



PROGRAMME DIALOGUE POLITIQUE EN AFRIQUE DE L'OUEST /
KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG (KAS)

MONITORING THEMATIQUE DES MEDIAS SUR LE PROCESSUS DE L'ELECTION PRESIDENTIELLE D'OCTOBRE 2020 EN COTE D'IVOIRE

RAPPORT FINAL

Février 2021

Réalisation :

**« Pour les médias,
l'impartialité est plus qu'une
qualité, c'est un devoir ! »**

EDINE-LE-SAGE

Table des matières

Liste des tableaux	6
Liste des graphiques	7
Résumé exécutif	11
1. INTRODUCTION	13
2. JUSTIFICATION DU MONITORING DES MEDIAS	11
3. Objectifs du monitoring des médias en Côte d'Ivoire	15
4. Approche Méthodologique	16
4.1.Sélection et formation des moniteurs.....	16
4.2.Echantillonnage	16
5. Présentation des résultats du Monitoring	18
5.1. Type d'émissions ou d'articles monitorés par types de médias	18
5.2. L'Information électorale dans les médias.....	20
5.3. Les thématiques privilégiées par les médias	22
5.4. Présence des acteurs clés dans les médias.....	23
5.5. Présence des candidats en lice dans les médias	24
5.6. Comportement du candidat.....	29
5.7. Les médias et leurs rôles	30
5.8. Couverture médiatique des activités de la CEI	32
5.9. Couverture des organes en charge des élections dans les médias	34
5.10. Comportement du professionnel de médias (journaliste)	34
5.11. Le respect de la liberté de la presse	36
Annexes	39

Liste des tableaux

Tableau 1: Liste des médias pour le monitoring.....	17
Tableau 2: Proportion des médias monitorés	18
Tableau 3: Répartition par organes des programmes monitorés.....	19
Tableau 4: Candidats ou parti politique présentés par organe de presse	26
Tableau 5: Répartition des organes ayant donné des informations sur le processus électoral	31
Tableau 6: Caractères d’ambiance électorale présentés par les organes	33
Tableau 7: Informations pertinentes omises par les organes	35
Tableau 8: Répartition des organes rappelant des conditions d’éligibilité des électeurs au vote	36

Liste des graphiques

Graphique 1: Répartition par média des programmes monitorés	19
Graphique 2: Sensibilisation des citoyens au vote par type de médias.....	21
Graphique 3: Thématiques abordées par les médias	22
Graphique 4: Typologie des acteurs monitorés par type de média	24
Graphique 5: Présentation des candidats sur les émissions par type de média	24
Graphique 6: Partis politiques présentés par type de médias	27
Graphique 7: Accès des candidats à la plateforme des médias	27
Graphique 8: Répartition des candidats par domaine visé par leurs projets de société.....	28
Graphique 9: les proportions des candidats ayant tenu ou non des propos injurieux.	28
Graphique 10: Répartition des candidats par type de comportements	29
Graphique 11: Comportement médiatique des candidats.....	30
Graphique 12: Objectifs des sujets abordés par les médias	32
Graphique 13: Couverture médiatique par médias.....	32
Graphique 14: : Couverture médiatique des questions sensibles à l'administration de l'élection par médias	33
Graphique 15:Institutions indexées	34
Graphique 16:Comportement et langage d'exhortation à la paix	34
Graphique 17: proportion des médias intimidés	36

PREFACE

Semer les graines de la démocratie par les médias

Les élections constituent un baromètre important dans l'évaluation de la santé démocratique de tout pays.

Autant les populations accordent une attention particulière à l'organisation régulière des élections, autant elles sont exigeantes quant à la qualité de leur participation au choix de leurs dirigeants. Les citoyens veulent davantage faire entendre leurs voix et voir leurs préoccupations individuelles et collectives prises en compte par les leaders politiques. Ils veulent également avoir l'opportunité de discuter avec les prétendants à la gestion de leur destin commun, des choix qui sont contenus dans leur projet de société.

Dans cette légitime ambition, les médias deviennent un maillon important voire indispensable de la chaîne, car ils peuvent servir de plateforme d'échanges actifs entre le candidat et le citoyen.

Avant, pendant et après les élections, les médias et les journalistes doivent produire et diffuser une information d'intérêt public afin que le citoyen se sente libre et autonome de décider quant au choix de son futur dirigeant.

