

المرصد المغربي لليقظة الإعلامية والرقمية

الرصد والتتبع الرقمي للانتخابات التشريعية لسنة 2026

كيف خاطبت الأحزاب المغاربة على الإنترنت؟
قبل الحملة، وأثناءها، ويوم الاقتراع، وبعده

التقرير النهائي

تاريخ إقفال الرصد: 7 أكتوبر 2026

مبادرة مدنية مستقلة للرصد والتتبع الرقمي للانتخابات التشريعية ليوم 23 شتنبر 2026

1. الخلاصة

التقرير في عشر نقاط

يوم 23 شتنبر 2026، انتخب المغاربة أعضاء مجلس النواب. يحاول هذا التقرير أن يجيب عن سؤال بسيط: ماذا جرى في هذه الانتخابات على الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي؟

التقرير يصف ما وقع، ويقارن، ويشرح. لا يحكم على أي حزب، ولا على أي مرشح. ويهتم بالأحزاب العشرة التي حصلت على ثمانية مقاعد أو أكثر. وكل ما فيه مأخوذ من 82 مصدرا منشورا على الإنترنت، توجد لائحتها في آخر التقرير.

1. الإنترنت صار الساحة الأولى للحملة في 2021 فرضته الجائحة. في 2026 اختارته الأحزاب. الحزب الأكثر إعلانا أنفق 836 ألف دولار على الإعلانات الرقمية.	2. كثرة المتابعين لا تعني كثرة التأثير حزب له 1.4 مليون متابع على فيسبوك. وحزب آخر حصده 80% من مشاهدات الأحزاب على تيك توك بـ 52 مقطعاً فقط.
3. أفكار مختلفة، لكن بلا نقاش بينها كل حزب عرض أفكاره وحده. لم نجد في المصادر مواجهة مباشرة بين برنامجين.	4. الوعود متشابهة أغلب الأحزاب تحدثت عن الأسعار والشغل والخدمات. وتبادلت تهمة «الوعد غير الواقعية».
5. أحزاب الحكومة السابقة تفرقت حزب دافع عن عمل الحكومة، وثان دعا إلى تغيير الطريق، وثالث انتقد بعض سياساتها.	6. الشهرة تفتح باب البرلمان شخصان معروفان على الشبكات فازا بمقعدين باسم حزبين صغيرين.
7. خلط بين دور البرلماني ودور الجماعة مشاريع محلية، كالطرق والماء، حضرت في حملة لانتخاب نواب البرلمان.	8. ملاحظة الانتخابات: عدد كبير وتغطية جزئية أعلن عن 3006 ملاحظين. لكن ملاحظي المجلس الوطني لحقوق الإنسان حضروا في 8.9% من المكاتب.
9. ما ينتشر هو الصراع والحدث تسريبات صوتية، واتهامات متبادلة، ومقاطع عن خروقات، ومحتويات توظف الدين، وحسابات وهمية.	10. المقاطعة وضعف الثقة حاضرا هينئنا دعنا إلى المقاطعة. ونسبة المشاركة بلغت 38.02%.

2. طريقة العمل

كيف أنجزنا هذا التقرير؟

أطلق المرصد المغربي لليقظة الإعلامية والرقمية مبادرة مدنية مستقلة. المبادرة لا تتبع الحكومة، ولا تتبع أي حزب. وشارك فيها نحو خمسين طالبا وطالبة، مع فاعلين جمعويين.

في البداية، كان الهدف هو «الملاحظة الرقمية للانتخابات». لكن ملاحظة الانتخابات ينظمها القانون رقم 30.11، وتحتاج إلى اعتماد رسمي. لذلك اختار المرصد عملا آخر: رصد وتتبع ما ينشر للعموم على الإنترنت.

من أين جاءت المعلومات؟

مواقع الأحزاب	المواقع الإلكترونية	المؤسسات الرسمية	دراسات وأرقام	مواقع المقاطعين
البرامج والبلاغات والتقارير.	المواقع الإخبارية ومواقع القنوات.	وزارة الداخلية، المجلس الوطني لحقوق الإنسان، الهاكا.	دراسة الهاكا عن الأحزاب والشبكات، وإحصاءات استعمال الإنترنت.	موقع هينئنا دعنا إلى المقاطعة.

جمعنا 82 مصدرا إلى غاية 7 أكتوبر 2026. قرأناها، ثم طرحنا الأسئلة نفسها على كل حزب: ما موقعه؟ ما وعوده؟ كيف خاض حملته؟ وماذا فعل بعد النتائج؟

الانتخابات في أربعة أرقام

15.8 مليون	28	7,288	38.02%
مسجل في اللوائح الانتخابية.	حزبا تنافست على 395 مقعدا.	ترشيحا، منها 2,658 ترشيحا نسائيا.	نسبة المشاركة في التصويت.

ما يجب أن يعرفه القارئ

هذا التقرير قراءة لما نشر للعموم، بالعربية والفرنسية. لا يمثل رأي كل المغاربة، ولا يقيس بدقة عدد المشاهدات لكل مقطع. وتوقف الرصد يوم 7 أكتوبر، قبل أن تنتهي مرحلة الطعون.

3. المسار الزمني

الحملة في أربع مراحل

الحملة الرسمية دامت من 10 إلى 22 شتنبر. لكن الخطاب الانتخابي بدأ قبل ذلك بكثير، واستمر بعد إعلان النتائج.

قبل الحملة	الحملة الرسمية	يوم الاقتراع	بعد الاقتراع
إلى 9 شتنبر	10 - 22 شتنبر	23 شتنبر	24 شتنبر - 7 أكتوبر
جدال مبكر بين الأحزاب. انتقال منتخبين من حزب إلى آخر. تسريب صوتي. تقديم البرامج. دعوات إلى المقاطعة.	لقاءات ومهرجانات تنقل على المباشر. وعود بالأرقام، مثل مليون منصب شغل. تسريبات صوتيات.	مقاطع عن خروقات في طنجة وتطوان والعيون. إعلان النتائج المؤقتة ليلا.	نتائج نهائية. حزب يختار المعارضة. ستة طعون. تكليف رئيسة للحكومة.

