



## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b> .....	3
<b>SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS</b> .....	5
<b>I. LES PROFESSIONNELS DES MEDIAS</b> .....	7
<i>I.1 Le rôle du personnel interne aux médias</i> .....	7
<i>I.2 Le rôle et le profil des femmes dans les rédactions</i> .....	8
<i>I.3 L’agenda des médias</i> .....	11
<b>II. LES ACTEURS DU PLURALISME SOCIAL</b> .....	15
<i>II.1 La visibilité des femmes</i> .....	15
<i>II.2 Les catégories d’acteurs représentées</i> .....	16
<i>II.3 Les acteurs politico-institutionnels</i> .....	22
<i>II.4 Les partis et les mouvements politiques</i> .....	26
<i>II.5 Autres catégories très médiatisées</i> .....	28
<i>II.6 Les classes d’âge, les ethnies, les religions, et les professions les plus représentées</i> .....	32
<i>II.7 Les fonctions des acteurs</i> .....	35
<i>II.8 Les thèmes abordés par les acteurs</i> .....	36

# INTRODUCTION

Après avoir exploré dans les rapports précédents les questions inhérentes à la qualité et à la déontologie journalistique – c’est-à-dire la diffusion de propos incendiaires et la couverture des foyers de tension – l’Unité de Monitoring des Médias du Projet INCIPALS s’intéresse, dans ce rapport, à **l’analyse du pluralisme social** dans la couverture médiatique audiovisuelle, qui vise à vérifier si et dans quelle mesure les médias rendent compte de la diversité religieuse, ethnique, professionnelle et de genre existant dans la société malgache.

En d’autres termes, l’analyse du pluralisme social a pour but d’évaluer dans quelle mesure les médias arrivent à représenter la société dans ses multiples dimensions et composantes, et dans sa diversité, en favorisant l’accès et les perspectives des principaux acteurs.

Cette partie d’analyse se focalise sur les **acteurs individuels** qui ont un accès direct aux médias, c’est-à-dire **qui bénéficient d’un temps de parole**, car il s’agit de l’occasion de visibilité la plus favorable grâce à la diffusion directe et sans filtre de leur message.

Une série d’éléments permet de classer chacun de ces acteurs dans leur sphère d’appartenance, et de comprendre leur profil, apport et rôle dans l’information : catégorie sociale d’appartenance ; genre ; classe d’âge ; religion ; appartenance ethnique ou nationale ; catégorie socio-professionnelle ; fonction dans la nouvelle ; contenu et contexte géographique des arguments traités ; temps de parole alloué.

L’analyse, qui se fait **seulement sur les médias audiovisuels**, s’intéresse à un nombre limité d’émissions, à savoir la principale édition quotidienne du journal télévisé (JT) et du journal parlé (JP) en langue malgache exclusivement.

Ce volet se propose d’apporter une réponse aux questions suivantes :

- Quelles sont les catégories sociales les plus représentées dans les médias audiovisuels ? Quels sont les acteurs qui accèdent le plus souvent à la scène publique pour y apporter leurs points de vue, leurs représentations de la société, leurs projets et leurs revendications sociales ?
- Y a-t-il des groupes religieux, ethniques, professionnels qui souffrent d’une sous-représentation, ou d’une représentation négative ?
- Quelles sont les catégories sociales qui bénéficient le plus de rôles de prestige dans la représentation médiatique ?
- Les femmes bénéficient-elles d’un accès comparable à celui des hommes, en termes de visibilité, d’importance, de rôle joué dans l’information ? Ou, tout au contraire, sont-elles sous-représentées ou ghettoïsées dans des positions et des rôles secondaires et distinctifs ?
- Quel est le quota des femmes parmi les professionnels des médias analysés qui apparaissent sur l’écran/à l’antenne (journalistes, conducteurs, animateurs...) ? Et quel est leur profil ?
- Quels sont les principaux thèmes et les questions que tous ces acteurs introduisent dans le débat public ?

**L'échantillon** analysé est défini comme suit :

Seulement les médias audiovisuels ont été soumis à l'analyse, précisément **5 chaînes télévisées** (TVM, VIVA TV, TV PLUS, MA-TV, KOLO TV) et **4 stations radio** (RNM, RADIO PLUS, FREE FM, ANTSIVA).

Pour chaque média, l'Unité de Monitoring des Médias a analysé quotidiennement le principal JT/JP en langue malgache (exception faite pour le week-end) dans les périodes suivantes :

- du 10 au 24 juillet 2015
- du 27 juillet au 14 août 2015
- du 1<sup>er</sup> au 15 septembre 2015

La sélection de deux semaines par mois, en étalant l'analyse sur une longue période, permet d'améliorer la significativité des résultats et de mieux saisir les éléments de continuité, qui restent constants au-delà des contingences de l'actualité.

## SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS

- **La fréquence des interventions des professionnels internes aux médias diffère selon qu'il s'agisse d'une station radio ou télévisée.** Les conducteurs/animateurs, souvent en nombre multiple dans chaque édition, jouent un rôle important à la radio, en introduisant non seulement la plupart des reportages, mais aussi en faisant la synthèse des nouvelles qui se succèdent tout au long du programme d'information. A la différence de la télévision qui donne une plus grande marge de manœuvre aux journalistes titulaires de reportage, lesquels apportent un panel de thématiques à l'agenda des médias.
- A la télévision (TV) autant qu'à la radio, **une diversité de thèmes est abordée par les professionnels de l'information, à commencer par la politique interne.** Ce constat amène à une couverture territoriale plus importante au profit de la capitale où sont quasiment regroupés les acteurs politico-institutionnels malgaches. **L'information est ainsi centralisée au niveau de la province d'Antananarivo**, bien que la sphère nationale intéresse aussi les journalistes, dans une mesure plus importante à la télévision. Les autres provinces du territoire national sont négligées, sauf sur RNM.
- **Concernant l'aspect sensible au genre, le personnel interne aux médias est visiblement mixte**, voire composé majoritairement de femmes à la télévision. Parallèlement à cette parité, les femmes s'avèrent plus jeunes que les hommes, peut-être par souci de bonne présentation à l'écran, spécialement dans les rangs des conducteurs-animateurs. Mêmes jeunes, il apparaît évident que les femmes ne sont pas ghettoïsées par rapport aux thèmes dont elles doivent assurer la couverture.
- **Malgré leur présence importante parmi les professionnels, en qualité d'acteurs du pluralisme social, les femmes obtiennent une visibilité minime**, voire marginale, totalisant un temps de parole de 18,1 %, tous médias confondus. Elles sont très rarement interpellées en qualité d'expert ou de porte-parole. Le taux le plus bas en termes de couverture en faveur des femmes est enregistré sur la radio nationale RNM. Les femmes obtiennent une meilleure visibilité dans un nombre limité de catégories, en particulier les collectivités territoriales décentralisées, les acteurs politico-institutionnels étrangers, et les gens ordinaires.
- **A propos des acteurs politico-institutionnels malgaches**, les analyses quantitatives laissent apparaître leur **présence dominante dans la couverture médiatique**. La ligne éditoriale de certaines chaînes se reflète à travers cet intérêt pour les institutions, comme pour le cas des chaînes nationales. Côté chaînes privées, le caractère politique des nouvelles est déterminant dans le choix de leur diffusion, car il émerge de l'analyse que les thèmes liés à la politique intéressent particulièrement les médias.
- **En termes de pluralisme politique, chaque station opère une sélection** et choisit le ton de couverture en fonction des acteurs politiques en présence. Mais globalement, les différentes chaînes adoptent un ton neutre et équilibré lorsqu'elles évoquent les politiciens, d'autant plus que le critère traditionnel majorité/opposition ne s'applique pas nécessairement à la sphère politique malgache.
- **Les autres catégories les plus médiatisées** sont les Collectivités territoriales décentralisées (10 %), les Syndicats et associations professionnelles (9 %), et dans une part plus ou moins égale, les acteurs appartenant aux Organisations de la société civile (9 %). Parmi ces derniers,

les membres des Organisations de sensibilisation/observation politique et électoral, ainsi que ceux des Organisations des droits de l'Homme et de paix sont les seuls à avoir reçu une couverture médiatique significative.

- A la question de savoir s'ils arrivent à représenter la société dans ses multiples dimensions, notamment en termes d'ethnie et de religion, il apparaît que **les médias ne portent pas une attention particulière à ces éléments susceptibles de discrimination**. Concernant l'appartenance socio-professionnelle, les acteurs exerçant les professions les plus prestigieuses (cadres supérieurs) sont davantage interpellés par les médias, tandis que les classes ouvrière et agricole sont presque invisibles.
- Les médias ont une préférence à approcher les acteurs en leur qualité de porte-parole, expert ou leader d'opinion, et plus rarement en qualité de « vox populi ».

# I. LES PROFESSIONNELS DES MEDIAS

La première partie de l'analyse se réfère au personnel interne aux médias et inclut les conducteurs, les animateurs, et les journalistes auteurs de reportage ainsi que tout autre professionnel interne qui participe à l'émission.

## ***I.1 LE RÔLE DU PERSONNEL INTERNE AUX MEDIAS***

L'analyse a comptabilisé, dans chaque JT/JP, les professionnels engagés dans l'activité rédactionnelle, en relevant pour chacun certaines caractéristiques : le genre, les thèmes abordés et, là où il était possible, la classe d'âge. L'objectif est de déterminer un profil essentiel de cette catégorie de professionnels, en particulier de vérifier la présence et l'apport des femmes à la production et à la diffusion de l'information.

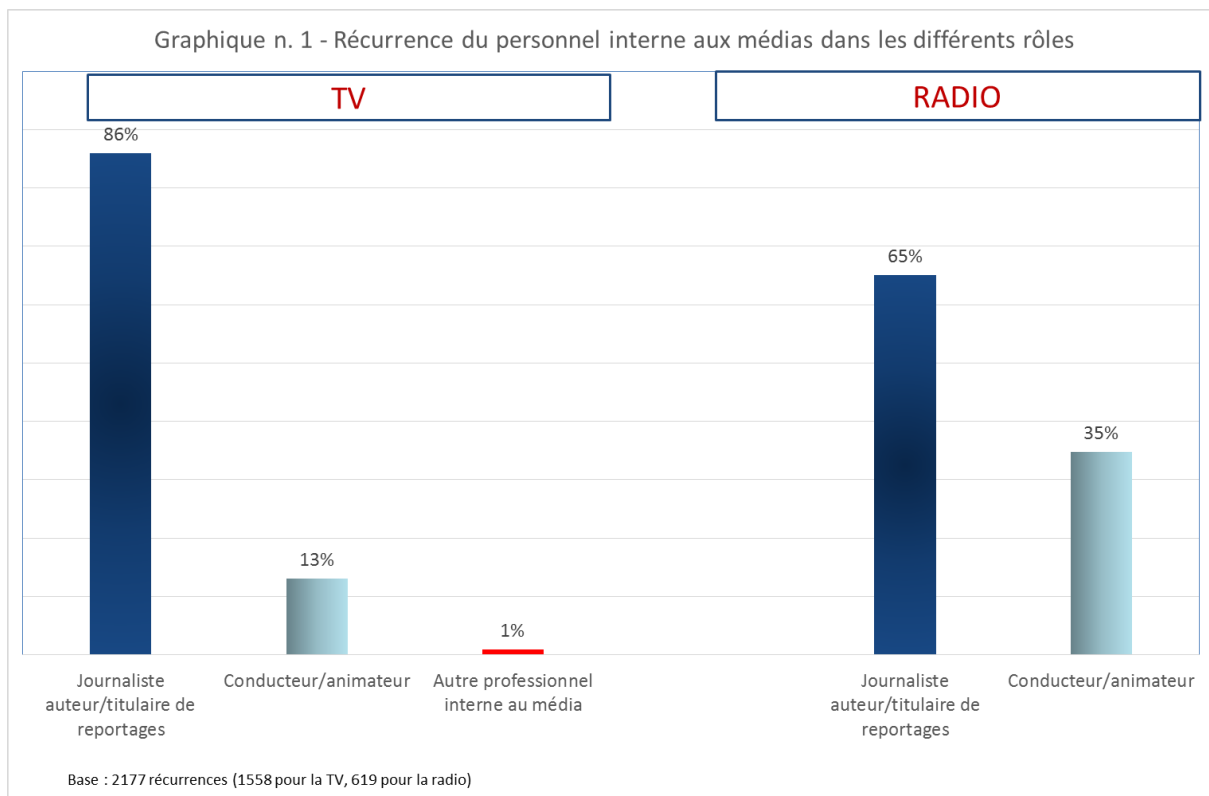
Au total, 2177 récurrences ont été comptabilisées, 1558 à la télévision et 619 à la radio. Ce chiffre ne correspond pas à la composition effective des rédactions, mais à la fréquence d'apparition des membres des rédactions dans l'ensemble des JT/JP<sup>1</sup>.

Le graphique n. 1 montre la récurrence des professionnels des médias dans les différents rôles : conducteur, auteur de reportage, autre professionnel (à l'exemple du titulaire de rubrique à l'intérieur des JT/JP).

Etant donné que les bulletins d'information consistent en grande partie en une succession de reportages, le rôle qui prévaut est celui de journaliste auteur/titulaire de reportage, aussi bien à la TV qu'à la radio. Le trait distinctif de la radio par rapport à la télévision, est la plus grande récurrence de conducteurs/animateurs. En effet, les bulletins radiophoniques présentent très souvent une conduite multiple : deux, trois, voire quatre professionnels y concourent. Par contre, le recours à d'autres rôles est marginal à la TV et absent à la radio.

---

<sup>1</sup> Pour chaque JT/JP, les analystes ont relevé le/les conducteur/s, les journalistes auteurs de reportage et les autres professionnels jouant un rôle dans l'émission (à l'exemple des titulaires de rubrique). Il est évident que ce personnel est constant au fil des jours, par conséquent le même journaliste finit par être comptabilisé plusieurs fois. En effet, ce qui nous intéresse n'est pas la composition réelle de la rédaction (que l'on ne pourrait pas déduire simplement en analysant les JT/JP), mais plutôt l'emploi des ressources humaines dans la préparation et la présentation des informations. Par exemple, il est intéressant de savoir combien de fois les femmes sont chargées de la conduite, ou si les femmes et les hommes de la rédaction sont chargés de couvrir les mêmes ou différents thèmes.



