

المجلس
الاقتصادي
والاجتماعي
والبيئي



المملكة المغربية
Royaume du Maroc

المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي
CONSEIL ECONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Avis

du Conseil Economique, Social et Environnemental

Contenus culturels et médias

Auto-saisine n°35/2018

Avis

du Conseil Economique, Social et Environnemental

Contenus culturels et médias

Auto-saisine n°35/2018

Conformément à l'article 6 de la loi organique n°128-12 relative à son organisation et à son fonctionnement, le Conseil Economique Social et Environnemental (CESE) s'est autosaisi afin de préparer un rapport sur les « *Contenus Culturels et Médias* ».

Dans ce cadre, le Bureau du Conseil a confié à la Commission Permanente chargée de la Société du Savoir et de l'Information la préparation du présent rapport et de l'avis.

Lors de sa 88^e session ordinaire tenue le 26 juillet 2018, l'Assemblée Générale du Conseil Economique Social et Environnemental a adopté à la majorité ce rapport, dont est extrait le présent avis.

Préambule

La culture est l'ensemble des productions symboliques, des savoirs, des créations, des modes d'expression et de comportements qui traduisent l'imaginaire d'une communauté ou d'un peuple. Si la culture se caractérise par sa double nature : immatérielle (en tant que productrice de valeurs et de sens) et économique (en tant que créatrice de richesses et d'emplois), elle devient, à partir de là, un facteur et moteur de développement, particulièrement lorsque les politiques publiques instituent des structures où convergent les pratiques culturelles, les règles économique et les moyens de communication.

En effet, la culture d'une nation n'est pas considérée comme un tout homogène et immuable. Elle est envisagée comme un ensemble de composantes diverses et évolutives. Celles-ci résultent à la fois de la créativité naturelle de la société et des actions publiques qui viennent protéger le patrimoine culturel et soutenir la créativité.

Or, dans un monde ouvert de plus en plus mondialisé par la technologie numérique, l'Etat doit impérativement investir dans le développement culturel pour la réalisation de trois objectifs principaux :

- favoriser la liberté de création artistique et culturelle et l'accès de tous aux produits culturels ;
- favoriser le niveau d'éducation des citoyens et la cohésion nationale ;
- favoriser le rayonnement international des productions culturelles marocaines et créer les conditions favorables pour leur développement dans la compétition culturelle mondiale.

Ainsi, l'obligation de soutenir le développement culturel ne signifie pas l'intervention de l'Etat dans les productions culturelles ou la défense d'une culture « élitiste » contre une « culture populaire ». Bien au contraire, l'Etat pourrait encourager un développement diversifié et vivant, en évitant que la société soit dominée par une culture stéréotypée, peu créative, qui entraînerait le pays dans un état d'aliénation culturelle, et inhiberait l'expression de la créativité nationale.

Si le paysage médiatique marocain connaît une grande diversité d'initiatives médiatiques publiques et privées, comment gérer l'équation dans laquelle se trouve la culture marocaine en la considérant comme un service public qui élève la conscience auprès du grand public, avec ses diverses attentes, et qui traite médiatiquement les contenus de cette culture?

Il est évident que les médias, tous supports confondus, sont considérés comme des outils importants dans la construction et la transmission des valeurs du public. Ils influencent sa socialisation et les moyens d'acquérir les bases d'un comportement social. Ils contribuent à la formation de ses perceptions, enrichissent son imaginaire et lui ouvrent de nouvelles perspectives de connaissance. Et ce à travers les contenus d'articles, de programmes radiophoniques et télévisuelles, de films, d'annonces et de différents modèles, positifs ou négatifs, qui véhiculent un ensemble d'informations et de valeurs.

Il est certain que les canaux de communication dans les nouveaux médias sont devenus des acteurs principaux dans les changements culturels. Ils ne sont plus de simples outils d'émission et de transmission, mais influent fortement les choix techniques des opérateurs des médias, leur ligne éditoriale, leurs modèles économiques et leurs conceptions des modèles culturels nationaux. Ce qui nécessite de relever un double défi à caractère politique :

- le premier défi consiste à développer des dispositifs techniques solides et diversifiés ;
- le deuxième consiste à soutenir l'élaboration de contenus culturels à la hauteur des enjeux nationaux.

C'est ce qui requiert une offre culturelle riche et variée pouvant accompagner et motiver la création culturelle nationale et soutenir les canaux qui œuvrent à faire connaître la production culturelle marocaine et contribuent à son rayonnement.

