتعلق الأمر ب: إذاعة أطلنتيك، وإذاعة أصوات، ومجموعة إم إف إم وتضم أربع محطات جهوية، وإذاعة شدى إف إم، وشبكة إذاعات راديو بلوس وتضم محطتين جهوتين، وإذاعة هيت راديو، وكاب راديو.
³ يتعلق الأمر ب: ميد راديو، وراديو مارس، ومدينة إف إم، ولوكس راديو.

✓ الأسباب الموضوعية: أبانت المحطات الإذاعية (العمومية والخاصة) في المغرب عن دورها الهام في تحقيق التنمية في مختلف أبعادها، وتكريسها لعنصر القرب في العديد من الفرص، من أبرزها مواكبتها لجائحة كورونا. مؤكدة على أنها تشكل إحدى ركائز المشهد الإعلامي في المغرب، رغم الإكراهات المرتبطة بالجانب الاقتصادي. فعوض مواجهة التكنولوجيا سعت الإذاعة إلى توظيفها لتطوير أدائها وإمكاناتها.

منهج البحث:

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي لفهم أهمية ومكانة الإعلام المسموع داخل المجتمع، ومدى إقبال المتلقي المغربي على المحطات الإذاعية، رغم تنامي دور شبكة الإنترنت، واكتساح الإعلام الرقمي بمختلف أشكاله. وذلك من خلال عرض وتحليل لدراسة استقصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لسنة 2017 أنجزت من قبل الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري.

كما يخول المنهج الذي اعتمدهنا إمكانية رصد لنتائج نسب الاستماع للإذاعات في المغرب الخاص بالفصل الثاني والثالث لسنة 2022، التي يقدمها المركز البيمهي لقياس نسب الاستماع للمحطات الإذاعية بالمغرب. وذلك من أجل الوصول إلى نتائج تساعد في فهم الموضوع. من خلال الاستناد على البرهنة للوصول إلى استنتاجات موضوعية.

1 الإطار النظري:

1.1 مفهوم الإذاعة:

تعد الإذاعة من أقدم وسائل الإعلام وأكثرها انتشاراً، وتهدف إلى مخاطبة المتلقي / المستمع على اختلاف نمط عيشه وجنسه ومستواه الثقافي. وتألقت العديد من المحطات الإذاعية في العالم عبر عقود من الزمن ببث الأخبار والموسيقى والبرامج الحوارية والمباريات الرياضية... في شتى أنحاء العالم وبلغاته المختلفة.

ومنذ أن أرسل العالم الإيطالي جوليلمو ماركوني⁴ (Guglielmo Marconi) أول إشارة بث إذاعي عام 1895، أسهم العديد من العلماء في تطوير الإذاعة. إلى أن أصبحت موجات الراديو تبث من آلاف المحطات، وتملأ الجو بإشاراتها وبثها المتواصل.

ويعود مفهوم الإذاعة إلى مصطلح راديو (Radius) اللاتينية، وتعني نصف قطر الدائرة، حيث ترسل الموجات عبر الفضاء في شكل دوائر لها مركز إرسال. و"كانت تسمى أيضاً في بداية ظهورها باللاسلكي (Wireless)، إلا أن الأمريكيين فضلوا تسميتها بالراديو (Radio) " (راضي، 2013، صفحة 103).

⁴ جوليليو ماركوني: هو عالم مختص في الموجات الكهرومغناطيسية، وهو مخترع الراديو. ولد في مدينة بولونيا في دولة إيطاليا من أسرة ثرية، ونجح في صناعة جهاز وذهب به إلى إنجلترا، فعرض الجهاز على المختصين والعلماء، فسجل اختراعه هناك. يعتبر هذا العالم هو أول رجل يقوم بإرسال، واستقبال الإشارات الإشعاعية في كل المسارات بنجاح. ومن خلال جهوده الكبيرة، وإنجازه العظيم تم منحه جائزة نوبل في الفيزياء عام 1909. (MAZZINGHI, 2019, pp. 29-41) بتصرف.

ووردت الإشارة في اللغة العربية إلى كلمة "ذاع" الخبر، أي فشا وانتشر. و(أذاعه) أي أفشاه ونشره" (الوسيط، 2004، صفحة 318). وجاء في لسان العرب "رجل مذيع: لا يستطيع كتم خبره (...). والمذيع: الذي لا يكتم السر. (...). والمذيع جمع مذيع من أذاع الشيء إذا أفشاه" (منظور، 1912، صفحة 1529).