## ***1.2 LE RÔLE ET LE PROFIL DES FEMMES DANS LES RÉDACTIONS***

Au vu de la composition par genre des professionnels internes aux médias, un résultat très positif est constaté :

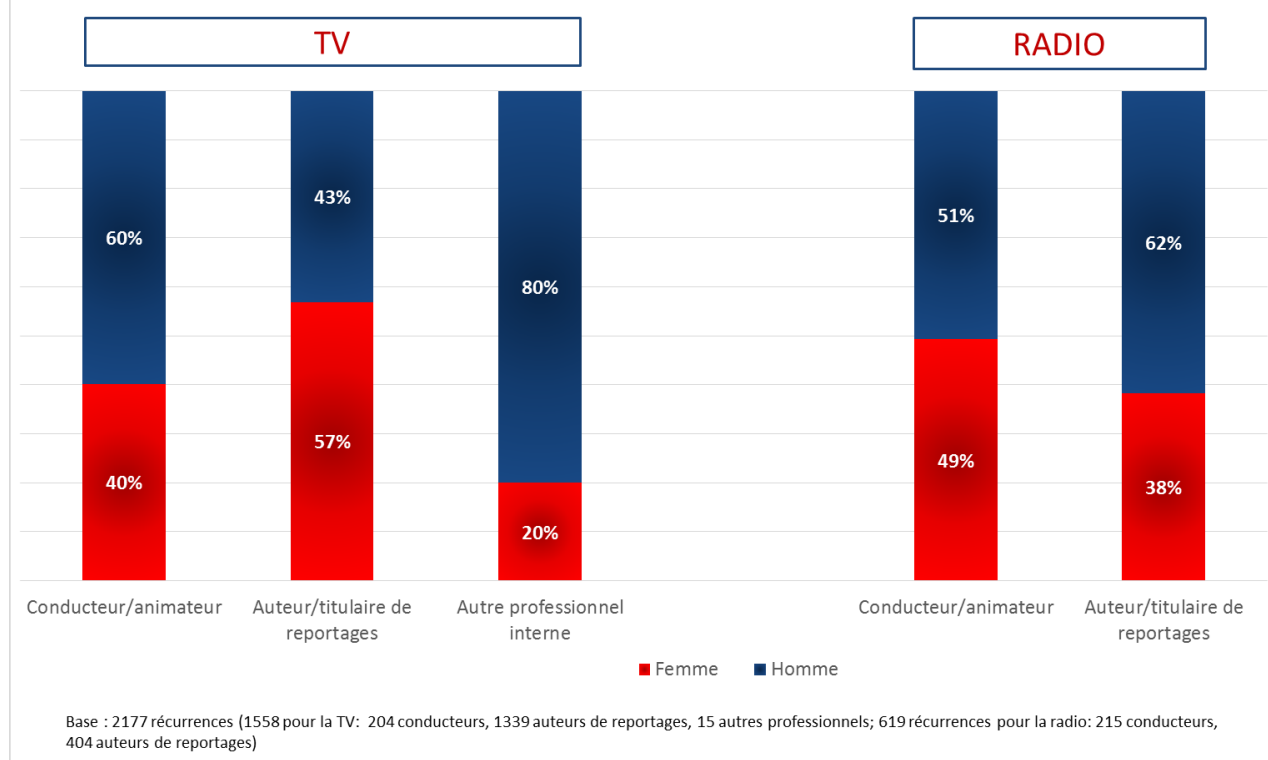
- **Les femmes sont majoritaires dans le milieu télévisé, avec 54% de récurrences**
- **Elles sont minoritaires dans le milieu radiophonique, mais avec un pourcentage qui s'approche de la parité : 42%**

Les graphiques suivants montrent les détails de ce résultat. Comme l'illustre le graphique n. 2, l'avantage des femmes sur les écrans télévisés découle d'une présence majoritaire dans la tâche de production de reportages (57%), celle qui emploie la plus grande partie des professionnels. Par contre, la conduite des JT est le plus souvent confiée à des hommes.

Les données changent à la radio : les femmes et les hommes sont engagés dans la conduite des JP dans un quota pratiquement équivalent (49% vs 51%), mais les auteurs de reportage sont des hommes dans la plupart des cas.



Graphique n. 2 - Récurrence des professionnels des médias selon le rôle et le genre

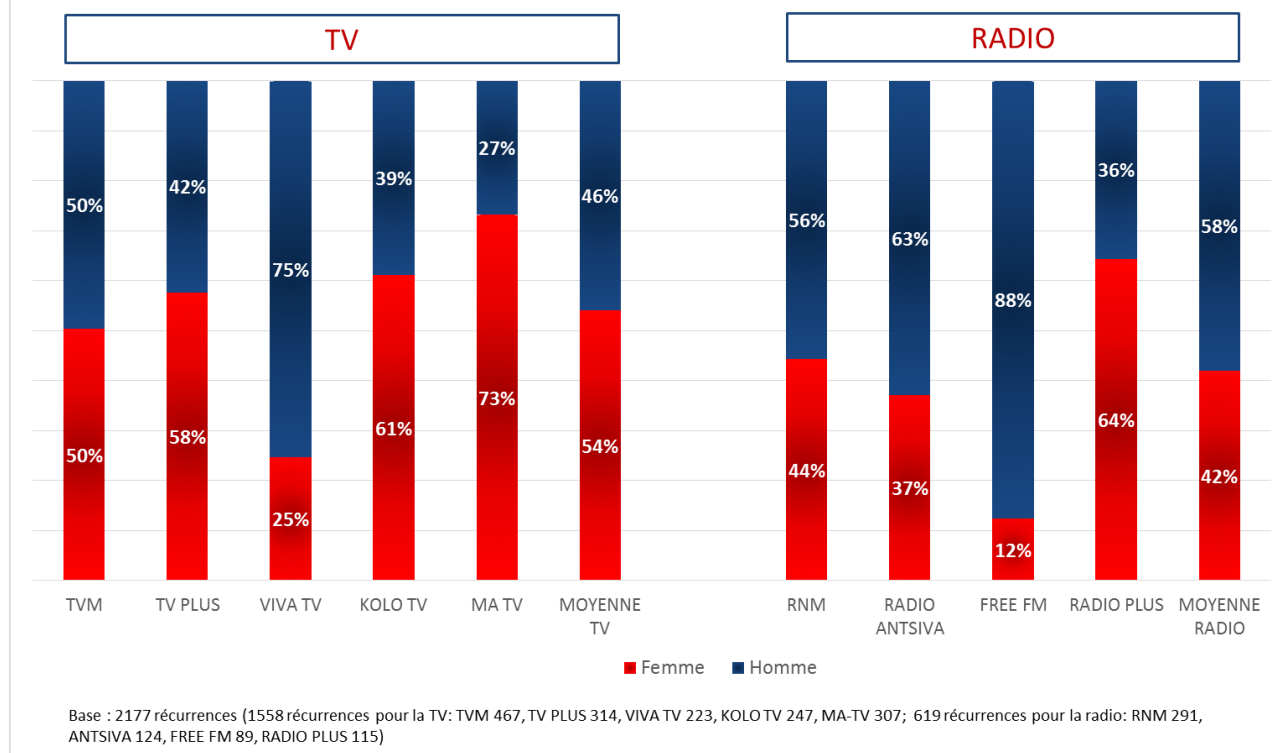


Est-ce que des différences, parmi les médias, en ce qui concerne **l'inclusion des femmes dans les rédactions** sont constatées ?

Le graphique n. 3 présente les résultats pour chaque média. Les femmes journalistes occupent un espace majoritaire dans toutes les chaînes TV, sauf sur VIVA où 75% des professionnels comptabilisés sont des hommes. Dans certains cas, l'apport féminin atteint des pourcentages très élevés (MA-TV 73%, KOLO TV 61%).

La radio qui accorde un plus grand espace aux femmes journalistes est RADIO PLUS (64%), celle qui montre la moindre présence féminine est FREE FM (12%).

Graphique n. 3 - Récurrence des professionnels selon le genre, dans les différents médias



Concernant la **classe d'âge des journalistes**, les résultats suggèrent quelques différences selon le genre. Toutefois, cette variable n'a pu s'appliquer qu'à une minorité de professionnels. Compte-tenu de l'absence d'images permettant d'estimer l'âge des journalistes, elle n'a pu être relevée à la radio; tandis qu'à la TV, elle a donné des résultats nuls (N.d.) pour la presque totalité des auteurs de reportage, lesquels apparaissent rarement à l'écran. Par conséquent, le tableau qui suit prend en considération seulement les conducteurs télévisés et le « petit » quota d'autres professionnels internes.

Les femmes présentent un profil plus jeune que leurs confrères, incluses pour 94% des cas dans la classe d'âge des 19-34 ans, contre 79% des hommes. Ces derniers sont plus nombreux que les femmes dans la tranche d'âge 35-64 ans. Cette différence pourrait être le résultat d'une « entrée » plus récente des femmes dans le milieu, mais peut-être aussi du fait que, dans les rôles de conducteur de JT, l'aspect et le jeune âge sont considérés comme des facteurs plus importants dans le cas des femmes.

Tableau n. 1 – Classe d'âge des conducteurs télévisés, femmes et hommes

Classe d'âge	Femme	Homme	Total
19-34 ans	94%	79%	85%
35-49 ans	6%	19%	14%
50-64 ans	0%	1%	0%
N.d.	0%	1%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Base : 219 récurrences (85 femmes, 134 hommes)

### **I.3 L'AGENDA DES MEDIAS**

Est-ce que des différences significatives dans les thèmes traités par les professionnels de l'information femmes et hommes surgissent ? En d'autres termes, est-ce que les femmes journalistes s'occupent des mêmes thèmes ou sujets que leurs confrères ? Sont-elles chargées, dans la même mesure, de couvrir les actualités locales, nationales et internationales ? Ou, tout au contraire, sont-elles reléguées dans la sphère des *Soft News*<sup>2</sup> et dans la dimension locale, comme dans le cas de beaucoup de pays ?

Les tableaux et graphiques suivants se focalisent exclusivement sur les rôles de « Auteur de reportages » et « Autre personnel interne », en laissant de côté les « présentateurs », car ces derniers abordent généralement une grande variété d'informations, en introduisant la plupart des reportages. Ils ont également synthétisé les multiples thèmes traités en un nombre limité de macro-catégories thématiques, afin de rendre les résultats plus facilement lisibles.

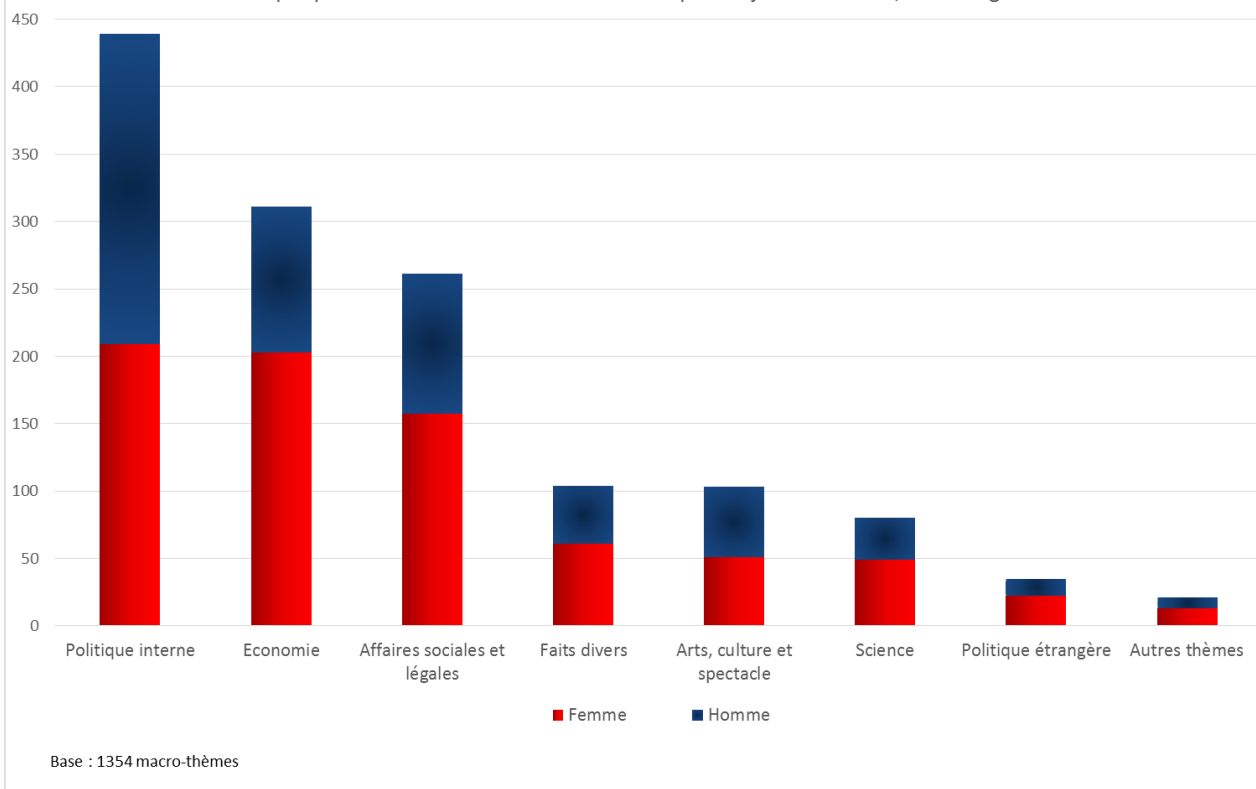
Les graphiques n. 4 et n. 5 permettent en même temps d'explorer les différences de genre et de donner un aperçu de la hiérarchie des nouvelles dans l'information audiovisuelle. **L'agenda est très similaire dans les deux médias.** La politique interne est le noyau central de l'information. L'économie, les affaires sociales et juridiques sont également au centre de l'intérêt médiatique, bien que dans un ordre inversé à la radio et à la télévision. Les faits divers, ainsi que les actualités d'art, culture et spectacle sont secondaires, et la politique étrangère reçoit une attention marginale.

La section rouge des histogrammes représente l'apport des journalistes femmes au traitement des différents macro-thèmes. Aucune ghettoïsation des femmes dans la couverture des *Soft News* ne transparaît ni à la TV, ni à la radio. Tout au contraire, à la télévision, elles partagent avec leurs confrères la couverture des thèmes politiques, et sont majoritaires dans le traitement des thèmes économiques et sociaux. A la radio, où elles sont globalement en minorité numérique, elles ne semblent pas exclues de la plupart des thèmes « chauds » de l'agenda.

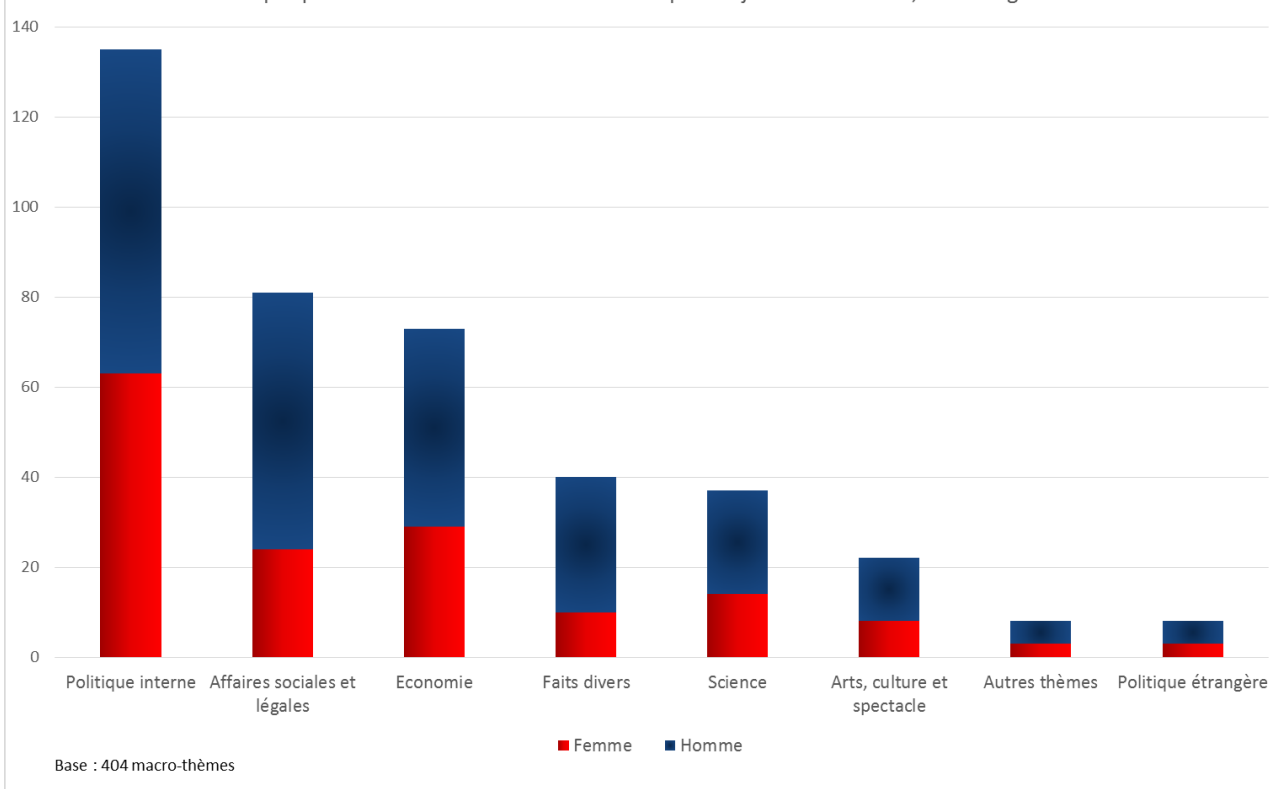
---

<sup>2</sup> Dans le journalisme anglo-saxon, les *Hard News* sont les nouvelles importantes qui requièrent une diffusion immédiate. Elles ont le caractère de l'urgence, et touchent dans la plupart des cas la politique, l'économie, les affaires internationales, et la criminalité. Les *Soft News* touchent généralement des thèmes plus « légers » (par ex. les faits de société, la mondanité, les faits-divers, le spectacle) n'ayant pas l'attribut de l'urgence. Leur diffusion peut être décalée, ce qui permet aux rédactions de disposer d'un matériel de « réserve » pour compléter le sommaire des journaux.

