



RAPPORT DE MONITORING

La couverture des élections législatives de 2019 par les médias audiovisuels



SOMMAIRE

I.	INTRODUCTION	5
1 -	Contexte et justification.....	5
2 -	Méthodologie d'analyse	6
3 -	Echantillon d'analyse	7
II.	RESULTATS DE L'ANALYSE DES MEDIAS AUDIOVISUELS DANS LA CAPITALE	8
1. –	Changement dans les grilles de programme.....	8
2. –	Les interventions dans les émissions interactives et les émissions d'analyse.....	9
3-	Les propos incendiaires dans le traitement des informations	10
4 -	Les bonnes pratiques en matière de sensibilisation électorale.....	12
5 –	La visibilité des candidats dans les médias privés de la capitale.....	14
6 –	La visibilité et la communication des entités en charge de l'organisation et de l'observation des élections.....	17
7-	Les femmes en tant que sources d'informations	21
III.	LA COUVERTURE DE LA CAMPAGNE ELECTORALE SUR LES MEDIAS PUBLICS	23
1-	La visibilité des candidats	23
2-	La visibilité des organes de gestion des élections sur les medias publics	24
3-	La visibilité de la société civile dans les médias publics.....	26
4-	La visibilité de l'administration publique dans les médias publics.....	26
5-	Les bonnes pratiques des journalistes des medias publics.....	28
IV.	RESULTATS DE L'ANALYSE DES MEDIAS AUDIOVISUELS DANS LES REGIONS..	29
1.	Antsiranana.....	29
2.	Fianarantsoa.....	31
3.	Mahajanga	32
4.	Morondava	34
5.	Toliara.....	36
V.	CONCLUSION	38

LISTE DES ABREVIATIONS

AUPROG :	Association des universitaires pour la promotion du genre
BIANCO :	Bureau Indépendant Anti-Corruption
CED :	Commission électorale du district
CENI	Commission électorale nationale indépendante
CFM :	Conseil pour le Fampihavanana Malagasy
CNIDH :	Commission Nationale Indépendante des Droits de l'homme
DATA (émission) :	Dinika Ambany Tafotrano
DINIKE (parti) :	Dina Iombonan-kevitra
ECES :	Centre Européen d'Appui Electoral
EISA :	Institut Electoral pour une démocratie durable en Afrique
HCC :	Haute Cour Constitutionnelle
HCDDDED :	Haut Conseil pour la Défense de la Démocratie et de l'Etat de Droit
I-BC :	I-Broadcasting Company
IRD :	Isika Rehetra Distrika miaraka amin'i Andry Rajoelina
IRMAR :	Isika Rehetra Miaraka amin'i Andry Rajoelina (Plateforme de soutien à Andry Rajoelina)
KMF-CNOE :	Komity Manara-maso ny fifidianana / Comité national d'observation des élections
K25 :	Comité de soutien du candidat numéro 25 Marc Ravalomanana,
MBS :	Malagasy Broadcasting System
ORTM :	Office de la Radio et de la Télévision Malgache
PEV Madagascar :	Projet d'appui à la prévention et la gestion de conflits et violences potentiels liés aux élections à Madagascar
RFA :	Radio Fanambarana
RFM :	Radio Fréquence Menabe
RNM :	Radio Nationale Malgache
RTN:	Radio Tele Nakà
RTS :	Radio Télévision Siteny
SAFIDY (Observatoire) :	Sampana Anarahamaso ny Fifidianana Ivon'ny Demokrasia

Ifarimbonana

SAMIFIN :	Service de Renseignements financiers
SAVA (radio) :	Radio Sakaizan'ny Vahoaka
TGV (parti) :	Tanora malaGasy Vonona
TIM (parti) :	Tiako I Madagasikara
TVM :	Télévision Nationale Malgache
UMM :	Unité de Monitoring des Médias
VMLF :	Association Vondrona Mira Lenta ho an'ny Fampandrosoana

I. INTRODUCTION

1 - Contexte et justification

Le « Projet d'appui à la prévention et la gestion de conflits et violences potentiels liés aux élections à Madagascar » ou PEV Madagascar comporte un volet monitoring des médias, qui effectue des analyses des médias en vue d'appuyer les actions de prévention de conflits. Ce projet financé par l'Union européenne, est mis en œuvre par le Centre Européen d'Appui Electoral (ECES), en partenariat avec les organisations de la société civile malgache, en occurrence le Comité national d'observation des élections (KMF-CNOE), Liberty 32, la Coalition des radios pour la consolidation de la paix, et l'Association des universitaires pour la promotion du genre (AUPROG).

Le monitoring des médias consiste ici à analyser des contenus médiatiques durant un période déterminée. A cet effet, un monitoring sur la couverture de la campagne électorale des élections législatives sur les médias audiovisuels a été effectué du 6 au 24 mai 2019. En période de propagande électorale, le monitoring des médias permet de donner une vue d'ensemble de la contribution des médias en matière de promotion de la paix et de gestion des conflits potentiels, de l'importance que les médias accordent à la diversité et la pluralité des points de vue politiques, et enfin de la prise en compte du respect de la déontologie du métier de journaliste dans le traitement des informations. Le présent rapport accorde aussi une attention particulière à la visibilité des organes de gestion des élections ; ainsi qu'à la communication de l'administration publique. Comme les députations ont eu lieu après que le projet PEV Madagascar ait formé des journalistes dans six de ses régions d'intervention, le monitoring sur la couverture médiatique de la campagne législative a aussi permis d'identifier comment les bénéficiaires de ladite formation en journalisme sensible aux conflits ont-ils capitalisé leurs acquis.

Comme à chaque période électorale, les médias publics sont régis par des dispositions exceptionnelles sous la direction d'un comité mixte incluant la Commission Electorale Nationale Indépendante (CENI), le ministère de la Communication et de la Culture ainsi que la direction de l'Office de la Radio et de la Télévision malgache (ORTM). Toutes les décisions concernant la couverture des évènements de campagne, surtout les spots de propagande requièrent l'aval du comité. Lors de la campagne des élections législatives de

2019, tous les candidats bénéficiaient de 4 minutes d'intervention gratuites sur la Radio Nationale Malagasy et sur la Télévision Malagasy. A la différence de la campagne présidentielle, le comité mixte n'a pas organisé de débat entre les candidats lors des députations.

Etant donné que les élections législatives sont des élections de proximité, la visibilité des candidats et la couverture que les médias locaux leur accordent ont aussi été prises en compte lors du monitoring. Bon nombre de candidats n'ont pas été couverts au niveau national mais été très présents dans les médias locaux situés dans les provinces autres que Tananarive. Le monitoring des médias locaux a permis de suivre l'évolution des actualités électorales de proximité ; mais aussi et surtout de voir comment ces médias traitent les foyers de tension existant dans les autres circonscriptions.

Pour comprendre l'évolution de l'actualité électorale et plus particulièrement, des conflits et violences électorales répertoriées durant la période électorale mentionnée, il convient de se référer à la Plateforme d'alerte précoce et de réponse rapide du projet PEV Madagascar <https://www.alerte.pevmadagascar.eu/>. L'analyse des médias ici s'intéresse surtout, à la manière dont les journalistes ont restitué les informations relevant de ces conflits et violences liées aux élections, auprès du public.

2 - Méthodologie d'analyse

En premier lieu, le monitoring part d'une analyse de contenu. Concrètement, il s'agit de décomposer, de décoder et d'examiner une unité d'analyse au sein d'une unité de contexte déterminée. Dans la présente analyse, les unités de contextes sont identifiées à partir de documents audiovisuels diffusés sur les ondes et les fréquences durant une période délimitée, durant la campagne électorale pour le cas qui nous intéresse. Les unités de contexte sont des émissions radiophoniques ou télévisées. Quant aux unités d'analyse, ce sont les sections identifiées comme étant porteuses d'éléments abordant la thématique prédéterminée et permettant d'effectuer le travail d'analyse. Pour ce faire, l'équipe d'analystes de l'Unité de Monitoring des Médias (UMM) a établi un échantillon des médias à analyser.

Comme l'UMM effectue des travaux de monitoring même en dehors de la période d'élections, les points traités durant la période de la campagne des élections législatives ont été établis à partir des éléments estimés plus pertinents pendant cette période. A cet effet, la

grille d'analyse utilisée n'était pas similaire à celle utilisée lors de la campagne présidentielle. D'une manière générale, les analyses ont permis d'identifier le changement de posture des médias comparée à celle lors du scrutin présidentiel, que ce soit ceux d'Antananarivo ou des régions.

3 - Echantillon d'analyse

Pour établir l'échantillon des médias à analyser, des paramètres ont été considérés afin de respecter la diversité et la représentativité. Concernant l'échantillon des médias dans la capitale, le choix a été motivé par la propriété des stations, c'est-à-dire à quel groupe de médias et à quelles personnalités elles appartiennent ; la position politique de ces stations, les types d'émissions qu'ils diffusent et leur taux d'audimat ; la remontée des informations régionales dans ces médias a également été prise en compte.

Les chaînes nationales, la TVM et la RNM sont incontournables dans la détermination de l'échantillon. Les radios disposant d'une émission interactive ainsi que les chaînes de télévisions ayant des émissions de débats dans leurs grilles de programme ont été prioritaires. Pour des raisons logistiques et de ressources, il fallait choisir entre une radio ou une télévision pour un même groupe de médias. L'UMM s'est aussi intéressée aux médias établis au niveau de certaines régions d'intervention du projet PEV ; à savoir, Antsiranana, Mahajanga, Fianarantsoa, Toliara et Morondava. Les analyses effectuées dans ces localités ont été consacrées sur les informations locales, c'est-à-dire celles qui n'ont pas été traitées par les médias de la capitale.

Les travaux d'analyse ont été effectués sur des bandes enregistrées. Pour les radios, les enregistrements ont été faits entre 7h et 16h ; quant aux chaînes télévisées, ce fut de 16h à minuit, du lundi au vendredi.

Tableau de l'échantillon d'analyse des médias audiovisuels

Lieu	Médias analysés (TV et Radio)
Tuléar	Radio Le Buffet, Radio Fanambarana ou RFA, RTS, Radio Soatalily (RNM), MBS
Tananarive	MBS, Free FM, Antsiva, RNM, TV/Radio Plus, Viva TV, Kolo TV, TVM, I-BC
Majunga	M3TV/FM, RTA, Viva TV, TVM, RTN ou Radio Tele Nakay
Fianarantsoa	Radio Tsiry, Viva Radio, TNTV, TV Matsiatra, Radio SAVA, Radio Université, MBS, RFOne
Morondava	RFM, Radio Fanasina, TVM Kolondoy, RNM Kolondoy, MBS Radio

II. RESULTATS DE L'ANALYSE DES MEDIAS AUDIOVISUELS DANS LA CAPITALE

Cette partie retracera les résultats des analyses effectuées sur les médias privés d'Antananarivo. D'une manière générale, l'environnement médiatique a été calme durant la période de l'analyse. Contrairement à la période de la présidentielle, les animateurs et les chroniqueurs ont choisi de ne pas aller dans les détails des activités de campagne. Ils en ont parlé mais à titre d'information et dans le cas où un candidat intervenait dans l'émission.

1. – Changement dans les grilles de programme

La plupart des médias analysés n'ont pas modifié leurs grilles de programme. Contrairement à ce qui s'est passé lors de la propagande présidentielle, le collectif des chroniqueurs des radios ayant les mêmes tendances politiques n'ont pas produit d'émission d'analyse ou de chronique ; chaque station s'est organisée selon sa grille de programme. Les spots de campagne ont été diffusés soit pendant les pages publicitaires soit à une fréquence libre selon l'organisation au sein des médias.