ماذا وقع في طنجة؟

يوم الاقتراع، انتشر على شبكات التواصل مقطع من مركز تصويت في طنجة. يظهر المقطع صندوقا زجاجيا بداخله أغلفة بيضاء. وأوقف شخص داخل المكتب، للاشتباه في حيازته أوراق تصويت غير قانونية. ثم أغلق المكتب بعد احتجاج ممثلي بعض اللوائح. بعد ذلك، وحسب ما نشرته الصحافة يوم 29 شتنبر، فتحت النيابة العامة بحثا شمل ستة أشخاص، بينهم منتخب محلي ورئيسا مكثي تصويت. وأرسلت وزارة الداخلية لجنة تفتيش. البحث ما زال جاريا، وكل المعنيين أبرياء إلى أن يقول القضاء كلمته. وفي اليوم نفسه، وثق مقطع آخر نقلا جماعيا لناخبين في تطوان. وفي العيون، انتشرت مقاطع قيل إنها عن «تكسير صناديق الاقتراع». ثم تبين أن الأمر يتعلق بتكسير نافذة. هذا مثال على خبر انتشر قبل التأكد منه.

وماذا بعد النتائج؟

أعلنت وزارة الداخلية أن النتائج النهائية مطابقة للنتائج المؤقتة. وعبر بعض مستعملي الشبكات عن شكوك في نزاهة الاقتراع، وذكروا ما وقع في طنجة. أما حزب العدالة والتنمية، فلم يشكك في النتائج، وسجل ملاحظات على كثرة مكاتب التصويت وعلى عدم تسليم بعض المحاضر. وتلقت المحكمة الدستورية ستة طعون إلى غاية 6 أكتوبر. ويمكن تقديم الطعون إلى غاية 25 أكتوبر. والجديد هذه المرة أن الأحزاب كونت فرقا قانونية تتابع ما ينشر على الشبكات كل يوم، لتستعمله دليلا في الطعون.

4 . التحول الرقمي

ما الذي تغير منذ انتخابات 2021؟

في انتخابات 2021، استعملت الأحزاب الإنترنت بكثرة. لكن السبب كان هو الجائحة، ومنع التجمعات الكبيرة. في 2026، كانت التجمعات مسموحاً بها. ومع ذلك، صارت الشبكات هي الوسيلة الأولى لإقناع الناخبين، وليست وسيلة مكمل فقط.

الرقمي بين 2021 و2026

عدد مستعملي الإنترنت (بالملايين)



ما أنفقه الحزب الأكثر إعلاناً على الإعلانات الرقمية (بالآلاف الدولارات)



أرقام الإنترنت: يناير 2021 وأواخر 2025. أرقام الإنفاق مأخوذة من مصدرين مختلفين، فالمقارنة تقريبية.

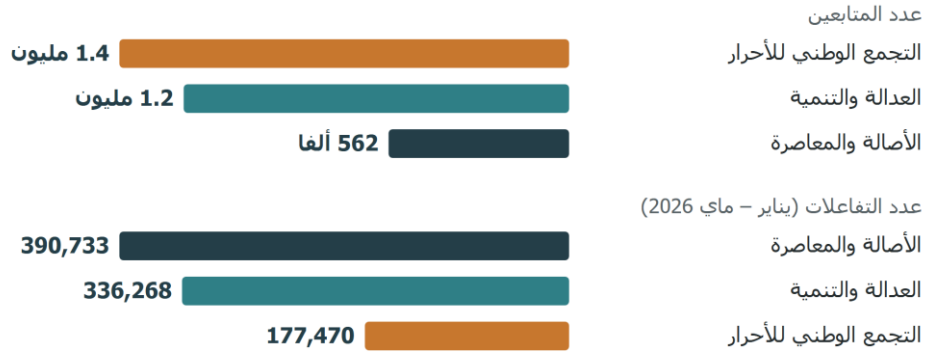
2026	2021	ما نقرأه
حملة ميدانية مفتوحة، وانتخابات تشريعية فقط.	جائحة، وتجمعات محدودة، وثلاثة انتخابات في يوم واحد.	الظروف
22.8 مليون مستعمل. وتيك توك وحده: 16.7 مليون بالغ.	22 مليون مستعمل.	شبكات التواصل
أكثر من نصف الإعلانات المرصودة إلكترونية: 59%، ثم 76% قبيل الاقتراع.	لا رقم مماثل في مصادرها.	الإعلانات
يمنع النشر الانتخابي يوم الاقتراع على الشبكات، وبأدوات الذكاء الاصطناعي.	لا معطى في مصادرها.	القانون
خمسة نواب على الأقل قالت الصحافة إنهم صعدوا بفضل حضورهم على الشبكات.	لا معطى في مصادرها.	النواب الجدد

ملاحظة: عدد مستعملي الشبكات لم يتغير كثيراً. الذي تغير هو المنصات المفضلة، وخاصة صعود تيك توك، وطريقة استعمالها في السياسة.

من هو الحزب الأقوى على الشبكات؟

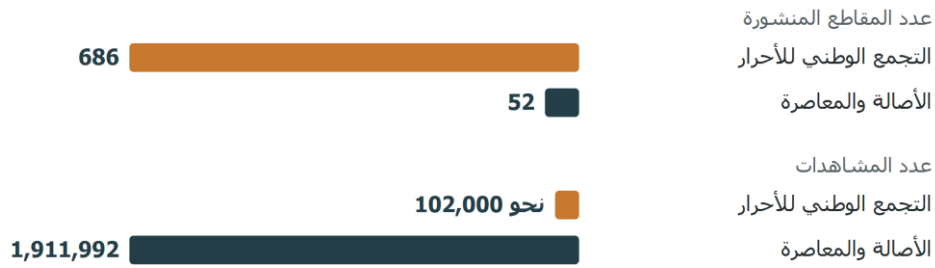
درست الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري (الهكا) صفحات اثني عشر حزبا، بين يناير وماي 2026، أي قبل الحملة. والنتيجة مفاجئة: الحزب الذي له أكبر عدد من المتابعين ليس هو الحزب الذي يتفاعل معه الناس أكثر.

فيسبوك: كثرة المتابعين لا تعني كثرة التفاعل



المصدر: دراسة الهاكا عن حضور الأحزاب على الشبكات، كما نقلتها الصحافة.

تيك توك: مقاطع قليلة ومشاهدات كثيرة



المصدر: دراسة الهاكا. ستة أحزاب فقط من اثني عشر لها حساب نشيط على تيك توك.