Référentiels normatifs

En vertu de l'article 6 de la Constitution du Royaume qui stipule : « (...) *Les pouvoirs publics œuvrent à la création des conditions permettant de généraliser l'effectivité de la liberté et de l'égalité des citoyennes et des citoyens, ainsi que de leur participation à la vie politique, économique, culturelle et sociale* » ;

Conformément à l'article 25, qui stipule : « *Sont garanties les libertés de pensée, d'opinion et d'expression sous toutes leurs formes. Sont garanties les libertés de création, de publication et d'exposition en matière littéraire et artistique et de recherche scientifique et technique* » ;

En vertu de l'article 26 par lequel « *les pouvoirs publics apportent, par des moyens appropriés, leur appui au développement de la création culturelle et artistique, et de la recherche scientifique et technique, et à la promotion du sport. Ils favorisent le développement et l'organisation de ces secteurs de manière indépendante et sur des bases démocratiques et professionnelles précises* » ;

A la lumière de l'article 28 qui stipule : « *La liberté de la presse est garantie et ne peut être limitée par aucune forme de censure préalable. Tous ont le droit d'exprimer et de diffuser librement et dans les seules limites expressément prévues par la loi, des informations, des idées et des opinions. Les pouvoirs publics favorisent l'organisation du secteur de la presse de manière indépendante et sur des bases démocratiques, ainsi que la détermination des règles juridiques et déontologiques le concernant. La loi fixe les règles d'organisation et de contrôle des moyens publics de communication. Elle garantit l'accès à ces moyens en respectant le pluralisme linguistique, culturel et politique de la société marocaine* » ;

Sur la base de ce que recommande le Conseil Economique Social et environnemental dans son rapport « *Pour une nouvelle charte sociale : Des normes à respecter et des objectifs à contractualiser* », dans la partie concernant le « *droit à la culture et la promotion de la participation à la vie culturelle, à la création culturelle sur toutes ses formes, sa diffusion et son accessibilité. Les indicateurs de suivi portent sur le nombre d'ouvrages publiés annuellement, la volumétrie de leur diffusion et de leur distribution par régions, le nombre de films marocains produits par an, le nombre de nouvelles pièces de théâtre par an ; le nombre d'ouvrages lus par personne et par an. Ce référentiel insiste sur la nécessité de promouvoir l'accès aux biens, aux services et aux espaces culturels* » ;

Considérant l'article 3 de la Déclaration mondiale de l'UNESCO sur la Diversité culturelle (2001) qui présente « *la diversité culturelle comme facteur de développement* » et l'article 4 qui présente « *les droits de l'homme comme garants de la diversité culturelle* » et l'article 7 qui conçoit « *le patrimoine culturel aux sources de la créativité* », et puis l'article 9 qui considère « *les politiques culturelles comme catalyseur de la créativité* » ;

A la lumière des orientations du Rapport mondial sur la protection et le développement des expressions culturelles (2017), issu de la Convention de 2005, et se basant sur l'Agenda 2030 pour le développement durable, qui appelle à « *repenser les politiques culturelles* » et à « *mettre la créativité au cœur du développement* » à travers le « *soutien des systèmes de gouvernance durable de la culture* » contribuant ainsi à la réalisation des « Objectifs du Développement durable », et vu les rôles des « *canaux des publics en tant que producteurs, commanditaires, distributeurs, diffuseurs et médiateurs d'un ensemble vivant de contenus culturels de qualité* ».

Le CESE a essayé à travers ce rapport dont a été extrait cet avis d'examiner dans quelle mesure les médias marocains pourraient produire des contenus culturels et des programmes culturels à même de promouvoir une conscience culturelle et ce en s'appuyant sur une approche participative basée sur l'écoute de toutes les parties prenantes, y compris les responsables des chaînes de télévision et des radios publiques et privées, ainsi qu'avec des journalistes de la presse écrite et électronique et des chercheurs dans ce domaine.

Parmi les principaux obstacles à la production de « contenus culturels » constructifs, il y a lieu de noter :

- la fragilité du terrain dans lequel évolue la créativité culturelle, ce qui impacte les pratiques culturelles ;
- l'ambiguïté et la confusion du « contenu culturel » produit par les médias avec l'existence de quelques exceptions ;
- la faiblesse « des industries culturelles » au Maroc.

Ainsi, le champ culturel au Maroc pose le problème d'assurer la production d'un contenu culturel attrayant, captivant et incitant à l'apprentissage, à la promotion du bon goût et au développement d'une conscience culturelle.

Les problèmes dont souffrent les médias culturels marocains aujourd'hui ont pour origine :

- Les grands choix culturels des décideurs politiques et médiatiques ;
- Le manque de ressources humaines ayant un esprit créatif ;
- Les différentes compétences nécessaires pour les industries culturelles, et qui constituent une composante principale dans les différents médias ;
- L'expérience et l'expertise nécessaire pour mettre en place de nouveaux modes de production dans tous les domaines d'expression culturelle ;
- L'incapacité de créer une interaction appropriée avec les différentes franges du public.

