

# Les risques et les crises au prisme des médias : cas du Maroc au temps de Covid-19

---

**Hajar Belcadi<sup>1</sup>**

hbelcadi33@gmail.com

<sup>1</sup>Ecole Normale Supérieure, Université Mohammed V de Rabat - Maroc

**Abdellatif Tahiri<sup>2</sup>**

tahiriabdel39@gmail.com

<sup>2</sup>Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Mohammed V de Rabat - Maroc

---

<b>Mots clés</b>	<b>Résumé</b>
<i>Crise Covid 19 Médias Maroc Résolution public</i>	Cette communication aborde les crises au prisme des médias, le cas du Maroc au temps de la pandémie de Covid 19. Les crises et les situations de risque constituent des moments difficiles à gérer pour les sociétés modernes. Elles sont sous-tendues par la perception des médias de masse qui participent largement à influencer le comportement des citoyens. Au Maroc, les médias traditionnels et numériques ont joué un rôle important dans la gestion du risque sanitaire. Ils se sont érigés comme un acteur important pendant cette crise et ont contrôlé, pendant cette période, les instances publiques et cela par les informations diffusées ou la critique. La couverture médiatique fut sans précédent au pays et les médias ont été des relais stratégiques pour le gouvernement, facilitant la communication de crise et l'adoption rapide des mesures sanitaires voire aussi un acteur de taille dans la solution de la rupture.

---

# Risks and crises through the lens of the media : the case of Morocco during the COVID-19 pandemic

---

**Hajar Belcadi<sup>1</sup>**

hbelcadi33@gmail.com

<sup>1</sup>Ecole Normale Supérieure, Mohammed V University in Rabat - Morocco

**Abdellatif Tahiri<sup>2</sup>**

tahiriabdel39@gmail.com

<sup>2</sup>Faculty of Letters and Human Sciences, Mohammed V University in Rabat - Morocco

---

---

## **Key words**

*Crisis*  
*Covid 19*  
*Media*  
*Morocco*  
*Resolution*  
*Public*

## **Abstract**

This paper looks at crises through the prism of the media, the case of Morocco at the time of the Covid 19 pandemic. Crises and risk situations are difficult moments to manage in modern societies. They are underpinned by the perception of the mass media, which play a major role in influencing citizens' behaviour. In Morocco, traditional and digital media have played an important role in health risk management. They played an important role during the crisis and monitored the public authorities during this period, both through the information they disseminated and through their criticism. Media coverage was unprecedented across the country, and the media acted as strategic relays for the government, facilitating crisis communication and the rapid adoption of health measures, as well as playing a key role in resolving the crisis.

---

## **Introduction**

Les crises et les situations de risque constituent des moments de vulnérabilité pour les sociétés modernes. Les médias jouent un rôle fondamental dans la perception et la gestion de ces crises par le moyen de l'information, la sensibilisation et influençant par conséquent les comportements de masse. La pandémie de Covid-19, qui a frappé le monde entier à partir de janvier 2020, constitue un cas exemplaire où les médias ont servi d'interface entre les autorités, les scientifiques et la population. Au Maroc, les médias traditionnels et numériques ont joué un rôle crucial dans la gestion de cette crise sanitaire, une première au pays. La couverture médiatique de cette tension au Maroc par les médias marocains a traversé plusieurs phases. Ces derniers, d'abord, sous-tendus par l'évolution de la pandémie et, ensuite, par les décisions gouvernementales. Nous proposons dans cette communication une analyse de leur rôle et de leur traitement de l'information pendant cette période.

## **Les médias, acteurs de la gestion des risques et des crises**

### **Fonctions**

Les médias ont pour mission première d'informer la population sur l'évolution de l'ensemble des événements dans un territoire donné et de diffusé de manière officielle et en temps réel les données politiques, économiques, scientifiques, sportifs etc. voire aussi, si besoin est, épidémiologiques. Par ailleurs, ils jouent aussi le rôle de la sensibilisation et de l'éducation mais peuvent aussi s'ériger comme un acteur critique de la gestion des crises et ses impacts socio-économiques. Ainsi les médias contribuent à façonner la perception de la pandémie tout en jouant un rôle d'intermédiaire entre les citoyens et les institutions.