Des chaînes ont annoncé qu'elles sont ouvertes à tous les candidats et toutes les tendances politiques mais peu d'acteurs politiques se sont manifestés. La radio **ANTSIVA** a, par exemple, fait savoir qu'elle ouvre ses ondes à tous les participants à la course à la Chambre Basse, sans exception. Ces derniers pouvaient apporter leurs supports sonores prêts à être diffusés dans les éditions de journaux ou lors des émissions spéciales. Cependant, pas plus de cinq candidats ont répondu à la sollicitation. Le manque d'enthousiasme des candidats pouvait être justifié par le fait que les activités de campagne des élections de proximité se passent essentiellement sur le terrain. La plupart des candidats ont préféré descendre directement dans les circonscriptions où ils se présentaient au lieu de passer par les médias audiovisuels. **ANTSIVA** elle-même a constaté ce fait et a évoqué le manque de débats d'idées dans cette course. En outre, les échos de campagne ont été diffusés lors des éditions des journaux, d'autant que la grille de programme du média n'a pas été modifiée pour les besoins des législatives. C'est le cas par exemple pour **VIVA TV** et **KOLO TV**.

2. – Les interventions dans les émissions interactives et les émissions d’analyse

Les prises de parole dans les émissions interactives et les chroniques ont été moins virulentes comparées à celles de la campagne présidentielle. Il a été constaté que les auditeurs abordaient beaucoup de sujets liés aux élections ; tandis que les animateurs, pour leur part, ont choisi de parler d’autres sujets, tels que les activités du gouvernement et des faits sociaux. Pour le cas du **Free FM**, comme son principal chroniqueur Fetra Rakotondrasoa a été candidat dans le district de Miarinarivo, les auditeurs ne l’ont entendu à l’antenne que deux fois durant la période d’analyse.

Par le biais des émissions interactives, les médias audiovisuels ont bien joué leur rôle de source d’informations pour alimenter la plateforme d’alerte du projet PEV durant la campagne législative¹. Les intervenants dans ces émissions ont relayé les faits qu’ils ont observés dans les meetings et les déplacements des candidats dans les fokontany. Un auditeur de la radio **ANTSIVA** a indiqué qu’un candidat a été hué par le public dans un marché. Un fait qui l’a choqué, a-t-il précisé, car c’est la preuve d’un manque d’éducation. Il a profité de sa prise de parole pour sensibiliser les citoyens à respecter les candidats lors de leurs déplacements même s’ils ne partagent pas la position et le point de vue des prétendants à l’Assemblée nationale. Il aussi été rapporté par un autre auditeur qu’un candidat de « Isika Rehetra Miaraka amin’i Andty Rajoelina » (IRMAR ou Plateforme de soutien à Andry Rajoelina) a profité d’une réunion des parents d’élèves d’une école primaire publique pour faire sa propagande.

Les émissions interactives ont servi de tribune de dénonciation publique et de propagation de rumeurs dans certains cas. A titre d’exemple, la candidate de l’IRMAR dans le deuxième arrondissement de la capitale, Lanto Rakotomanga, a été critiquée par deux auditrices de la radio **Free FM**. Elles ont soutenu qu’Andry Rajoelina aurait dû choisir une autre personne car l’ex députée a déjà trompé les habitants de sa circonscription lors de la dernière législature. Un autre auditeur de la station a rapporté que des candidats ont distribué de l’argent aux habitants de certains fokontany et ont demandé en contrepartie, les cartes d’identité de ceux qui ont accepté leurs « cadeaux ». L’intervenant a demandé à la CENI de doubler la vigilance et de prendre les mesures nécessaires ; à l’endroit des électeurs, il a encouragé le vote responsable.

Les analyses des émissions interactives ont démontré que les citoyens se sont conscientisés entre eux. Des mises en garde ont été lancées, et nombreux sont ceux qui ont sensibilisé

¹ <https://www.alerte.pevmadagascar.eu/>

leurs concitoyens de ne pas se laisser impressionner par les « beaux discours » des politiciens et leurs promesses. D'autres ont insisté sur les rôles des parlementaires, à savoir que la construction des infrastructures ne fait pas partie de leurs missions principales.

Les chroniques de la radio **ANTSIVA** abordaient plus souvent le thème des élections législatives. A titre d'illustration, les chroniqueurs de la station ont réagi aux affiches des candidats qui sont posées sur les lieux publics où elles sont interdites. Par ailleurs, des membres de la société civile et des personnalités politiques ont haussé le ton par rapport aux sommes jugées « astronomiques » dépensées par certains candidats. Des protestations ont été relayées sur les ondes, mais « on ne devrait pas s'en plaindre », ont ironisé les chroniqueurs de la radio **ANTSIVA**, puisque « ce sont les députés eux-mêmes qui ont décidé de supprimer la détermination d'un plafonnement des fonds de campagne dans le code électoral. En conséquence, les électeurs assistent à une compétition d'étalage de fortunes ».

3- Les propos incendiaires dans le traitement des informations

Aucun propos incendiaire grave n'a été enregistré dans les médias audiovisuels de la capitale durant la période d'analyse. Même si certains médias se sont montrés hostiles vis-à-vis de leurs concurrents, il n'y a eu aucun dérapage alarmant. Les médias audiovisuels ont servi surtout à démentir les rumeurs dont les candidats s'estimaient victimes et à dénoncer les concurrents politiques.

Un candidat de Toliara I a notamment réagi sur la **TV Plus** par rapport à des tracts qui circulaient dans la ville du Soleil, l'accusant d'avoir conclu un pacte avec le diable. Il s'est plaint d'une diffamation et d'une attaque personnelle à son encontre et a démenti ces rumeurs.

Sur **MBS**, la secrétaire générale du TIM, Olga Ramalason a, pour sa part, dénoncé des « irrégularités perpétrées par des candidats de l'Etat ». Elle a évoqué l'utilisation des biens publics, notamment les véhicules administratifs à des fins de propagande. La sénatrice a interpellé la CENI à prendre les mesures nécessaires pour que de telles infractions ne restent pas impunies. Auparavant, soit une semaine après le coup d'envoi officiel de la propagande, Olga Ramalason a dénoncé des injustices, des menaces, et des abus perpétrés par le camp IRMAR. Elle a aussi fait part des chantages qu'auraient subis certains fonctionnaires pour qu'ils soutiennent les candidats portant la bannière orange.

Par ailleurs, l'animatrice de **MBS** a propagé des rumeurs à l'encontre des adversaires politiques d'Andry Rajoelina, en occurrence le camp Ravalomanana lors de l'émission « Dinika Ambany Tafotrano ». Elle a accusé les candidats députés du parti Tiako I Madagasikara ou TIM d'avoir proféré des menaces à peine voilées et des propos haineux à l'endroit des aspirants parlementaires IRMAR. Elle a alors averti que si les « cravates rouges » remportent la majorité à l'Assemblée nationale, ils ne feront que semer le trouble dans le pays, **VIVA** a même estimé que si tel était le cas, les députés TIM seraient capables d'orchestrer un coup d'Etat.

La Haute Cour Constitutionnelle a notifié que l'utilisation de la dénomination « Isika Rehetra Miraka amin'i Andry Rajoelina » ne constitue pas une violation de la loi. La radio **ANTSIVA** est revenue sur le sujet dans une de ses chroniques, mais en le traitant sous un autre angle. La station a rappelé que les dispositions de l'article 49 de la Constitution interdisent au Chef de l'Etat de participer aux activités d'un parti politique. Or, des candidats portant le dossard orange ont déclaré qu'ils sont les candidats de l'Etat et qu'ils ont obtenu la bénédiction du Président, dénonce la station.

Sur **Free FM**, le candidat Fetra Rakotondrasoa a dressé un bilan du déroulement de la campagne électorale en général, et a dénoncé également les différentes formes de pression que des candidats feraient subir à des fonctionnaires de l'éducation nationale dans les circonscriptions rurales. Fetra Rakotondrasoa a rapporté que lui-même a été victime d'intimidation.

Toujours sur **Free FM**, le candidat Harivola Ravelonahiana a dénoncé un concurrent qui a commencé sa propagande avant le coup d'envoi officiel. Ce dernier convoquait tous les chefs fokontany du deuxième arrondissement, d'après les précisions de l'invité, il leur a donné de l'argent, des ordinateurs et d'autres matériels. L'un des chefs fokontany a refusé de collaborer, et a été menacé de limogeage en conséquence, a-t-il informé.

RNM a fait part de la déclaration faite par le collectif des 20 maires d'Antsirabe. D'après les précisions de leur porte-parole, ils ont été victimes des propos dénigrants de certains candidats et de leurs partisans. Ainsi, les membres du collectif ont mis les candidats en garde d'arrêter de semer des rumeurs sur leur vie privée. Ils les ont exhortés de se comporter en « raiamandreny » ; autrement, ils remettront l'affaire entre les mains de la Justice.

4 - Les bonnes pratiques en matière de sensibilisation électorale

L'effort des médias et des journalistes en matière de sensibilisation et d'éducation électorale a particulièrement marqué cette campagne législative du 2019. Presque toutes les radios et télévisions ont sollicité les électeurs à descendre aux urnes et faire un vote responsable. Les médias ont tenté de motiver les citoyens à participer au processus électoral.

La radio **MBS** a expliqué à ses auditeurs à travers des théâtres radiophoniques, les rôles et attributions des députés. Elle a aussi développé le système de fonctionnement de la Chambre basse ainsi que le rapport de pouvoir qui y existe, dont l'importance d'obtenir la majorité parlementaire. Le théâtre radiophonique a été le format le plus souvent utilisé par la station pour mobiliser et informer ses auditeurs durant la période électorale. Une autre fois, elle a mis en scène deux citoyens qui discutaient des rôles et attributions d'un député. Les acteurs n'ont pas oublié de parler de l'idéal type d'un parlementaire. A travers cette petite scénette, la station a dénoncé les mauvaises pratiques qui ont entraîné la mauvaise réputation des membres de l'Hémicycle, notamment le changement de camp politique en fonction des intérêts politiques. Par contre, la station n'a pas manqué de glisser dans le jeu de rôle, une affirmation précisant que les députés du comité de soutien de Marc Ravalomanana, le K25, eux, seront fidèles et ne seront pas influençables. La candidate Hanitra Razafimanantsoa a été aussi entendue sur les ondes de **MBS** pour sensibiliser les électeurs à aller vérifier leurs noms dans la liste électorale.

Une des journalistes de **Free FM** a, pour part, insisté sur le respect de la loi en période électorale. Elle a particulièrement mis l'accent sur les dispositions légales précisant les endroits où il est interdit de mettre des affiches. Les clôtures et les murs des bâtiments administratifs, des églises, des bâtiments et édifices culturels, les patrimoines et les objets et lieux historiques, les bâtiments et habitations privés (sauf autorisation des propriétaires), les panneaux publicitaires, ont été cités.

Les discours de sensibilisation au vote sont cependant tendancieux à certaines occasions. Par exemple, les intervenants de l'émission interactive « Anao ny fitenenana » sur **Free FM** ont sensibilisé les auditeurs à voter pour les candidats IRMAR. L'animateur n'a émis aucun commentaire par rapport à cette propagande.

Sonder les avis des citoyens par le biais des micros-trottoirs est une pratique courante de **VIVA TV**. La station les a utilisés soit en guise d'illustration de faits soit pour introduire un sujet de débat mais également soutenir son positionnement politique. En effet, **VIVA** n'a pas caché son alignement aux médias pro-pouvoir, que ce soit dans le traitement des

informations, ou dans les analyses politiques ou encore dans le choix de ceux qui sont intervenus sur le plateau de la chaîne. Pour mesurer la motivation des électeurs à aller aux urnes, **VIVA TV** leur a directement posé la question. Cela lui a permis d'affirmer que les électeurs sont prêts à voter pour les aspirants députés IRMAR. Les interviewés ont soutenu qu'il faut être proche du régime en place pour pouvoir collaborer avec le Chef de l'Etat dans la mise en œuvre de son programme. Aussi, lors de l'émission DATA du 17 mai, **VIVA TV** a réalisé un micro-trottoir sur ce que le public estime être le profil type d'un député. Les interviewés ont déclaré qu'un député devrait être quelqu'un d'intègre, honnête, patriotique et disposant d'un minimum de connaissance en droit. En même temps, **VIVA TV** n'a pas caché son parti pris en faveur du camp IRMAR le long de cette émission. Elle a souligné que seuls les députés proches du pouvoir pourront contribuer à la mise en place de la stabilité politique dans le pays, étant donné qu'ils adhèrent aux visions de l'Exécutif. L'animatrice de DATA a dit que les candidats de la plateforme IRMAR connaissent les attentes et les besoins de ceux qu'ils représentent. Elle a, en outre, indiqué que les élections législatives sont des scrutins de proximité qui détermineront le rapport de force au sein de l'Assemblée Nationale.