واصطلاحاً يعرف إبراهيم إمام الإذاعة بأنها "الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم -فرادي وجماعات- باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة" (إمام، 1985، صفحة 256). وجاء تعريف الإذاعة في المعجم الوسيط على أنها "نقل الكلام والموسيقى وغيرهما عن طريق الجهاز اللاسلكي. والمذيع من يتولى النشر في دور الإذاعة اللاسلكية" (إمام، 1985، صفحة 256).

ووفقاً لتقسيم مارشال ماكلوهان فالإذاعة تعتبر من الوسائل الساخنة، "التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس، فهي وسيلة إعلامية تقدم المعنى مصنوعاً جاهزاً إلى حد ما، (...) والراديو وسيلة ساخنة لأنه يوفر بشكل حاد وعميق قدرًا كبيراً من المعلومات المسموعة العالية في وضوحها بحيث لا تتطلب سوى جهداً بسيطاً من الجمهور لكي يكمله" (نور الدين، 2013، الصفحات 188-189). فتأثير كل وسيلة على بناء المجتمع حسب ماكلوهان يتوقف إلى حد كبير على درجة حرارتها، فالوسيلة الساخنة تسمح بإسهام أقل من الوسيلة الباردة.

2.1 خصوصيات العمل الإذاعي:

- تعد الإذاعة واحدة من وسائل الاتصال الجماهيري، حيث تبث رسائلها في وقت واحد إلى جمهور كبير ومتباين في تركيبته الاجتماعية والثقافية والإثنية. وتمتاز الإذاعة عن غيرها من وسائل الاتصال الجماهيري بالخصائص الآتية:
- واسعة الانتشار، حيث تصل إلى جماهير عريضة من مختلف الأعمار، ومختلف المستويات الثقافية والاجتماعية.
 - يتميز جهاز استقبال البث الإذاعي (الراديو) بخفة وزنه وسهولة حمله، خاصة مع تطور وسائل الاتصال في العصر الحالي حيث انتقل إلى وسائط جديدة مثل: الهاتف المحمول واللوحة الرقمية...
 - لا يحتاج الاستماع للإذاعة لجهد أو عناء، كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون أو تصفح الإنترنت. حيث يمكن الاستماع لها أثناء تأدية أعمال أخرى، كقيادة السيارة أو ممارسة التمارين الرياضية أو القيام بالأعمال المنزلية...
 - تعد الإذاعة الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام، لذا يطلق عليها بالوسيلة العمياء (Blind Medium). ونظراً لإنعدام الصورة في الإذاعة فهي لا تقدم وجبة إعلامية كاملة الإستواء، لكن في المقابل تحرر خيال المستمع.
 - تتميز بالآنية والجدة في بث الأخبار، فهي أسرع من التلفزيون والجرائد الورقية، حيث يستطيع المتلقي الحصول على الخبر فور وقوعه. وهذه الخاصية جعلت الإذاعة "تنقل المعلومات المتعلقة بالأحداث العالمية والألوان الثقافية في الوقت الذي لا تستطيع الوسائل الأخرى كالجرائد وغيرها نقلها إلا بوقت متأخر عنها" (مينكوف، 2000، الصفحات 16-17)، وهو ما نسميه بالسبق الإخباري للإذاعة.
 - تكاليف البث الإذاعي "يعد أقل من التلفزيون سواء أجهزة الإرسال والاستقبال" (مينكوف، 2000، الصفحات 16-17). كما تنخفض فيه تكاليف إنتاج البرامج.

- توابك الإذاعة التطورات الرقمية، حيث توجهت جل المحطات الإذاعية إلى بث إرسالها عبر الأقمار الاصطناعية والإنترنت، كما أنشأت قنوات لها على منصة اليوتيوب، وبث برامجها عبرها. إضافة إلى فتح حسابات لها على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، بغية الوصول إلى شريحة أوسع من الجمهور.

- تسهم الإذاعة بشكل كبير في خدمة العملية التعليمية، حيث تحل في بعض المناطق القروية محل المؤسسات التعليمية من خلال بث برمجة خاصة بالمناهج الدراسية أو بث برامج محو الأمية (العومري، 2022، صفحة 107).