Graphique n. 4 - Les macro-thèmes abordés par les journalistes TV, selon le genre



Graphique n. 5 - Les macro-thèmes abordés par les journalistes radio, selon le genre



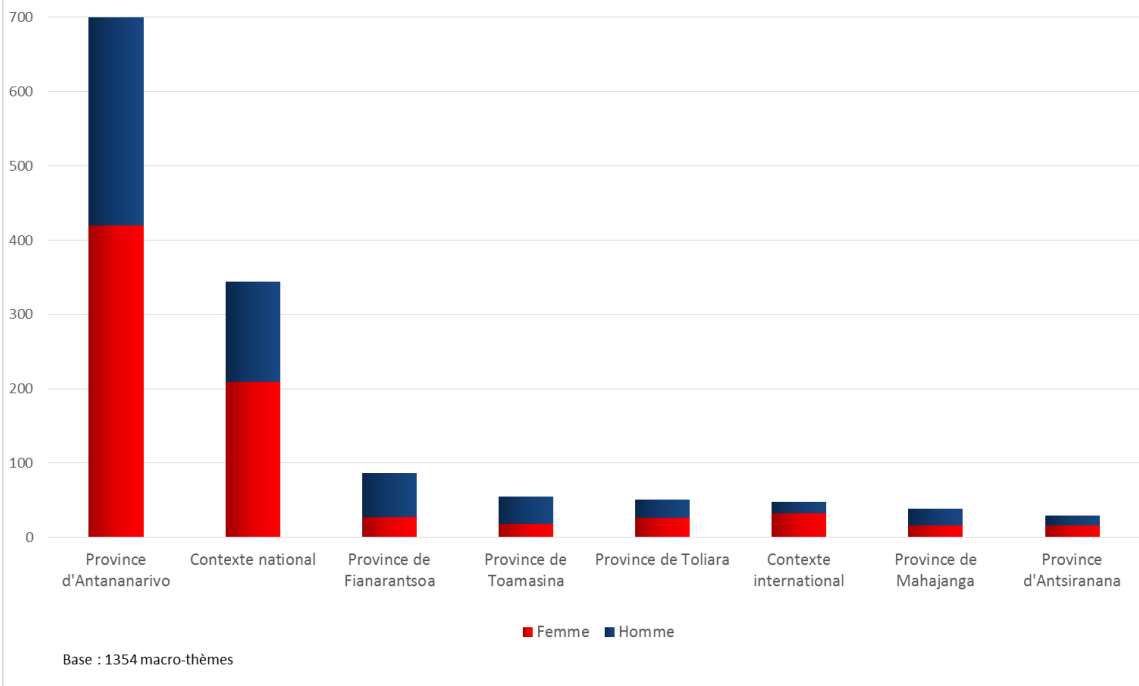
Comme le montrent les graphiques n. 6 et n. 7 dans les pages suivantes, les nouvelles locales relatives à la province d'Antananarivo dominent l'information, suivies des informations d'envergure nationale, tandis que celles qui présentent une portée provinciale sont secondaires, tout comme la dimension internationale.

Quelques différences sont observées parmi les médias. En effet, dans la liste des chaînes télévisées, TVM a accordé le plus de couverture aux provinces autres qu'Antananarivo ; et tout au contraire, MA-TV s'est concentrée presque exclusivement sur la capitale et sur le contexte national, tandis que KOLO TV a présenté un intérêt supérieur à la moyenne pour la sphère internationale.

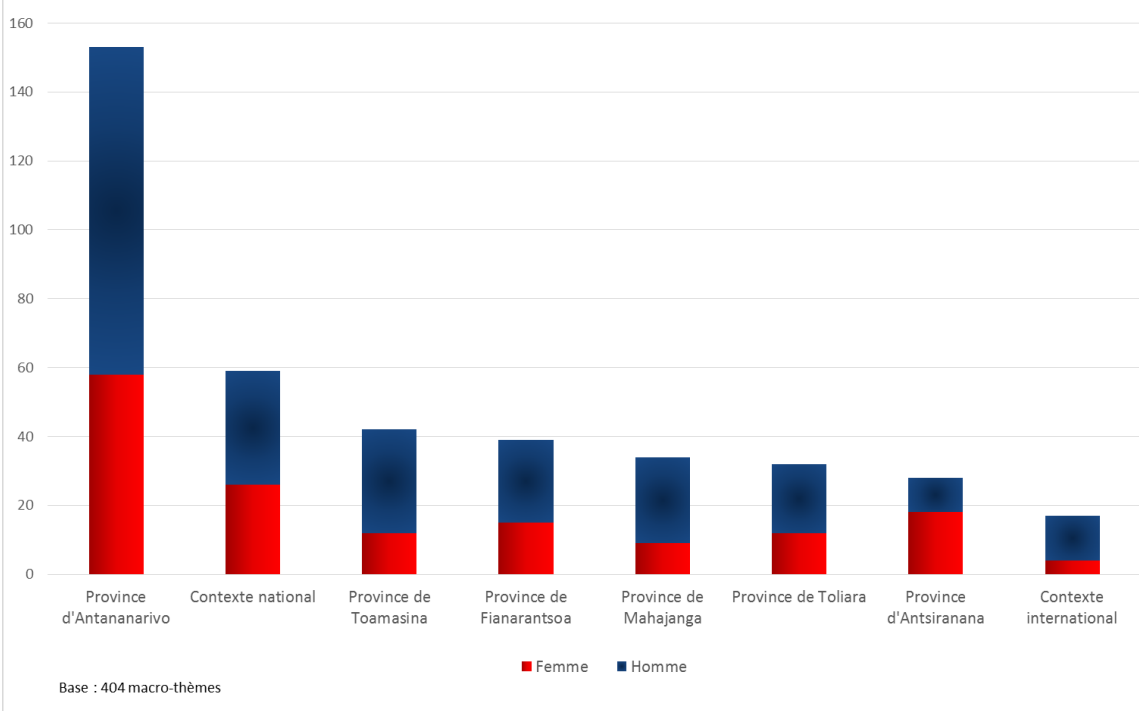
Concernant les radios, la station nationale RNM a assuré encore une fois, une bonne couverture – presque équilibrée – aux différentes provinces. RADIO PLUS leur a également accordé une visibilité supérieure à la moyenne, tandis que FREE FM a focalisé son attention essentiellement sur la capitale et sur le contexte national. ANTSIVA et RNM portent un regard non négligeable sur les actualités relevant de la sphère internationale.

Malgré certaines nuances (le contexte national est plus important dans l'information télévisée, tandis qu'il perd un peu d'importance dans les radios, au profit des provinces), les deux types de médias présentent les mêmes tendances, avec tout d'abord, une centralité incontestable de la capitale dans l'information tandis qu'une large partie du pays est reléguée au second plan. Ensuite, concernant le rôle des journalistes femmes dans l'information, l'aspect genre ne représente pas une base sur laquelle repose une quelconque « spécialisation » territoriale. A la différence de beaucoup d'autres pays où la tendance à attribuer aux femmes la couverture des actualités locales est constatée, les résultats relatifs à la télévision (graphique n. 6) montrent que les professionnelles malgaches de l'information s'occupent – autant ou plus que leurs confrères – des informations nationales et internationales.

Graphique n. 6 - La localisation des nouvelles traitées par les professionnels des chaînes TV, selon le genre



Graphique n. 7 - La localisation des nouvelles traitées par les professionnels des radios, selon le genre



## II. LES ACTEURS DU PLURALISME SOCIAL

Après cette présentation des caractéristiques du personnel interne aux médias, le rapport se focalise désormais sur les acteurs ayant reçu une visibilité sur les ondes des radios et à l'écran. Comme il a été mentionné, l'analyse a comptabilisé le temps de parole des acteurs individuels qui ont bénéficié d'un accès direct aux médias.

### **II.1 LA VISIBILITE DES FEMMES**

L'étude du profil des journalistes, présentée dans le paragraphe précédent, a amené à la conclusion que les femmes ont acquis une position importante au sein des rédactions – à la télévision davantage qu'à la radio – et ne souffrent pas des formes « typiques » de marginalisation qui persistent encore dans beaucoup de pays. Le rôle qu'elles jouent dans les rédactions peut être défini comme égalitaire.

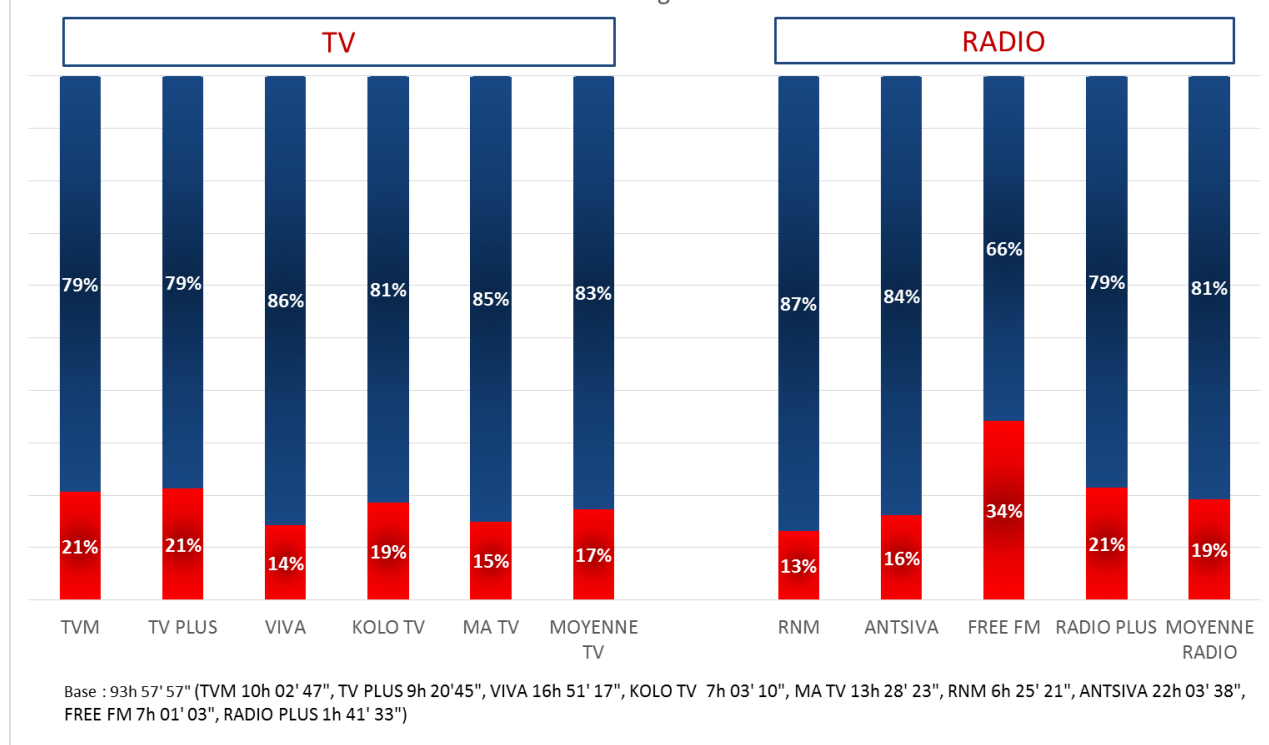
Est-ce que cette parité se traduit par une bonne visibilité féminine parmi les acteurs sociaux médiatisés? Est-ce que ces rédactions, caractérisées par l'équilibre de genre, s'ouvrent aux voix féminines provenant de la société, en leur accordant un espace pour mettre en avant leurs arguments ?

La présence de femmes parmi les professionnels des médias n'est pas le seul indicateur de la condition féminine dans le domaine médiatique. La représentation des femmes, en termes quantitatif et qualitatif, en tant qu'« objet » du discours médiatique, mérite également d'être considérée. Sur cette dernière composante, le résultat est décevant, montrant un décalage entre la forte affirmation des femmes dans la profession et leur marginalité en tant qu'« objet » d'intérêt.

- **Les femmes reçoivent seulement 18% du temps de parole accordé aux différents acteurs sociaux qui accèdent aux médias. 82% du temps total relevé sont alloués aux hommes.**
- **Ces taux sont plus précisément de 17% à la télévision et 19% à la radio.**

Le graphique n. 8 présente les résultats ventilés par médias, et met en évidence une tendance transversale à « ignorer » les femmes. Rarement, leurs interventions dépassent 20% du temps de parole à la télévision (TVM et TV PLUS), et dans la plupart des cas, elles restent en-dessous de ce taux, même dans les chaînes qui présentent une plus grande présence féminine dans la composition de leur rédaction. Parmi les radios, le taux de visibilité féminine est assez élevé sur FREE FM (34%), tandis que le pourcentage le plus bas de l'échantillon est enregistré sur RNM (13%).

Graphique n. 8 - Temps de parole accordé par les médias aux différents acteurs sociaux, selon le genre



## II.2 LES CATEGORIES D'ACTEURS REPRESENTÉES

Le tableau suivant propose un classement des catégories d'acteurs sur la base de leur visibilité (temps de parole) dans les journaux télévisés et parlés.

Les résultats apparaissent cohérents avec l'analyse des thèmes traités, dans la mesure où les protagonistes de la scène politique et économique priment. Figurent à la tête du classement, autant à la télévision qu'à la radio, les acteurs politico-institutionnels, les partis politiques, les représentants des collectivités territoriales décentralisées (qui étaient au centre de l'actualité au mois de juillet, en raison des élections communales) et les acteurs économiques appartenant aux syndicats et aux associations professionnelles.

En dehors du fait que les partis politiques interviennent constamment dans les programmes d'information en raison de l'intérêt porté par les médias aux thèmes politiques, le contexte électoral qui se prête aisément à la prise de parole des acteurs politiques explique également la présence des formations politiques dans le haut du classement.

Si les acteurs des collectivités territoriales décentralisées tels que les maires, les membres du Conseil municipal, les candidats maires et les Chefs de région ne bénéficient plus du même intérêt médiatique dans le courant du mois d'août et septembre (une régression au fil des mois émane de l'analyse), le monde de l'éducation et de la culture a obtenu une visibilité constante durant les trois mois d'analyse, qui coïncidaient avec la période des examens officiels et des mouvements de contestation ou/et de grève dans les établissements scolaires publics. En effet, le monde de l'éducation et de la culture met en scène les étudiants, les enseignants, les chercheurs, et les artistes.



Les syndicats et associations professionnelles ont pu profiter d'une médiatisation large et constante, compte-tenu des différentes manifestations et/ou revendications des syndicalistes, issus des différentes sociétés nationales. Mouvements qui se sont étendus tout au long de la période d'analyse. Ce résultat est essentiellement attribué aux représentants des organisations de patronat et d'employeurs ainsi qu'aux membres des syndicats de travailleurs, qui appartiennent à cette catégorie.