ANTSIVA ne manque pas d'interpeller les différents responsables en vue du bon déroulement des élections. Elle a rappelé, entre autres, que des concurrents de l'IRMAR ont été aperçus aux côtés d'Andry Rajoelina lors de ses descentes dans les quartiers d'Antananarivo et lors de ses déplacements dans les régions. La radio a mis ce dernier en garde que cela risquerait d'être interprété comme une violation de texte. Aussi, les IRMAR devraient arrêter de dire qu'ils sont des candidats de l'Etat, interpelle la radio. La station a souligné qu'il fallait mettre fin au culte de personnalité. Ensuite, elle a constaté que lors de ses déplacements, le Président a encore formulé des discours pleins de promesses, mais « cela risquerait d'induire les électeurs en erreur », a estimé la station car ils penseront que l'élection des candidats IRMAR sera la condition de réalisation des promesses présidentielles.

Par le biais de son émission « Micro-trottoir », **KOLO TV** a pu sonder les avis et le comportement des citoyens face à la tenue des députations. Parmi les sujets d'interview soulevés durant la période d'analyse, trois ont concerné les élections : Que conseillez-vous pour la tenue d'une élection paisible et crédible ? (6 mai) Quels sont d'après-vous les rôles et attributions d'un député ? (8 mai) et quel est pour vous l'intérêt d'aller voter ? (23 mai). Lors de l'émission du 23 mai, le reporter a encouragé les interviewés à informer leurs concitoyens sur l'importance du scrutin et les sensibiliser à aller voter.

Concernant la télévision **I-BC**, il a été constaté qu'il y a eu moins de dérive sur la chaîne. Aucun dérapage n'a été identifié, les journalistes ont opté pour un langage impartial et apaisant. A travers un sondage d'opinion, la chaîne a restitué les représentations d'un député d'après les avis des citoyens. **I-BC** a ensuite demandé des explications auprès d'un membre de la société civile qui a fourni des détails sur les vrais rôles des parlementaires (Journal Parlé ou JP du 7 mai). Un micro-trottoir sur l'importance du vote a été également diffusé sur la chaîne. Face aux diverses dérives constatées sur le terrain, **I-BC** a aussi pris la peine de dépeindre le climat du processus électoral. Selon la chaîne, les règles devraient être claires et que tous les acteurs s'y conforment. D'après le juriste Mickael Solofoniaina, les institutions doivent assumer leurs responsabilités, les candidats devraient adopter une vraie éthique politique et respecter les valeurs républicaines.

TV Plus a aussi opté pour les micros-trottoirs, la station s'est enquis des choix de la population pour connaître ce qu'elle attend des députés. Beaucoup ont affirmé leur déception en pensant à la précédente législature. Aussi attendent-ils que les successeurs remplissent fidèlement leur rôle de porte-parole du peuple et qu'ils agissent toujours dans l'intérêt de ceux grâce à qui ils ont accédé à leurs postes.

5 – La visibilité des candidats dans les médias privés de la capitale

Les candidats de la plateforme politique IRMAR ont été les plus vus et entendus dans les médias audiovisuels de la capitale. Aussi, même si les radios et les télévisions privées ont indiqué qu'elles étaient ouvertes à toutes les tendances politiques, certaines ont uniquement couvert les concurrents issus d'un seul front politique.

C'est le cas de la radio **MBS**. Seuls les candidats du parti Tiako i Madagasikara ont été entendus sur ses ondes. Par le biais d'un court théâtre radiophonique, la station a insisté que les candidats du TIM sont fiables pour le rôle de député. La forte présence de la Secrétaire Générale du TIM, Olga Ramalason sur la station a aussi été constatée. Elle plaidait souvent en faveur des candidats de la formation politique.

Le principe de pluralisme politique n'a pas non plus été respecté par la télévision **VIVA**. En effet, elle a octroyé une large couverture aux candidats de l'IRMAR. Les spots de campagne de ces derniers ont été matraqués sur la chaîne ; les échos de leurs campagnes de propagande ont été relayés dans le « Journal de Campagne », une nouvelle rubrique qui a été incluse dans les éditions du journal télévisé. Durant la période d'analyse, seuls deux

candidats parmi ceux qui ont été couverts par **VIVA** n'étaient pas issus de l'IRMAR. Il s'agissait de Fy Andrianarison, candidate indépendante dans le district d'Ambohidratrimo et de Nicolas Randriamanisa, candidat indépendant dans le district de Mitsinjo. Concernant les spots et chansons de propagande, **VIVA TV** a diffusé uniquement ceux des candidats IRMAR.

D'autre part, **VIVA** a diffusé des spots de présentation de tous les représentants de l'IRMAR au niveau de toutes les circonscriptions électorales. Les photos et les noms des 11 candidats issus de la province d'Antsiranana, des 21 candidats de la province de Mahajanga, des 23 candidats de la province de Toamasina, des 25 candidats de la province d'Antananarivo, des 31 candidats de la province de Fianarantsoa et des 21 candidats de la province de Toliary ont été matraqués sur la chaîne. En tout, 132 prétendants à l'Assemblée nationale portant le dossard orange ont bénéficié, au moins, d'un temps d'antenne sur **VIVA TV**. La chanson de propagande des candidats de l'IRMAR a aussi été diffusée à plusieurs reprises. Toujours dans cet élan de favoriser les candidats de la plateforme présidentielle, la chaîne a invité le Secrétaire national du parti Tanora malaGasy Vonona ou TGV, Hery Rasoamaromaka sur le plateau de son émission hebdomadaire DATA. L'invité a fait savoir que les candidats de l'IRMAR ont été triés sur le volet et qu'ils ont fait l'objet d'une enquête de moralité avant d'être acceptés comme porteurs de fanion de la plateforme. Hery Rasoamaromaka a assuré qu'ils possèdent une éthique politique et disposent tous d'un minimum de connaissance en droit. **VIVA TV** a affiché sa position en indiquant que seuls les députés proches du pouvoir peuvent adhérer et contribuer à la mise en œuvre de la Politique générale de l'Etat basée sur les 13 engagements du président de la République.

Cependant, il a été constaté que la candidate du 2^{ème} arrondissement, Lanto Rakotomanga, celle du 3^{ème} arrondissement, Ny Aina Rafenomanantsoa et la candidate de l'IRMAR à Toamasina Irmah Naharimamy ont été plus vues et entendues que les autres candidats. A ce propos, Ny Aina Rafenomanantsoa a aussi été invitée sur le plateau de l'émission spéciale de la **VIVA TV**. Ce fut une occasion pour l'ancienne députée de retracer son parcours politique et professionnel.

La **TV Plus** a été l'une des chaînes qui n'affichait aucune orientation politique visible. Certes, une affluence des candidats de l'IRMAR a été constatée, mais d'autres prétendants y ont bénéficié aussi d'un temps d'antenne. Les candidats Todisoa Randriamampandry du K25, Rastany du K25, Liva Rafanomezantsoa candidat indépendant à Antsirabe II, Nicole Véronique Rajerison de l'Union Nationale pour la Refondation et la Reconstruction de Madagascar, Naivo Raholdina, candidat IRD, Siteny Randrianasoloniaiko, Hanitriniala

Fanantenana de l'IRD et le candidat indépendant d'Atsimondrano, Harijaona Randriarimalala ont été parmi ceux qui ont été vus sur la chaîne. Pour la plupart, **TV Plus** a rapporté les échos de leurs campagnes durant les éditions des journaux. En plus, la télévision a ouvert le plateau de son « Emission spéciale » à tous participants à la course à l'Assemblée nationale, bien que seul le candidat de l'IRMAR dans le 5^{ème} arrondissement de la capitale, Naivo Raholdina ; Lisy Ralitera, candidate indépendante dans le district d'Avaradrano ; Honoré Rasolofonjatovo, candidat IRMAR à Faratsiho ; et Fenosoa Ralandisoa, candidate indépendante dans le 3^{ème} arrondissement en ont profité.

La radio **Free FM** ne sort pas du lot, puisque peu de candidats ont été entendus sur la station. D'abord, par rapport aux spots et chansons de campagne. Le candidat du 4^{ème} arrondissement Paul Bert Rahasimanana et celui d'Atsimondrano, Andry Ratsivahiny, tous deux issus de la formation politique IRMAR, ont été parmi les seuls à avoir choisi **Free FM** pour faire passer leurs supports de campagne. La diffusion de leurs sports et chanson de propagande se faisait presque toutes les heures après les tops horaires. Les activités de campagne d'autres candidats ont été rapportées lors des éditions de journal à midi.

D'ailleurs, les préparatifs et le déroulement de la propagande ont été peu soulevés sur **Free FM**. Son attention a été essentiellement focalisée sur les activités du gouvernement, en occurrence, l'adoption de la loi des Finances rectificative, le mouvement « Tagnamaro » et l'implantation des puces de géolocalisation sur les zébus. Toutefois, le jour du coup d'envoi de la campagne, l'animateur de l'émission « Anao ny fitenenana » n'a pas manqué de souhaiter bonne chance à Fetra Rakotondrasoa, chroniqueur de l'émission et non moins candidat de l'IRMAR dans le district de Miarinarivo. En conséquence de sa candidature, ce dernier a temporairement suspendu sa participation dans l'émission ; mais il est intervenu par appel téléphonique une fois. Deux autres candidats ont été invités dans « Anao ny Fitenenana », à savoir la candidate du troisième arrondissement, Fenosoa Ralandison et Harivola Ravelonahiana candidat du deuxième arrondissement de la capitale, tous les deux sont indépendants.

La radio **ANTSIVA** a couvert des candidats issus de différents fronts politiques. Un extrait des activités de campagne de Ny Aina Rafenomanantsoa, candidate de l'IRMAR dans le 3^{ème} arrondissement a été rapporté lors d'un journal parlé. D'autre part, Todisoa Andriamampandry, candidat du TIM dans le 6^{ème} arrondissement a été invité sur le plateau de la radio. Par ailleurs, les spots de Jaona Randriarimalala (indépendant à Atsimondrano), Andrianjato Razafindambo (6^{ème} arrondissement), Ny Aina Rafenomanantsoa (IRMAR, 3^{ème} arrondissement), Paul Bert Rahasimanana (IRMAR, 4^{ème} arrondissement), Felix

Randriamandimbisoa (DINIKE, 4^{ème} arrondissement), Stanislas Randrianarisoa (TIM, 2^{ème} arrondissement) ont été diffusés sur **ANTSIVA**.

La télévision **I-BC** a accordé une attention particulière au traitement des informations qu'elle a diffusées, si bien qu'aucun dérapage n'a été constaté. Pour ce qui est de la couverture des concurrents aux députations, les échos de campagne de Mamitiana Razafimandimby du parti Vonona sy Vanona dans le 5^{ème} arrondissement ont été relayés sur **I-BC**. La chaîne a également diffusé la chanson de propagande de Tania Avamanantsoa. A part cela, elle a aussi partagé la déclaration du collectif des 7 députés du 2^{ème} arrondissement. Ces derniers ont interpellé les différents acteurs concernant l'éventualité de fraudes le jour du scrutin. En appui de leur déclaration, ils ont fait part de l'existence de fausses cartes d'identité nationale, mais ils ont également évoqué les menaces et les différentes pressions qui pourraient survenir dans les bureaux de vote le jour du scrutin.