- تعد الإذاعة وسيلة إعلانية هامة بسبب انتشارها الواسع، وبثها لجهات ومناطق واسعة حتى خارج البلاد⁵.

- تنشئ الإذاعة جواً من الألفة والصدقة بينها وبين المستمع، رغم أنها تخاطب الملايين في الوقت نفسه. حيث "يولد لدى المستمع إحساساً بالخصوصية بشكل يفوق التلفزيون" (البطريق، 2005، صفحة 25)، من خلال صوت المذيع الذي يوهم المستمع أنه المخاطب الوحيد، خاصة عندما يقول المذيع: (عزيزي المستمع..).

3.1 قدرة الإذاعة على التجدد

بدأ يطرح سؤال عن مكانة الإذاعة وأهميتها مع الانتشار الواسع للإنترنت، وهل بدأ فعلاً ينحصر دورها باعتبارها وسيطاً إعلامياً؟

شرعت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة المعروفة اختصاراً باليونسكو، منذ سنة 2011 في الاحتفال باليوم العالمي للإذاعة في 13 فبراير/شباط من كل عام. واعتادت المنظمة اختيار موضوع معين يشكل محور الاحتفال، من قبيل: المساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة، والشباب، والإذاعة في أوقات الطوارئ والكوارث...

واختارت منظمة اليونسكو في سنة 2021 شعار: (إذاعة متجددة لعالم متجدد) وذلك من خلال التركيز على ثلاثة عناصر تشكل محور هذا الشعار وهي (اليونسكو، 2022) (بتصرف) :

- التطور: بمعنى أن العالم يتغير والإذاعة تتطور، فهذا العنصر حسب اليونسكو يشير إلى مرونة الإذاعة واستدامتها.

- الابتكار: ذلك أن الإذاعة تتكيف مع التغيير وتبتكر، فهي وسيلة إعلامية استطاعت التكيف مع التكنولوجيات الجديدة لكي تظل وسيلة الإعلام النقالة بامتياز التي يمكن للجميع الاستماع إليها أينما كان.

- الربط: العالم يتغير فالإذاعة تؤمن الربط، وتبرز أهمية هذا العنصر من خلال الخدمات التي تقدمها الإذاعة إلى المجتمع في أوقات الكوارث الطبيعية، والأزمات الاجتماعية والاقتصادية، وتفشي الأوبئة...

تؤكد هذه العناصر أهمية الإذاعة داخل المجتمعات، باعتبارها وسيلة إعلامية فعالة، خاصة وأنها توابك مختلف التطورات التي يشهدها الإعلام الرقمي بشكل سلس، سواء على المستوى التقني أو الموضوعي. فلم تكتف المحطات الإذاعية ببث إرسالها عن طريق الأمواج الهertzية⁶ فقط، بل سعت إلى توسيع بثها ليشمل الإنترنت والأقمار الاصطناعية.

⁵ في المغرب تعتبر الإذاعات أكبر وسيلة إخبارية مستفيدة من انتعاش سوق الإشهار في السنوات الأخيرة بنسبة 6.8 في المائة، مقابل انخفاض حجم الإعلانات الموجهة إلى التلفزيون والصحافة المكتوبة، على التوالي بنسبة ناقص 7.5 في المائة و6.2 في المائة. (تصريح لمصطفى الخلفي وزير الاتصال الناطق الرسمي باسم الحكومة أمام لجنة الثقافة والاتصال خلال مناقشة ميزانية وزارة الاتصال الفرعية بمجلس النواب يوم الجمعة 07 نونبر/تشرين ثاني 2014).

⁶ تسمى أيضاً بالترددات الراديوكهربائية السمعية البصرية، وفي المغرب تمنح هذه الترددات من قبل الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات لقطاع الاتصال السمعي البصري.

وانتقلت جل المحطات الإذاعية إلى منصات جديدة كاليوتيوب والفيديو... بمعنى أنها لم تعد تعتمد على جهاز الراديو قناة للتواصل مع المستمع، بل انتقلت بسرعة وتلقائية إلى مختلف الأجهزة الإلكترونية بما فيها الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية والكمبيوتر... حيث أضحت عملية الانتقال إلى البث الرقمي مستقبل الإذاعة.