Sans doute, le développement du secteur médiatique au Maroc nécessite les efforts de l'Etat et la contribution citoyenne du secteur privé, et ce à travers l'adoption d'une approche stratégique pour la question des « contenus culturels dans les médias ». Cette approche doit prendre en considération les dimensions politiques, économiques, sociales et éducatives. Aux responsables des télévisions et des radios incombe alors la responsabilité de s'engager dans leur travail médiatique pour des objectifs culturels qui soient conformes aux besoins et aux aspirations du citoyen marocain, et d'accorder de l'intérêt au patrimoine culturel, aux activités culturelles et aux nouvelles pratiques dans ce domaine. Ils doivent aussi œuvrer à la mise à niveau des compétences opérant dans le secteur, et faire preuve d'innovation et tirer profit des moyens considérables qui sont offerts par les technologies numériques.

En l'absence d'une infrastructure des économies culturelles, il convient d'accorder une importance aux trois conditions suivantes :

- Un environnement qui ne compromet pas les libertés et ouvre la voie devant les compétences, dont celles des jeunes et des femmes, pour leur permettre de proposer des projets, de les appuyer, de les réaliser et de les présenter, tout en reconnaissant leurs capacités et en les motivant pour plus de production et d'initiatives ;
- Les questions et les thèmes préoccupant les acteurs et leurs œuvres ainsi que les valeurs éducatives, intellectuelles, sociales et morales qu'il convient d'intégrer dans les programmes et les contenus produits ;
- La création des possibilités de complémentarité entre les secteurs public et privé.

Il convient de souligner que parler de la « culture dans les médias » ou des « médias culturels » (ce sont deux questions différentes) est fonction des supports techniques et nécessite la connaissance de l'état de deux leviers principaux de la culture, à savoir : la langue et la technique. Les chercheurs s'accordent à dire, comme le montrent les sondages, que les langues arabe et amazighe font face à de grands défis dont les effets se répercutent sur les modes de production de la culture dans les médias et sur les formes de réception, d'une part, et les effets de leurs contenus sur la culture générale, les valeurs et les comportements, d'autre part.

Recommandations

Considérant que la culture et l'information constituent des enjeux majeurs pour la société ; que les pouvoirs publics doivent soutenir l'action culturelle grâce aux médias en encourageant l'économie de la culture et les entreprises médiatiques ; dans le but de valoriser le capital culturel dans ses expressions matérielles et immatérielles ; en prenant en compte les transformations induites par les technologies numériques et notamment leur impact sur les modes de production et de circulation des activités culturelles et de l'information, ainsi que les mécanismes d'intégration sociale ; se fondant sur des éléments du diagnostic des contenus culturels et des médias au Maroc, ainsi que les meilleures pratiques dans ce domaine ;

Le CESE recommande :

- **Premièrement** : Lancer un débat élargi afin d'élaborer un Grand Contrat National fondé sur une politique publique transversale, qui englobe les secteurs de la culture, l'éducation, l'information, la jeunesse, le tourisme et l'économie numérique, en vue de placer la culture au cœur des efforts nationaux déployés pour adhérer à l'« Agenda 2030 du développement durable » ; guidés en cela par une véritable volonté politique dans ces secteurs ;
- **Deuxièmement** : Elargir les espaces de liberté d'expression et d'opinion, afin d'œuvrer pour la démocratisation de l'action culturelle et la participation citoyenne, ainsi que pour la consolidation de la diversité dans les médias et la production nationale ;
- **Troisièmement** : Elaborer des règles et des mécanismes participatifs entre les secteurs public et privé, en vue d'améliorer la qualité de l'information culturelle et de créer des contenus valorisant le capital culturel. Ces mécanismes devront créer des interactions entre les différentes couches sociales et générationnelles ;
- **Quatrièmement** : Faire de la culture et des médias un des leviers de la régionalisation avancée, en impliquant les associations et les experts compétents dans la production de contenus culturels, en mettant en valeur la diversité et la pluralité culturelle du Maroc ; et cela afin de renforcer les liens sociaux et l'intégration nationale ;
- **Cinquièmement** : Etablir un positionnement culturel et médiatique, au niveau régional, africain et international, par le biais des moyens de la communication audiovisuelle pour faire connaître le capital culturel, le patrimoine religieux du Maroc et les modes de vie qui le distinguent, en utilisant toutes les langues possibles, d'une part, et en renforçant les liens d'échange et les formes d'interaction avec la diaspora marocaine, d'autre part.
- **Sixièmement** : Mettre en place une stratégie pour développer un contenu numérique national sur les principales plateformes de diffusion de la culture (lecture, audio et vidéo) essentiellement sur Internet, pour éviter d'être totalement absent vis à vis des consommateurs et surtout des jeunes, et les former dès l'école à la distinction entre les différents contenus éviter de tomber dans la confusion ou être victime d'informations trompeuses ;
- **Septièmement** : Encourager les initiatives et les projets alternatifs destinés aux jeunes et aux nouvelles générations, dans toute la diversité de leurs choix, avec l'intégration effective de l'approche genre dans tous les domaines de la création culturelle et médiatique.