Au début de la campagne, **KOLO TV** n'a diffusé que les visuels des candidats IRMAR. Les candidats Heriniaina Andriambeloso, Ny Aina Rafenomanantsoa, Andry Ratsivahiny, Doda Andriamiasoa, Lanto Rakotomanga sont parmi ceux qui ont été couverts par **KOLO TV**. Mais au fil de la campagne, des candidats indépendants y ont bénéficié de temps d'antenne.

6 – La visibilité et la communication des entités en charge de l'organisation et de l'observation des élections

La forte visibilité de l'organe de gestion des élections a été évidente, que ce soit pour avertir, pour interpellé, pour rappeler ou pour dénoncer certaines pratiques. En effet, la CENI a beaucoup misé sur son image tout au long du processus des élections législatives. Presque tous les jours, au moins, un représentant de l'institution a été vu sur les médias. A la veille du premier jour de la propagande, la CENI a rappelé les règles du jeu. Elle a d'abord encouragé les candidats et leurs comités de soutien, ainsi que les médias à respecter les valeurs (soatoavina) malgaches. Elle a lancé un rappel à l'ordre concernant les provocations, les incitations à la haine et les violences sur toutes ses formes. La Commission a insisté sur les visuels des candidats puisqu'un tableau d'affichage a été mis à la disposition des concurrents auprès des fokontany. Toutefois, la Commission électorale a déclaré que même si elle constatera des dérapages et des irrégularités, elle n'est pas habilitée à appliquer des sanctions. Mais elle va porter plainte et notifier les institutions compétentes.

Une semaine après le début de la campagne, la CENI a constaté des irrégularités et les a dénoncées sur tous les médias. Des candidats de la plateforme IRMAR ont été pointés du doigt. D'après les précisions, ces derniers ont déclaré qu'ils sont des candidats de l'Etat. Selon la CENI, aucun prétendant à la Chambre Basse ne devrait dire qu'il est un « candidat d'Etat » étant donné que l'Etat lui-même doit rester neutre. En outre, des manifestations et des meetings ont été organisés sans avoir obtenu d'autorisation de la part de l'autorité compétente. Des affiches de propagande ont été observées sur des bâtiments publics. L'instance de gestion des élections a alors rappelé que les infractions à la loi peuvent entraîner la disqualification en plus d'une amende de 200 000 ariary. Ainsi, la CENI a annoncé qu'elle prendra les mesures nécessaires. Elle a donné six heures (à partir de l'identification de l'affiche) aux candidats et à leurs partisans pour enlever leurs affiches des endroits interdits. Dans le cas où les interpellés ne réagissent pas, l'institution prendra les mesures nécessaires. Il n'y aura aucun traitement de faveur ; même les employés de la Commission électorale seront sanctionnés s'ils commettent des bavures.

Par ailleurs, la Commission a fortement sensibilisé les candidats à nommer un Trésorier de campagne. A quelques jours de la descente aux urnes, plus de quatre cent candidats parmi les huit-cent dix retenus ne l'ont pas encore effectué. La CENI a rappelé à plusieurs reprises qu'il s'agissait d'une pratique de transparence prévue par la loi en vigueur. Un appel a aussi été lancé envers les candidats qui n'ont pas encore nommé leurs représentants au sein de la Commission.

D'autre part, l'organe de gestion des élections a fait l'objet de critiques tout au long du processus électoral. Sa neutralité a été remise en doute par les acteurs politiques et les membres de la société civile. En pleine période de campagne, le président de la République a effectué des descentes dans plusieurs quartiers de la capitale. Des candidats de la plateforme de l'IRMAR ont été aperçus à ses côtés durant ses visites. Officiellement, il était dans ces lieux pour voir l'avancée des travaux de réhabilitation de rues et de ruelles dans les quartiers victimes d'inondations pendant les périodes de pluies. Mais le fait de le voir accompagné de candidats a éveillé les hostilités. La CENI a donc été interpellée par rapport à cet incident. La Secrétaire générale du camp Ravalomanana, Olga Ramalason a haussé le ton. D'après ses dires, « les membres du parti TIM ont recensé plusieurs cas d'irrégularités. La Commission électorale, même si elle ne peut pas sanctionner, devrait dénoncer les irrégularités ; elle devrait remettre les doléances qu'elle reçoit auprès des juridictions compétentes ». D'ailleurs, la Commission a été également pointée du doigt car bon nombre de concurrents n'ont pas respecté les consignes concernant les affiches de propagande. En

réaction, son vice-président a été entendu sur les ondes, martelant que l'institution portera plainte pour les propos dénigrants et dévalorisants portés à son encontre, en rapport avec ces infractions à la loi électorale.

Il s'est avéré que la CENI se soit montrée intransigeante dans son langage dans les médias, en déclarant notamment qu'elle ne tolérera aucun dérapage. Elle a aussi fait preuve de transparence dans sa communication, et n'a pas hésité à dénoncer un membre de ses démembrements. En effet, le président de la CED (Commission électorale du district) d'Ihosy a été placé sous mandat de dépôt pour avoir élaboré une liste électorale fictive suite aux pressions qu'aurait exercées un candidat de la circonscription sur lui. Vingt autres employés de l'institution ont été renvoyés, selon la communication de la CENI.

Une semaine avant la descente aux urnes, la Commission électorale a informé les citoyens sur les étapes à suivre une fois dans le bureau de vote. Elle a également insisté sur les pièces nécessaires pour pouvoir participer au scrutin. D'ailleurs, les électeurs ont déjà été sollicités à vérifier leurs noms sur la liste électorale bien avant le début de la campagne électorale, notamment avant l'arrêtage de la liste dont la révision annuelle a commencé au début du mois de décembre 2018. La CENI en a aussi profité pour demander aux candidats de respecter le silence électoral.

L'éventualité de l'utilisation de carte d'électeur biométrique a également figuré dans les sujets évoqués par la CENI durant les préparatifs des scrutins législatifs. Cela figurait sur les recommandations formulées par des experts allemands pour l'amélioration de la gestion des élections à Madagascar. Autrement dit, la CENI a également voulu montrer l'image d'une institution efficace.

Le KMF/Cnoe a aussi été très actif sur les médias privés de la capitale. L'institution a sollicité la réaction des autorités compétentes par rapport aux irrégularités constatées. Elle leur a demandé de ne tolérer aucune violation de la loi. A plusieurs reprises, l'organisation a dénoncé des infractions ; à part les affiches sauvages, des fonctionnaires ont participé à des activités de propagande ou utilisé des biens publics à des fins de campagne. Le KMF/Cnoe a effectué plusieurs communications sur ces faits et a aussi encouragé les candidats à mettre fin à toutes les provocations. Le KMF/Cnoe a interpellé qu'ils ne sont pas des ennemis mais des concurrents. Par ailleurs, l'institution a attiré l'attention des acteurs électoraux et politiques sur les textes électoraux qui restent selon elle, « flous ». Comme l'éducation et la sensibilisation électorales figurent parmi les principales missions de la

structure, elle a profité de ses interventions sur les médias pour sensibiliser les électeurs à suivre les activités de campagne, de bien écouter les discours des candidats et de fixer le choix en conséquence. Les citoyens ont été mis en garde contre toutes formes d'achat de voix afin de faire un vote responsable.

L'Observatoire SAFIDY a aussi bénéficié de couverture sur les médias durant la période de campagne. Ses communications ont été surtout focalisées sur ses activités. SAFIDY a organisé des formations sur la sensibilisation et la mobilisation des électeurs. Elle a aussi formé des observateurs sur la procédure à suivre pour la réalisation de leurs missions, elle a dispensé des formations sur les lois électorales ainsi que sur les rôles et attributions des députés. Le déblocage d'un financement additionnel octroyé à la structure par l'Union européenne a aussi été entendu sur les ondes.

Le Conseil pour le Fampihavanana Malagasy a bénéficié d'une couverture sur les médias pendant la période de l'analyse. En collaboration avec d'autres structures, comme Transparency International Initiative Madagascar, le Bureau Indépendant Anti-Corruption ou BIANCO, le Service de Renseignements financiers ou SAMIFIN, l'association Justice et Paix, le Comité pour la Sauvegarde de l'Intégrité, la plateforme ROHY, l'ONG Tolotsoa, et le Haut Conseil pour la Défense de la Démocratie et de l'Etat de Droit ou HCDDDED, le CFM a élaboré une Charte de bonne conduite des candidats députés. Les structures en question ont médiatisé les engagements contenus dans cette Charte. Sachant que 60% des prétendants issus de la région Analamanga y ont adhéré, le CFM a encouragé les autres candidats à se manifester. Des ateliers ont été organisés dans les régions pour informer les candidats sur l'existence du document et sur son contenu.

La Commission Nationale Indépendante des Droits de l'homme ou CNIDH pour sa part a sensibilisé les électeurs sur leurs droits fondamentaux et sur leurs rôles en tant que citoyens responsables. Selon cette organisation, les élections législatives comportent des risques, d'autant que le climat a été un peu tendu. Il est nécessaire, selon la CNIDH, que tous les acteurs respectent les droits humains et les valeurs malgaches afin d'assurer le bon déroulement du scrutin.

La HCC a été peu médiatisée durant la période de propagande. Toutefois, elle a informé les candidats et les citoyens sur la parution d'un Guide sur les contentieux électoraux. Le document informe sur les procédures à suivre pour ceux qui ont des réclamations ou des requêtes à faire auprès de la HCC, sur le traitement de ces requêtes, ainsi que sur les différents types de sanctions prévues.

7- Les femmes en tant que sources d'informations

Le respect de l'équilibre du genre a été pris en compte durant les activités d'analyse. Il s'agissait de répertorier les sources d'information approchées par les journalistes. Il faut cependant reconnaître que les résultats dépendent de l'environnement et du contexte politique en général. Il n'est plus à préciser que les femmes restent encore faiblement représentées dans la sphère politique malgache.

Premièrement, concernant l'organisation des élections en général. La Commission électorale a été très souvent représentée par des hommes. Cela s'explique par le fait que son président, ses vice-présidents et son rapporteur général ont été les plus approchés par les médias et qu'ils sont tous des hommes. Mais **KOLO TV**, a tout de même accordé la parole à la Secrétaire exécutif Adjoint de la CENI, Hanitriniaina Ravaoharinirina.

Concernant les membres de la société civile. Les hommes ont été davantage vus et entendus par rapport aux femmes. Le président du KMF-Cnoe a représenté l'organisation à plusieurs reprises sur presque tous les médias audiovisuels pris dans l'échantillon. Toutefois, la vice-présidente nationale a également été approchée par les journalistes de **I-BC TV** plus d'une fois. D'ailleurs, il a été constaté que cette chaîne tient compte de l'équilibre homme-femme dans le choix de ses sources. Certes, les hommes ont été plus nombreux ; mais les femmes ont été aussi prises en compte dans les micros-trottoirs notamment. Un effort d'équilibrage a été ressenti dans la manière dont la télévision traitait des informations qu'elle a diffusées durant la période d'analyse. **I-BC** a aussi donné la parole à des représentants de l'Observatoire des élections SAFIDY, deux personnes ont été interviewées : un homme et une femme.