Georges Séror (2016) souligne que :

*« Le média est donc le centre des informations, ou le “pont” entre les émetteurs et les récepteurs d'une information. Le mot média est utilisé à la fin du XIXe siècle pour indiquer le moyen d'entrer en communication avec la majeure partie des citoyens. On parle de mass media pour entrer en contact avec le plus grand nombre. Le sociologue Marshall McLuhan présente le phénomène des médias de masse. La presse participe dès le XVIIe siècle à l'évolution de la société occidentale. Mais c'est pendant la période*

*de la Révolution française, à la fin du XVIIIe siècle, qu'elle prend du pouvoir, avant de monter en puissance au milieu du XIXe siècle » (Séror, 2016, p. 223).*

### **Rôle des médias marocains pendant la crise**

Les médias jouent un rôle important dans la mesure où, non seulement ils publient des informations, mais aussi expriment des opinions, se démarquent par leur ligne d'orientation ou encore émettent leurs avis à propos de la vie politique. Ainsi les médias marocains ont contrôlé pendant la crise du Covid 19 les instances publiques et cela par les informations diffusées ou la critique.

Glaab Manuela précise que

*« Les médias exercent une influence autonome sur la formation de l'opinion publique, même s'ils font partie de mécanismes d'action complexes [...]. Leur couverture des événements répond à des critères de sélection qui obéissent à un certain nombre de contraintes : économiques, médiatiques, techniques, organisationnelles. Les journalistes ont également une certaine conception de leur rôle et des règles à respecter qui influencent l'agenda médiatique. Plusieurs effets de l'action des médias ont été recensés dans des études récentes : la "définition des priorités" (agenda setting) par les médias détermine les thèmes jugés actuels, importants et nécessitant une solution ; leurs méthodes sont le "cadrage" (framing) – qui définit le cadre d'interprétation d'un thème – et "l'amorçage" (priming) – qui, lui, est un travail sur les critères d'évaluation par le contexte de l'information » (Glaab, 2005).*

La conjoncture de la pandémie oblige alors l'ensemble des médias au Maroc à croiser leurs informations à propos d'une seule thématique : L'isotopie du Corona virus. Un boom médiatique voit le jour. Les langues se délient, les plumes épuisent les encriers et les images foisonnent, un seul objectif informer. Les Marocains du début du vingt unièmes siècles, pour la première fois de leur vie se trouvent désœuvrés, pris, en quelque sorte, à dépourvu par l'angoisse. Le premier ministre italien de l'époque a déployé tous les efforts pour sauver ses compatriotes et a baissé les bras en disant qu'ils n'avaient plus que les yeux tournés vers le Ciel pour espérer. Cette métaphore de la mort a ébranlé les convictions des citoyens marocains et les avaient alors bien prêtés attention aux productions médiatiques et aux réactions des autorités.

Les campagnes de sensibilisation à travers les chaînes de télévision, la radio et les plateformes numériques ont contribué à faire respecter les gestes barrières, le port du masque et la vaccination.

### **Lutte contre la désinformation**

Peu d'informations sur la maladie, sur ses origines, ses remèdes donnent lieu à la prolifération de beaucoup de fake news. Un rapport du Conseil Économique, Social et Environnemental (CESE) a publié (BO 3 août 2020) que tout au long de la pandémie du Covid-19 au Maroc, entre 20 et 25 infox avaient été partagées sur les réseaux sociaux. Face à cette situation, les médias marocains ont tenté de démystifier les rumeurs et de promouvoir une information vérifiée et scientifiquement validée. En effet les canulars dans ce sens peuvent apporter un grand préjudice à la cohésion de la communauté et constituer un danger à la santé publique. « Boire de l'eau de Javel ou de l'alcool pur peut guérir les infections. » est une information très dangereuse qui a circulé dans la toile. D'autres allégations prétendent que la maladie Covid-19 n'existe pas, ou encore la circulation de vidéos mettant en scène des personnes inconscientes ou victimes d'un malaise, dans l'espace public, suite à leur état positif au virus. Autant d'intox sans fondement scientifique qui seraient été d'une incidence grave sur l'ordre et la santé publics.