وتتيح عملية الانتقال زيادة عدد المحطات الإذاعية، مع كلفة بث أقل، وتغطية أفضل، وإمكانية إعادة الاستماع إلى البرامج والأخبار سبق بثها، إضافة إلى زيادة حجم المستمعين.

كما أثبتت الإذاعة قدرتها على التكيف مع التحولات المجتمعية عبر الوجود في مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، لتلبية الحاجات المعرفية والوجدانية للمتلقى. وتحول مفهوم الإذاعة من وسيلة إعلام سمعية، إلى المجال السمعي البصري ومنافسة التلفزيون إلى حد ما عبر منصات اليوتيوب، والبث المباشر (Live) على الفيسبوك... وأصبح لتلك الأصوات الإذاعية وجوه ناشدها وهي تقدم البرامج والأخبار داخل الاستوديو.

2 الإطار التطبيقي:

1.2 إقبال المغاربة على الإذاعة:

يضم المشهد الإذاعي الوطني في المغرب حالياً 20 خدمة إذاعية خاصة، تبث عبر التشكيل الترددي إف إم (FM)، مقدمة من قبل 13 متعهداً⁷، وتعد الإذاعات الخاصة في المغرب "العنوان الأبرز للمشهد السمعي البصري الوطني في زمن التحرير" (الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، 15 فبراير/شباط 2022). وتشكل من سبع محطات إذاعية ذات تغطية وطنية، وأربع إذاعات ذات تغطية متعددة الجهات، وشبكتان من ثماني إذاعات جهوية، ومحطة إذاعية تغطي مجموعة من المدن، بالإضافة إلى باقة من 11 إذاعة تبث على الإنترنت.

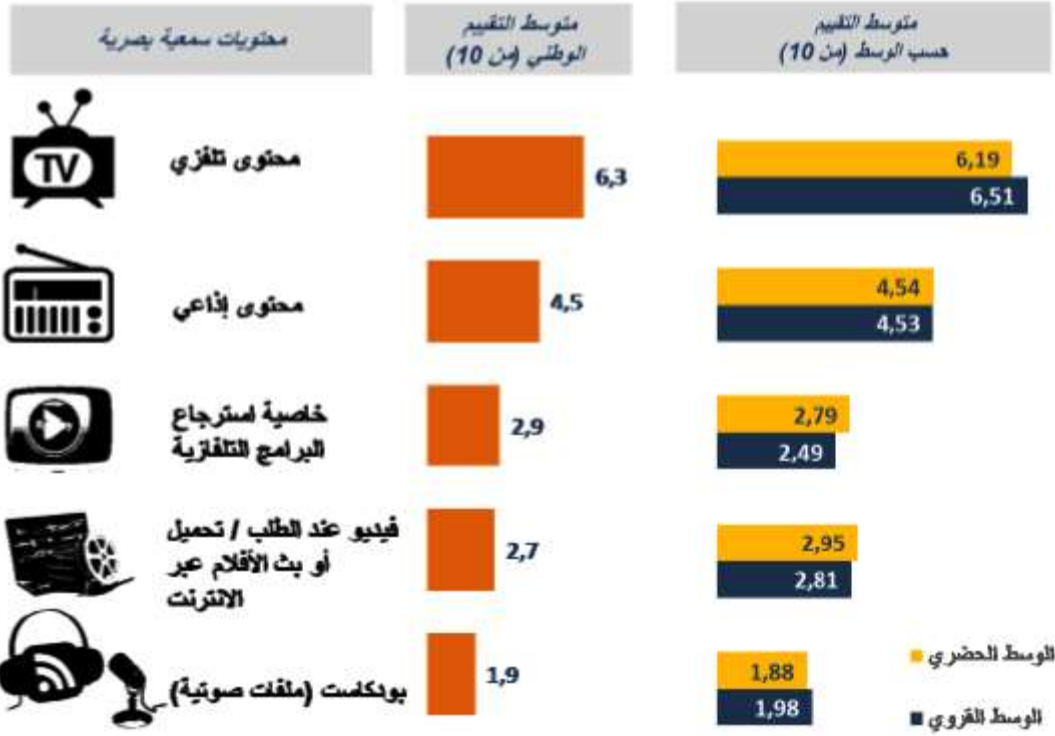
وتتكامل هذه المحطات الإذاعية الخاصة مع خدمات القطاع العمومي، التي تضم خمس إذاعات ذات تغطية وطنية، و11 إذاعة ذات تغطية جهوية.