VIVA TV a adopté la même approche. La chaîne a sondé la motivation des électeurs à aller aux urnes et leurs avis sur le déroulement des préparatifs. Pour la réalisation de ces micros-trottoirs, le nombre de sources hommes et femmes a été similaire. Dans un de ces sondages, **VIVA** a questionné seulement des jeunes femmes. L'objet des échanges a été la

participation des jeunes aux élections et leur engagement dans la politique. Il a été constaté d'ailleurs que cette chaîne a accordé une attention particulière à l'implication des jeunes dans la vie publique. Elle s'est enquis de l'avis d'un responsable du ministère de la Jeunesse et des Sports sur le sujet. Le Directeur du civisme, de la paix et du développement durable a soutenu que les jeunes doivent contribuer au processus de développement car ils constituent plus de la moitié de la population et doivent assurer la relève. Pour en revenir à l'équilibre des genres, une couverture a été accordée à l'association "Vondrona Mira Lenta ho an'ny Fampanandrosoana" ou VMLF de la région Melaky sur la chaîne **VIVA**. Elle a reçu un financement en vue de la sensibilisation des habitants du district de Maintirano sur le « genre et développement ». Par la même occasion, les membres du VMLF ont exhorté les riverains à venir voter massivement le jour des élections.

La CNIDH, pour sa part, n'a pas bénéficié d'une large couverture, mais à chacune de ses apparitions, elle a été représentée par sa présidente Mireille Rabenoro.

Etant donné que la plupart des interventions des candidats sur les médias ont été payantes, le nombre d'apparition dépendait du nombre de temps d'antenne disponible et de la fréquence des couvertures requises par l'intéressé. En conséquence, il a été difficile de déterminer l'équilibre homme-femme. Toutefois, si les candidats de la plateforme IRMAR ont obtenu l'exclusivité sur la télévision **VIVA**, il a été constaté que deux femmes candidates ont reçu une couverture médiatique assez importante. Il s'agissait de Lanto Rakotomanga et de Ny Aina Rafanomenantsoa. Par ailleurs, la candidate d'Atsimondrano, Tania Avamanantsoa a bénéficié d'une large apparition sur **I-BC TV**.

D'autre part, il est important de mentionner qu'aucun propos sexiste ni d'avis dégradants sur les femmes ni sur les hommes n'ont été enregistrés.

III. LA COUVERTURE DE LA CAMPAGNE ELECTORALE SUR LES MEDIAS PUBLICS

En application des dispositions de l'article 110 de la loi organique 2018-008 du 11 mai 2018, tous les services de radiodiffusion et de télévision publics doivent veiller à ce que les candidats, les listes de candidats et/ou leurs comités de soutien bénéficient d'un accès équitable à l'antenne. Ainsi, un comité a été mis en place pour vérifier et valider les bandes sonores et les vidéos des candidats avant leur diffusion sur les chaînes nationales. Notons cependant que ce principe d'équité ne s'applique pas aux émissions véhiculant les lignes éditoriales.

La **Radio Nationale** et la **Télévision Nationale** ont réservé des plages gratuites pour la diffusion de ces bandes. En effet, pour la **RNM**, les spots de campagne gratuits ont été diffusés à 9h et à 15h30 et pour la **TVM** de 9h et à 15h. Aucun écho de campagne n'a été relevé dans les éditions de journal ; et ni la CENI ni l'ORTM n'ont prévu d'émission de débat pendant la période de propagande.

1- La visibilité des candidats

La **Radio nationale** a accordé un temps d'antenne de 3 236 minutes à répartir entre les quelque 800 candidats. Autrement dit, chacun des candidats a disposé de 4 minutes réparties en quatre tranches de 1 minute, durée qui a été respectée par ceux qui ont été entendus sur la station nationale. Les candidats qui ont utilisé leurs temps d'antenne gratuits sur la **Télévision nationale** ont aussi respecté les consignes. A noter que la diffusion n'a commencé que le 9 mai sur la **TVM**.

Comme sur les médias privés, les candidats n'ont pas été très motivés à profiter des temps d'antenne qui leur ont été alloués. Et d'après une information relayée par la radio **ANTSIVA**, des bandes prêtes à être diffusées envoyées par certains candidats n'ont pas été diffusées suite aux vérifications des responsables. Les candidats concernés auraient indiqué dans leurs bandes qu'ils étaient des « candidats de l'Etat ». Ainsi, bon nombre de candidats ont été absents de la scène nationale durant la période de l'analyse. Il faut également prendre en compte le facteur géographique, puisque beaucoup de districts sont éloignés de la capitale. De ce fait, faire parvenir les enregistrements jusqu'à Antananarivo pendant un délai

limité pour une diffusion limitée ne semblait pas intéresser les concurrents. Même les candidats de la capitale et ses alentours n'ont pas été très actifs sur les médias publics.

Par ailleurs, tenant compte de l'existence d'antennes de la **RNM** et de la **TVM** dans les différentes régions et districts, les participants à la course à la Chambre Basse ont essentiellement préféré intervenir dans ces médias locaux. Encore une fois, cela se justifie par le fait que la couverture régionale apparaît plus profitable quand il s'agit de scrutin de proximité. En outre, les horaires d'enregistrement préétablis par l'équipe de l'Unité de monitoring des Médias (UMM) n'ont pas permis d'assurer des analyses intégrales des médias publics durant la période de campagne.

Toutefois, les activités de campagne dans certaines localités ont été relayées dans l'émission « Ampitampitao » de la **RNM** ; mais sans traitement approfondi et en respectant un certain pluralisme politique. A titre d'exemple, il a été rapporté par le journaliste de la **Radio Nationale** de la localité qu'un culte œcuménique a réuni tous les candidats du district de Marovoay le jour du coup d'envoi de la campagne électorale. Quant à ceux de Miandrivazo, ils ont tous démarré leur campagne par des carnavals dans les rues de la ville. Le seul candidat couvert dans l'émission « Ampitampitao » a été le porteur du dossard de l'IRMAR, Jean Brunel Razafitsiandraofa lorsqu'il a rencontré les électeurs dans des fokontany de sa circonscription après avoir tenu un meeting au terrain communal d'Ikongo.

L'ouverture officielle de la campagne électorale dans quelques districts a également été rapportée sur la **Télévision nationale**. Un certain pluralisme politique a été relevé. Vololona Raherisoa (indépendant), Hariniaina Ratsimandratra (APM), Todisoa Andriamampandry (TIM), Fy Randrianarisoa (indépendante), Ange Andrianarisoa (AREMA), Paul Bert Rahasimanana (IRMAR), Anja Malala Rakotomavo (RTM), Honorine Rasoamalala (IRMAR), Armand Tazafy (Indépendant), Nirina Ravelohaniitra (indépendante) ont pu bénéficier d'une couverture médiatique sur cette station télévisée publique.

2- La visibilité des organes de gestion des élections sur les medias publics

Comme sur les médias privés, la CENI a été très présente sur les médias publics. Une communication de la CENI passe sur les ondes des médias publics quasiment tous les jours. La veille du premier jour de la campagne, l'organe électoral a rappelé les consignes que tous les acteurs électoraux, dont les candidats et leurs partisans doivent prendre en compte.

En général, les informations ont été similaires à celles diffusées par les médias privés. La fréquence de la communication a fait la différence. En outre, les médias publics ont fourni plus de détails et de précisions. Les informations sur les préparatifs au niveau des démembrements de la Commission électorale dans les régions et districts ont aussi été relayées sur la **RNM** et la **TVM**. L'acheminement et la distribution des matériels de vote, la formation des membres des bureaux de vote, et les rappels à l'ordre de l'organe électoral, le respect du silence électoral, la neutralité et l'impartialité de l'Administration publique, la solidarité nationale, la transparence dans la gestion des fonds de campagne ont fait partie de ces informations véhiculées par la CENI tout le long de la campagne électorale.

Les communications de la CENI ont consisté également à répondre aux interpellations des autres acteurs du processus électoral. Des manquements aux consignes concernant l'apposition des affiches ont été signalés par des membres des organisations de la société civile dans la ville de Fianarantsoa. Le Chef d'antenne de la CED, Jean Louis Razafimahatratra a précisé que les victimes peuvent porter plainte auprès du Tribunal. Par la suite, en réactions à la polémique durant les deux tours de la présidentielle concernant la carte d'électeur, la Commission électorale a indiqué que les électeurs utiliseront la même carte que celle utilisée en décembre 2018.

Lors des élections de 2018, la CENI a constaté des failles au niveau des délégués des candidats. Même s'il revient aux candidats de prendre en charge leurs délégués, l'institution a reçu des critiques à ce propos. En conséquence, elle a décidé d'organiser des ateliers de formation pour les candidats et leurs délégués. Hanitriina Ravaoharinirina, secrétaire exécutif adjoint de la CENI a indiqué aussi que l'absence des délégués de candidats est due au fait que la circonscription électorale est large, qu'il faut chercher des personnes en qui le candidat fait confiance, des personnes qui oseront défendre l'intérêt du candidat, qu'il revient aux candidats de prendre en charge leurs délégués : mais que certains candidats n'ont pas encore conscience de l'importance du rôle des délégués.

Par ailleurs, la CENI a énormément investi dans les spots et les chansons de sensibilisation électorale lors de ces scrutins. Des supports sur l'éducation citoyenne et l'importance de la participation au scrutin ont été diffusés sur les médias publics ; presque toutes les heures sur la **TVM**. Des sensibilisations sur l'inclusion des femmes et des personnes en situation d'handicap dans le processus ont été également entendues. Le public a aussi été informé sur les rôles de la CENI et la gestion des élections.

La HCC a été couverte par les journalistes des médias publics lors de la publication officielle du Guide des contentieux électoraux.

3- La visibilité de la société civile dans les médias publics

Des informations sur la participation de la société civile dans le processus électoral ont été communiquées par les médias ; mais seuls le KMF-Cnoe et l'Observatoire des élections SAFIDY ont été particulièrement cités. Les activités du projet PEV Madagascar et de l'EISA ou Institut Electoral pour une démocratie durable en Afrique ont aussi été relayées par les chaînes publiques. Il a ainsi été indiqué qu'à Bekily, 40 observateurs de SAFIDY ont été formés. Leur mission d'observation a commencé dès le jour du silence électoral. Ils ont été déployés dans 317 bureaux de vote. Le KMF-Cnoe, pour sa part, a multiplié les spots de sensibilisation sur la **RNM** et la **TVM**. La collaboration de « Développement et Paix » dans la réalisation de certains spots a été observée.

PEV Madagascar a aussi diffusé des spots de sensibilisation dont les contenus portent sur les rôles des membres de la Chambre Basse. Ces spots ont été réalisés sous forme de dessins animés. Des spots télévisés sur les procédures d'observation des élections produits par le projet PEV ont aussi été vus sur la télévision publique. Les autres spots du projet portent sur l'engagement des jeunes pour la paix, avec l'implication de l'association Liberty 32 qui fait partie des partenaires du projet.

4- La visibilité de l'administration publique dans les médias publics

Comme elle a sa part de responsabilité dans le bon déroulement du processus, l'administration publique est intervenue régulièrement dans les médias.

La plupart des interventions médiatiques des représentants de l'administration publique ont porté sur les interpellations au sujet du respect de la loi en vigueur et sur le maintien de la paix. Entendus sur les ondes de la **RNM**, le Chef du District de Maroantsetra, Raharison Mahatampo a exhorté les candidats et les comités de soutien de la circonscription à mettre fin aux dénigrement. Il les a réunis pour leur rappeler les bonnes conduites à adopter durant la propagande.

Dans cette même optique, le Délégué de la Communication et de la Culture de Maroantsetra s'est aussi entretenu avec les responsables des entreprises de médias locales. A l'issue de

cette rencontre, il a été convenu qu'aucune intervention directe à l'antenne ne sera permise aux candidats, seules les bandes sonores et vidéos préenregistrées seront diffusées.

Dans la capitale, le Directeur général du ministère de la Communication, Tiaray Fanahimanana a invité sur le plateau de la **TVM**. Lui aussi a encouragé les concurrents à mettre fin à toutes formes de provocation, de propos haineux et de prioriser le fihavanana. Tiaray Fanahimanana a particulièrement insisté sur la communication sur la toile, notamment sur les réseaux sociaux. Il a aussi mis en garde par rapport à la diffusion de fausses informations et de rumeurs. Dans la foulée, il a fait savoir l'ouverture des quelques radios pirates dans certaines régions. Elles ont commencé à émettre depuis le début de la campagne. L'invité a d'abord demandé aux propriétaires de ces radios de cesser de diffuser. En cas de refus, le ministère prendra les mesures nécessaires. L'objectif de ces radios pirates est celui de promouvoir des participants à la course législative.