ثلاثة دروس من هذه الأرقام

1. المتابعون ليسوا كل شيء	2. الجودة قبل الكثرة	3. أحزاب غائبة عن الشبكات
الحزب الأول في عدد المتابعين على فيسبوك جاء ثالثا في التفاعل.	52 مقطعا لحزب جلبت مشاهدات أكثر بنحو 19 مرة من 686 مقطعا لحزب آخر.	نصف الأحزاب المدروسة غائب عن تيك توك، وهو المنصة الأسرع نموا.

ونلاحظ أن الحزب الذي تصدر التفاعل على فيسبوك والمشاهدة على تيك توك قبل الحملة هو نفسه الذي فاز بالمرتبة الأولى. هذا تزامن نسجله. لكنه لا يكفي لنقول إن الشبكات هي سبب الفوز.

أربعة تحولات كبرى

1. لكل منصة دور	2. إنفاق مالي رقمي متفاوت
كلمات طويلة على يوتيوب. ومقاطع قصيرة ومؤثرة على تيك توك وإنستغرام.	الحزب الأكثر إنفاقا صرف 836,075 دولارا. والأقل إنفاقا صرف 2,724 دولارا. الفرق يفوق 300 مرة.
3. الشخص قبل الحزب	4. الإنترنت دخل القانون
البهث المباشر والفيديو العفوي حولا المتابعين إلى أصوات.	قوانين الانتخابات صارت تنظم الشبكات. والمجلس الوطني لحقوق الإنسان صار يرصد الإعلانات الرقمية.

على فيسبوك وإنستغرام، رصد المجلس 538 إعلانا لسبعة أحزاب في أحد عشر يوما فقط. أما تيك توك، فلا يسمح بالإعلان السياسي المدفوع. ولا يحق لأي مرشح أن ينفق أكثر من 200 ألف درهم على حملته الرقمية.

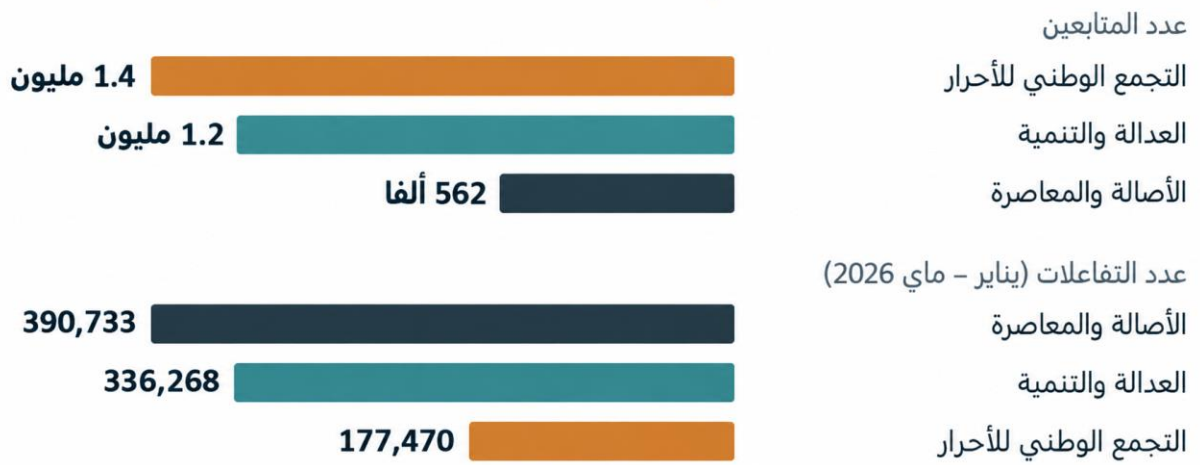
الذكاء الاصطناعي والحسابات الوهمية

سجل المجلس الوطني لحقوق الإنسان أن بعض الأحزاب استعملت الذكاء الاصطناعي: برامج تجيب عن أسئلة الناخبين، وشخصيات رقمية تتكلم باسم مرشحين، وصور ومقاطع مصنوعة آليا. والمشكل أن أغلب هذه المحتويات لم تذكر أنها مصنوعة بالذكاء الاصطناعي. وكشفت منصة صحفية شبكة من أكثر من 140 حسابا وهميا على فيسبوك، تعمل بشكل منسق. وأعلن حزب أنه لا علاقة له بصفحات تحمل اسمه وتنتشر مواد مصنوعة بالذكاء الاصطناعي.

5. الأحزاب

كيف تصرف الأحزاب العشرة؟

فيسبوك: كثرة المتابعين لا تعني كثرة التفاعل



المصدر: النتائج النهائية التي أعلنتها وزارة الداخلية يوم 26 شتنبر 2026.

طرحنا الأسئلة نفسها على كل حزب. والجدول الآتي يلخص الأجوبة. طول الخانة لا يدل على أهمية الحزب. يدل فقط على حجم ما نشر عنه.

الحزب (المقاعد)	موقعه قبل الاقتراع	بماذا وعد؟	كيف خاض حملته؟	بعد النتائج
الأصالة والمعاصرة (97)	في الأغلبية	تغيير الطريق وقيادة الحكومة. الثقة، والشباب، والقدرة الشرائية.	انضمت إليه وجوه معروفة ومنتخبون من أحزاب أخرى. كان الأول في التفاعل على الشبكات. رد علنا على اتهامات «الفراقشية».	المرتبة الأولى. قيادة الحكومة.
التجمع الوطني للأحرار (66)	يقود الأغلبية	مواصلة العمل الحكومي. الأجور، والقدرة الشرائية، والخدمات.	قيادة جديدة. دافع عن حصيلة الحكومة وانتقد وعود منافسيه. له أكبر عدد من المتابعين على فيسبوك.	اعترف بتراجع نتيجته.
الاستقلال (65)	في الأغلبية	شعار «وطني مستقبلي». الماء، والطرق، والخدمات.	بدأ حملته من إقليم العرائش. انتقد بعض سياسات الحكومة التي يشارك فيها.	شارك في المشاورات.
العدالة والتنمية (54)	في المعارضة. قاد حكومتين بين 2011 و2021.	الصدق والنزاهة. الهوية، والإصلاح السياسي، والخدمات، وفلسطين.	انتقد الحكومة بقوة، ووصف وعود حزبين منها بغير الواقعية. له أنشط موقع حزبي.	من 13 إلى 54 مقعدا. اختار المعارضة. لم يشكك في النتائج.
الحركة الشعبية (29)	في المعارضة	حماية دخل الأسر. التعليم، والقدرة الشرائية.	خلاف علي حول ترشيح أحد أعضائه، انتهى برحيله إلى حزب آخر.	شارك في المشاورات.
الاتحاد الاشتراكي (26)	في المعارضة	الدولة الاجتماعية. التنمية العادلة، وتكافؤ الفرص.	عرض أفكاره على موقعه. لم نجد في مصادرها مادة مؤرخة عن حملته.	شارك في المشاورات.