Le temps de parole accordé aux acteurs politico-institutionnels étrangers reste minime. Et pour cause, les médias ont tendance à rapporter les discours des acteurs appartenant à cette catégorie et ainsi, ils bénéficient rarement d'un temps de parole direct. En outre, les discours tenus par ces derniers, dont les Chefs d'Etat et de gouvernement mais également les parlementaires étrangers, utilisent rarement la langue malgache, sachant que la principale édition du JT et du JP faisant l'objet d'une analyse se fait dans la langue nationale.

**Tableau n. 2 – Temps alloué aux différentes macro-catégories d'acteurs, à la TV et à la radio**

<b>Macro-catégorie d'appartenance de l'acteur</b>	<b>TV</b>	<b>RADIO</b>	<b>Total</b>
Acteurs politico-institutionnels	16,1%	22,1%	18,5%
Partis et mouvements politiques	11,0%	11,0%	11,0%
Syndicats et associations professionnelles	10,4%	9,3%	10,0%
Collectivités territoriales décentralisées	8,7%	10,2%	9,3%
Monde de l'éducation et de la culture	8,2%	7,2%	7,8%
Organisations de la société civile	6,5%	8,9%	7,4%
Administration publique	6,2%	5,0%	5,7%
Monde de l'économie, de la finance, et des professions	6,5%	4,5%	5,7%
Gens ordinaires	6,2%	3,8%	5,3%
Forces armées, police, sécurité	4,7%	2,4%	3,8%
Autres institutions publiques et organes constitutionnels	4,1%	2,7%	3,5%
Système judiciaire	2,7%	2,4%	2,6%
Monde de l'information	2,2%	1,7%	2,0%
Acteurs religieux	0,8%	2,8%	1,6%
Monde de la science, de la technologie, de la médecine	1,1%	1,5%	1,3%
Acteurs supranationaux	0,8%	1,3%	1,0%
Monde du sport	1,3%	0,3%	0,9%
Monde du spectacle	1,0%	0,5%	0,8%
Protagonistes sociaux	0,4%	1,4%	0,8%
Protagonistes de crimes	0,5%	0,6%	0,6%
Autres	0,3%	0,4%	0,3%
Acteurs politico-institutionnels étrangers	0,1%	0,1%	0,1%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Base : 93h 57' 57" (56h 46' 22" à la TV, 37h 11' 35" à la radio)

Il est possible d'établir un classement ventilé par média pour mettre en exergue les spécificités de son profil et la priorité qu'il accorde aux différents types d'acteur. Les deux tableaux qui suivent concernent respectivement les chaînes télévisées et les stations radios. Compte-tenu de la masse de données contenue dans ces tableaux, leur lecture n'est pas aisée. En conséquence, ils sont suivis d'une synthèse des principaux éléments de réponse.

**Tableau n. 3 – Temps alloué aux différentes macro-catégories d'acteurs par les chaînes télévisées**

Macro-catégorie d'appartenance de l'acteur	TVM	VIVA	KOLO TV	MA TV	TV PLUS	Total
Acteurs politico-institutionnels	43%	4%	11%	16%	12%	16%
Partis et mouvements politiques	1%	22%	8%	9%	7%	11%
Syndicats et associations professionnelles	6%	16%	9%	8%	9%	10%
Collectivités territoriales décentralisées	2%	10%	10%	12%	8%	9%
Monde de l'éducation et de la culture	4%	10%	6%	7%	12%	8%
Organisations de la société civile	3%	9%	9%	7%	3%	6%
Monde de l'économie, de la finance, et des professions	5%	4%	14%	6%	6%	6%
Gens ordinaires	4%	7%	11%	3%	7%	6%
Administration publique	9%	3%	5%	8%	6%	6%
Forces armées, police, sécurité	5%	4%	3%	5%	6%	5%
Autres institutions publiques et organes constitutionnels	6%	2%	5%	5%	5%	4%
Système judiciaire	1%	3%	3%	3%	3%	3%
Monde de l'information	2%	3%		1%	5%	2%
Monde du sport	2%		1%	2%	2%	1%
Monde de la science, de la technologie, de la médecine	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Monde du spectacle				1%	3%	1%
Acteurs supranationaux			1%	1%	2%	1%
Acteurs religieux	1%			2%	1%	1%
Protagonistes de crimes	1%			1%	1%	1%
Protagonistes sociaux	1%				1%	
Autres					1%	
Acteurs politico-institutionnels étrangers						
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Base: 56h 46' 22" (TVM 10h 02' 47", VIVA 16h 51' 17", KOLO TV 7h 03' 10", MA TV 13h 28' 23", TV PLUS 9h 20' 45")

- La **base du tableau** détaille le **temps de parole accordé par chaque média aux acteurs sociaux des différentes catégories**. Puisque l'échantillon est identique pour chaque station (mêmes jours, mêmes mois, même type d'émission), les différences mettent en lumière des styles différents et des attitudes variées par rapport aux interventions directes des acteurs sociaux. VIVA TV a recours aux interviews plus souvent que les autres chaînes (presque 17 heures), suivie par MA-TV (13 heures) et par les autres stations qui se placent autour des 10 heures.
- **TVM présente un profil très institutionnel** : son JT en malgache a majoritairement accordé la parole aux acteurs politico-institutionnels, aux représentants de l'administration publique et, plus que les chaînes privées, aux autres institutions publiques et organes constitutionnels. Tout au contraire, en comparaison des autres TV, elle a négligé les syndicats de travailleurs.
- **VIVA TV** se caractérise dans un sens **très politique** : non seulement son JT a accordé un important espace d'expression aux partis mais surtout, la tête de son classement (syndicats, collectivités territoriales, monde de l'éducation) suggère que son attention s'est focalisée sur les élections locales et sur la question brûlante des grèves à l'université, une question sociale

aux graves implications politiques. Les organisations de la société civile y ont trouvé également une plateforme d'expression assez discrète.

- **KOLO TV**, dans son JT en langue malgache, a privilégié les acteurs économiques et le monde des professions, sans négliger les acteurs institutionnels nationaux et locaux, et s'est distinguée par son **ouverture aux voix des gens ordinaires**. Les OSC y ont obtenu également un espace d'expression supérieur à la moyenne de la télévision.
- **MA-TV**, qui a accordé **un accès direct à la plupart des catégories**, a privilégié les acteurs politiques et institutionnels, de niveau national et local. Les représentants de l'administration publique ont également pu y faire part de leurs opinions.
- **TV PLUS**, tout comme la chaîne précédente, a porté un intérêt à **la presque totalité des catégories**. Néanmoins, la tête de son classement (acteurs politico-institutionnels, monde de l'éducation, syndicats) témoigne de son choix d'accorder un large espace d'expression aux protagonistes des grèves à l'université.

**Tableau n. 4 – Temps alloué aux différentes macro-catégories d'acteurs par les stations radio**

Macro-catégorie d'appartenance de l'acteur	RNM	ANTSIVA	FREE FM	RADIO PLUS	Total
Acteurs politico-institutionnels	40%	21%	11%	12%	22%
Partis et mouvements politiques	1%	15%	8%	13%	11%
Collectivités territoriales décentralisées	6%	9%	16%	12%	10%
Syndicats et associations professionnelles	2%	10%	16%	3%	9%
Organisations de la société civile	5%	12%	6%	2%	9%
Monde de l'éducation et de la culture	5%	9%	6%	0%	7%
Administration publique	11%	3%	6%	4%	5%
Monde de l'économie, de la finance, et des professions	4%	4%	6%	2%	4%
Gens ordinaires	2%	3%	8%	4%	4%
Acteurs religieux	2%	4%	0%	1%	3%
Autres institutions publiques et organes constitutionnels	4%	2%	2%	5%	3%
Système judiciaire	0%	3%	3%	0%	2%
Forces armées, police, sécurité	3%	2%	4%	4%	2%
Monde de l'information	0%	0%	2%	28%	2%
Monde de la science, de la technologie, de la médecine	4%	1%	1%	0%	1%
Protagonistes sociaux	6%	0%	1%	0%	1%
Acteurs supranationaux	1%	1%	1%	2%	1%
Protagonistes de crimes	1%	0%	1%	0%	1%
Monde du spectacle	0%	0%	1%	7%	1%
Autres	1%	0%	0%	1%	0%
Monde du sport	1%	0%	1%	0%	0%
Acteurs politico-institutionnels étrangers	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Base : 37h 11' 35" (RNM 6h 25' 21", ANTSIVA 22h 03' 38", FREE FM 7h 01' 03", RADIO PLUS 1h 41' 33")

- La **base du classement** met en exergue des **différences significatives vis-à-vis de l'accès direct accordé par les radios aux acteurs sociaux**. ANTSIVA se distingue par une forte

ouverture aux interventions directes de ces acteurs (22 heures), FREE FM et RNM ont à peu près les mêmes durées (entre 6 et 7 heures), tandis que RADIO PLUS consacre moins de 2 heures à la prise de parole des différentes catégories d'acteurs.

- **RNM, tout comme TVM, présente un profil institutionnel** comme en témoigne son attention focalisée sur les acteurs politico-institutionnels, les représentants de l'administration publique, et les collectivités territoriales décentralisées. Elle a donné un accès supérieur à la moyenne aux « Protagonistes sociaux », c'est-à-dire les catégories défavorisées comme les personnes âgées, les mineurs, les femmes, les minorités ethniques et linguistiques, et les handicapés. Elle semble cependant se désintéresser des partis politiques et des syndicats.
- **ANTSIVA** s'est concentrée notamment sur les **acteurs du paysage politique** (acteurs politico-institutionnels, partis) et a donné un large espace d'expression aux représentants de la **société civile** et de l'éducation.
- **FREE FM** a accordé la parole aux **collectivités territoriales** et au **monde syndical**, et a souvent permis aux **gens ordinaires de s'exprimer**.
- **RADIO PLUS**, qui se caractérise par son accès limité pour les acteurs sociaux (moins de 2 heures au total), présente un **profil « excentrique »**, avec la prévalence de personnalités appartenant au **monde de l'information**. Le reste de l'attention est consacrée aux acteurs politiques et institutionnels, nationaux et locaux et – plus que les autres médias – aux personnalités du monde du spectacle.

Avant de passer à une analyse plus détaillée des catégories d'acteurs sociaux les plus médiatisés, il est intéressant de répondre aux deux dernières problématiques :

- 1) Est-ce que les différentes catégories d'acteurs sociaux sont présentées de manière neutre ou certaines bénéficient-elles d'une couverture positive, ou tout au contraire souffrent d'une représentation négative ?
- 2) Est-ce que les femmes sont représentées dans toutes les catégories ?

Concernant le premier point, en règle générale, le fait d'obtenir un accès direct à l'antenne représente pour les acteurs sociaux une opportunité positive, car ils ont la possibilité d'articuler leurs discours et leurs arguments sans filtre. Toutefois, le cadre global dans lequel les acteurs étaient placés (évaluations exprimées par les journalistes ou par d'autres acteurs en marge de ces discours, le contexte, les événements évoqués, ...) a également été pris en considération pour avoir quelques éléments d'évaluation de leur image. Ce qui ressort est synthétisé dans le tableau n. 5, qui regroupe l'ensemble des médias.

Si dans la plupart des cas, les acteurs reçoivent une considération neutre ou balancée en marge de leur passage à l'antenne, les résultats témoignent de quelques accents critiques, mais surtout d'une image positive pour un certain nombre de catégories, à savoir le Monde de l'information, les Collectivités territoriales décentralisées, le Monde du spectacle, les Partis et mouvements politiques, les Acteurs politico-institutionnels, les Protagonistes sociaux... Il n'est pas étonnant de constater sur les médias 1) une attitude positive vis-à-vis du milieu de l'information et du spectacle, et 2) une ouverture aux « protagonistes sociaux », qui est d'ailleurs le signe d'un engagement des médias dans le soutien des catégories défavorisées. Cependant, la faveur accordée aux collectivités territoriales décentralisées

mais également aux acteurs politiques et institutionnels semble douteuse, car elle pourrait relever de la propagande et de la partialité. Ces données seront reprises ultérieurement.

**Tableau n. 5 – Le ton de la couverture pour les différentes catégories d’acteurs (TV et radios confondues)**

Macro-catégorie d'appartenance de l'acteur	Négatif	Neutre/balancé	Positif	Total
Acteurs politico-institutionnels	1,1%	85,5%	13,4%	100,0%
Acteurs politico-institutionnels étrangers	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Acteurs supranationaux	0,0%	94,7%	5,3%	100,0%
Administration publique	2,6%	87,6%	9,8%	100,0%
Collectivités territoriales décentralisées	0,4%	65,2%	34,3%	100,0%
Monde de l'éducation et de la culture	0,0%	96,5%	3,5%	100,0%
Monde de l'information	3,8%	52,0%	44,1%	100,0%
Organisations de la société civile	0,1%	92,7%	7,2%	100,0%
Partis et mouvements politiques	4,1%	80,7%	15,2%	100,0%
Syndicats et associations professionnelles	0,5%	91,2%	8,3%	100,0%
Monde de l'économie, de la finance, et des professions	0,0%	94,0%	6,0%	100,0%
Monde de la science, de la technologie, de la médecine	0,0%	98,2%	1,8%	100,0%
Monde du sport	4,3%	85,2%	10,5%	100,0%
Gens ordinaires	0,0%	90,5%	9,5%	100,0%
Autres institutions publiques et organes constitutionnels	3,4%	93,8%	2,8%	100,0%
Monde du spectacle	0,0%	70,3%	29,7%	100,0%
Forces armées, police, sécurité	1,4%	96,7%	1,9%	100,0%
Protagonistes sociaux	0,0%	86,8%	13,2%	100,0%
Autres	0,0%	87,8%	12,2%	100,0%
Acteurs religieux	0,0%	95,2%	4,8%	100,0%
Protagonistes de crimes	0,0%	95,1%	4,9%	100,0%
Système judiciaire	0,0%	95,3%	4,7%	100,0%
<b>Total</b>	<b>1,2%</b>	<b>86,6%</b>	<b>12,2%</b>	<b>100,0%</b>

Base : 93h 57' 57"

Concernant la deuxième question relative à la représentation féminine, le tableau n. 6, présente le taux de couverture accordée aux femmes pour chaque catégorie. Etant donné qu'elles restent minoritaires comparées aux hommes dans l'ensemble de la couverture médiatique (18,1% au total), la même logique est valable dans toutes les catégories. Toutefois, il est intéressant d'observer les cas où leur taux de présence est supérieur à cette moyenne de 18%, autrement dit où elles obtiennent une meilleure visibilité. Tel est le cas dans la catégorie des collectivités territoriales, dans laquelle leur taux de représentativité atteint 43%, mais également parmi les acteurs politico-institutionnels étrangers (32,7%) et les organisations de la société civile (25,8%). Elles ont aussi un meilleur accès à l'antenne dans des situations moins « prestigieuses », lorsqu'elles sont interpellées en tant que groupe défavorisé (protagonistes sociaux, 41%), gens ordinaires (36,3% : dans la plupart des cas, il s'agit des gens interviewés dans la rue au cours des micros-trottoirs, pour joindre l'opinion populaire) et aussi comme protagonistes de crimes (21%), vraisemblablement dans le rôle de victimes...

Dans la plupart des catégories restantes, elles sont sous-représentées, voire exclues, tout particulièrement dans les sphères de la politique et des institutions.