D'ailleurs, la forte visibilité du ministère de la Communication et de la Culture, en occurrence de la ministre Lalatiana Rakotondrazafy-Andriatongarivo et du président de la République a particulièrement attiré l'attention durant la période d'analyse. En effet, plusieurs fois en une journée, des spots de sensibilisation et des publi-reportages sur les bienfaits de la lecture et des spots de mobilisation sur le mouvement « Tagnamaro » ont été matraqués sur la **TVM**. La ministre de la Communication est apparue presque sur tous les supports. Des journalistes ont réalisé un reportage sur elle et sur sa passion pour la lecture. L'interview a été réalisée chez elle dans sa bibliothèque. Un autre spot la montrait en train de lire un conte à des enfants. En une après-midi, ces vidéos ont été diffusées au moins trois fois. En outre, les activités du ministère de la Communication et de la Culture ont été relayées dans les journaux parlés.

Un spot d'information sur le début de réalisation des promesses d'Andry Rajoelina a aussi été matraqué sur la **TVM**. La vidéo porte sur l'arrivée des « vary mora » (riz à prix bradé) à Madagascar. La vidéo comporte aussi des extraits de ses meetings et de ses bains de foule.

Le discours du Chef du gouvernement est apparu autoritaire vis-à-vis de l'administration, durant la campagne des législatives. Le Chef du gouvernement, Christian Ntsay a réagi à la participation de certains fonctionnaires de l'Etat dans la campagne électorale. Christian Ntsay a reconnu que des fonctionnaires font l'objet de pression pour soutenir des candidats, dont des employés du 4^{ème} arrondissement de la capitale qui ont apporté leur témoignage. L'Exécutif a annoncé qu'il prendra les dispositions requises pour y mettre un terme.

Par le biais de son Commandant de la Gendarmerie Nationale, le Général Andriajanaka Njatoarisoa, a sollicité les candidats, leurs comités de soutien et les citoyens à maintenir le calme et la paix malgré les divergences d'idées et de points de vue. Le ministère de la Sécurité publique a informé que des éléments de la Police nationale ont été déployés dans toute l'île pour assurer la sécurisation des scrutins.

Le discours s'est vu rassurant de la part du ministère de l'Intérieur. Le ministre Tianarivelo Razafimahefa a affirmé sa neutralité dans la gestion des élections législatives. Dans la foulée, il a encouragé les candidats à mettre fin à toutes formes de provocation. Aussi, il a remercié le peuple malgache d'avoir fait preuve de sagesse en maintenant la paix et le calme.

5- Les bonnes pratiques des journalistes des medias publics

Il a été relevé lors des travaux d'analyse que la **RNM** et la **TVM** ont contribué dans l'éducation et la sensibilisation électorales. Sur la **RNM**, les animateurs ont informé les auditeurs sur les endroits interdits aux affiches de propagande. Par la même occasion, ils ont encouragé les citoyens à dénoncer les irrégularités auprès de la CENI. Les sensibilisations pour le vote responsable se sont succédé sur la **RNM**. Aussi, les auditeurs ont été informés sur les rôles des parlementaires et l'importance de l'Assemblée nationale dans un système démocratique comme celui de Madagascar.

Quant à la **TVM**, elle a réalisé des reportages pour donner plus de détails aux téléspectateurs sur l'avancement des préparatifs des scrutins. Elle a parlé des stratégies utilisées par les candidats pour convaincre les électeurs et des mauvaises pratiques des candidats. Elle a mis en garde les électeurs contre les abus et de ne pas se laisser entraîner dans les conflits politiques.

Un reportage informant sur les contentieux électoraux a également été vu sur la **TVM**. Ce reportage a été réalisé avec la contribution de la CENI. Fano Rakotondrazaka, Rapporteur général de la Commission électorale y fournit des précisions sur la procédure à suivre. Ainsi, il a indiqué qu'il n'y pas d'autres preuves plus tangibles que les procès-verbaux, raison pour laquelle tous les candidats devraient avoir des délégués dans chaque bureau de vote.

IV. RESULTATS DE L'ANALYSE DES MEDIAS AUDIOVISUELS DANS LES REGIONS

Des activités de monitoring ont aussi été effectuées dans quelques zones d'intervention du projet PEV Madagascar. Antsiranana, Mahajanga, Fianarantsoa, Toliary et Morondava sont concernés.

1. Antsiranana

Il a été confirmé que les candidats issus d'Antsiranana ont privilégié les médias locaux pour faire part de leurs activités de campagne. Quatre médias, à savoir la télévision publique **VARATRAZA**, la radio **FANIRY**, la radio **JUPITER** et la radio **MBS** ont fait l'objet d'analyse.

De nouvelles émissions ont été intégrées dans les grilles de programme durant la période de propagande. La télévision **VARATRAZA** qui est l'antenne de la TVM dans cette localité, en a créé deux dont l'une dénommée « Safidiko ». Il s'agit d'un programme rapportant les activités des prétendants à la Chambre basse. La deuxième nouvelle émission mise en place par la même chaîne s'intitule « Fandresen-dahatra, fifidianana solombavam-bahoaka eto Antsiranana » qui octroyait à chaque concurrent une intervention d'une minute. Cependant, certains téléspectateurs de la télévision **VARATRAZA** ont fait la remarque qu'ils ont eu du mal à distinguer les deux émissions en question.

Concernant la posture des médias durant la période de campagne, la télévision **VARATRAZA** a été la plus objective. Presque tous les candidats ont été relayés sur la chaîne. Elle a ouvert son plateau à tous les prétendants à l'Assemblée nationale ; et grâce aux deux nouvelles émissions introduites dans la grille de programme, ces derniers ont eu le choix, sans parler des échos de campagne rapportés dans les éditions du journal. Des chansons de propagande ont aussi été entendues sur **VARATRAZA**. Par ailleurs, la chaîne se distinguait par le débat des candidats qu'elle a organisé au Palais du Faritany d'Antsiranana le 15 mai. Le public pouvait aussi y participer en posant des questions aux invités.

La candidate de la plateforme IRMAR, Jocelyne Maxime a obtenu davantage de couverture médiatique comparée à ses concurrents sur l'ensemble des stations de la localité, et surtout sur **VARATRAZA**. En effet, elle a multiplié les interventions tout au long des vingt jours de campagne. Ses rencontres avec la population ont été marquées par des distributions de

dons et de cadeaux. Dans cette campagne pour sa réélection, l'ancienne députée a misé dans son discours sur le fait qu'elle est une « vraie fille d'Antsiranana ». D'ailleurs, la candidate a accordé une attention particulière aux femmes dans ses discours ; et les femmes sont souvent représentées en grand nombre dans ses meetings. Il a été constaté que la plupart des interviewés qui ont déclaré leur soutien pour la candidate sont des femmes. La fois où elle a demandé pardon aux Antsirananaises a été rapportée dans les médias. En effet, la politicienne s'est excusée pour les responsabilités qu'elle n'a pas assumées et pour les obligations qu'elle a manquées dans le passé. La candidate a été vue en larmes sur l'extrait du meeting diffusé sur la télévision **VARATRAZA**. Jocelyne Maxime a aussi promis de donner la somme de 5 millions d'ariary au fokontany où elle obtiendra le plus de voix. D'après les précisions, il ne s'agit pas de soudoyer les électeurs mais de les encourager à aller voter.

Papa Soulé a aussi bénéficié d'une large couverture sur les médias. Il a d'abord gagné l'exclusivité sur la radio **MBS** ; mais il a également été couvert par d'autres médias, notamment par la télévision **VARATRAZA**. Le candidat a soutenu des discours qui semblent s'adresser à sa concurrente de la plateforme IRMAR. Pour Papa Soulé, être natif d'Antsiranana n'est pas important, contrairement à la volonté, au désir et à la détermination d'amener cette ville vers le développement et de penser aux intérêts de sa population.

Le candidat Guy John a été invité sur le plateau de l'émission « Fandresen-dahatra, fifidianana solombavam-bahoaka eto Antsiranana » sur **VARATRAZA**. Son intervention a été, de prime abord, focalisée sur ses promesses. Mais il a aussi dénoncé l'utilisation de propos qu'il a estimé discriminatoires, les « zanaka an-trano » et les « zanaka an-tany », c'est-à-dire les natifs d'Antsiranana et les immigrés, dans les discours de propagande. Guy John a aussi haussé le ton sur l'utilisation de la qualification de « candidat de l'Etat ».

Même si d'autres candidats tels que, Herman Jaozara, Guy Kamisy, Rémi Victor, Botralahy, Romuald Bezara ou encore Dr Raymond n'ont pas été régulièrement entendus dans les médias, ils ont bénéficié d'un temps d'antenne.

De son côté, la radio **MBS** a donné l'exclusivité au candidat du TIM, Papa Soulé. Aucun autre candidat n'a été entendu sur la station. Le traitement des informations a été en faveur du candidat. Ses spots publicitaires et chansons de propagande ont été matraqués sur la station. Ses meetings et ses discours ont été largement diffusés. Une émission spéciale durant laquelle deux membres du comité de soutien du candidat sont intervenus durant quarante minutes, a aussi été relevée.

2. Fianarantsoa

A en croire les résultats des analyses des médias de la capitale du Betsileo, la bataille pour la conquête de l'Assemblée nationale a été rude. L'ouverture à tous les candidats, sans distinction de tendance politique, a été ressentie sur la plupart des médias. Les médias de Fianarantsoa se distinguent aussi par le fait qu'ils ont ouvert l'antenne aux candidats des districts environnants. Cependant, certains candidats ont eu des avances sur d'autres puisqu'ils ont été largement couverts dans les publicités.

Si on ne comptait que la visibilité des formations politiques, les IRMAR sont arrivés en tête, mais si l'on considère la fréquence de couverture et d'intervention de chaque candidat, le candidat du district de Fianarantsoa I, Virapin Ramamonjisoa a été plus couvert. Il a reçu une visibilité importante sur la radio **RFOne** avec son spot de propagande qui y a été diffusé à plusieurs reprises. Cependant, les échos de ses activités de campagne n'ont pas été souvent relayés. A noter que ce candidat a fait l'objet d'une couverture sur la scène nationale suite au fait que le jour du lancement de sa campagne électorale, il a demandé pardon à toute la population fianaroise. Aussi, il a été vu en train de laver les pieds des « raiamandreny » qu'il a invités à son meeting. Le fait a été relayé par un nombre important de médias, même ceux de la capitale.

Le candidat Simon Razafimandimby a bénéficié de plusieurs temps d'antenne sur la radio **RFOne**. Ses spots de propagande ont été diffusés en boucle sur la station. Ce représentant du parti Refondation Totale de Madagascar aux députations a dénoncé des cas de manquement aux lois en vigueur par d'autres concurrents. Il a aussi annoncé que des personnes malintentionnées ont lancé du grigri dans l'enceinte de la propriété du candidat Dieu Donné Michel Razafindrandriatsimaniry.

Les candidats de la plateforme IRMAR ont multiplié les temps d'antenne sur les médias locaux. Jean Claude Razaranaina (Vohibato), Laurette Voahanginirina (Isandra), Guillaume Ravelomanantsoa (Fianarantsoa), Jean Bosco Rovitina (Lalangina) ont bénéficié d'une très large couverture sur la Radio **VIVA** où leurs spots de campagne ont été matraqués, en occurrence celui de Jean Claude Razaranaina et de Guillaume Ravelomanantsoa ; mais ils ont été également entendus sur d'autres stations. Les échos de campagne de ce dernier ont été relayés sur la **RADIO TSIRY** et **RFOne**. Ainsi, lors du lancement officiel de sa campagne, Laurette Voahanginirina a précisé que les candidats soutenus par le Chef de l'Etat sont mieux placés pour mettre en œuvre un vrai développement.