### **L'impact des médias marocains durant la crise Covid-19**

La crise de Covid 19 constitue une rupture inédite de l'équilibre social au Maroc. Cette tension a pesé comme une menace qui mettrait en danger la structure d'une organisation. Dans ce cas, la communication efficace est un outil précieux pour aborder la résolution de la tension et amortir, peu à peu ses effets. Cette communication a bien été relayée par la presse.

### **Couverture médiatique de la pandémie**

Les journaux, télévisions et sites web d'information ont été en première ligne pour relayer les chiffres et les consignes sanitaires. Les médias marocains, qu'ils soient publics ou privés, ont joué un rôle crucial dans la diffusion des informations sur la pandémie. Les médias ont été des relais stratégiques pour le gouvernement, facilitant la communication de crise et l'adoption rapide des mesures sanitaires. Leur mission principale a été :

- Informer le public sur les mesures sanitaires, les restrictions et les évolutions de la situation épidémiologique.
- Sensibiliser aux gestes barrières et à la vaccination.
- Relayer les décisions officielles prises par le gouvernement et le Comité scientifique.

Louis Quéré estime que :

*« le pouvoir des médias n'est pas un pouvoir parmi d'autres, il a une fonction fondatrice du champ social. Les médias construisent le théâtre des pratiques sociales, ils donnent une assise à l'identité et à l'action individuelle et collective. L'information doit avoir une apparence de vérité et de cohérence pour être reçue et crue, comme la science »* (Quéré, 1982).

La digitalisation de la presse a énormément participé à la construction de ce théâtre de pratiques sociales. En effet, tous les internautes sont avisés, avertis, détrompés, éclairés dans des délais records. Ainsi, et grâce aux médias, la population, commencent, peu à peu, à s'adapter à la crise, à savoir la gérer et à réduire, autant que possible, ses dégâts. La théorie de la contrainte oblige les citoyens marocains à se connecter régulièrement à l'affût des informations utiles à leur santé pour éviter le risque de contracter le virus. En somme, l'influence des médias a bien été observée à travers la mobilisation citoyenne pour respecter les directives des autorités.

### **Contribution à la gestion de la crise**

Les médias ont été des relais stratégiques pour le gouvernement, facilitant la communication de crise et l'adoption rapide des mesures sanitaires.

Les médias officiels (SNRT, 2M, Al Aoula, MAP) ont suivi une ligne éditoriale institutionnelle, relayant principalement les annonces du ministère de la Santé et du gouvernement. À l'heure du confinement décrété par le gouvernement, la télévision est prise d'assaut par les téléspectateurs. Le taux des audiences bat le record. Des émissions adaptées alimentent les programmes de toutes les chaînes nationales et les journaux télévisés, source d'information crédible, font l'objet, plus que jamais, d'un engouement sans précédent. 2M se démarque par ses émissions de proximité. Son directeur général, Slim Cheikh explique dans une déclaration à Média 24 que *« Nous vivons une situation particulière, face à laquelle les*

*citoyens se tournent plus que jamais vers les sources d'information fiables et de qualité. Une occasion pour rétablir le contrat de confiance. Face à cette responsabilité, la chaîne a misé sur la proximité »* (Médias24, 2020). L'émission « Questions sur le coronavirus » du journaliste Salaheddine Ghomari a attiré plus de sept millions de téléspectateurs car elle apportait des réponses et des explications relatives au comportement à adopter pendant la crise. Les autres chaînes comme Athaqafia, Tamazight, Laâyoune TV et Arriyadia, au prisme avec la crise, ont activement participé à la continuité pédagogique par la diffusion à distance des cours.