Le Programme Dialogue Politique en Afrique de l'Ouest (PDWA) de la Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) visant à promouvoir des structures démocratiques durables et une conscience démocratique au sein des partis politiques et de la société civile dans la sous-région, a jugé utile de soutenir un projet de monitoring des médias afin d'approfondir la compréhension du rôle joué par les médias dans un processus électoral

C'est donc en étroite complicité avec ces objectifs que la KAS a commis Group Siyabonga Gold à l'effet de conduire le monitoring des médias ivoiriens à l'occasion de l'élection présidentielle du 31 octobre 2020.

Il s'est agi pour nous d'évaluer comment et dans quelle proportion les messages véhiculés par la presse sont susceptibles d'influencer le choix des électeurs, de promouvoir la paix ou d'alimenter des foyers de tension en période électorale.



A l'analyse des résultats de cette étude, il convient de tirer quelques enseignements :

- La nécessité de renforcer la formation des journalistes sur la couverture des élections notamment sur les thématiques clés comme : l'analyse des projets de société, la gestion des crises socio-politiques pendant les élections, l'éthique et la déontologie du métier de journalisme
- La formation des partis politiques sur la thématique : Médias et Elections
- La Création d'un cadre de concertation entre les partis politiques et les médias pour des élections démocratiques apaisées

La Konrad-Adenauer-Stiftung se réjouit de cette expérience enrichissante et convie donc l'ensemble des parties prenantes à une exploitation abondante des données publiées dans cette enquête et à poursuivre les réflexions et les actions de renforcement de capacités afin de faire des médias, des piliers essentiels du processus démocratique dans nos pays.

Florian Karner, Représentant Résident
Konrad-Adenauer-Stiftung

Résumé exécutif

Le monitoring des médias constitue un outil clé pour l'observation de la couverture médiatique des élections. Il vise principalement à étudier, d'une façon rigoureuse, les articles et émissions publiés/diffusés par les médias au cours de la période considérée afin de déterminer leurs influences sur le choix et le comportement des électeurs. La mise en œuvre effective de la présente étude intervient dans le cadre de l'élection présidentielle d'octobre 2020 en Côte d'Ivoire et est donc guidée par la nécessité d'évaluer le rôle des médias dans l'ensemble du processus électoral et ce, dans le contexte socio-politique du pays.

A cet effet, il s'est agi, entre autres, d'évaluer comment et dans quelles proportions les messages diffusés par les médias sont susceptibles d'influencer le choix des électeurs, ou encore, de comprendre les tendances dans les médias, en termes de bonnes ou mauvaises pratiques, à partir d'une exploitation détaillée de leurs contenus.

Le présent projet est mis en œuvre par la Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS), à travers le Programme Dialogue Politique en Afrique de l'Ouest (PDWA) et est principalement conduit par Group Siyabonga Gold, un cabinet d'expertise stratégique en communication, en développement des médias et en services pour l'éducation.

Sur le plan de la démarche méthodologique, le monitoring des médias s'est principalement basé sur une approche systématique, objective et standardisée d'observation, de collecte et d'analyse des données, à la fois quantitative et qualitative des publications des publications et diffusions de la presse au cours de la période électorale. A cet effet, il a été mis en place un dispositif destiné, dans un premier temps, à lire, à regarder ou à écouter le contenu éditorial des productions médiatiques de façon continue ou circonstancielle. Dans un second temps, à identifier, enregistrer et analyser le contenu relatif aux mots clés ou sujets spécifiques liés aux thématiques retenues. L'analyse qualitative s'est, quant à elle, focalisée sur la tonalité positive, négative ou neutre de la publication.

D'une façon globale, l'étude a permis d'observer chez les acteurs principaux, que sont les professionnels des médias, certains effets inattendus (ou invraisemblables) sans pour autant conduire à une conclusion généralisée. Spécifiquement, l'étude présente les résultats finaux issus de l'analyse du contenu des données collectées suivant différentes catégories de rubriques soigneusement retenues. Plus précisément, il a été fait l'analyse des données collectées sur l'information électorale, le comportement des candidats, le comportement du professionnel des médias et l'état de la liberté de presse pendant la période électorale.