L'ancien député Dieu Donné Michel Razafindrandriatsimaniry s'est porté candidat dans le district d'Isandra sous la couleur de la plateforme Solidarité dans la Fraternité. Il a été beaucoup entendu sur la **RADIO TSIRY** ; mais la Radio **MATSIATRA** a également rapporté les échos de sa propagande.

Même s'il n'a pas bénéficié d'une large couverture, le candidat Herizo Randrianasolo a bénéficié des temps d'antenne sur les médias fianarois. Il a été invité sur le plateau de l'émission « Ny teny ifanomezana », une nouvelle émission de la radio **RFOne**. Aussi, ses publicités électorales ont été diffusées sur les ondes de la **RADIO TSIRY**.

Par ailleurs, la venue du président de la République Andry Rajoelina dans la ville de Fianarantsoa en pleine période de campagne a été condamnée par plusieurs intervenants dans les médias. Même s'il a annoncé que ce déplacement n'a aucun lien avec la campagne électorale, qu'il s'agit purement d'une mission liée à ses actions de développement, le fait de voir les candidats de la plateforme IRMAR à ses côtés a suffi à ses concurrents politiques pour dénoncer un trafic d'influence en faveur des porteurs des dossards orange.

En somme, la pluralité a été respectée par les médias fianarois. Même sur la radio **VIVA**, des candidats autres que ceux de l'IRMAR y ont eu accès. Si des candidats ont une certaine prédominance sur la **RADIO TSIRY** et **RFOne**, ces stations sont tout de même restées ouvertes à toutes les tendances politiques. La différence a résidé surtout sur le nombre de publicités politiques que chaque candidat a pu diffuser sur le média.

3. Mahajanga

Les 20 jours de campagne électorale ont été une occasion pour la majorité des médias de la ville de Mahajanga d'insérer de nouvelles émissions dans leurs grilles de programmes afin de permettre aux participants à la course à l'Assemblée Nationale de se faire connaître. Ainsi, le rédacteur en chef de la **RTN** a fait savoir que les candidats auront le privilège d'avoir un temps d'antenne lors des éditions du journal. La station a offert quatre minutes gratuites à tous les candidats. Ces derniers pouvaient intervenir directement sur le plateau pendant ces plages. Une nouvelle émission intitulée « Atrika spécial » a aussi été créée à l'occasion de la propagande.

Après l'avoir suspendue durant une certaine période, **M3TV-FM** a repris la diffusion de l'émission « Mandray Vahiny manokana ». Elle a été payante et tous les candidats ont été sollicités à y intervenir.

Pour sa part, **VIVA** Mahajanga a décidé de suspendre son émission matinale pour donner la plage à l'émission « Karibo ». A travers une bande défilante, la télévision **VIVA** a indiqué qu'elle était ouverte à toutes formations politiques.

A Mahajanga, les candidats ayant bénéficié le plus de visibilité ont été Christian Afakandro et les deux candidats de l'IRMAR, Lalao Rahantanirina et Martinien Eusèbe Andrianantenaina. Que ce soit sur la **RTN** ou sur **M3TV-FM**, ces candidats ont été entendus presque tous les jours. Christian Afakandro a bénéficié d'une large couverture sur **RTN**. Il a été invité sur le plateau de l'émission « Atrika spécial ». Pour sa part, **M3TV-FM** a diffusé un extrait de la cérémonie d'inauguration du Quartier Général du candidat. La station a fait un focus sur le discours de Christian Afakandro et sur les discours de soutien de ses partisans. Il a également été entendu dans l'émission « Famohamandry » de la station, sans parler des échos de ses campagnes rapportés dans les journaux parlés.

Lalao Rahantanirina et Martinien Eusèbe Andrianantenaina ont bénéficié du même traitement. A part leur participation dans les émissions et les rapports de leurs activités de campagne, leurs chansons de propagande sont passées sur **M3TV-FM** presque toutes les deux heures. Cependant, il a été remarqué que Martinien Eusèbe Andrianantenaina prenait de l'avance sur sa consœur sur la télévision **VIVA**. Sa chanson de propagande y a été matraquée. Aussi, il a été le seul candidat ayant bénéficié d'une intervention sur le plateau du journal de la chaîne. Quant à Lalao Rahantanirina, sa rencontre avec une femme âgée à Tsararano a été relayée par la **RNM** et la **TVM de Mahajanga**.

Le candidat indépendant, Failaza Azaly a effectué des interventions sur la **RTN**, la **M3TV-FM** et sur **VIVA**. Le prétendant à l'Assemblée Nationale a été invité dans l'émission « Atrika spécial » de la **RTN**. Un publiportage sur le déroulement de sa campagne a été diffusé sur **M3TV-FM**. Et enfin sur **VIVA**, sa chanson de propagande passait toutes les deux heures.

Deux autres candidats indépendants, à savoir Anziza Assy et Nicolas Stephan ont été parmi les plus vus et entendus. D'ailleurs, leurs supports de campagne ont été largement matraqués sur la **RTN**. A part leurs spots de propagande qui ont été diffusés plusieurs fois, leurs publiportages ont aussi été transmis pendant les journaux. **RTN** a fait part des échos de campagne d'Anziza Assy ; mais a aussi accordé des temps d'antenne au comité de soutien de Nicolas Stephan.

La radio **RTN** a déjà annoncé qu'elle ne soutenait aucun candidat et qu'elle ouvre ses ondes à tous ceux souhaitent s'inviter sur son plateau. Elle a aussi diffusé les spots de campagne de Samson Razafindrazana (Vato Fehizoron'i Madagasikara, vahoaka sy fokonolona manankasina), Veve Randriamanantena (Indépendant), Tony Youssouf Aimé (indépendant), Jean

Arnaud Razafindraibe (Madagasikara Vina sy Fanantenana), Christian Rajaonarison (indépendant), Annie Miza (Indépendant).

Tous les médias majungais ont opté pour la pluralité durant les vingt jours de propagande électorale. Ils ont couvert les informations de manière neutre et objective, les candidats ont été traités de la même manière. Comme la plupart des émissions ont été payantes, certains candidats ont eu davantage de visibilité que d'autres. D'ailleurs, il ressort de l'analyse que les politiciens ont été plus enclins à diffuser leur publicité dans les médias locaux. Et la visibilité dans ces supports publicitaires a creusé les écarts en termes de couverture médiatique. La station **VIVA** a aussi donné l'opportunité aux candidats autres que ceux de l'IRMAR de s'exprimer sur ses ondes.

4. Morondava

A Morondava, la **TVM** et la **RNM** locales ont décidé d'accorder deux minutes gratuites à chaque candidat durant la propagande, s'ajoutant à la plage gratuite offerte par la **TVM** et **RNM** nationales. Des plages payantes ont également été prévues. Aussi la radio **RNM Kolondoy** a inséré une nouvelle émission dénommée « Mivolagna » dans sa grille, réservée aux informations électorales. Les participants à la course à l'Assemblée Nationale et les autres acteurs électoraux y ont été invités, tandis que les auditeurs pouvaient intervenir via des appels téléphoniques. **RNM Kolondoy** a aussi diffusé des chansons de sensibilisation électorale de la Commission électorale. Le vendredi avant la descente aux urnes, la station a organisé un grand débat entre les huit candidats à l'heure de l'émission « Mivolagna ». Ce débat a été diffusé sur tous les médias de Morondava. Pour l'occasion, un écran géant a été installé dans la cour de la Voirie.

En ce qui concerne la visibilité des candidats, le candidat de l'IRMAR Tsiliva Diddiot a obtenu l'exclusivité sur la **RFM**. Il fut le seul candidat couvert par la station. Dès le début de sa campagne, il y a été largement couvert. En effet, le carnaval que le représentant de l'IRMAR a organisé pour marquer le coup d'envoi de sa propagande a été diffusé en direct et en intégral sur **RFM**. Son spot de campagne et sa chanson de propagande ont été matraquées sur la radio. Les échos de ses meetings ont été rapportés dans les journaux parlés et les flash-info. L'hymne officielle des candidats IRMAR est devenue le générique annonçant la couverture médiatique du candidat Tsiliva Diddiot. A certaines occasions, les journalistes de la station ont communiqué l'agenda et le trajet du candidat de manière à préparer les riverains à le recevoir. Lors de ses interventions dans les émissions spéciales, Tsiliva Diddiot a déclaré qu'il a reçu la bénédiction du Président Andry Rajoelina. Des

membres de son comité de soutien, qui ont aussi été reçus sur **RFM**, ont mis en garde les électeurs contre les indépendants qui se disent soutenus par le Chef de l'Etat. D'autre part, le candidat de l'IRMAR a aussi été couvert par d'autres stations.

La radio **MBS** a adopté la même posture. Le candidat du parti TIM, Jean Maharo y a été privilégié. La chanson officielle du parti TIM a été répétée sur les ondes de la radio, ponctuée par la chanson de propagande et le spot de campagne de Jean Maharo. Ils passaient presque toutes les heures ; tandis que les journalistes et les animateurs ont sensibilisé les électeurs à voter pour le candidat.

Seul le candidat de l'IRMAR a été entendu sur la radio **RTF**. Les informations ont été traitées en faveur du candidat, voire les journalistes de la station ont affiché leur couleur. Ils ont sensibilisé les électeurs à voter pour Tsiliva Diddiot, « la meilleure option pour Morondava car il a été choisi par le Président ». Un des journalistes a dénigré un candidat adverse qui a distribué des marmites, en déclarant que « ce candidat-là n'apportera rien à la population ». Autrement dit, dans le cas de Morondava, les médias ont porté la voix des candidats pour lesquels ils sont politiquement proches. Les cas mentionnés ci-après démontrent que les médias ont aussi accordé la visibilité aux candidats selon leur capacité à apparaître dans les publicités.

Le candidat indépendant Mamy Claver a été très entendu sur la **Radio Fanasina**. Sa chanson de propagande, son spot de campagne, des messages de soutien de ses partisans, et un publiereportage y ont été diffusés plusieurs fois. Il a également été invité dans l'émission « Laisse parler les gens » où il a dressé un bilan général sur le déroulement de sa campagne. La station a fait savoir que les candidats peuvent venir sur le plateau de l'émission « Laisse parler les gens » ; mais seuls deux candidats ont répondu, à savoir Mamy Claver et Roberto Miadamanana. L'émission a été payante mais il a été annoncé que la radio est prête à négocier le prix.

D'un autre côté, les publicités électorales de Frerot Ralaivahiny et d'André Solofoniaina, ont aussi été entendues sur les ondes. Pour le cas de ce dernier, un publiereportage sur l'avancée de sa campagne électorale a été diffusé sur **RNM Kolondoy**. Quant au candidat Jules Terezy, il n'a pas été très présent sur les médias mais a été le seul à avoir été entendu dans l'émission de débat « Mivolagna » de la radio **RNM Kolondoy** ; lorsque celle-ci a invité quatre candidats à la députation de Morondava.

La radio **Fanasina** a diffusé des spots d'éducation électorale qu'elle a produit elle-même, lesquels ont été déjà entendus sur les ondes avant le début de la campagne.

5. Toliara

La tension a été plus palpable à Toliara. Certes, il n'y avait pas eu de propos injurieux ; mais des provocations ont été ressenties dans certaines interventions. Siteny Randrianasoloniaiko de l'IRMAR et le candidat indépendant Jean Rabehaja ont été particulièrement les cibles de leurs concurrents.