**Tableau n. 6 – Composition des macro-catégories d’acteurs sociaux selon le genre**

Macro-catégorie d'appartenance de l'acteur	Femme	Homme	Total
Acteurs politico-institutionnels	13,4%	86,6%	100,0%
Partis et mouvements politiques	10,3%	89,7%	100,0%
Syndicats et associations professionnelles	10,6%	89,4%	100,0%
Collectivités territoriales décentralisées	43,3%	56,7%	100,0%
Monde de l'éducation et de la culture	18,9%	81,1%	100,0%
Organisations de la société civile	25,8%	74,2%	100,0%
Administration publique	8,4%	91,6%	100,0%
Monde de l'économie, de la finance, et des professions	23,1%	76,9%	100,0%
Gens ordinaires	36,3%	63,7%	100,0%
Forces armées, police, sécurité	1,9%	98,1%	100,0%
Autres institutions publiques et organes constitutionnels	3,5%	96,5%	100,0%
Système judiciaire	14,8%	85,2%	100,0%
Monde de l'information	14,8%	85,2%	100,0%
Acteurs religieux	2,3%	97,7%	100,0%
Monde de la science, de la technologie, de la médecine	21,3%	78,7%	100,0%
Acteurs supranationaux	18,8%	81,2%	100,0%
Monde du sport	13,9%	86,1%	100,0%
Monde du spectacle	13,6%	86,4%	100,0%
Protagonistes sociaux	41,1%	58,9%	100,0%
Protagonistes de crimes	20,7%	79,3%	100,0%
Autres	47,9%	52,1%	100,0%
Acteurs politico-institutionnels étrangers	32,7%	67,3%	100,0%
<b>Total</b>	<b>18,1%</b>	<b>81,9%</b>	<b>100,0%</b>

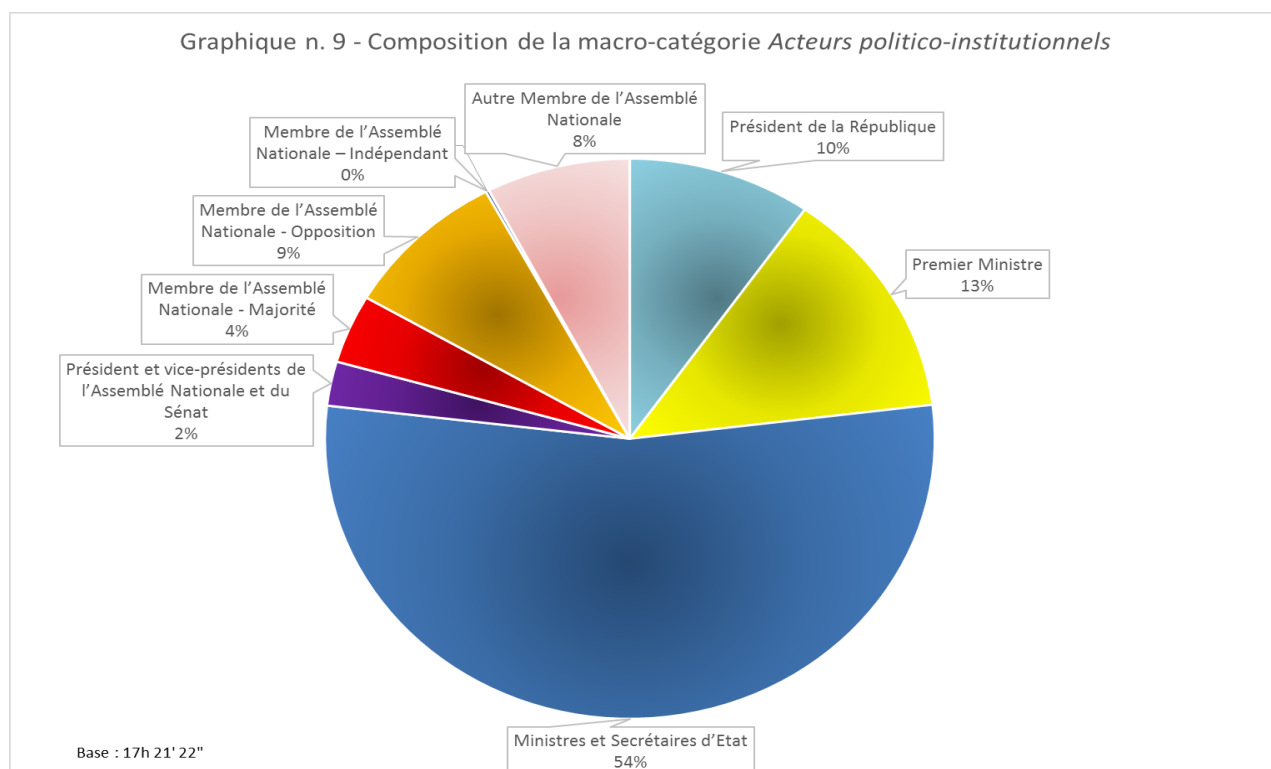
Base : 93h 57' 57"

### **II.3 LES ACTEURS POLITICO-INSTITUTIONNELS**

Les graphiques et les tableaux qui suivent permettent de se focaliser tour à tour sur chacune des principales macro-catégories.

Le graphique n. 9 présente la composition de la macro-catégorie « Acteurs politico-institutionnels », dans l'ensemble des médias. Les acteurs ayant eu le plus d'opportunité d'accéder à l'antenne sont les membres du Gouvernement. Le Premier ministre et les Ministres/Secrétaires d'Etat accaparent 67% des temps de parole de l'ensemble des acteurs au sein de cette macro-catégorie, à voir les résultats qu'elle a obtenus. Le Président de la République obtient 10% des accès direct, ce qui représente un taux d'accès significatif s'agissant d'une personnalité individuelle. L'institution parlementaire (essentiellement l'Assemblée nationale car le Sénat n'est pas encore en place) obtient un accès plus « modeste » de 23%, en considérant la grande variété d'acteurs issus de toutes ses sous-catégories que

sont le Président et vice-Présidents du Parlement, ainsi que les députés des diverses appartenances politiques. Parmi les membres de l'Assemblée nationale, ceux dits de l'opposition jouissent d'un certain avantage dans la mesure où ils accusent le double du temps de parole des députés de la majorité. De nombreux parlementaires n'ont pas pu être classés selon le critère « classique » majorité/opposition en l'absence de liste officielle attestant leur appartenance à un des deux camps. Qui plus est, il devient quasi impossible de déduire si un député appartient à tel ou tel camp au fil des changements de position opérés par les mouvements politiques représentés au sein de cette institution. Ces députés ont ainsi été classés comme *Autres membres de l'Assemblée nationale*.



Les tableaux n. 7 et n. 8 se concentrent sur le ton de la couverture réservé aux acteurs de cette catégorie, respectivement par les chaînes de télévision et par les radios. Si manière générale, les médias accordent un traitement neutre ou balancé à ces acteurs, les résultats témoignent d'une image largement positive du Président de la République (due en grande partie aux médias étatiques), et d'un avantage des députés de l'opposition par rapport à ceux de la majorité. L'image du Gouvernement est un peu plus controversée : elle est plus positive à la télévision qu'à la radio, mais elle ne cache pas quelques nuances critiques.



**Tableau n. 7 – Ton de la couverture des acteurs politico-institutionnels (TV)**

Acteurs politico-institutionnels	Négatif	Neutre/balancé	Positif	Total
Président de la République	1,3%	61,0%	37,7%	100,0%
Premier Ministre	5,5%	78,2%	16,3%	100,0%
Ministres et Secrétaires d'Etat	2,0%	83,7%	14,3%	100,0%
Président et vice-présidents de l'Assemblée nationale et du Sénat	0,0%	93,1%	6,9%	100,0%
Membre de l'Assemblée nationale – Majorité	0,0%	89,3%	10,7%	100,0%
Membre de l'Assemblée nationale – Opposition	0,0%	76,8%	23,2%	100,0%
Membre de l'Assemblée nationale – Indépendant	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Autres Membres de l'Assemblée nationale	0,0%	93,6%	6,4%	100,0%
<b>Total</b>	<b>1,9%</b>	<b>81,7%</b>	<b>16,5%</b>	<b>100,0%</b>

Base: 9h 08' 25"

**Tableau n. 8 – Ton de la couverture des acteurs politico-institutionnels (Radio)**

Acteurs politico-institutionnels	Négatif	Neutre/balancé	Positif	Total
Président de la République	4,2%	51,2%	44,6%	100,0%
Premier Ministre	0,0%	90,8%	9,2%	100,0%
Ministres et Secrétaires d'Etat	0,0%	95,8%	4,2%	100,0%
Président et vice-présidents de l'Assemblée nationale et du Sénat	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Membre de l'Assemblée nationale – Majorité	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Membre de l'Assemblée nationale – Opposition	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%
Autres Membres de l'Assemblée nationale	0,0%	93,6%	6,4%	100,0%
<b>Total</b>	<b>0,3%</b>	<b>89,7%</b>	<b>10,0%</b>	<b>100,0%</b>

Base: 8h 12' 47"

Les tableaux n. 9 et n. 10 présentent les données relatives à l'accès direct des différents acteurs, réparti selon le média, tout d'abord pour les chaînes télévisées et ensuite pour les radios. Il est ainsi possible d'apprécier les signes de différentes lignes éditoriales, en particulier :

- L'important espace accordé par TVM et RNM au Président de la République, leur focalisation sur les acteurs institutionnels et leur désintérêt vis-à-vis des acteurs de l'Assemblée nationale. L'exploitation des autres données se rapportant au ton de la couverture (qui ne sont cependant pas présentées dans ce rapport mais prises en considération au cours de la rédaction) permet d'ajouter que le ton de couverture du Président de la République et des membres du Gouvernement s'est avéré largement positif sur les deux chaînes nationales. Elles tendent ainsi à promouvoir les activités du pouvoir Exécutif et partant, à délaissier le pouvoir Législatif représenté par l'Assemblée nationale.
- L'absence de temps de parole pour le Chef de l'Etat sur VIVA TV, et l'attention focalisée sur l'Assemblée nationale, notamment sur les membres de l'opposition et les acteurs dont il n'est pas possible de définir le bord politique. Par ailleurs, les tableaux sur le ton de la couverture ont mis en évidence une attitude critique de la station vis-à-vis du Gouvernement, en particulier du Premier ministre. Son engagement politique en faveur de l'opposition, émerge ainsi de l'analyse.
- Une tendance à l'équilibre sur TV PLUS entre les députés de la majorité et de l'opposition. La chaîne a privilégié les tons neutres dans la couverture de tous les acteurs, mis à part quelques petits accents négatifs vis-à-vis du Président de la République. Ce respect de



l'objectivité se reflète dans le temps de parole accordé aux différentes sources d'information, d'autant plus que la chaîne implique le plus souvent des avis contradictoires en respectant une durée d'interview qui ne dépasse pas une certaine moyenne pour chaque acteur.

- Un déséquilibre en faveur de l'opposition parlementaire sur KOLO TV, ainsi que sur ANTSIVA. Dans la couverture des principales institutions de l'Etat – le Président de la République et le Gouvernement –, KOLO TV a adopté souvent un ton critique. Ces deux chaînes, qui appartiennent à la catégorie des médias d'opinion, affichent ainsi une certaine hostilité envers le pouvoir Exécutif.
- L'intérêt prioritaire de MA-TV pour les membres du Gouvernement. En effet, le temps de parole accordé aux Ministres et Secrétaires d'Etat représente 58 % de la couverture octroyée à l'ensemble des acteurs politico-institutionnels.
- Un profil « atypique » pour RADIO PLUS qui néglige complètement les membres du Gouvernement, sauf le Premier ministre et ouvre ses micros essentiellement aux députés. Il faut toutefois remarquer qu'il ne s'agit pas d'une donnée très significative car la radio, à la différence des autres, a consacré à cette catégorie d'acteurs seulement 12 minutes de temps de parole.

**Tableau n. 9 – Composition de la macro-catégorie « Acteurs politico-institutionnels », dans les différentes chaînes télévisées**

Acteurs politico-institutionnels	TVM	VIVA	KOLO TV	MA TV	TV PLUS	Total
Président de la République	18,5%	0,0%	4,7%	6,1%	8,0%	11,6%
Premier Ministre	14,9%	4,0%	16,5%	9,7%	6,5%	11,9%
Ministres et Secrétaires d'Etat	62,2%	11,8%	48,5%	58,1%	50,6%	54,8%
Président/Vice-présidents de l'Assemblée nationale et du Sénat	1,2%	12,8%	6,0%	6,4%	5,1%	4,2%
Membre de l'Assemblée nationale – Majorité	0,4%	2,2%	0,0%	2,8%	8,4%	2,1%
Membre de l'Assemblée nationale – Opposition	0,1%	18,1%	10,8%	4,3%	11,5%	4,8%
Membre de l'Assemblée nationale – Indépendant	0,0%	0,0%	2,6%	0,5%	0,0%	0,3%
Autres Membres de l'Assemblée nationale	2,8%	51,2%	10,9%	12,0%	9,9%	10,3%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Base : 9h 08' 25" (TVM 4h 19' 29", VIVA 41' 33", KOLO TV 46' 40", MA TV 2h 12' 20", TV PLUS 1h 08' 33")

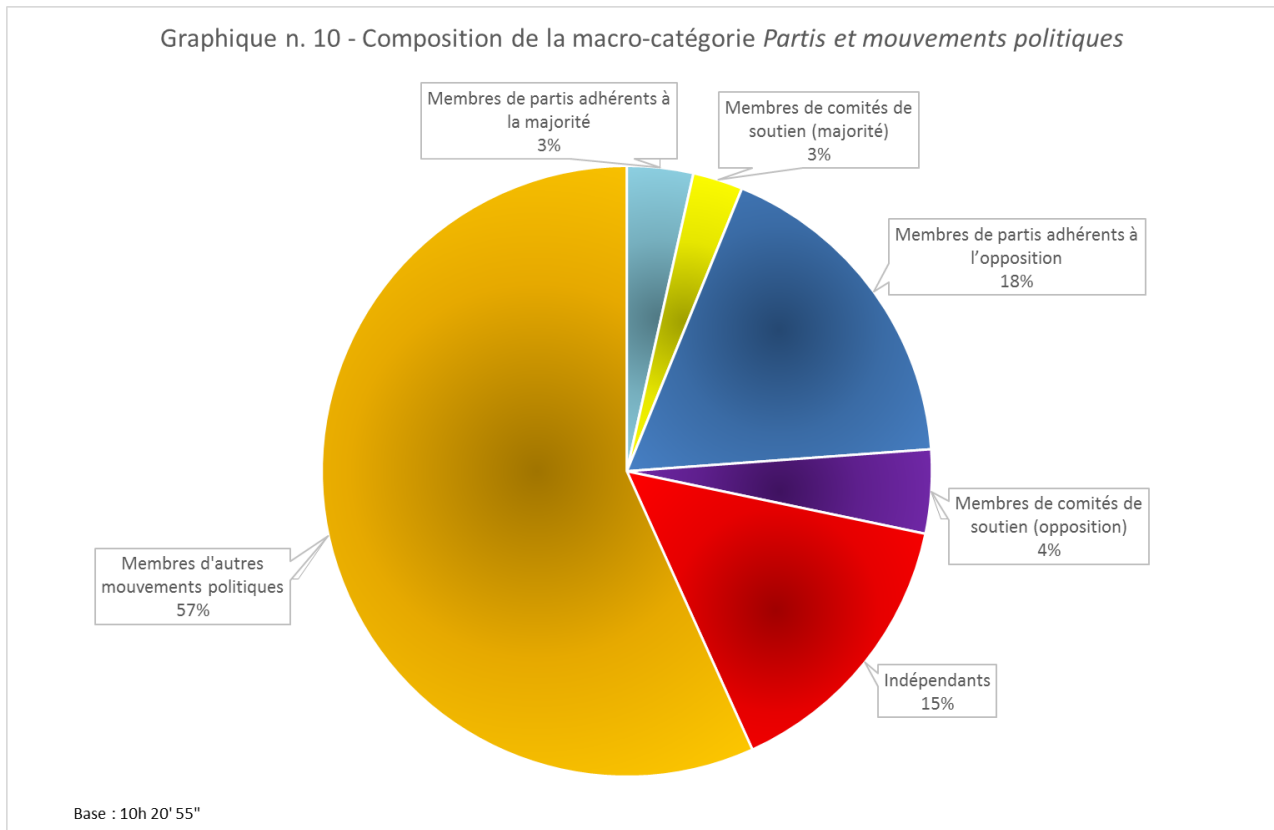
**Tableau n. 10 – Composition de la macro-catégorie « Acteurs politico-institutionnels », dans les différentes stations radios**

Acteurs politico-institutionnels	RNM	ANTSIVA	FREE FM	RADIO PLUS	Total
Président de la République	19,2%	1,5%	0,0%	29,9%	7,7%
Premier Ministre	31,9%	2,7%	32,3%	10,0%	14,9%
Ministres et Secrétaires d'Etat	45,3%	58,6%	57,5%	0,0%	52,8%
Président/Vice-présidents de l'Assemblée nationale et du Sénat	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,7%
Membre de l'Assemblée nationale – Majorité	0,5%	10,4%	0,0%	0,0%	6,1%
Membre de l'Assemblée nationale – Opposition	0,0%	23,3%	0,0%	0,0%	13,2%
Autres Membres de l'Assemblée nationale	3,0%	2,3%	10,3%	60,0%	4,7%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Base : 8h 12' 47" (RNM 2h 35' 51", ANTSIVA 4h 38' 01", FREE FM 46' 37", RADIO PLUS 12' 18")

## II.4 LES PARTIS ET LES MOUVEMENTS POLITIQUES

La deuxième macro-catégorie, par ordre d'importance, concerne les « Partis et mouvements politiques ». Les résultats attestent de la confusion évidente du système politique malgache et qui se traduit, dans le graphique n. 10, par la prééminence de partis et mouvements dont il est impossible de classer suivant le critère traditionnel majorité/opposition. L'opposition bénéficie cependant d'un plus grand accès à l'antenne par rapport à la majorité : cette dernière ne cumule que 6% du temps de parole, en comptabilisant les membres des partis et des comités de soutien, contre 22% pour l'opposition, et 12% pour les indépendants.