Les médias indépendants et numériques (Le360, Hespress, Médias24, Tel Quel, Yabiladi, etc.) ont proposé des analyses plus critiques, mettant en avant les conséquences économiques et sociales de la pandémie, la gestion des vaccins ou encore les difficultés du secteur hospitalier.

La crise de la Covid-19 a marqué un tournant majeur pour les médias indépendants et numériques au Maroc, tels que Le360, Hespress, Médias24, TelQuel, Yabiladi, entre autres. Ces plateformes ont joué un rôle clé en offrant une couverture plus diversifiée et critique que les médias officiels. En effet, ils ont apporté des analyses approfondies surtout au niveau des impacts socio-économiques de la pandémie.

### **Rôle informatif**

Contrairement aux médias publics (SNRT, 2M, Al Aoula) qui relayaient principalement les communications gouvernementales, les médias indépendants ont proposé une approche plus analytique et nuancée. Leur rôle a été central pour :

- Fournir des informations actualisées sur la progression de la pandémie et les décisions gouvernementales.
- Décrypter les mesures sanitaires et expliquer leur impact sur la vie quotidienne des citoyens.
- Proposer des entretiens avec des experts en santé, économie et sciences sociales pour mieux comprendre la crise.

Pour illustrer nos propos, Médias24 a mis en place une couverture quotidienne avec des chiffres détaillés, des cartes interactives et des analyses sur la gestion hospitalière ; Hespress

et Le360 ont réalisé des interviews avec des responsables de la santé et des économistes pour anticiper les répercussions de la pandémie.

### **Un espace critique et d’investigation**

Les médias numériques marocains ont également joué un rôle dans l’analyse critique de la gestion gouvernementale, en mettant en avant :

- Les défis du système de santé : saturation des hôpitaux, manque de lits en réanimation, pénuries de matériel médical.
- Les restrictions sanitaires : débats sur la fermeture des frontières, la durée du confinement et l’impact du couvre-feu sur l’économie.
- Le pass vaccinal : critiques sur la gestion de son application et ses conséquences sur les libertés individuelles. Tel Quel a, par exemple, publié des articles d’enquête sur la gouvernance de la crise, notamment sur les enjeux de transparence et la gestion budgétaire du Fonds Covid-19 ; Médias24 a analysé l’impact des restrictions sur des secteurs clés comme le tourisme et les petites entreprises et enfin Yabiladi a couvert les problèmes liés au pass vaccinal, en donnant la parole aux citoyens opposés à cette mesure.

### **Un relais des préoccupations socio-économiques**

Les médias indépendants ont largement couvert les conséquences économiques et sociales de la pandémie, souvent sous-estimées par les médias traditionnels :

- Chômage et précarité : impact sur les travailleurs informels et les PME.
- Éducation : critiques sur les inégalités face à l’enseignement à distance.
- Crise du tourisme et des commerces : impact des fermetures prolongées et des restrictions de voyage. Le360 a, par exemple, réalisé des reportages sur les petits commerçants et restaurateurs touchés par la crise ; Hespress, à son tour, a couvert les manifestations et revendications des secteurs affectés, comme les guides touristiques et les enseignants.

### **La lutte contre la désinformation et les fake news**

Avec la montée des rumeurs et théories du complot, les médias numériques ont joué un rôle crucial pour rétablir les faits :

- Démystifier les fausses informations sur les vaccins et les traitements.
- Contrer les fake news sur la prétendue inefficacité des mesures sanitaires.

Médias24 et TelQuel ont consacré plusieurs articles à vérifier les affirmations virales sur les réseaux sociaux et Le360 a produit des vidéos explicatives avec des experts pour déconstruire les fake news.

### **Une couverture en temps réel grâce aux outils numériques**

Grâce à leur présence digitale forte, ces médias ont su adapter leur contenu à l'ère du numérique :

- Formats interactifs : infographies, podcasts, vidéos explicatives.
- Présence active sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube).
- Couverture en temps réel des annonces gouvernementales et des discours royaux.