الحزب (المقاعد)	موقعه قبل الاقتراع	بماذا وعد؟	كيف خاض حملته؟	بعد النتائج
التقدم والاشتراكية (19)	في المعارضة	بديل يساري. الإصلاح الديمقراطي، ومحاربة تضارب المصالح.	انتقد اختيارات الحكومة بقوة في تقرير سياسي قبل الحملة.	تقييم نقدي أولي. شارك في المشاورات.
الاتحاد الدستوري (17)	في المعارضة	شعار «مغرب بسرعة واحدة». الفوارق بين الجهات، وبطالة الشباب.	عرض برنامجه دون انتقاد مباشر لمنافسيه.	لا معطى في مصادرها.
الحركة الديمقراطية الاجتماعية (8)	—	الواقعية. الشغل، والعالم القروي، والهجرة.	انتقد الخطابات الشعبوية. رشح وجهها محليا معروفا.	أعلن دعم الحكومة الجديدة.
تحالف اليسار (8)	—	431 إجراء، منها منح للولادة وللخريجين.	حوارات على المنصات الرقمية. أعلن قبل الاقتراع أنه لن يشارك في الحكومة.	لا معطى في مصادرها.

ثلاثة أنماط في سلوك الأحزاب

1. أغلبية متفرقة	2. معارضة بوجهين	3. أحزاب صغيرة بأوراق خاصة
الأحزاب الثلاثة التي كانت في الحكومة لم تدافع معا عن حصيلتها. كل حزب سلك طريقه.	حزبان هاجما الحكومة بقوة. وحزبان آخرا اكتفيا بعرض برنامجهما بهدوء.	حزب اعتمد على وجه محلي معروف. وتحالف تميز بأفكاره، وإعلان موقفه مسبقا.

ما هي الملفات التي أثارت الجدل؟

أكثر الملفات حضورا: الفساد، وتضارب المصالح، والأسعار، والدعم العمومي. وأشهرها ملف دعم استيراد الأغنام، الذي تسميه الصحافة ملف «الفراشقية». وقد تحول إلى تبادل للاتهامات، حتى بين حزبين من الأغلبية السابقة. وقبل الحملة، اشتد الخلاف بين هذين الحزبين. كل واحد اتهم الآخر بجلب منتخبيه. وكشف تسريب صوتي من اجتماع حزبي جانبا من هذا الخلاف.

6. النقاش العمومي

هل تنافست الأحزاب على الأفكار؟

للأحزاب أفكار مختلفة. حزب يدافع عن حصيلة الحكومة. وحزب يتحدث عن الصدق والنزاهة. وحزب يدافع عن الدولة الاجتماعية. وآخر يقترح بديلا يساريا. لكن الناخب لم ير هذه الأفكار تتواجه أمامه. وهذه خمس علامات على ذلك.

1. لا مناظرات

كل حزب عرض برنامجه وحده: في لقاء، أو ندوة، أو برنامج حوار يستضيف كل زعيم بمفرده.

2. العناوين نفسها عند الجميع

سنة أحزاب من عشرة وضعت القدرة الشرائية أو الخدمات في مقدمة وعودها. والباقي تحدث عن الشغل ودعم الأسر.

3. جدال حول الصدق، لا حول الحلول

كل طرف اتهم الآخر بالشعبوية أو بالعود غير الواقعية. وملف «الفراشقية» صار تبادلا للاتهامات، لا مقارنة بين الحلول.

4. الحريات قليلة الحضور

أغلب الوعود اجتماعية واقتصادية. والإصلاح الديمقراطي والحريات لم يحضرا بوضوح إلا عند ثلاثة أطراف من عشرة.

5. لا أحد شرح دوره في المعارضة

الأحزاب تحدثت كأنها ستكون كلها في الحكومة. وتحالف واحد فقط قال مسبقا إنه لن يشارك فيها.

ويضاف إلى ذلك انتقال منتخبيين من حزب إلى حزب منافس، أسابيع قليلة قبل الاقتراع. فكيف يميز الناخب بين الأحزاب إذا كان المرشح نفسه يغير حزبه بسهولة؟

الخلاصة

الأحزاب ليست متطابقة. لكن الاختلاف بينها لم يعرض على الناخب بطريقة تساعده على المقارنة والاختيار.

7. الأشخاص والشبكات

من الشهرة على الشبكات إلى مقعد في البرلمان

نعرض هنا حالتين لفتتا الانتباه. لا نذكر الاسمين، لأن ما يهمنا هو طريقة التواصل، لا الشخص.

الحالة الأولى: رئيس جماعة معروف	الحالة الثانية: مؤثر صار برلمانيا
لم يرشحه حزبه السابق. فأعلن في فيديو على فيسبوك، في بداية غشت، انتقاله إلى حزب آخر. اعتمد على البث المباشر والمقاطع العفوية. وجاء الأول في دائرته.	اشتهر ببثه المباشر ومقاطعته على فيسبوك. حصل على 16,450 صوتا من 54,652. وترشح باسم حزب لم يفز إلا بمقعد واحد.

في الحالتين، الشهرة جاءت قبل الحزب. الحزب هنا إطار قانوني للترشح، أما الرسالة فهي الشخص نفسه. وفي الحالة الأولى، لم يمنع فقدان دعم الحزب السابق من الفوز باسم حزب آخر.

الأحزاب والمؤثرون: طريقتان مختلفتان

وجه المقارنة	الأحزاب العشرة	الحالتان الفرديتان
لماذا يثق الناس؟	بسبب اسم الحزب، وزعيمه، وحصيلته أو برنامجه.	بسبب الشخص نفسه وشهرته.
شكل الرسالة	ندوة، أو مهرجان، أو حوار صحفي، أو بلاغ.	فيديو شخصي وبث مباشر، بلغة الناس اليومية.
القناة والمال	الموقع والصفحات الرسمية، والصحافة، والإعلانات المدفوعة.	الحساب الشخصي، ومحتوى مجاني ينشره الأنصار.
مكان البرنامج	في قلب الخطاب.	في الخلفية. الصراحة والقرب في الواجهة.