Malgré cette confusion, les résultats ventilés par média (tableaux n. 11 et n. 12) permettent quelques commentaires.

En effet, la télévision nationale TVM présente un intérêt limité pour cette catégorie d'acteurs (seulement 9 minutes de temps de parole environs). 60% de la durée totale des accès directs sont accordés au camp politique de la majorité, tandis que les indépendants ne bénéficient d'aucune couverture.

A l'opposé, les membres de partis et les comités de soutien adhérent à la majorité sont totalement absents des programmes d'information de VIVA. Le fait de ne recevoir aucun accès direct dans ces éditions journalières démontre une certaine indifférence vis-à-vis de ce camp politique certes ; mais signifie également que la station parle de ces acteurs, mais évite de leur tendre le micro pour éviter qu'ils bénéficient d'une visibilité à l'écran. D'ailleurs, dans plus de 56 % des cas, elle décide de couvrir les acteurs issus de l'opposition de manière positive.

En termes de pluralisme politique, KOLO TV porte un intérêt supérieur à la moyenne au front de l'opposition. La station livre un jugement soit majoritairement neutre, soit positif vis-à-vis des différents acteurs politiques confondus, sauf pour les comités de soutien de la majorité qui ne bénéficient jamais d'une appréciation positive.

La tendance de MA-TV consiste à accorder un accès à toutes les sensibilités politiques, mais de manière plus significative aux comités de soutien de la majorité. Une neutralité est essentiellement observée dans le ton de couverture.

La différenciation majorité/opposition/indépendant ne transparait guère sur TV PLUS, qui attribue davantage de temps de parole aux membres des autres mouvements politiques. Par définition, l'appartenance politique des acteurs inclus dans cette catégorie n'est pas clairement définie. Il émerge de ce constat que les principaux acteurs qui n'adoptent pas une position figée, politiquement parlant, reçoivent davantage de couverture sur cette station. D'ailleurs, elle leur accorde le plus souvent une image relativement neutre, sauf dans le cas des partis adhérant à la majorité qui reçoivent un traitement constamment positif dans le temps (très limité par ailleurs) qui leur est accordé

La station RNM a réservé un temps de parole exclusif aux autres mouvements politiques, et toujours sous un ton neutre

RADIO PLUS ne fait pas non plus exception à cette tendance consistant à donner un champ d'intervention prépondérant aux autres mouvements politiques, tout en restant neutre dans la couverture de ces acteurs. Par contre, le camp de l'opposition y revêt un rôle non négligeable en s'octroyant un-quart des temps de parole accordés à l'ensemble des politiciens.

Les membres des partis adhérant à l'opposition sont présents de manière plus accentuée sur ANTSIVA, comparé à la moyenne générale. Tandis que FREE FM accorde plus facilement l'antenne aux indépendants.

**Tableau n. 11 – Composition de la macro-catégorie « Partis et mouvements politiques », dans les différentes chaînes télévisées**

<b>Partis et mouvement politiques</b>	<b>TVM</b>	<b>VIVA</b>	<b>KOLO TV</b>	<b>MA TV</b>	<b>TV PLUS</b>	<b>Total</b>
Membres de partis adhérant à la majorité	60,3%	0,0%	3,0%	12,5%	3,3%	4,4%
Membres de comités de soutien (majorité)	5,1%	0,0%	3,5%	19,3%	2,5%	4,4%
Membres de partis adhérant à l'opposition	4,6%	12,1%	34,0%	4,4%	6,7%	11,8%
Membres de comités de soutien (opposition)	3,4%	9,4%	3,4%	3,4%	0,0%	6,7%
Indépendants	0,0%	25,2%	1,0%	17,2%	5,4%	18,9%
Membres d'autres mouvements politiques	26,6%	53,3%	55,1%	43,1%	82,2%	53,8%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Base : 6h 16' 12" (TVM 8' 46", VIVA 3h 43'53", KOLO TV 33' 38", MA TV 1h 12' 00", TV PLUS 37' 55")

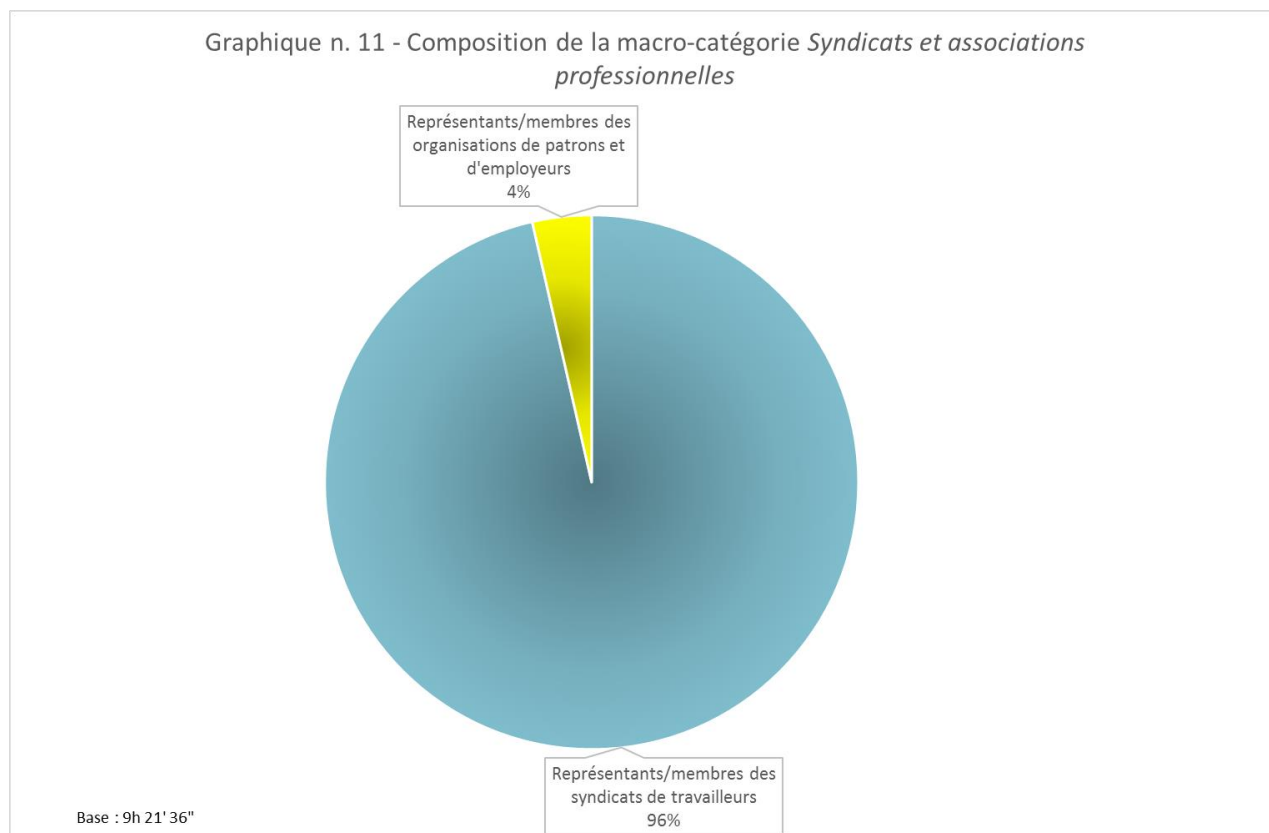
**Tableau n. 12 – Composition de la macro-catégorie « Partis et mouvements politiques », dans les différentes stations radio**

Partis et mouvement politiques	RNM	ANTSIVA	FREE FM	RADIO PLUS	Total
Membres de partis adhérant à la majorité	0,0%	2,3%	0,0%	6,3%	2,1%
Membres de partis adhérant à l'opposition	0,0%	31,9%	4,0%	18,4%	26,7%
Membres de comités de soutien (opposition)	0,0%	0,8%	0,0%	6,9%	1,0%
Indépendants	0,0%	3,6%	44,5%	0,0%	8,9%
Membres d'autres mouvements politiques	100,0%	61,4%	51,5%	68,4%	61,3%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Base : 4h 04' 43" (RNM 5' 20", ANTSIVA 3h 12' 49", FREE FM 33' 16", RADIO PLUS 13' 18")

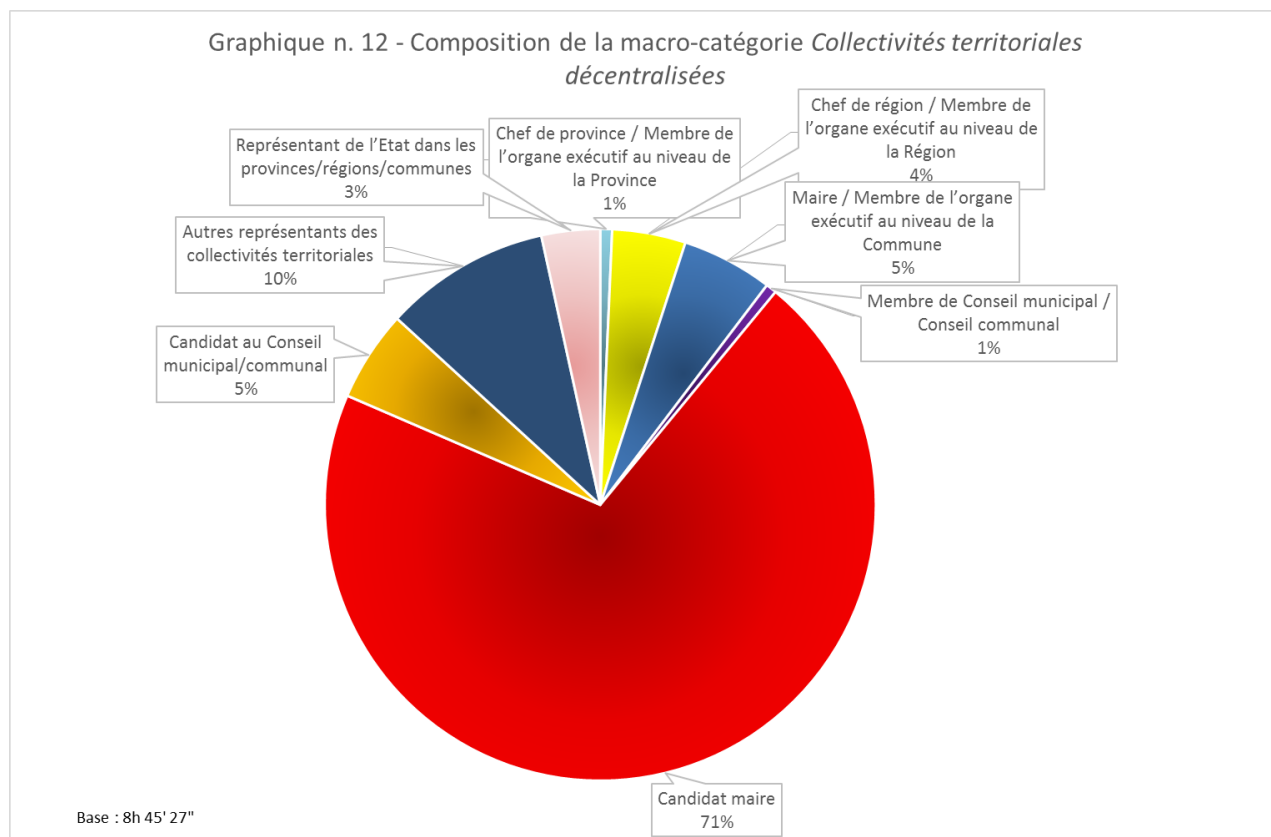
## II.5 AUTRES CATEGORIES TRES MEDIATISEES

La macro-catégorie « Syndicats et associations professionnelles » constitue l'une des principaux protagonistes de l'actualité pendant la période analysée. Ses représentants ont eu de nombreuses occasions d'accéder à l'antenne. La catégorie est dominée par les syndicats des travailleurs, sans différences significatives parmi les médias.



Les acteurs appartenant aux « Collectivités territoriales décentralisées » ont également obtenu un accès privilégié aux médias. La composition de cette macro-catégorie, présentée dans le graphique

suivant, met en lumière la position de premier plan des candidats maires (71%). Ce résultat découle de la large couverture accordée par les médias analysés aux élections communales qui se sont déroulées en juillet 2015.



En somme, cette catégorie d'acteurs bénéficie, plus ou moins, de tons positifs. Comme l'a démontré le tableau n. 5<sup>3</sup>, environ 35% du temps de parole qui lui est alloué sont effectivement connotés positivement. Le tableau suivant présente plus de détails et démontre que, si les membres du gouvernement local subissent parfois des tons critiques, les candidats, et tout particulièrement les candidats maires, sont présentés dans la moitié de cas sous une lumière positive.

<sup>3</sup> (cf Tableau n. 5 – Le ton de la couverture pour les différentes catégories d'acteurs (TV et radios confondues)), p.

**Tableau n. 13 – Ton de couverture des acteurs de la catégorie *Collectivités territoriales décentralisées***

Catégorie d'appartenance de l'acteur	Négatif	Neutre/balancé	Positif	Total
Chef de province/Membre de l'organe exécutif au niveau de la Province	11,5%	88,5%	0,0%	100,0%
Chef de région / Membre de l'organe exécutif au niveau de la Région	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Maire / Membre de l'organe exécutif au niveau de la Commune	3,1%	95,6%	1,3%	100,0%
Membre de Conseil municipal / Conseil communal	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Candidat maire	0,0%	52,3%	47,7%	100,0%
Candidat au Conseil municipal/communal	0,0%	93,4%	6,6%	100,0%
Autres représentants des collectivités territoriales	1,9%	95,5%	2,6%	100,0%
Représentant de l'Etat dans les provinces/régions/communes	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>0,4%</b>	<b>65,2%</b>	<b>34,3%</b>	<b>100,0%</b>

Base: 8h 45' 27"

Mises à part RNM, TVM et RADIO PLUS qui réservent aux candidats maires une couverture intégralement neutre, les autres médias cèdent aux tentations de la propagande dans des mesures différentes mais toujours importantes, comme le souligne le tableau n. 14.