Ces médias ont joué un rôle crucial pendant la crise de la Covid-19. Cette dernière a renforcé l'influence des médias indépendants et numériques au Maroc. Ils ont su proposer une information plus réactive, critique et diversifiée que les médias traditionnels. Leur travail a permis de mieux informer la population, de questionner certaines décisions gouvernementales et d'attirer l'attention sur des réalités parfois occultées. Cette période a démontré leur rôle essentiel dans un paysage médiatique en pleine mutation.

Les réseaux sociaux et les médias citoyens ont joué un rôle important dans la diffusion d'informations, mais aussi dans la propagation de fausses nouvelles. Ce phénomène a poussé le gouvernement à adopter des lois contre la désinformation. La population affirme que ces canaux ont bien participé à la sensibilisation contre le Covid. En effet, ces médias citoyens sont le plus souvent consultés, de manière généralisée, par les jeunes. Ces derniers, qui se connaissent mieux, partagent des contenus caractérisés par la simplicité, l'actualisation et par l'échange d'expériences réelles. Les réseaux sociaux étaient donc un acteur principal dans la gestion de la crise. Pour Bloch (2012) les structure qui arrivent à mieux surmonter une épreuve « *sont à chaque fois celles qui connaissent vraiment leurs communautés* » (p. 8). Les réseaux sociaux concourent à rendre la communication à la portée de tous, laquelle

communication est le plus souvent échangée entre pairs et constitue une toile de fond pour juger la crédibilité de l'information en vigueur. Nous pouvons conclure à ce niveau « *que les réseaux sociaux sont devenus l'un des outils indispensables dans la communication de crise, et ce, vu la multitude d'avantages qu'ils offrent en termes de rapidité de diffusion d'information et de capacité d'atteindre une plus grande population* » (El Miloudi & El Mendili, 2020).

### **En temps de crise, une communication stratégique de crise**

En période de crise, la communication devient un levier essentiel pour gérer l'incertitude, maintenir la confiance du public et préserver l'image des institutions ou des entreprises. Une crise, qu'elle soit sanitaire, économique ou sociale, génère une forte demande d'informations lesquelles rendent la communication stratégique indispensable pour éviter la désinformation et minimiser les impacts négatifs. Dans ce contexte, une communication de crise bien structurée repose sur la transparence, la réactivité et l'adaptation des messages aux différentes parties prenantes. Au Maroc, pour absorber la crise de la pandémie, les médias ont largement couvert plusieurs sujets clés. D'abord ils ont relayé la gestion sanitaire de la pandémie. Toutes les informations sur les mesures de prévention (port du masque, confinement, distanciation sociale), la situation des hôpitaux, et les chiffres quotidiens des contaminations et décès ont été incessamment transmis au public. Ensuite, les campagnes de vaccination ont été également largement couvertes par les médias notamment au niveau des priorités de vaccination, types de vaccins utilisés (Sinopharm et AstraZeneca), ainsi que l'impact de cette opération sur la reprise économique et sociale. En outre, la presse a aussi diffusé toutes les mesures économiques et sociales en particulier les aides financières aux ménages vulnérables via le Fonds Covid-19, le soutien aux entreprises, les reports de crédits bancaires, et les initiatives gouvernementales pour relancer l'économie. De plus, toutes les publications médiatiques ont aussi largement partagé la décision selon laquelle les écoles seront fermées en temps de crise et l'enseignement présentiel sera remplacé par l'adoption de l'enseignement à distance relayé par la digitalisation en vue d'assurer la continuité pédagogique. Par ailleurs, parmi les communications stratégiques de crise, les journaux, les chaînes de télévision, les plateformes électroniques etc. ont tous couvert les restrictions de mobilité et de déconfinement, la fermeture et la réouverture des frontières, les restrictions de voyage, l'impact sur le tourisme et les mesures pour relancer le secteur. Enfin, certains supports médiatiques se sont intéressés aux initiatives entreprises pour soutenir les

populations en détresse suite aux conséquences négatives du confinement sur la santé mentale, d'autres, au contraire, se sont plus attaqués aux fausses informations et ont lutté vigoureusement contre les rumeurs.