ولهذا السبب، كان أحد أحزاب تحالف اليسار قد طالب بمنع استعمال المؤثرين في الدعاية الانتخابية مقابل المال.

8. الوعود

البرلماني ليس رئيس جماعة

كثير من الناخبين ينتظرون من البرلماني أن يصلح الطريق أو يبني المستوصف. لكن هذا ليس دوره المباشر.

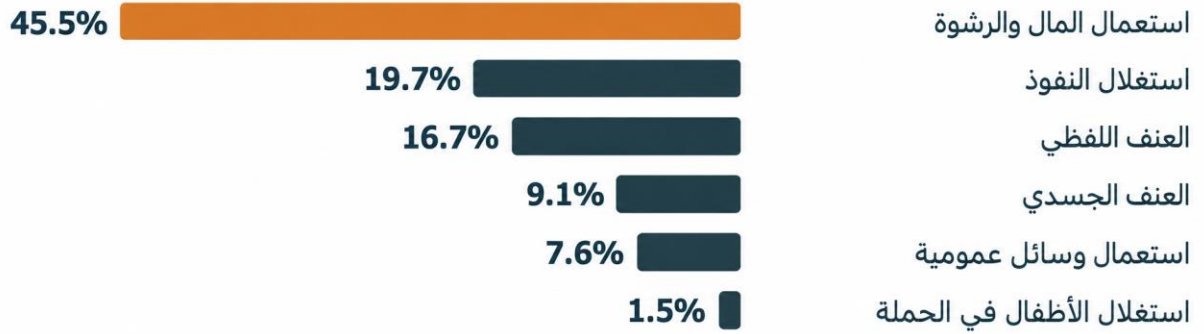
ما دور البرلماني؟	ما دور الجماعة؟
يصوت على القوانين. يراقب عمل الحكومة. ويقيم سياساتها. ويمكنه أن يدافع عن منطقته أمام الوزراء.	تدبر الخدمات القريبة من السكان، حسب اختصاصات يحددها القانون.

وجدنا في المصادر أربع علامات على الخلط بين الدورين:

- عدد من رؤساء الجماعات ترشحوا للبرلمان.
- مشاريع محلية حضرت في حملة تشريعية عند حزين على الأقل: الماء والطرق في لقاء، ومستشفى وكلية في مهرجان.

- إحدى الحالتين الفرديتين تخص رئيس جماعة ترشح للبرلمان.
- من بين 66 مادة صحفية عن مخالفات، رصدها المجلس الوطني لحقوق الإنسان، نحو الخمس تتعلق باستغلال النفوذ.

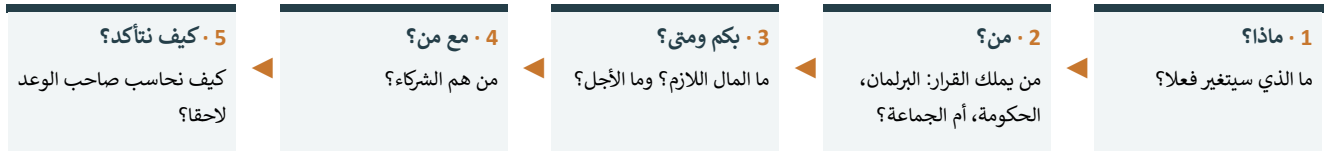
أنواع المخالفات التي تحدثت عنها الصحافة (66 مادة إعلامية)



المصدر: التقرير الأولي للمجلس الوطني لحقوق الإنسان، كما نقلته الصحافة.

ونشرت بعض المواقع اتهامات بأن مشاريع عمومية انطلقت في وقت الحملة لفائدة مرشحين. لم تتأكد هذه الاتهامات رسمياً، والتقرير لا يتبناها. لكنها تدل على أن الموضوع حاضر في النقاش على الإنترنت.

خمس أسئلة لفهم أي وعد انتخابي

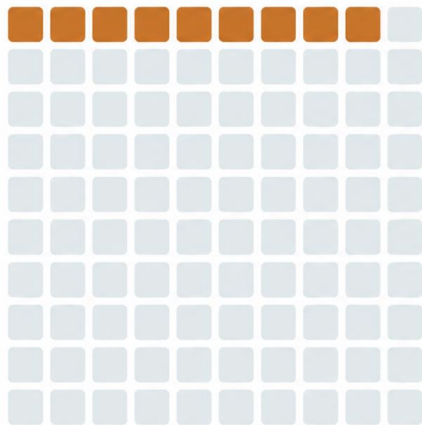


9. ملاحظة الانتخابات

ملاحظة الانتخابات: بين العدد المعلن والتغطية الفعلية

قبل الحملة وبعدها، تكرر الرقم نفسه في الإعلام: «أكثر من 3000 ملاحظ». الرقم صحيح. لكنه لا يقول كل شيء.

ملاحظة الانتخابات: كم مكتباً حضر فيه ملاحظو المجلس؟



كل مربع يمثل 1% من مكاتب التصويت .

8.9%

من مكاتب التصويت حضر فيها ملاحظو المجلس الوطني لحقوق الإنسان .

3,915

مكتباً حضر فيها ملاحظو المجلس .

3,006

ملاحظة وملاحظاً تمت تعبئتهم في المجموع .

المصدر: خلاصات المجلس الوطني لحقوق الإنسان (25 شتنبر 2026) والبوابة الرسمية.

المعطى	الرقم
مجموع الملاحظين: 783 من المجلس الوطني لحقوق الإنسان و2023 من الجمعيات	3006
المكاتب التي حضر فيها ملاحظون دوليون	1644
الجماعات التي شملتها الملاحظة	733 من 1538

الملاحظون لا يحضرون في كل المكاتب. يختارون عينة منها، وهذه هي الطريقة المعمول بها في العالم. ويقول المجلس إن نسبة 8.9% تفوق المعيار الدولي، وهو من 3 إلى 5%. ويقول أيضا إن الاقتراع جرى في «أجواء شبه عادية». ولا نملك أرقاما مماثلة عن ملاحظي الجمعيات.