**Tableau n. 14 – Couverture positive réservée aux candidats maires par les médias analysés**

Média	Taux de couverture positive en faveur des candidats maires
TVM	0,0%
RNM	0,0%
RADIO PLUS	0,0%
ANTSIVA	20,2%
TV PLUS	27,3%
KOLO TV	41,5%
VIVA TV	56,6%
MA-TV	58,6%
FREE FM	83,2%

Pour conclure, le graphique n. 13 présente une catégorie figurant parmi les plus médiatisées, et dont il est intéressant d'observer la composition, en l'occurrence les *Organisations de la société civile*.

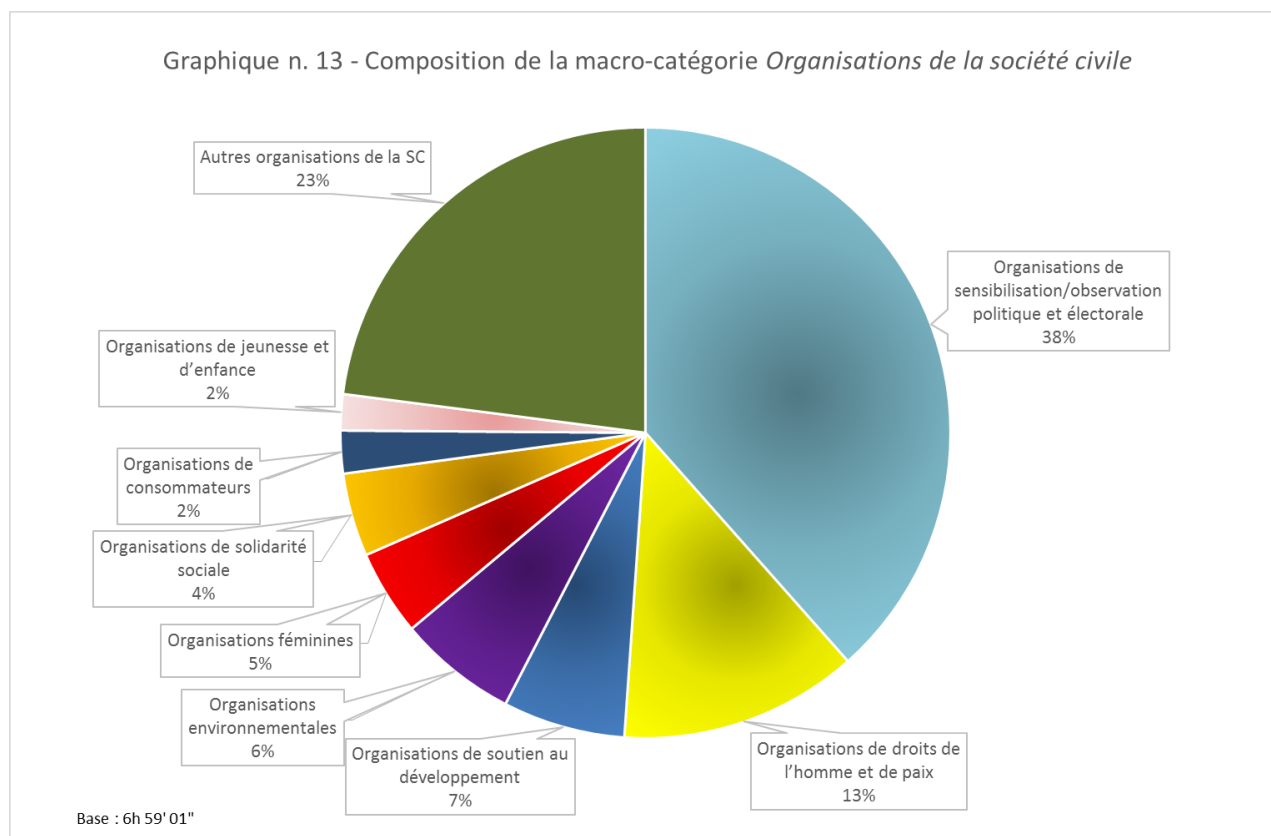
Différentes actions ont été entreprises par les OSC en charge de la sensibilisation électorale durant la période d'analyse de juillet à septembre, qui coïncidait avec les élections communales de 2015. Elles concernent notamment l'éducation des électeurs et la présentation des rapports d'évaluation du processus électoral. Les entités spécialisées dans l'observation des élections ont reçu, de ce fait, une couverture médiatique importante au cours de cette période, en raison de leurs interventions sur ces aspects du processus électoral.

L'analyse du pluralisme social a également vu émerger la macro-catégorie des Organisations des droits de l'Homme et de paix, qui ont fait part de leurs constats sur le traitement réservé aux syndicalistes et aux étudiants ayant participé aux différents mouvements de contestation qui ont marqué ce trimestre. D'autres acteurs issus de cette macro-catégorie ont réagi sur les différentes

stations audiovisuelles par rapport aux opérations de sécurisation menées par les forces de l'ordre sur tout le territoire national.

Les membres de la société civile, autres que ceux appartenant aux différentes macro-catégories clairement identifiées, ont également bénéficié d'une large couverture. Cet intérêt prononcé des médias vis-à-vis de ces acteurs se manifeste par la présence de diverses associations et ONG œuvrant dans le domaine de l'assainissement et dans l'adduction d'eau potable à Madagascar, mais dont le secteur d'activité n'est pas défini parmi les sous-catégories de la société civile.

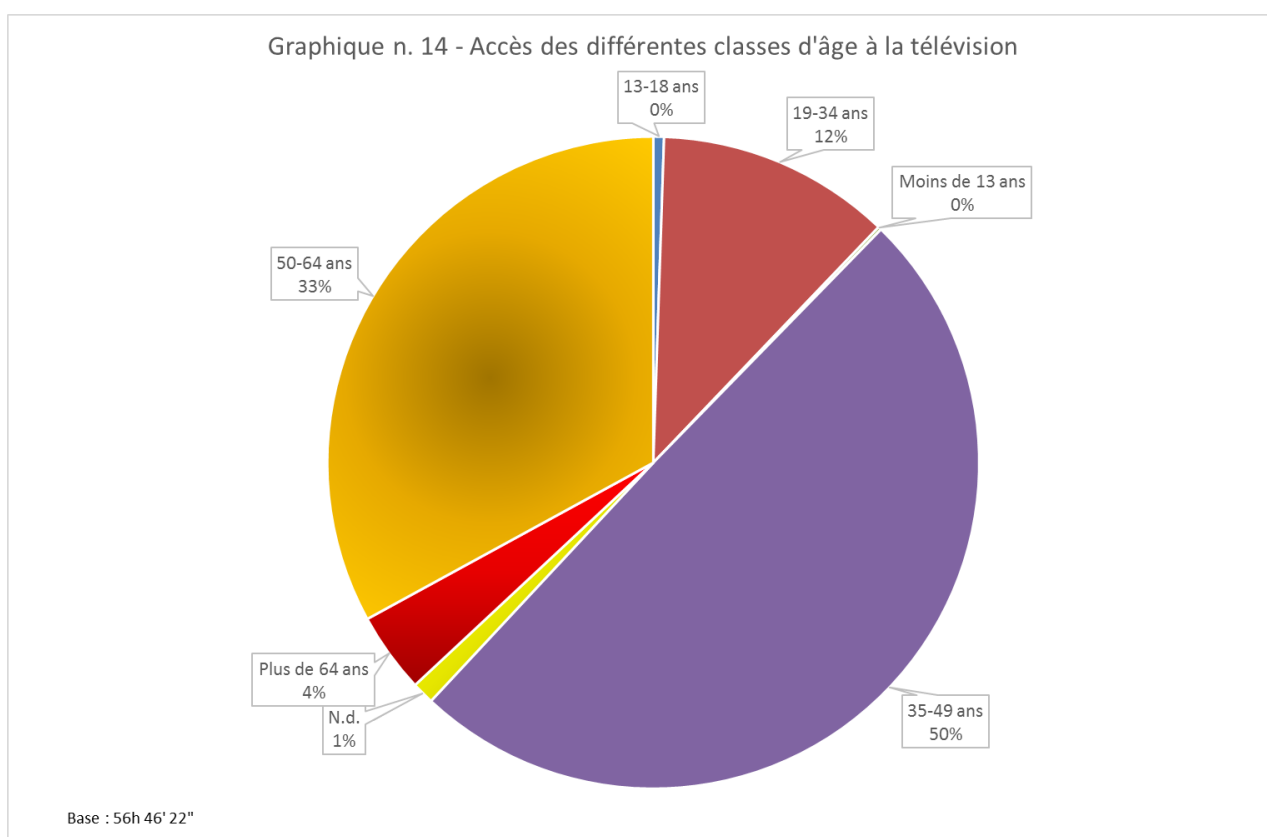
D'autres organisations de la société civile qui œuvrent dans le volet social ont reçu une couverture plus marginale dans les programmes d'information. Il s'agit des OSC intervenant dans le domaine l'enfance et de la jeunesse, des organisations de protection des consommateurs, des organisations féminines et des plateformes civiles impliquées dans la solidarité sociale (assistance aux démunis, aux personnes handicapées, aux malades et aux personnes marginalisées...)



## II.6 LES CLASSES D'ÂGE, LES ETHNIES, LES RELIGIONS, ET LES PROFESSIONS LES PLUS REPRESENTÉES

Concernant l'âge des acteurs sociaux ayant accès aux médias, elle a été relevée seulement à la télévision, où les images permettent de l'estimer.

Les acteurs les plus visibles médiatiquement appartiennent à la classe intermédiaire, entre 35 et 49 ans, suivis par ceux de la catégorie 50-64 ans. Les plus âgés ainsi que les très jeunes ont eu un accès très limité aux écrans.

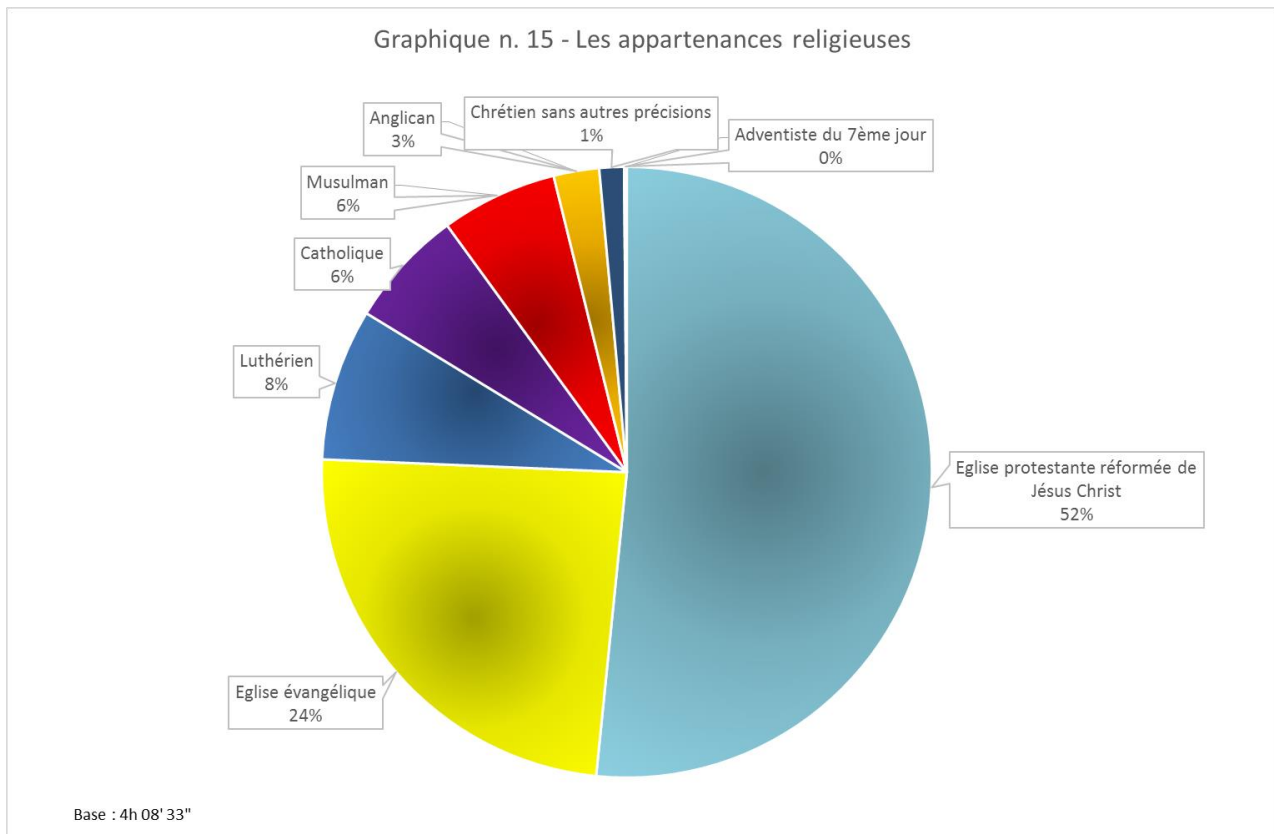


A propos de l'appartenance ethnique ou les nationalités relevées à la fois à la radio et à la télévision, **98,9% des acteurs qui ont eu accès aux médias sont de nationalité malgache**, et seulement une petite minorité est de nationalité étrangère : il s'agit surtout d'Européens et d'Africains sub-sahariens qui incluent les ressortissants des îles voisines de Madagascar.

Pour les acteurs malgaches, une variable permettait de relever l'**ethnie**, là où il était possible de l'identifier. Toutefois, dans 98% des cas, aucun élément n'a permis d'identifier cette appartenance ethnique, signe que cet élément n'est pas évoqué, ni fait l'objet d'attention particulière.

Concernant la **foi religieuse** des acteurs, elle n'est pas identifiable dans 95,6% des cas. Cette caractéristique laisse supposer que l'appartenance religieuse n'était pas très thématifiée dans les médias, pendant les mois analysés. Dans la minorité de cas où l'identité religieuse était évoquée sur les ondes des radios et/ou identifiables à l'écran, les acteurs sont de confession chrétienne, appartenant à l'Eglise protestante réformée de Jésus-Christ.





Le tableau n. 15 présente la **classe socio-professionnelle** des acteurs qui ont accédé aux médias. Une surreprésentation (64%) des cadres, des professions les plus « prestigieuses » et des catégories sociales les plus aisées émerge de l'analyse. Ce constat est assez courant dans les médias, qui tendent à focaliser l'attention sur les personnalités célèbres, sur les milieux du pouvoir et sur les protagonistes de la politique, de l'économie et de la culture. Il s'agit, en effet, d'une « déformation » typique due aux choix de l'agenda, privilégiant les thèmes politiques et économiques et s'intéressant surtout aux avis des décideurs.

Les professions intermédiaires sont moyennement représentées, tandis que les classes ouvrière et agricole sont presque invisibles. Il est probable que l'information leur ait réservé une attention indirecte, mais leurs acteurs ne sont pas parvenus à exprimer de vive voix leur point de vue.

Dans 8,7% des cas, il n'était pas possible de déterminer la profession.