وقد شكل تحرير القطاع السمعي البصري في المغرب سنة 2002 محطة هامة، حيث استطاع أن يمحو من ذاكرة المستمع قرابة 47 سنة من مشهد أحادي التوجه تحتكره الإذاعات العمومية. فقد نجحت المحطات الإذاعية الخاصة في تحقيق المصالحة مع المستمع.

و"تتحدث التقديرات عن أزيد من 14 مليون مستمع، يتوزعون بين مستمعين للإذاعات العمومية ومستمعين للإذاعات الخاصة. ويبقى أن الاستماع اليومي يهم ما بين مليونين وثلاثة ملايين مستمع لما يناهز 460 ساعة من البرامج التي تبثها هذه الإذاعات" (المنسقية العامة للحوار في الإعلام والمجتمع، أكتوبر/تشرين أول 2011، صفحة 163). وهذا يبين مدى إقبال الجمهور المغربي على الإذاعة التي كانت قبل التحرير عبارة عن وسيلة للدعاية، متيحة المجال للتعبير عن مختلف أشكال التنوع اللغوي والثقافي والمجالي والاجتماعي...

⁷ متعهد الاتصال السمعي البصري: هو كل شخص معنوي حاصل على ترخيص أو إذن وفق الشروط المحددة في قانون 03-77، الذي يقدم للعموم خدمة أو عدة خدمات للاتصال السمعي البصري، بما في ذلك خدمات البث الإذاعي الصوتي بواسطة شبكة هرتزية أو الكابل أو الأقمار الاصطناعية أو أي طريقة تقنية أخرى. (قانون 03-77 المتعلق بالاتصال السمعي البصري، 2005).

ويوضح المبيان أسفله (الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، 2017) حجم إقبال الجمهور المغربي على المحتوى الإذاعي.



المحتوى السمعي البصري المفضل لدى المغاربة (الأفراد البالغة أعمارهم خمس سنوات فما فوق)

يتضح من خلال هذا المبيان الذي أنجز من قبل الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري المعروف اختصاراً بالهاكا⁸ (HACA)، -وهي عبارة عن دراسة استقصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لسنة 2017- احتلال المحتوى الإذاعي المرتبة الثانية بعد المحتوى التلفزيوني الذي يظل دائماً في المرتبة الأولى لأن المتلقي يميل أكثر إلى الصورة. كما نلاحظ أن مستوى التقييم حسب الوسط شبه متساوي ما بين الوسط الحضري والقروي، رغم اختلاف هذا التقييم لدى باقي الأصناف الأخرى.

وقد اعتبر يونس مجاهد الأمين العام للنقابة الوطنية للصحافة المغربية (سابقاً)، أن الإذاعات الخاصة فتحت أمام المتلقي "مجال التواصل وتبادل الآراء وحل مشاكل المجتمع، ومناقشة بعض المواضيع المنتمية للطبقات التي لا يجرؤ الفرد على مناقشتها في الواقع" (مجاهد، 12 ماي 2016). حيث أسهمت في إغناء التفاعل بين مكونات المجتمع المغربي. ويمكن القول إن: سبب الإقبال على المحطات الإذاعية في المغرب، هو اعتماد جلها على عنصر القرب، وإسهامها في مهام الخدمة العمومية، مشكلة عنصراً آنياً وسهلاً لإيصال المعلومة للمتلقي/المستمع. ولاحظنا ذلك في خلال العديد من الأحداث التي شهدتها المغرب، مثل: التغطية الإعلامية للفيضان التي عرفها إقليم كلميم بجنوب المغرب سنة 2014، ومختلف الاستحقاقات الانتخابية، إضافة إلى مواكبتها لجائحة كورونا...

⁸ تعتبر الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري مؤسسة دستورية مستقلة لتقنين وضبط مجال الاتصال السمعي البصري في المغرب، وتتولى السهر على ضمان حرية ممارسة الاتصال السمعي البصري مبدأ أساساً... (قانون 11.15 المتعلق بإعادة تنظيم الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، 2016) بتصرف.