## **L'éducation aux médias : une panacée universelle pour absorber les impacts d'une crise**

En période de crise, l'information devient un enjeu majeur. La rapidité de diffusion des nouvelles, la multiplication des sources et l'omniprésence des réseaux sociaux rendent indispensable une éducation aux médias efficace. Cette initiation joue un rôle central dans la gestion des crises. Aussi permet-elle aux citoyens de comprendre les enjeux, évaluer la fiabilité des informations et adopter des comportements éclairés.

Pour ce faire,

- Nous savons qu'une crise entraîne une surcharge informationnelle, des fois, difficile à gérer. Donc l'éducation aux médias aide les citoyens à développer un esprit critique face aux discours médiatiques et à élever l'aptitude à distinguer les vérités des manipulations. Cette capacité d'analyse est essentielle pour éviter la confusion et la méfiance envers les autorités.
- Nous savons aussi que les médias sociaux transforment chaque individu en potentiel diffuseur d'informations. Donc l'éducation aux médias responsabilise les citoyens en leur apprenant à vérifier les contenus avant de les partager et à contribuer à un débat public constructif. En période de crise, cela permet de limiter la diffusion de rumeurs et de privilégier des échanges basés sur des faits avérés.
- Nous savons qu'une communication de crise efficace repose sur une relation de confiance entre les autorités, les médias et la population. Donc l'éducation aux médias aide à comprendre le fonctionnement du journalisme, les contraintes des médias et l'importance du rôle des sources officielles. En développant cette compétence, elle contribue à renforcer la crédibilité des informations et à améliorer l'adhésion aux mesures prises pour gérer la crise.
- Nous savons qu'à l'ère du numérique, l'information se consomme différemment, notamment via les plateformes en ligne et les vidéos courtes. Donc l'éducation aux

médias permet d'adapter des programmes aux nouveaux usages moyennant l'intégration des outils interactifs, des jeux pédagogiques et des campagnes sur les réseaux sociaux. Cela permet de toucher un public plus large et d'accroître l'efficacité des actions de sensibilisation en temps de crise.

En somme, l'éducation aux médias constitue un rempart essentiel contre les effets négatifs des crises. Ce savoir aide les citoyens à naviguer dans un environnement médiatique complexe. Il leur permet d'acquérir la faculté d'appréciation, d'adopter une attitude responsable face à l'information et de mieux comprendre les stratégies de communication mises en place. Intégrer l'éducation aux médias dans les politiques publiques et les systèmes éducatifs est donc un investissement clé pour une société plus résiliente face aux crises futures.

## **Conclusion**

Les médias ont été des acteurs incontournables dans la gestion de la crise sanitaire au Maroc. Toutefois, des défis majeurs subsistent en matière de désinformation, de liberté de la presse et de communication de crise. L'expérience du Covid-19 offre une opportunité d'améliorer les stratégies médiatiques pour mieux préparer l'avenir.

## Références

- Bloch, E. (2012). *Communication de crise et médias sociaux*. Dunod.
- El Miloudi, I., & El Mendili, S. (2020). Quand les réseaux sociaux prennent part à la communication du ministère de la santé du Maroc durant la pandémie Covid-19. *REFSICOM*, Communication de crise, médias et gestion des risques du Covid-19. <http://www.refsicom.org/788>
- Glaab, M. (2005). Le rôle des médias. Dans C. Demesmay & H. Stark (Éds.), *Qui dirige l'Allemagne ?* (I. Bonnefond, Trad.). Presses universitaires du Septentrion. <https://doi.org/10.4000/books.septentrion.16294>
- Jaa, Y. (2020, 2 avril). À l'heure du confinement, les audiences TV cartonnent, les chaînes s'adaptent. *Médias24*. <https://medias24.com/2020/04/02/a-lheure-du-confinement-les-audiences-tv-cartonnent-les-chaines-sadaptent/>
- Quéré, L. (1982). *Des miroirs équivoques : Aux origines de la communication moderne*. Aubier Montaigne.
- Séror, G. (2016). *Aide-mémoire – Communication*. Dunod.