Sur le volet visibilité, Siteny Randrianasoloniaiko de l'IRMAR et Elisoa Rasoanirina, candidate du TIM se sont engagés dans un bras de fer. Cette dernière a prédominé sur les ondes de la radio **MBS**. Ses activités de campagne ont été relayées sur la station. Surtout, la représentante du TIM a pointé du doigt ses adversaires issus des autres formations politiques. Selon ses avis, ces candidats qui se prennent pour « des pères Noël » en distribuant des cadeaux aux électeurs commettent une erreur. Le camp TIM les a qualifiés de menteurs qui essaient de soudoyer le peuple. Elisoa Rasoanirina a critiqué les candidats Siteny Randrianasoloniaiko et Jean Rabehaja, en les surnommant : « Behozatse » et « Beloha » (traduit librement par gros bras et grosse tête). Enfonçant le clou, la candidate a ajouté que quand les dirigeants sont illettrés, ils sont obligés de miser sur leur force physique, mais « les gros bras et la grosse tête ne font pas de miracle ». Elisoa Rasoanirina a demandé aux deux candidats de confronter leurs diplômes. En outre, d'après un journaliste du **MBS**, le candidat de l'IRMAR a utilisé la case réservée à Elisoa Rasoanirina sur un tableau d'affichage. Enfin, la prétendante à la Chambre Basse a soutenu qu'il est temps pour Toliara d'avoir une députée femme. La radio **MBS** a diffusé ces propos provocateurs de la candidate du TIM, Elisoa Rasoanirina. Elle n'a pas essayé d'apaiser la tension ; au contraire, elle y a adhéré. Parfois, les journalistes de la station eux-mêmes aiguisaient la tension. L'un d'eux a fait circuler des rumeurs selon lesquelles des fraudes pourraient empêcher l'élection de leur candidate « malgré ses bonnes intentions ». En plus, le journaliste répète les déclarations des partisans du-TIM/K25 qui qualifient les autres candidats de « Pères Noël ».

Pour sa part, Siteny Randrianasoloniaiko a bénéficié de couvertures sur la **Radio Soatalily**, la **Radio Le Buffet** et sur la **RTS** ou **Radio Television Siteny** où il a fait l'exclusivité. Un jeu interactif a été organisé par les animateurs de cette dernière radio. L'objectif a été celui de mesurer la popularité du candidat à travers des questions telles que : « comment le public le percevait ? », « Que savait-il à propos de l'ancien parlementaire ? ». Les animateurs ont aussi utilisé son surnom de « Behozatse ». Les réalisations du porteur du dossard de l'IRMAR durant son premier mandat ont été communiquées au public à travers des chansons de propagande qui ont été largement diffusées sur ces médias. Ses spots de campagne ont été vus plusieurs fois dans la journée. Cependant, il a été remarqué que la

RTS ne relayait pas les déplacements et les meetings du candidat. Ce fut sur la **Radio Buffet** que ses échos de campagne ont été entendus. Le candidat a aussi démenti les rumeurs disant qu'il déteste la tribu Antandroy. Il a rappelé qu'il les a défendus alors qu'ils avaient des problèmes avec la justice suite à la destruction des éclairages sur l'avenue longeant le bord de la mer. Selon le politicien, un élève issu d'une famille Antandroy a déjà bénéficié d'un séjour à l'étranger grâce à lui. Lors d'un de ses discours, il a également mentionné que pour bénéficier de dons de riz, il faut se munir d'une carte d'électeur et d'une carte d'identité nationale.

Le candidat Jean Rabehaja a déclaré, pour sa part, qu'il est soutenu par le Président Andry Rajoelina. Les activités de campagne du candidat ont été relayées sur la **Radio Soatalily**. Affichant son parti pris, un des journalistes de la station publique a soutenu : « Il n'y a plus rien à discuter, Jean Rabehaja sera élu député de Toliara ».

Comparée aux autres médias, la **RFA** a relayé le plus d'informations sur les préparatifs des élections. La formation des membres des bureaux de vote y a été rapportée, ainsi que le début de la distribution des matériels de vote. La station a également informé et rappelé aux candidats et leurs partisans les règles à suivre durant la période de campagne et les sanctions en cas de violation de la loi. Des extraits des discours de Thierry Rakotonarivo, vice-président de la CENI y ont été entendus.

Concernant les grilles de programme des médias de Morondava, la radio **Buffet** et **MBS** ont inséré une nouvelle plage pour les interventions des participants à la course législative.

V. CONCLUSION

D'une manière générale, la couverture médiatique de la campagne électorale des législatives de 2019 s'est déroulée dans le calme. Il n'y a pas eu beaucoup de dérapages et l'effort déployé par des médias pour maintenir la paix a été ressenti. Que ce soit dans la capitale ou dans les régions, la diversité des sources et la pluralité des informations ont été prises en compte. Comme pour l'ensemble des médias audiovisuels, les médias qui ont participé à la formation en journalisme sensible aux conflits, dont s'ont fait preuve de respect vis-à-vis de la déontologie de la profession, ce qui a permis de limiter les discours incendiaires durant les législatives. Ces médias ont aussi joué un rôle important dans la diversification des sujets abordés lors de ces scrutins de proximité.

Les travaux d'analyse ont révélé que la visibilité dans les médias, surtout ceux de la capitale n'était pas la priorité de la majorité des candidats. Plus de 800 candidats étaient sur la ligne de départ de la course législative, et le nombre de ceux qui ont été couverts par les médias n'atteint pas la moitié. Des stations ont affirmé que malgré leur sollicitation, les concurrents n'ont pas été très motivés à répondre. Ces derniers de leur côté, ont déclaré qu'effectivement, ils ont préféré les approches directes avec la population. La visibilité des candidats dépendait fortement de leur affinité politique vis-à-vis de la station et de leur capacité à être couvert dans le cadre des publicités et des émissions payantes créées pour l'occasion.

La campagne des législatives a été marquée par l'initiative de la CENI de redorer son image. Fortement critiquée lors de l'organisation de la présidentielle, la communication de la Commission électorale s'est voulue en même temps rassurante et interpellatrice. La fréquence de ses interventions dans les éditions de journaux a été multipliée, le nombre de ses spots de sensibilisation diffusés a augmenté.

Au cours de ces élections législatives, il est apparu que les médias qui ont participé à la formation en journalisme sensible aux conflits, ont donné le micro à une diversité de sources d'informations. Il s'agit entre autres, des organes de gestion des élections tout autant que les politiciens, les membres de la société civile et surtout les citoyens. Ils ont également couvert les activités de ces entités. Cette pratique a contribué à une meilleure compréhension du déroulement du processus électoral, mais surtout à rassurer les citoyens sur la dynamique et la synergie d'actions qui existent entre ces différents acteurs.

Etant donné que les députations sont des scrutins de proximité, les médias dans les régions sont plus prisés par les candidats par rapport à ceux de la capitale. Une déconcentration a été constatée, les informations de proximité ont été plus riches par rapport à ce qu'elles étaient durant la campagne de la présidentielle. La plupart des candidats ont préféré descendre directement sur le terrain au lieu de passer par les médias audiovisuels. Si les candidats des « grands partis » ont été les seuls à être plus couverts durant la course à la Magistrature Suprême, les personnalités influentes dans les régions ont eu plus de visibilité durant la propagande législative. Par ailleurs, le ministère de la Communication et de la Culture a dénoncé l'ouverture de quelques « radios pirates » dans les régions.

Sauf quelques exceptions, aucune modification de la grille de programme n'a été constatée en général. Contrairement à la période de la présidentielle, les médias ne se sont pas alliés pour diffuser des émissions conjointes. Les échos de campagne ont été diffusés le plus souvent dans le cadre des éditions des journaux à travers de nouvelles rubriques et non de nouvelles émissions. Il ressort aussi que la grille de programme est occupée par les spots de campagne des candidats pour les médias dont la posture politique est évidente.

Même si certains médias se sont montrés hostiles vis-à-vis de leurs concurrents, il n'y a eu aucun dérapage alarmant. Les prises de parole dans les émissions interactives et les chroniques ont afflué et ont été moins virulentes comparées à celles de la campagne présidentielle. D'ailleurs, les auditeurs ont abordé une diversité de sujets liés aux élections, et certains de ces discours tendaient à sensibiliser au respect envers les candidats.

L'effort des médias et des journalistes en matière de sensibilisation et d'éducation électorales a particulièrement marqué cette campagne législative du 2019. Ces messages tendent à encourager à descendre aux urnes et à faire un vote responsable. Les discours ont parfois été interpellateurs. Pour ces messages, une diversité de format a été utilisé, tels que le théâtre radiophonique. Cependant, ces interventions ont été souvent tendancieuses en faveur d'un candidat en particulier. Autrement dit, il s'agissait à la fois d'un discours de sensibilisation et de message de propagande. Parmi les formats utilisés, le manque de débats d'idées a été flagrant.

Les médias ont eu du mal à respecter le pluralisme politique. Les médias ont affiché leur tendance politique en octroyant davantage de visibilité aux candidats des partis qui leur sont proches. Des médias impartiaux ont quand même été repérés, à l'instar de I-BC, TV PLUS ou encore ANTSIVA. Les médias audiovisuels de la capitale qui ont participé à la formation en journalisme sensible aux conflits organisé par PEV Madagascar et qui ont fait partie de

l'échantillon d'analyse sont constitués de RNM, TVM, Radio ANTSIVA, TV PLUS et KOLO TV-FM. A l'exception de ce dernier, il émane des résultats qu'ils ont tenté de faire preuve d'impartialité politique.

Dans l'ensemble, les candidats de la plateforme politique IRMAR ont été les plus vus et entendus dans les médias audiovisuels sur tout le territoire national. Que ce soit à travers les émissions éditoriales ou les spots payants, ils ont été fortement médiatisés.

Les élections ont été au cœur de l'actualité. Plusieurs thèmes abordés tels que le financement de la campagne, les attributions d'un député ou encore l'intérêt d'aller voter ont été débattus. Les manifestes de campagne ont été moins visibles comparés à la présidentielle.

Les discours des politiciens dans les médias ont été alarmistes et souvent dénonciateurs. Si les journalistes ont rarement adhéré à de tels discours, leur parti pris a amené à ce qu'ils soutiennent des messages laissant entendre que seuls les « candidats de l'Etat » peuvent apporter le développement au pays. La CENI a d'ailleurs dénoncé l'utilisation de ce qualificatif qui entrave à la neutralité de l'administration.

Les médias ont donné la parole à la société civile, laquelle a œuvré aussi à diversifier les sujets liés aux élections qui ont été abordés dans les médias. Ces sujets ont concerné le profil type d'un député, les dénonciations sur les infractions aux lois électorales, leurs actions de sensibilisation et leurs incitations à un vote responsable. La société civile a aussi multiplié les spots de sensibilisation. Les médias ayant participé à la formation en journalisme sensible aux conflits ont contribué à ce large éventail de thématiques abordées dans les médias audiovisuels.

En termes d'équilibre des genres, les femmes ont été peu représentées. A titre d'illustration, la CENI est le plus souvent représentée par des hommes. Même si le fait est en lien avec le contexte, I-BC a fait l'effort d'assurer une visibilité égale aux hommes et aux femmes autant que possible, notamment dans les micros-trottoirs. D'autre part, aucun propos sexiste ni avis dégradant envers l'un ou l'autre sexe n'a été relevé dans les médias. Par ailleurs, VIVA TV a permis aux jeunes de s'exprimer sur plusieurs sujets relatifs aux élections. Concernant les femmes politiciennes, Olga Ramalason, Lanto Rakotomanga et Ny Aina Rafanomenantsoa ont reçu une visibilité médiatique importante tout au long de la campagne des législatives.

Au sujet de la visibilité de l'administration publique sur RNM et TVM, celle-ci ne sortait pas du cadre de l'organisation des élections. Toutefois, les communications du ministère de la

Communication et celles du président de la République ont largement dominé l'agenda de ces médias. Dans les médias audiovisuels privés dans la capitale et dans les régions, le président de la République a aussi été fortement médiatisé lorsqu'il a été aperçu aux côtés des candidats députés issus du groupe de soutien à son nom, l'IRMAR.

www.pevmadagascar.eu



Ce projet est financé par l'union européenne