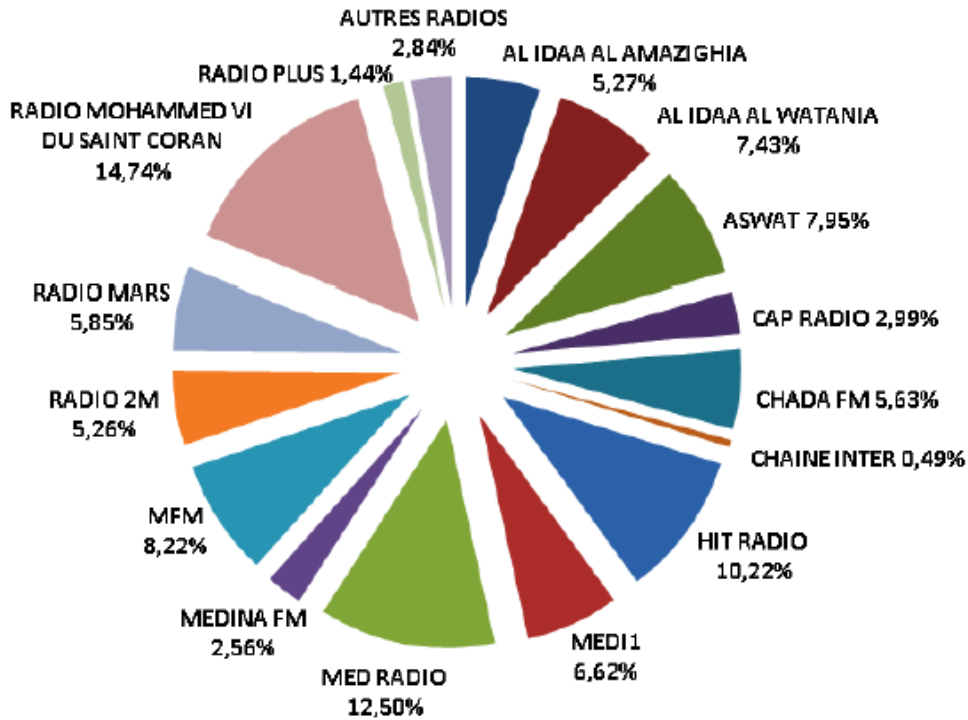
2.2 نتائج قياس نسب الاستماع:

عهد إلى المركز البيمهي لقياس نسب الاستماع للمحطات الإذاعية بالمغرب المعروف اختصاراً بـ (CIRAD)⁹، الذي أحدث في سنة 2012 من قبل المحطات الإذاعية الخاصة والعمومية، ووكالات الإشهار والمعلنين بالمغرب واتحاد الوكالات الاستشارية في الاتصال، حساب نسب الاستماع لجميع المحطات الإذاعية في المغرب. وإعلان نتائج نسب الاستماع يتم أربع مرات في السنة، أي كل ثلاث أشهر.

وقد اخترنا في هذا البحث، دراسة التقريرين الأخيرين الصادرين عن مركز سيراد، وهما: نتائج الموجة 40 التي تستهدف الفصل الأول من سنة 2022 (يناير/كانون ثاني وفبراير/شباط ومارس/أذار). ونتائج الموجة 41 الخاصة بالفصل الثاني من السنة نفسها (أبريل/نيسان وماي/أيار ويونيو/حزيران).

1.2.2 نتائج الفصل الأول من سنة 2022:

Radiométrie Maroc Janvier-Mars 2022 (V. 40) - PDA Lundi-Vendredi 5-24h 11+



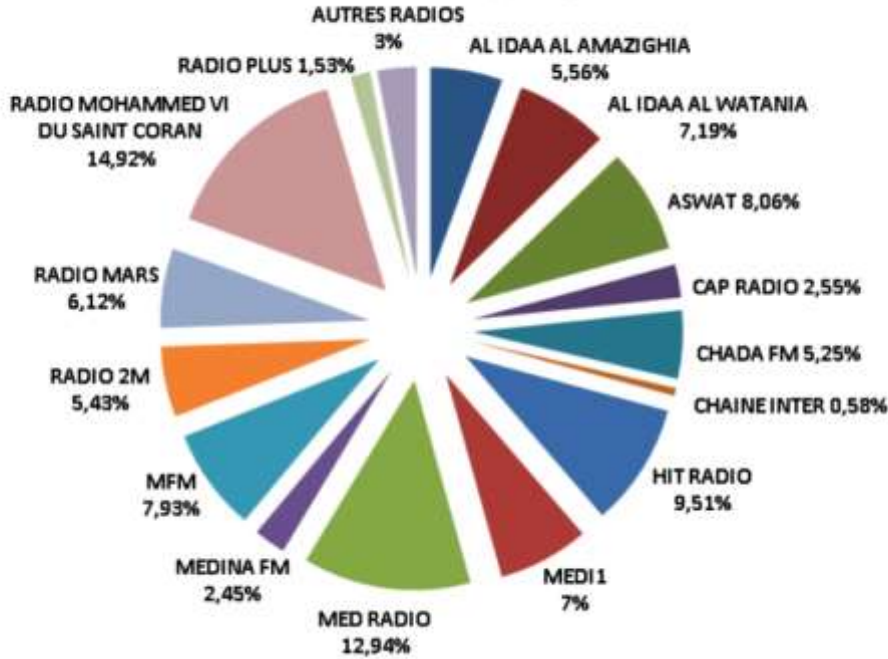
نتائج الموجة 40 لنسب الاستماع للإذاعات في المغرب

تفيد نتائج الموجة 40 لنسب الاستماع للإذاعات في المغرب، الخاصة بالفصل الأول من سنة 2022 التي يصدرها المركز البيمهي لقياس نسب الاستماع للمحطات الإذاعية، أن 14,843 مليون مغربي استمعوا للإذاعة ما بين شهر يناير/كانون ثاني ومارس/أذار 2022، مما يعني أن أزيد من نصف المغاربة الذين تزيد أعمارهم عن 11 سنة (52.55 بالمائة) يستمعون للإذاعة. كما تصل مدة الاستماع حسب التقرير ذاته إلى ساعتين و54 دقيقة في الأسبوع من الاثنين إلى الجمعة.

Centre Interprofessionnel de la Mesure d'Audience Radio.⁹

2.2.2 نتائج الفصل الثاني من سنة 2022:

Radiométrie Maroc Avril-Juin 2022 h. Ramadan (V. 41) - PDA Lundi-Vendredi 5-24h 11+



نتائج الموجة 41 لنسب الاستماع للإذاعات في المغرب

يتبين من خلال نتائج الفصل الثاني لقياس نسب الاستماع، الذي يعد أحدث استطلاع أجراه مركز سيراد أن 14,915 مليون مغربي استمعوا للإذاعة ما بين شهر أبريل/نيسان ويونيو/حزيران 2022، أي بنسبة 52.93 من المغاربة الذين تزيد أعمارهم عن 11 سنة.

وتصل مدة الاستماع إلى ساعتين وثلاث وخمسين دقيقة في الأسبوع من الاثنين إلى الجمعة. في حين تصل هذه المدة إلى ساعتين وثمان وخمسين دقيقة في نهاية الأسبوع.

كما زادت نسبة من يستمعون للإذاعة من الفئة العمرية ما بين 45 و54 سنة في ظرف سنة من 52.6 في المائة، إلى 55.71 في المائة. وقد أظهرت مختلف استطلاعات مركز سيراد أن الاستماع للإذاعة عبر المذياع يرتكز غالباً على الفئة العمرية الأعلى من 35 عاماً. أما فئة الشباب الأقل من 35 عاماً فتميل أكثر إلى استخدام الإنترنت للوصول إلى المحطات الإذاعية، عبر التطبيقات ومنصة اليوتيوب وحسابات الفيسبوك الخاصة بالإذاعات.

ويقبل على الاستماع للإذاعة أكثر الطبقة المتوسطة والفقيرة، وهي الغالبة في المجتمع المغربي. حيث تتميز الإذاعة بكون فترات الاستماع إليها وجيزة المدة مقارنة بالتلفزيون. فهي غالباً تتم أثناء الإنشغال بأمر أخرى، مثل: قيادة السيارة، والأعمال المكتبية، والمنزلية.