Le Conseil recommande également de :

1. Promouvoir la création culturelle dans tous ses modes d'expression, en encourageant surtout le livre et la lecture et en stimulant les cadres associatifs qui travaillent dans ce domaine, avec l'élargissement des espaces dédiés à la lecture et aux autres formes d'expression, tels que le réseau marocain de la lecture, et celui des cafés culturels ;
2. Définir des objectifs chiffrés concernant la disponibilité et l'utilisation des contenus marocains sur les plateformes en ligne. Mettre en place des outils de suivi de cette utilisation et revoir la politique de soutien aux médias, et en particulier à ceux qui réservent une place importante à la création et à la culture nationale, par l'adoption de critères mesurant l'impact réel sur les utilisateurs et le public. Donner la priorité aux canaux d'édition et d'information ayant le plus d'effet, parmi lesquels les nouveaux modes de diffusion de l'information ;
3. Veiller à l'application des dispositions des cahiers des charges relatifs aux entreprises de communication audiovisuelle, surtout en ce qui concerne les contenus culturels et la production nationale ;
4. Inciter les radios privées à prendre en considération les produits et activités culturels et sensibiliser leurs auditeurs sur l'importance de la connaissance et de la culture générale dans les efforts de développement ;
5. Mettre en place un système de mesure de l'audimat des médias électroniques en vue de connaître les indices de consommation des contenus marocains, notamment les contenus culturels ;
6. Investir institutionnellement dans la formation des compétences et la qualification des acteurs dans le domaine des médias spécialisés dans la culture, ainsi que la création de programmes de formation continue dans ces spécialités ;
7. S'intéresser à la formation de cadres compétents dans la planification, la programmation et l'animation des activités des différents lieux de la vie culturelle, en utilisant les médias audiovisuels et numériques ;
8. Développer des partenariats entre les acteurs culturels et les institutions médiatiques, publiques et privées, et renforcer la production nationale, dans tous les modes d'expression (littérature, audiovisuel et électronique) en tenant compte de l'équilibre entre les contenus locaux et régionaux, et les contenus nationaux et internationaux ;
9. Lancer des stations de radio et de télévision de proximité (locales et régionales), et inciter les associations culturelles à contribuer à leur création dans le cadre de cahiers des charges spécifiques, pour fournir des services culturels aux habitants des zones territoriales qu'elles couvrent, surtout que le passage à la technologie numérique terrestre a libéré un grand nombre de fréquences analogiques qui peuvent être utilisées dans ce contexte ;
10. Encourager les initiatives culturelles entreprises par les jeunes sous forme de soutien matériel et institutionnel à leurs projets culturels, y compris électroniques, ainsi que la création de prix spéciaux destinés aux émissions culturelles ;

11. Inviter les opérateurs du secteur public à soutenir les entreprises de production numérique des jeunes, et les charger de la réalisation de programmes culturels locaux et nationaux répondant aux nouvelles pratiques culturelles des jeunes ;
12. Veiller à la conservation des archives culturelles marocaines sous toutes ses formes, et les valoriser à travers la production de nouveaux contenus culturels ;
13. Intégrer, dans le cursus de formation des journalistes et des professionnels des médias, des programmes culturels pour garantir aux diplômés l'acquisition des fondements de l'action culturelle, de la conception et de la production de contenus culturels, qu'ils soient classiques ou numériques ;
14. Optimiser l'exploitation des contenus culturels et intellectuels, produits par des acteurs et des créateurs marocains sur les plateformes numériques ;
15. Engager des politiques d'offres culturelles de qualité, dans les secteurs public et privé, répondant aux attentes qui changent continuellement, surtout celles qui concernent les jeunes, et susceptibles de concurrencer les multiples offres médiatiques et les réseaux de communication que permettent les plates-formes numériques ;
16. Encourager les opérateurs des télécommunications (internet, téléphone portable...) à intégrer des contenus culturels marocains (chansons, films, séries, œuvres documentaires...) dans les offres qu'ils proposent à leurs clients.

Conseil Economique, Social et Environnemental

1, angle rues Al Michmich et Addalbout, Secteur 10, Groupe 5
Hay Riad, 10 100 - Rabat - Maroc

Tél. : +212 (0) 538 01 03 00 Fax +212 (0) 538 01 03 50

Email : contact@ces.ma