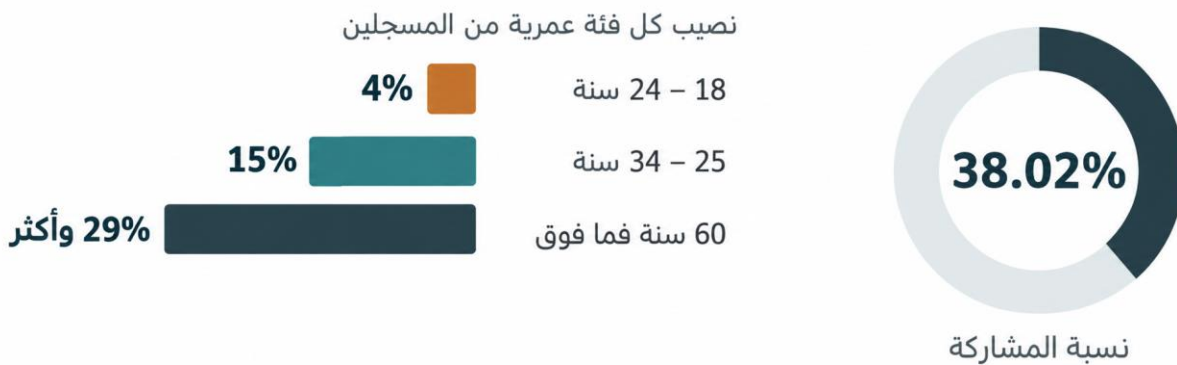
أين المشكل إذن؟

المشكل ليس في حجم الملاحظة، بل في طريقة تقديمها للناس. حين يسمع المواطن «3000 ملاحظ»، قد يظن أن كل المكاتب مراقبة. والأصح أن يشرح له الإعلام أن الملاحظة تشمل جزءا من المكاتب، وأن يبين ما تستطيع إثباته وما لا تستطيع.

10 • الثقة

المقاطعة وخطاب «لا فائدة من التصويت»

المشاركة في التصويت وأعمار المسجلين



المصدر: وزارة الداخلية والبوابة الرسمية.

أقل من أربعة مسجلين من كل عشرة صوتوا. والشباب بين 18 و24 سنة لا يمثلون إلا 4% من المسجلين. معنى ذلك أن غياب الشباب يبدأ قبل يوم الاقتراع: يبدأ من التسجيل في اللوائح.

ثلاث ظواهر مختلفة

1 • دعوة منظمة إلى المقاطعة حزب النهج الديمقراطي العمالي قرر المقاطعة في يونيو. وجماعة العدل والإحسان دعت إليها يوم 9 شتنبر.	2 • حملة في الشارع وعلى الشبكات حملة شبابية بعنوان «ما ضحكوش علينا». ونقلت الصحافة منع توزيع منشورات، وتوقيف مشاركين في عدة مدن.	3 • «الأحزاب كلها متشابهة» عبارة تتكرر في تعليقات القراء. ومقاطعون قالوا للصحافة إن المنتخبين لا يملكون سلطة حقيقية.
---	---	---

يجب التمييز بين هذه الظواهر. من يدعو إلى المقاطعة يتخذ موقفا سياسيا معلنا. أما من لا يصوت، فقد يكون غير مهتم، أو غير مسجل، أو فاقدا للثقة. وقد أوصى المجلس الوطني لحقوق الإنسان بتعزيز حرية التعبير لكل المواقف السياسية.

ولم نجد في مصادرها حملة مقاطعة منظمة أخرى على الشبكات. وتعليقات القراء في موقع واحد لا تمثل رأي كل المغاربة.

11 . الانتشار والأثر

ما الذي انتشر على الشبكات؟ وما أثره؟

سبعة أنواع من المحتوى

1 . التسريبات الصوتية	2 . الاتهامات المتبادلة
ثلاثة تسريبات: من اجتماع قيادة حزب في غشت، ومن دائرة قرب الدار البيضاء عبر واتساب، ومن الجنوب قبيل الاقتراع.	جدال «الفراقشية»، ووصف وعود المنافسين بـ«الاحتفال السياسي»، واتهامات بجلب المنتخبين.
3 . مقاطع الخروقات	4 . الفيديو الشخصي والبث المباشر
طنجة، وتطوان، والعيون. ومقطع العيون تبين أنه غير دقيق.	إعلان تغيير الحزب في فيديو. ونقل المهرجانات على المباشر.
5 . المحتوى الديني	6 . المحتوى المصنوع آليا والحسابات الوهمية
أكثر من 2030 محتوى يستعمل الدين: مقاطع تتهم أحزابا بمحاربة الإسلام، وأخرى تربط التصويت بالحساب أمام الله.	مواد مصنوعة بالذكاء الاصطناعي دون الإشارة إلى ذلك. وشبكة من 140 حسابا وهميا.
7 . الإعلانات والمقاطع الحزبية	القاسم المشترك
538 إعلانا على فيسبوك وإنستغرام في أحد عشر يوما. ومقاطع قصيرة على تيك توك.	الذي ينتشر ويحدث أثرا هو الصراع، والشخص، والحدث. أما البرامج فتبقى أقل انتشارا.

هذا تصنيف لما وجدناه في المصادر، وليس ترتيبا حسب عدد المشاهدات. الأرقام المتوفرة تخص صفحات الأحزاب، لا كل مقطع على حدة.

كيف أثرت الشبكات في الانتخابات؟

1 . صنعت مرشحين	2 . كشفت قضايا	3 . منحت الأغنى صوتا أعلى	4 . فتحت بابا للتضليل	5 . صارت دليلا
أشخاص معروفون على الشبكات فازوا بمقاعد.	مقطع متداول تبعه بحث قضائي.	فرق كبير في الإنفاق على الإعلانات.	حسابات وهمية ومحتويات توظف الدين.	المنشورات تستعمل اليوم في الطعون.

هذه آثار موثقة في المصادر. لكننا لا نستطيع أن نقول كم صوتا جلبته الشبكات لهذا الحزب أو ذاك. فالتصويت يتأثر أيضا بالانتماء، وبالعلاقات المحلية، وبالعامل الميداني، وبالمال. ومن الصعب الجزم بأن الحضور الرقمي كان هو العامل الحاسم.

12 . الخاتمة

خلاصات وتوصيات

انتقلت الحملة الانتخابية إلى الإنترنت. الأحزاب تحمل أفكارا مختلفة، لكنها خاطبت الناخب بوعود متشابهة، وتجادلت حول الصدق أكثر مما تجادلت حول الحلول. وصارت الشهرة الشخصية طريقا إلى البرلمان، إلى جانب اسم الحزب.