Au terme de cet exercice, il se dégage certains constats clés :

- La pluralité des opinions et les tendances politiques se sont largement exprimées dans les médias, notamment dans la presse écrite et dans la presse en ligne à l'occasion de l'élection présidentielle d'Octobre 2020
- Les questions de développement n'ont pas été prioritaires dans les productions médiatiques à l'occasion de l'élection présidentielle
- Les projets de société des candidats en lice n'ont pas bénéficié de larges couvertures médiatiques à l'occasion de l'élection présidentielle
- Des violations flagrantes du code d'éthique et de déontologie de la presse et un manque de professionnalisme ont été observés dans plusieurs médias au cours de la période.
- A la place du factuel et des analyses, les professionnels des médias ont beaucoup trop préféré les commentaires, ce qui affaiblit l'objectivité et l'impartialité dans leurs articles et émissions. Un tel comportement présente un risque élevé de

déroutement de l'opinion publique sur les questions cruciales de développement au profit de considérations partisans sans grand bénéfice pour l'intérêt général.

- L'information sur le processus électoral visant à éduquer le citoyen n'a pas été suffisamment relayée dans les médias.

Enfin, à la suite de ces constats, certaines recommandations méritent d'être mises en exergue dans la perspective d'un approfondissement du débat démocratique en Côte d'Ivoire. Il s'agit notamment de :

- La formation des journalistes sur la couverture des élections notamment sur les thématiques clés comme : l'analyse des projets de société, la gestion des crises socio-politiques pendant les élections, l'éthique et la déontologie du métier de journalisme
- La formation des partis politiques sur la thématique : Médias, élections et partis politiques
- La Création d'un cadre de concertation entre les partis politiques et les médias

pour des élections démocratiques apaisées

- La promotion du journalisme d'investigation et la spécialisation des journalistes politiques
- L'accompagnement des organes de régulation des médias HAC et HACA pour plus d'efficacité dans leurs missions

1. Introduction

Etendue sur une superficie de 322 462 km² avec une population estimée environ à 23 202 000 d'habitants¹, la Côte d'Ivoire est un pays d'Afrique de l'ouest doté de l'une des croissances économiques les plus dynamiques du continent². Elle est subdivisée en 31 régions et 2 districts autonomes que sont Abidjan et Yamoussoukro. Principal poumon économique d'Afrique de l'ouest, la Côte d'Ivoire dispose, dans son ensemble, d'un relief peu accidenté, avec des plaines et plateaux, et environ 550 km de côte donnant sur la mer. Bien que la situation sanitaire provoquée par la pandémie de coronavirus (COVID 19) n'ait pas épargné le pays, à l'instar du monde entier, la Côte d'Ivoire continue d'afficher l'une des croissances économiques les plus fortes du continent. A cet effet, il faut remarquer que sa dynamique économique amorcée depuis sa sortie de la crise post-électorale de 2010-2011 est maintenue. Ainsi, pour sa 7^{ème} année consécutive, le taux de croissance de son PIB a encore maintenu sa progression de 7% en 2018 et 7,2% en 2019³.

Par ailleurs, il faut se rappeler que la décennie 2000 (1999-2011) a été, d'une façon générale, marquée par de nombreuses crises politiques et militaires qui s'étaient traduites par une baisse prononcée du PIB (-5,9%)⁴. En effet, le pays fut plongé dans de graves troubles socio-politiques depuis décembre 1999 lors du coup d'Etat mené par le Général Robert GUEI qui renversa le Président Henri Konan BEDIE. Presque deux ans plus tard, une tentative de coup d'Etat, visant le Président Laurent GBAGBO élu en 2000, a cette fois-ci échoué. Ces événements majeurs ont définitivement marqué le début d'une période d'instabilité ayant conduit à la crise de 2010-2011.

Cette crise, pour rappel, a démarré après le second tour de l'élection présidentielle où les deux candidats, Laurent GBAGBO et Alassane OUATTARA, ont été déclarés respectivement élus par le Conseil constitutionnel et la Commission électorale indépendante (CEI). Le Conseil constitutionnel ayant proclamé Laurent GBAGBO président avec 51,45% contre 48,55% pour Alassane OUATTARA. La CEI, de son côté a proclamé OUATTARA vainqueur avec 51,45% des voix contre 49,90% pour son challenger Laurent GBAGBO. Les deux présidents ont également prêté serment le même jour, le 4 décembre 2010, respectivement au Palais présidentiel et à l'hôtel du Golf. C'est suite à ces événements décisifs que naquit la confusion généralisée qui a débouché sur la crise post-électorale ayant fait officiellement plus de 3000 morts.