**Tableau n. 15 – Catégories socio-professionnelles**

<b>Catégorie socio-professionnelle</b>	<b>Temps de parole (%)</b>
<b>Cadres et professions intellectuelles supérieures</b>	<b>64,2%</b>
Politiques	38,1%
Cadres de la fonction publique	8,2%
Autres (cadres et professions intellectuelles supérieures)	5,3%
Professions libérales	3,7%
Cadres administratifs, commerciaux et techniques d'entreprise	3,1%
Professeurs, professions scientifiques	3,0%
Professions de l'information, des arts et des spectacles	2,9%
<b>Professions intermédiaires</b>	<b>19,0%</b>
Professions intermédiaires de la santé et du travail social	5,5%
Policiers et militaires	3,7%
Professions intermédiaires /employés de la fonction publique	2,6%
Techniciens	2,4%
Enseignants, instituteurs et assimilés	1,8%
Autres professions intermédiaires	1,3%
Professions intermédiaires /employés d'entreprise et de commerce	1,1%
Clergé, religieux	0,6%
<b>N.d.</b>	<b>8,7%</b>
<b>Autres</b>	<b>3,9%</b>
Élèves, étudiants	2,5%
Sportifs, entraîneurs, dirigeants de club ou associations sportives	0,9%
Femmes de ménage, mères...	0,2%
Autres	0,2%
Retraités	0,1%
Chômeurs	0,0%
Elèves, étudiants	0,0%
<b>Artisans, commerçants et chefs d'entreprise</b>	<b>2,7%</b>
Commerçants et assimilés	1,1%
Chefs d'entreprise, représentants d'associations de catégorie (industriels...)	0,8%
Autres (artisanat, commerce, entreprise)	0,4%
Gros industriels / patrons d'entreprise	0,4%
Artisans	0,1%
<b>Ouvriers</b>	<b>1,1%</b>
Ouvriers qualifiés de type industriel et artisanal	0,4%
Chauffeurs	0,3%
Personnel de service	0,2%
Ouvriers non qualifiés de type industriel et artisanal	0,1%
Salariés agricoles, pêcheurs	0,0%
Autres ouvriers	0,0%
<b>Agriculteurs</b>	<b>0,3%</b>
Agriculteurs sur moyenne ou petite exploitation	0,3%
Agriculteurs sur grande exploitation	0,0%
Autres (agriculture)	0,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

Base : 93h 57' 57"

Il est intéressant d'observer la répartition des différentes catégories professionnelles selon le genre. Le tableau n. 16 présente un résultat « interpellateur », en ce sens que les femmes sont plus visibles dans la profession d'artisan, commerçant et chef d'entreprise. Une présence accentuée est également constatée dans les catégories « N.d. ou Non définie » et « Autres », sachant que la première inclut tous les cas où la profession était impossible à déterminer, où les personnes étaient présentées dans des positions génériques sans référence au statut professionnel ; tandis que la deuxième, au-delà du cadre professionnel, est une position sociale qui inclut les mères et les femmes de ménage.

**Tableau n. 16 – La catégorie socio-professionnelle selon le genre**

Catégorie socio-professionnelle	Femme	Homme	Total
Cadres et professions intellectuelles supérieures	18,2%	81,8%	100,0%
Professions intermédiaires	13,1%	86,9%	100,0%
N.d.	23,6%	76,4%	100,0%
Autres	24,5%	75,5%	100,0%
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	25,3%	74,7%	100,0%
Ouvriers	12,1%	87,9%	100,0%
Agriculteurs	19,3%	80,7%	100,0%
<b>Total</b>	<b>18,1%</b>	<b>81,9%</b>	<b>100,0%</b>

Base : 93h 57' 57"

## **II.7 LES FONCTIONS DES ACTEURS**

A quel titre les acteurs sont-ils interpellés ? Pourquoi les médias s'intéressent-ils à leurs avis ?

Le tableau n. 17 met en évidence la préférence des médias analysés pour les fonctions de prestige. Tout d'abord, les **porte-paroles** (ces acteurs représentent soit un groupe élargi – parti politique, syndicat, institution, association, etc. – soit un individu, par exemple, un avocat qui représente son client. Dans leurs interventions, ils ne parlent pas en leur nom propre mais interviennent au nom du groupe ou de la personne qu'ils représentent), ensuite les **experts ou leaders d'opinion** (les spécialistes d'un secteur, d'une activité ou d'une discipline ; leur fonction est d'expliquer, de fournir des informations, des opinions ou des commentaires sur la base de leur expertise. Ils jouent un rôle d'autorité, publiquement reconnu).

Les acteurs sont souvent interpellés pour partager leur **expérience**, leur **opinion personnelle** ou des **témoignages**, c'est-à-dire qu'ils sont sollicités, soit pour faire part d'une expérience vécue, soit pour apporter un témoignage sur un événement particulier auquel ils ont assisté, soit enfin pour exprimer une opinion purement personnelle, qui n'engage qu'eux-mêmes.

Plus rarement, les acteurs sont les **protagonistes**, les « **newsmaker** » : ils sont au centre de la nouvelle ou de l'émission, en raison de leurs propos, de leurs initiatives ou d'un fait dont ils ont été les acteurs. Sans eux, la nouvelle n'existerait pas. Il s'agit donc d'un rôle important mais pas nécessairement prestigieux.

Encore plus rarement, les acteurs sont interpellés en tant que « **vox populi** », représentant des gens ordinaires, afin d'exprimer une opinion supposée être partagée par un groupe plus large de personnes (les citoyens, les supporters d'un club sportif, les habitants d'un quartier...).

**Tableau n. 17 – Les fonctions des acteurs**

Fonction	Temps de parole (%)
Porte-parole	47,4%
Expérience, opinion personnelle, témoignage	18,9%
Expert, leader d'opinion	17,6%
Protagoniste, newsmaker	14,5%
Opinion populaire	1,7%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

Base : 93h 57' 57"

Est-ce que les femmes et les hommes revêtent les mêmes fonctions dans leurs passages médiatiques ?

Le tableau n. 18 montre les fonctions différentes que les médias audiovisuels attribuent aux femmes et aux hommes dans le discours médiatique et laisse apparaître la marginalité des premières dans les fonctions les plus prestigieuses, tout particulièrement l'expert/leader d'opinion. Si les hommes sont souvent appelés à s'exprimer en tant qu'experts, commentateurs et porte-paroles, c'est-à-dire en raison de compétences spécifiques qu'ils détiennent et de leurs responsabilités professionnelles, les femmes sont plus souvent interpellées en tant que représentantes anonymes de l'opinion populaire. Malgré tout, les femmes ne sont pas totalement marginalisées, car elles apparaissent aussi fréquemment comme les protagonistes des nouvelles.

**Tableau n. 18 – La fonction des acteurs selon le genre**

Fonction	Femme	Homme	Total
Porteparole	14,5%	85,5%	100,0%
Expérience, opinion personnelle, témoignage	17,3%	82,7%	100,0%
Expert, leader d'opinion	10,6%	89,4%	100,0%
Protagoniste, newsmaker	38,1%	61,9%	100,0%
Opinion populaire	35,0%	65,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>18,1%</b>	<b>81,9%</b>	<b>100,0%</b>

Base : 93h 57' 57"

## **II.8 LES THEMES ABORDES PAR LES ACTEURS**

Quels sont les principaux thèmes et les questions que tous ces acteurs introduisent dans le débat public ? Le tableau qui suit présente les arguments qu'ils ont eux-mêmes traités dans leur temps de parole. Au lieu de calculer la récurrence des thèmes comme dans le premier chapitre, il s'agit ici de comptabiliser le temps consacré par les acteurs aux différents sujets. Outre les macro-catégories thématiques, sont introduits également les thèmes détaillés.

Une hiérarchie des rubriques transparait à travers les thèmes abordés par les acteurs durant leur intervention dans les différents médias, mettant au premier plan la politique, suivie de l'économie, du social, des faits divers et du culturel. Une similitude avec l'agenda des médias<sup>4</sup> se dégage, laissant supposer que les acteurs sont approchés par les professionnels des médias en fonction de thèmes qu'ils ont définis à l'avance.

Dans cette logique, les thèmes les plus récurrents se rapportent à la politique en général vu que les catégories d'acteurs les plus représentées, définies dans la section 2.2, ne sont autres que les politiciens et les acteurs des collectivités territoriales décentralisées. Ce thème lié à la politique, qui englobe le processus électoral, la gouvernance et le système institutionnel ainsi que les manifestes de campagne, a recueilli une part d'attention importante en raison des élections communales tenues à cette période, et qui ont été marquées par une grande visibilité pour les candidats et leur comité de soutien.

Selon ce raisonnement, les affaires économiques et plus particulièrement, le thème faisant référence au travail et à l'emploi ont fait l'objet d'un tapage médiatique important dans le cadre des grèves syndicales, ayant vu l'émergence des acteurs issus du monde économique tels que les employés d'entreprise et les patronats. En dépit de cet intérêt des médias analysés pour ce thème, ils n'ont quasiment jamais abordé le sujet relatif à la participation des femmes à la vie économique, déduisant ainsi que la dimension genre y a été pris en compte mais de manière peu significative.

Les sous-thèmes rattachés au volet social conservent une importance avérée depuis les mouvements de contestation organisés par les acteurs du monde de l'enseignement. Cette dualité acteur/thème justifie la présence de la sous-catégorie « Education et formation » en haut de la liste des thèmes les plus abordés sous un aspect social.

Les faits divers sont moyennement abordés par les sources d'information. Ces dernières sont invitées à apporter leur contribution, souvent dans le cadre des témoignages relatifs à des faits d'insécurité, mais aussi par rapport à des actes de violence perpétrés au sein d'une communauté (d'étudiants, entre autres). Là encore, il faut noter la part quasi inexistante accordée à l'aspect sensible au genre, et qui est rattaché à la sous-catégorie « Violence contre les femmes et les enfants ».

Le thème de l'art et de la culture occupe un rôle secondaire dans la principale édition du programme d'information de chaque média. Comparativement, les magazines et autres formats de couverture tels que les émissions de télé-réalité se prêtent plus aisément à ces thèmes. En outre, les médias audiovisuels traitent rarement des vies privées des personnalités connues du pays.

La politique étrangère accapare une infime partie seulement du débat public au cours de la période d'analyse. L'attention des acteurs est davantage orientée vers les questions ayant trait à politique interne. Ceci se justifie également par le fait que les acteurs susceptibles d'évoquer ces sujets de relations internationales sont les acteurs supranationaux et les acteurs politico-institutionnels étrangers, qui ne sont pas exposés dans la principale édition du programme d'information en raison de la langue étrangère utilisée.

---

<sup>4</sup> (cf Section I.3 : Agenda des médias)

**Tableau 19 – Les thèmes introduits par les acteurs dans leur temps de parole**

<b>Thème</b>	<b>Temps de parole (%)</b>
<b>Politique interne</b>	<b>41,2%</b>
Processus électoral	20,3%
Gouvernance et système institutionnel	8,8%
Evènements de campagne/Illustration des manifestes de campagne	6,3%
Armée, police et questions sécuritaires (organisation)	2,8%
Dynamiques entre partis politiques	2,2%
Dynamiques au sein des partis politiques	0,6%
Autres thèmes liés à la politique interne	0,1%
Processus de sortie de crise	0,1%
Participation des minorités et d'autres groupes désavantagés en politique	0,0%
Le rôle /présence des femmes en politique	0,0%
<b>Economie</b>	<b>22,6%</b>
Travail et emploi	7,5%
Politiques économiques, indicateurs économiques, crise économique	4,4%
Développement économique	4,0%
Transports et viabilité	2,4%
Economie rurale	1,4%
Autres thèmes liés à l'économie	1,0%
Droits des consommateurs	0,7%
Politiques fiscales	0,5%
Liberté et développement des médias	0,3%
Pensions et autres formes de sécurité sociale	0,3%
Participation des femmes à la vie économique	0,0%
<b>Affaires sociales et légales</b>	<b>15,9%</b>
Education et formation	9,0%
Développement social	2,2%
Développements légaux	1,8%
Religion	1,7%
Autres thèmes liés à thèmes sociaux ou légaux	0,5%
Droits de l'homme	0,4%
Droits des femmes	0,2%
Migrations	0,1%
<b>Faits divers</b>	<b>7,8%</b>
Criminalité violente	2,9%
Violence sociale	2,4%
Criminalité non violente	1,3%
Accidents et incidents	0,7%
Violence politique	0,3%
Autres faits divers	0,2%
Violence contre les femmes et les enfants	0,0%
<b>Arts, culture et spectacle</b>	<b>4,5%</b>
Culture et spectacle	3,0%
Sport	1,5%
Vie privé et personnalité des VIP, y compris candidats ou politiciens	0,0%
<b>Science</b>	<b>4,0%</b>
Médecine et santé	2,0%
Système sanitaire national	0,9%

Environnement	0,8%
Science et technologie	0,2%
Autres thèmes liés à la science et santé	0,1%
<b>Politique étrangère</b>	<b>3,5%</b>
Politique étrangère et relations internationales	2,4%
Rôle et interférence de la CI	1,0%
Défense nationale	0,1%
Autres thèmes liés à la politique étrangère	0,0%
<b>Autres thèmes</b>	<b>0,5%</b>
Autres thèmes	0,5%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

Base : 93h 57' 57"

Enfin, un dernier tableau permet d'observer la dimension territoriale des thèmes traités par les acteurs sans distinction de genre. En effet, dans le chapitre précédent réservé à l'Agenda des médias<sup>5</sup>, l'approche genre constituait la base de l'analyse de la dimension territoriale. Mais surtout, le chapitre précédent a été axé sur les thèmes introduits par les journalistes, tandis que dans ce dernier tableau, les thèmes sont rattachés au discours des acteurs du pluralisme social durant leur temps de parole.

Les médias audiovisuels accordent une priorité aux informations d'envergure nationale (+ de 45 %), avec un très faible traitement pour les actualités locales. Les nouvelles relevant du contexte national combiné avec le contexte d'Antananarivo représentent 82 % de l'ensemble de la couverture médiatique. Ce registre laisse peu de place aux autres provinces du pays. Les nouvelles se rapportant à la capitale malgache ont, exceptionnellement, reçu une couverture importante comparée aux autres localités telles que Fianarantsoa, Toliara, Antsiranana, Mahajanga et Toamasina. Comme l'illustre ce tableau n. 20, les taux de couverture des informations nationales et des nouvelles concernant exclusivement Antananarivo se rejoignent (45 % vs 37 %), ce qui suppose une tendance des médias à donner une importance nationale aux informations relevant de la capitale. En outre, toutes les stations faisant l'objet de cette analyse quantitative sont établies à Antananarivo, d'où cet intérêt porté par les médias sur les actualités touchant la capitale.

Cette proximité avec la capitale joue également en faveur de la province de Fianarantsoa. Les nouvelles entrant dans ce cadre territorial ont reçu un écho important, en raison notamment des foyers de tension (contestations électorales, insécurité, ...) qui y ont surgi au cours de ce trimestre d'analyse. Également situé dans le Sud du pays où les faits d'insécurité sont récurrents, la province de Toliara se rapproche d'une couverture minime, mais significative comparé aux autres provinces. Habituellement, les journalistes correspondants établis dans cette région du pays sont invités à intervenir dans les programmes d'information pour évoquer des faits de violence ayant fait des victimes, notamment les vols de bovidés.

Peu d'informations ont été rapportées au sujet les provinces du Nord du pays, en l'occurrence Toamasina, Mahajanga et Antsiranana, en raison de l'éloignement géographique par rapport à Antananarivo où les chaînes audiovisuelles analysées ont élu leur siège. En outre, le sensationnalisme qui permet aux régions du Sud de figurer en tête de couverture ne prête pas au contexte de ces régions.

<sup>5</sup> (cf Section I.3 : Agenda des médias)

Les discours tenus par les politiques malgaches à l'étranger ainsi que la participation de Madagascar à des compétitions sportives organisées à l'étranger, entre autres, sont à rattacher au contexte international. De manière générale, les sujets faisant référence à la « Politique étrangère » et à l' « Art, culture et spectacle » représentent les principales catégories de thèmes susceptibles d'acquérir une dimension internationale. Ceux relatifs à la politique interne et aux affaires sociales s'étendent rarement sur une échelle internationale, d'où une présence avérée mais minime de cette dimension, dans le tableau ci-dessous.

**Tableau n. 20 – La dimension territoriale des thèmes traités**

<b>Contexte territorial</b>	<b>Temps de parole (%)</b>
Contexte national	45,3%
Province d'Antananarivo	37,6%
Province de Fianarantsoa	6,2%
Province de Toliara	3,8%
Contexte international	3,0%
Province de Toamasina	1,6%
Province de Mahajanga	1,5%
Province d'Antsiranana	1,1%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

Base : 93h 57' 57"





# INCIPALS

Initiative Citoyenne pour la Consolidation de la Paix  
**Leadership et Stabilité**



UNION EUROPÉENNE

*"Ce projet est financé par l'Union européenne"*