ويبقى السؤال الأهم: هل ساعد هذا التواصل المواطن على أن يفهم، ويقارن، ويختار، ثم يحاسب؟

#	ماذا نقترح؟	على من؟	متى؟
1	تنظيم مناظرات تقارن بين البرامج، في التلفزة وعلى الإنترنت.	القنوات العمومية والصحافة	الانتخابات المقبلة
2	نشر كل أرقام الإعلانات السياسية الرقمية، والإشارة إلى كل محتوى مصنوع بالذكاء الاصطناعي.	المنصات الرقمية والأحزاب	خلال سنة
3	شرح أن الملاحظة تشمل عينة من المكاتب، ونشر خريطة تغطيتها.	هيئات الملاحظة والصحافة	الانتخابات المقبلة

#	ماذا نقترح؟	على من؟	متى؟
4	مع كل وعد، توضيح من سينفذه، وبأي مال، وفي أي أجل.	المرشعون	الانتخابات المقبلة
5	تقديم التزامات واضحة في مجال الحريات، وشرح دور الحزب إذا كان في المعارضة.	قيادات الأحزاب	الانتخابات المقبلة
6	نشر المعطيات الانتخابية الرسمية المفصلة في صيغة مفتوحة للجميع.	السلطات المكلفة بالانتخابات	خلال سنة
7	جعل الرصد الرقمي عملاً دائماً، بلاتحة حسابات معلنة واستمارة موحدة.	المرصد	خلال ستة أشهر

ملحق

لائحة المصادر

كل المعلومات الواردة في التقرير مأخوذة من هذه المصادر. تاريخ إقفال الرصد: 7 أكتوبر 2026. الصفوف الملونة: مصادر اعتمدنا عنوانها أو مقتطفا منها فقط.

#	الجهة الناشرة	المادة	التاريخ	النوع
1	بوابة المغرب الرسمية	روزنامة الانتخابات التشريعية	2026	مؤسسي
2	المجلس الوطني لحقوق الإنسان	تعريف الملاحظة وشروط الاعتماد	2026	مؤسسي
3	الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري	قرار التعددية في الفترة الانتخابية	16 يونيو 2026	مؤسسي
4	التجمع الوطني للأحرار	لقاء مريرت: الإنجاز والإدماج	20 شتنبر 2026	حزبي
5	الأصالة والمعاصرة	تقديم البرنامج وتغيير المسار	1 شتنبر 2026	حزبي
6	الدار	برنامج التنمية بالعرائش	11 شتنبر 2026	إعلامي
7	Le360	تقديم البرنامج الانتخابي للعدالة والتنمية	8 شتنبر 2026	إعلامي
8	الاتحاد الاشتراكي	البرنامج ومقدمة الكاتب الأول	2026	حزبي
9	التقدم والاشتراكية	تقرير المكتب السياسي أمام اللجنة المركزية	11 يوليوز 2026	حزبي
10	مغرب تايمز	أولويات برنامج الحركة الشعبية	5 شتنبر 2026	إعلامي
11	ميدي1 نيوز	من التواصل الاجتماعي إلى البرلمان (الحالة الثانية)	24 شتنبر 2026	إعلامي
12	2M	نتائج دائرة انتخابية (الحالة الأولى)	24 شتنبر 2026	إعلامي
13	النهج الديمقراطي العمالي	قرار مقاطعة انتخابات شتنبر	30 يونيو 2026	سياسي
14	العدل والإحسان	بيان مقاطعة انتخابات 23 شتنبر	9 شتنبر 2026	سياسي
15	بوابة المغرب الرسمية	تعبئة 3006 ملاحظات وملاحظات	9 شتنبر 2026	مؤسسي
16	SNRTnews	دور الملاحظين وحدود تدخلهم	11 شتنبر 2026	إعلامي
17	مجلس النواب	مناقشة السياسات العمومية وتقييمها	غير مبين	مؤسسي
18	جماعة مرتيل	اختصاصات الجماعة	غير مبين	مؤسسي
19	هسبريس	المكاتب الانتخابية وتعليقات القراء	15 يوليوز 2026	إعلامي
20	التجمع الوطني للأحرار	البيان الختامي للمجلس الوطني	3 أكتوبر 2026	حزبي
21	الأصالة والمعاصرة	موقف الحزب من التحالفات بعد الاقتراع	24 شتنبر 2026	حزبي
22	التقدم والاشتراكية	التقييم الأولي لنتائج التشريعات	24 شتنبر 2026	حزبي
23	هسبريس	صفحة فيديو قبل الحملة (الحالة الأولى)	27 غشت 2026	إعلامي
24	TOUIL TALKS (يوتيوب)	نقاش مستقبل المشهد السياسي	8 غشت 2026	منصة اجتماعية
25	المرصد المغربي لليقظة الإعلامية والرقمية	الأرضية المرجعية والتنظيمية للمبادرة	وثيقة داخلية	مرجع منهجي
26	هسبريس	الداخلية تعلن نتائج الانتخابات التشريعية	24 شتنبر 2026	إعلامي
27	هسبريس	الاتحاد الدستوري يطرح برنامج «السرعة الواحدة»	7 شتنبر 2026	إعلامي
28	هسبريس	حوار حول برنامج تحالف اليسار	13 شتنبر 2026	إعلامي
29	هسبريس	لقاء الأمين العام للحركة الديمقراطية الاجتماعية	6 شتنبر 2026	إعلامي
30	صوت المغرب	الداخلية تعلن النتائج النهائية	شتنبر 2026	إعلامي
31	بوابة المغرب الرسمية	النتائج النهائية للانتخابات التشريعية	26 شتنبر 2026	مؤسسي
32	بوابة المغرب الرسمية	الانتخابات التشريعية لـ 23 شتنبر 2026 في أرقام	21 شتنبر 2026	مؤسسي
33	بوابة المغرب الرسمية	خلاصات أولية للمجلس الوطني لحقوق الإنسان حول سير الاقتراع	25 شتنبر 2026	مؤسسي