Après avoir annoncé, en mars 2020, son intention de ne plus briguer un troisième mandat⁵, le Président OUATTARA reviendra sur sa décision après le décès subit de son « dauphin »⁶ désigné, l'ex-Premier ministre feu Amadou Gon Coulibaly. Cette nouvelle déclaration du Président OUATTARA de se porter désormais candidat est faite à la veille de l'anniversaire d'indépendance dans son message à la nation le 06 août 2020. Ainsi, avec les mêmes acteurs politiques et une Commission Electorale Indépendante (CEI) dont la composition est contestée par l'opposition, l'élection présidentielle du 31 octobre 2020 s'affichait, pour nombre d'observateurs, comme une réédition du contexte électoral de 2010 et présageait de véritables enjeux de paix pour le pays.

Dans ce contexte socio-politique tendu, il est évident qu'une crise électorale constituera une rude épreuve pour les médias ivoiriens en particulier. Ces derniers sont en effet perçus comme des moyens de conquête du pouvoir et des instruments pour s'y maintenir. La prévention des situations d'instabilité sociopolitique et la gestion

⁵ Le 05 mars 2020, le président Alassane OUATTARA a, en effet, annoncé devant le congrès (Assemblée Nationale et Senat) son intention de ne plus se présenter à l'élection présidentielle pour un 3ème mandat.

⁶ En effet, feu le premier ministre Adama Gon COULIBALY fut désigné candidat de la coalition Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP).

¹ Information disponible sur le site du Ministère du Tourisme et des Loisirs de la Côte d'Ivoire, <http://www.tourisme.gouv.ci/accueil/cotedivoirebref/105>, consulté le 23 novembre 2020 à 11h15.

² Les bonnes tendances de la Côte d'Ivoire sont confirmées par le dernier rapport de la Banque Mondiale publié en juillet 2019, cf. Banque Mondiale, Situation économique en Côte d'Ivoire, 9ème éd., juillet 2019, pp. 9-10.

³ Cf. Banque Mondiale, Situation économique en Côte d'Ivoire, 9ème éd., juillet 2019, p. 9.

⁴ Cf. BAFD, PNUD, CEA, Perspectives économiques en Afrique, 2012, p. 2.

de la période électorale leur imposent donc non seulement de faire plus que d'habitude, la preuve de leur responsabilité sociale à travers leur professionnalisme, le respect de l'éthique et de la déontologie du métier ; mais également, le respect de certaines valeurs morales et vertus cardinales dans l'intérêt supérieur de la nation.

Mais en réalité, le rôle que jouent les médias, notamment en Afrique, lors des périodes électorales est révélateur d'un paradoxe : la volonté pour les médias de préserver le pluralisme de l'information au profit des candidats, attribut essentiel d'une société démocratique, débouche très souvent, si ce n'est au mieux, sur des situations constituant des menaces pour la paix sociale, au pire, sur des crises électorales graves⁷. En effet, la réussite et l'efficacité de tout processus électoral dans les démocraties modernes dépendent dans une large mesure, de la capacité des médias (notamment locaux) à fournir les informations nécessaires à l'électorat. Les productions médiatiques sont donc considérées, dans ce sens, comme des sources indispensables d'informations pour les populations sur les partis et candidats en lice, leurs programmes politiques, le mode d'exercice des devoirs civiques etc. Dans cette optique, les médias constituent un « outil vital » pour tout processus électoral.

La liberté d'expression, qui englobe celle des médias, est un droit fondamental universellement accepté et reconnu par de nombreux textes internationaux et régionaux. La Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (DUDH) en son article 19 a, dans ce sens, reconnu à tout individu le droit à la liberté d'opinion et d'expression. Dans cette même logique, le Pacte International relatif aux Droits Civils et Politiques reconnaît cette liberté d'expression en son article 19 alinéa 1^{er} en ces termes : « nul ne peut être inquiété pour ses opinions ». L'alinéa 2 de ce même article dispose que : « toute personne a droit à la liberté d'expression ; ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce, sans considération de frontières, sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique ou par tout autre moyen de son choix ».

⁷ A propos de cette double tendance contradictoire du rôle des médias dans les processus électoraux, cf. Friedrich Erbert Stiftung, Actes du dialogue des instances de régulation et d'autorégulation sur l'accompagnement en période électorale, éd. FES, 2011, p. 5.

Au plan régional, c'est la Charte africaine de la démocratie, des élections et de la gouvernance de l'Union Africaine qui consacre ce droit en matière électorale. L'article 17 alinéa 3 de ce traité continental impose à tout Etat partie de « faire en sorte que les parties et les candidats qui participent aux élections aient un accès équitable aux médias d'Etat pendant les élections ». Le Protocole de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) sur la démocratie et la bonne gouvernance quant à lui, érige en un principe constitutionnel commun à tous ces Etats la « garantie de la liberté de presse »⁸. L'article 32 du même texte communautaire dispose que « Les Etats membres conviennent de ce que la bonne gouvernance et la liberté de la presse sont essentielles pour la préservation de la justice sociale, la prévention des conflits, la sauvegarde de la stabilité politique et de la paix et le renforcement de la démocratie ».