خاتمة:

إن ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة لا يعني بالضرورة انقراض الوسائل السابقة لها، فالإذاعة تظل وسيلة إعلامية أساسية في المجتمع، رغم الانتشار الواسع، والإقبال على مختلف أشكال الإعلام الرقمي. فقد أثبتت الإذاعة على قدرتها في

الصمود، فضلاً عن قدرتها على الابتكار. "فغياب الإذاعة يضع الحق في الحصول على المعلومات وحرية التعبير، ومن ثم الحريات الأساسية؛ ولما كانت محطات الإذاعة المحلية صوت الذين لا صوت لهم، فإن غياب الإذاعة يضع التنوع الثقافي أيضاً" (اليونسكو، 13 فبراير 2021، الصفحات 1-2) بتصرف. خاصة وأن الإعلام الإذاعي لم يهزم أمام قوة الإعلام المرئي المتمثل في التلفزيون، ولن يندحر في مواجهة الإنترنت والإعلام الرقمي.

ذلك لأن الإذاعة تتغير بالإيقاع نفسه الذي يتغير به العالم، فهي وسيلة إعلامية للأمس والغد. وقد قيل في السابق إن الصحيفة ستلغي الكتاب، وإن الإذاعة ستلغي الصحيفة، لكن الواقع غير ذلك، فالمشهد الإعلامي اليوم يضم كل الوسائل، وإن كانت بنسب متفاوتة.

المراجع والمصادر

المؤلفات:

- إبراهيم إمام. (1985). الإعلام الإذاعي والتلفزيوني (الإصدار الثانية). القاهرة: دار الفكر العربي.
- أحمد نسمة البطريق. (2005). الكتابة للإذاعة والتلفزيون (الإصدار الأولى). اليمن: مركز عبادي للدراسات والنشر.
- المنسقية العامة للحوار في الإعلام والمجتمع. (أكتوبر/تشرين أول 2011). الإعلام والمجتمع في المغرب التشخيص وخارطة الطريق. الرباط: برلمان المملكة المغربية.
- ميخائيل مينكوف. (2000). المبادئ الأساسية في الصحافة الإذاعية (الإصدار الأولى). (فؤاد الشيخ، المترجمون) سوريا: دار مشرق مغرب للخدمات الثقافية والطباعة والنشر.
- وسام فاضل راضي. (2013). الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي (الإصدار الأولى). دمشق: صفحات للدراسة والنشر.
- MAZZINGHI, P. (2019). Guglielmo Marconi in Florence (1 ed., Vol. 8). Firenze University Press.

القواميس:

- ابن منظور. (1912). لسان العرب (المجلد 3). القاهرة: دار المعارف.
- المعجم الوسيط. (2004). المعجم الوسيط (الإصدار 4). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

المجلات المحكمة:

- تواني نور الدين. (مارس/أذار، 2013). ماكلوهان مارشال... قراءة في نظرياته بين أمس واليوم. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 10، 188-189.
- سعيد العومري. (شتنبر/أيلول، 2022). الإعلام التنموي في المغرب. مجلة ريماك الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (5)، 107.

المواقع الإلكترونية:

- اليونسكو. (8 يناير 2022). منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة: <https://ar.unesco.org/commemorations/worldradioday/2021>

النصوص القانونية:

- قانون 77-03 المتعلق بالاتصال السمعي البصري. (3 فبراير، 2005). الجريدة الرسمية.
- قانون 11.15 المتعلق بإعادة تنظيم الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري. (22 شتنبر، 2016). الجريدة الرسمية، 6502.

بلاغات وتقارير ورسائل:

- الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري. (15 فبراير/شباط 2022). تقوية قطاع الإذاعات الخاصة لإرساء مشهد إعلامي مواطن وفعال. بلاغ تواصلتي بمناسبة اليوم العالمي للإذاعة.
- الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري. (2017). قطاع الاتصال السمعي البصري بالأرقام. تقرير.

اليونسكو. (13 فبراير 2021). رسالة المديرية العامة لليونسكو أودري أزولاي بمناسبة الدورة العاشرة لليوم العالمي للإذاعة. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.

الندوات العلمية:

يونس مجاهد. (12 ماي 2016). الإذاعات الخاصة بالمغرب واقع الممارسة وتحديات بناء إعلام هادف. أكادير: الفرع الجهوي للنقابة الوطنية للصحافة المغربية.