#	الجهة الناشرة	المادة	التاريخ	النوع
34	يورونيوز عربي	قضية أوراق التصويت بطنجة	29 شتنبر 2026	إعلامي
35	العمق المغربي	مخالفات الحملة: من الهدايا إلى الذكاء الاصطناعي	10 شتنبر 2026	إعلامي
36	العمق المغربي	قواعد الهاكا لتغطية الانتخابات	2026	إعلامي
37	العمق المغربي	انطلاق حملة الأحرار من مديونة	10 شتنبر 2026	إعلامي
38	العمق المغربي	مهرجان مديونة: وعود المنافسين والمشاريع المحلية	10 شتنبر 2026	إعلامي
39	العمق المغربي	انطلاق حملة الاستقلال من العرائش	10 شتنبر 2026	إعلامي
40	أخبارنا	لقاء للأصالة والمعاصرة بأزرو	11 شتنبر 2026	إعلامي
41	العمق المغربي	«ميركاتو انتخابي» يربك الأغلبية	25 يونيو 2026	إعلامي
42	الصحيفة	كم بقي للمغاربة من ثقة في الأحزاب؟	28 يوليوز 2026	إعلامي
43	الصحيفة	الحملة الانتخابية المبكرة تشعل حرب الخطابات	4 يوليوز 2025	إعلامي
44	عربي21	العدالة والتنمية يحسم موقعه في المعارضة	26 شتنبر 2026	إعلامي
45	زنقة 20	دعم الحركة الديمقراطية الاجتماعية للحكومة المقبلة	4 أكتوبر 2026	إعلامي
46	هسبريس	انتقال حزبي قبل الانتخابات (الحالة الأولى)	6 غشت 2026	إعلامي
47	هسبريس	الاشتراكي الموحد يطالب بمنع توظيف المؤثرين في الدعاية الانتخابية	غير مبين	إعلامي
48	بوابة المغرب الرسمية	تسجيل 93 شكاية انتخابية	شتنبر 2026	مؤسسي
49	بي بي سي عربي	كيف تشكل سبئة وكرة القدم ملامح الانتخابات في المغرب؟	2026	إعلامي
50	هسبريس	رؤساء مجالس جماعية يخططون لاستبدال التديير الترابي بالمقعد البرلماني	غير مبين	إعلامي
51	إرم نيوز	حرب التصريحات بين العدالة والتنمية والأحرار	غير مبين	إعلامي
52	الصحيفة	الأحرار يدخل انتخابات 2026 بحصيلة الحكومة	2026	إعلامي
53	العمق المغربي	الإعلانات الإلكترونية تكتسح الحملة: تقرير المجلس الوطني لحقوق الإنسان	شتنبر 2026	إعلامي
54	آخر ساعة	حزب ينفق أكثر من 836 ألف دولار على الإعلانات الرقمية	25 شتنبر 2026	إعلامي
55	هسبريس	الحضور الرقمي: كيف حسمت شبكات التواصل صعود نواب «برلمان 2026»؟	26 شتنبر 2026	إعلامي
56	بوابة المغرب الرسمية	شبكات التواصل الاجتماعي ساحات جديدة للمنافسة الانتخابية	8 شتنبر 2026	مؤسسي
57	DataReportal	Digital 2026: Morocco	أواخر 2025	إحصائي
58	DataReportal	Digital 2021: Morocco	يناير 2021	إحصائي
59	نون بوست	إنفاق الأحزاب المغربية على إعلانات فيسبوك في انتخابات 2021	2021	إعلامي
60	سكاي نيوز عربية	انتخابات المغرب 2026: ما الذي تغير عن اقتراع 2021؟	23 شتنبر 2026	إعلامي
61	تحالف اليسار	منصة البرنامج الانتخابي التشاركي	2026	حزبي
62	العمق المغربي	دراسة الهاكا: متابعو فيسبوك ومشاهدات تيك توك حسب الأحزاب	5 أكتوبر 2026	إعلامي
63	أشطاري 24	دراسة الهاكا: التفاعل والنشر على المنصات والمواقع الحزبية	أكتوبر 2026	إعلامي
64	العمق المغربي	تقرير المجلس الوطني لحقوق الإنسان: مخالفات وتوظيف الدين والذكاء الاصطناعي	شتنبر 2026	إعلامي
65	كش بريس	المجلس يرصد توظيف الدين وتجاوزات في الفضاء الرقمي	شتنبر 2026	إعلامي
66	العمق المغربي	تسجيل صوتي مسرب في دائرة انتخابية	20 شتنبر 2026	إعلامي
67	العربي الجديد	تسريب صوتي من اجتماع حزبي يثير جدلا واسعا	26 غشت 2026	إعلامي
68	هسبريس	حشد ميداني ورهان إلكتروني وأرقام تستميل الناخبين	15 شتنبر 2026	إعلامي
69	هسبريس	المحكمة الدستورية تتلقى ستة طعون	6 أكتوبر 2026	إعلامي
70	جورنال 24	توقيفات وأبحاث وشكايات: خريطة الخروقات المبلغ عنها	23 شتنبر 2026	إعلامي
71	لكم	التضليل الإلكتروني في انتخابات 2026: الحسابات الوهمية	شتنبر 2026	إعلامي

#	الجهة الناشرة	المادة	التاريخ	النوع
72	عربي 21	مغاربة مقاطعون للانتخابات يتحدثون	23 شتنبر 2026	إعلامي
73	تنوير	إطلاق حملة المقاطعة وسط منع وتوقيفات	14 شتنبر 2026	إعلامي
74	فاس نيوز	الحملة الانتخابية تنتقل إلى تيك توك وفيسبوك	11 شتنبر 2026	إعلامي
75	آخر ساعة	منشورات الشبكات والذكاء الاصطناعي قد تتحول إلى طعون انتخابية	شتنبر 2026	إعلامي
76	الميادين نيوز	اتهامات بتزامن مشروع عمومي مع حملة انتخابية	4 شتنبر 2026	إعلامي
77	موطني نيوز	من ملاسنات الحملات الانتخابية إلى مفاوضات التحالفات	شتنبر 2026	إعلامي
78	هسبريس	رد علني على اتهامات «دعم الفراقشية» في انطلاق حملة حزب	10 شتنبر 2026	إعلامي
79	هسبريس	استحقاقات 23 شتنبر: أزمة ثقة (مقال تحليلي)	20 شتنبر 2026	إعلامي
80	العمق المغربي	العدالة والتنمية لم يشكك في نتائج الاقتراع	26 شتنبر 2026	إعلامي
81	SNRTnews	توصيات المجلس الوطني لحقوق الإنسان لتحسين تدبير الاستحقاقات	24 شتنبر 2026	إعلامي
82	موقع حزبي	تقرير حزبي جهوي عن خروقات وتسجيل صوتي عشية الاقتراع	شتنبر 2026	حزبي