Au plan interne, le régime juridique de la communication audiovisuelle en Côte d'Ivoire est soumis aux dispositions de la loi N° 2017-868 du 27 décembre 2017. Selon les dispositions de cette loi, les médias ivoiriens, à l'instar de l'ensemble des Etats de l'Afrique de l'Ouest, ont une mission d'intérêt général. L'article 4 de la loi précitée dispose que : « la communication audiovisuelle a une mission d'intérêt général ». Et à ce titre, les médias doivent contribuer, entre autres, à « assurer l'information des populations », « assurer une expression équilibrée des différents courants politiques, ... », « favoriser l'édification de l'unité nationale par la promotion de la communication d'intérêt social »⁹, etc.

Par ailleurs, les nombreuses études portant sur les médias conduisent généralement dans un piège consistant à s'intéresser à une lecture normative dans le but d'apprécier l'écart existant entre le rôle que les médias jouent de celui qu'ils devraient jouer¹⁰. Dans cette perspective, les véritables enjeux de contradictions et de potentiels liés à la conception du rôle même que les médias jouent sont laissés de côté. A ce propos,

⁸ Article 1er k) du Protocole A/SP/12/01 sur la Démocratie et la Bonne Gouvernance additionnel au protocole relatif au mécanisme de prévention, de Gestion, de règlement des conflits, de maintien de la Paix et de la Sécurité.

⁹ Cf. l'article 4 de la loi N° 2017-868 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la communication audiovisuelle en Côte d'Ivoire.

¹⁰ THEROUX-BENONI (A.-L.), BAH (A. A.), « A propos du rôle des médias dans le conflit ivoirien », in Frontières de la citoyenneté et violences politiques en Côte d'Ivoire, CODESRIA, Dakar, 2008, p. 211.

l'originalité de cette étude consiste notamment à éviter ce piège en s'attaquant à certaines questions fondamentales. Dès lors, dans quelles mesures peut-on considérer que l'indépendance et le professionnalisme des médias influencent-ils, positivement ou négativement, le choix et le comportement des électeurs ; comment comprendre les tendances dans les médias, en termes de bonnes ou mauvaises pratiques, à partir d'une exploitation détaillée de leurs contenus ? Dans la recherche des pistes de solutions durables à ces préoccupations, cette étude souhaite évaluer le rôle des médias dans la conduite du processus électoral. Plus précisément, elle met l'accent sur un exercice de « monitoring thématique des médias sur le processus de l'élection présidentielle d'octobre 2020 ». Les éléments thématiques de ce monitoring prennent donc en compte différentes catégories de cibles à savoir les « électeurs et le grand public », les « candidats en compétition », la « conduite du journaliste dans l'exercice de son métier », la « liberté d'expression » entre autres.

2. Justification du monitoring des médias

Les crises électorales ne sont pas des fatalités. Elles dépendent avant tout et surtout de la conviction de certains acteurs clés à œuvrer pour la préservation ou non de la paix. Les médias, dans leur ensemble et suivant leurs diversités, constituent dans ce sens une pierre angulaire par laquelle les autres acteurs – partis politiques, pouvoirs publics, société civile et population – s'expriment pour soit semer les graines de la paix et du consensus ou répandre les semences de la peur et de la violence. En effet, s'il est admis par tous que les médias détiennent au bout de leur plume, les « cartes de l'apaisement ou de l'embrasement » en période électorale, il est encore plus aisé pour eux de prendre la décision de les jouer dans un sens comme dans un autre. Comme l'a justement souligné la Fondation pour les Médias en Afrique de l'Ouest dans une [étude réalisée en 2012 sur les médias et les crises politiques en Côte d'Ivoire](#), les « dérives et les dérapages des journalistes sont souvent l'expression de la volonté de légitimation ou de délégitimation d'un pouvoir en place ou de celui qui se lance à la conquête du pouvoir »¹¹.

L'élection présidentielle du 31 octobre 2020 en

Côte d'Ivoire n'a pas dérogé à ces constatations préalables. En effet, quelques mois avant la tenue du scrutin, des manifestations parfois tumultueuses ont fortement secoué les piliers de la paix sociale. Elles avaient entraîné des pertes en vies humaines et de nombreux dégâts matériels. En effet, le niveau de manipulation des populations au profit ou au détriment de tel ou tel autre candidat à l'élection s'est accru avec la circulation des rumeurs, des montages vidéo ou images falsifiées sur les réseaux sociaux.

Comment les médias et les journalistes qui les animent ont-ils donné aux citoyens l'opportunité et le privilège d'être au rendez-vous de leur droit à l'information de savoir pendant la période sensible du scrutin présidentiel ?

La présente étude de monitoring thématique des médias a permis d'étudier les contenus médiatiques publiés afin de déterminer leurs influences possibles sur le choix et le comportement des électeurs.

3. Objectifs du monitoring des médias en Côte d'Ivoire

Le monitoring des médias en période électorale en Côte d'Ivoire a permis de collecter des données et d'analyser le contenu relatif aux élections dans les médias imprimés, audiovisuels et en ligne, et de présenter les résultats, afin d'évaluer l'indépendance, le professionnalisme des acteurs.

De façon détaillée, ce monitoring s'est fixé comme objectifs de :

- Evaluer comment et dans quelle proportion les messages véhiculés par la presse sont susceptibles d'influencer le choix des électeurs.
- Evaluer comment et dans quelle proportion les messages véhiculés par la presse sont susceptibles de promouvoir la paix ou d'alimenter des foyers de tension en période électorale
- Evaluer les effets et les impacts de propagation des fausses nouvelles (Fake news) sur le bon déroulement du processus électoral et sur la campagne des candidats en lice

¹¹ Fondation pour les médias en Afrique de l'Ouest et Institut for Media Support , Les médias et les crises politiques en Côte d'Ivoire, 2012, p. 32.

- Évaluer si la couverture médiatique est suffisamment riche pour permettre à l'électorat de décider en toute connaissance de cause pour qui voter
- Suivre et documenter pleinement les incidents de harcèlement, de coercition ou d'intimidation de journalistes et de médias.
- Comprendre les tendances dans les médias, en termes de bonnes ou de mauvaises pratiques, à partir d'une exploitation détaillée de leurs contenus ;
- Analyser les niveaux d'impartialité, d'équité, d'exactitude et d'efficacité de la couverture des élections par les médias ;
- Disposer d'un outil de plaidoyer dans une perspective de contribuer à approfondir le débat démocratique sous le prisme des médias ; et acquérir des compétences qui peuvent être utilisées pour promouvoir des pratiques médiatiques équitables au-delà des élections

4. Approche Méthodologique

Le monitoring des médias est fait selon une approche permettant de collecter et d'analyser les données de type quantitatif et qualitatif.

Dans le présent projet, il est mis en place un dispositif consistant à lire, à regarder ou à écouter le contenu éditorial des sources médiatiques de façon continue ou circonstancielle, puis à identifier, enregistrer et analyser les mots ou expressions clés ou des sujets spécifiques en rapport avec les thématiques choisies. En effet dans le cadre de l'élection présidentielle du 30 Octobre 2020 en Côte d'Ivoire, le monitoring a couvert une période de 30 jours allant du 15 Octobre au 15 Novembre 2020. Le monitoring des médias est appliqué à une sélection représentative de 30 médias de la catégorie radio et télévision ainsi que ceux de la presse écrite et de la presse en ligne en Côte d'Ivoire (Voir liste ci-dessous).

4.1. Sélection et formation des moniteurs

Une fois le choix des médias effectué, Group Siyabonga Gold avec l'appui des consultants statisticiens associés a sélectionné des moniteurs de niveau licence au minimum en journalisme et communication ou en sociologie. Ces derniers ont été soumis à des séances d'imprégnation des thématiques à couvrir et se sont appropriés des outils de collecte de données élaborés. Ils ont notamment participé à des exercices de simulation afin de mieux maîtriser la technique d'observation des messages diffusés par et à travers les médias au quotidien. Afin de garantir l'efficacité du monitoring, un ciblage des émissions à caractère électoral a été fait. A cet effet, pour la télévision, par exemple, les moniteurs ont été plus regardants sur les éditions du journal télévisé de 20H et de 13h que ce soit sur la Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI) que sur la Nouvelle Chaîne Ivoirienne (NCI), ainsi que sur les émissions spéciales produites et diffusées dans le cadre de l'élection présidentielle. Cette approche a été respectée sur l'ensemble des médias suivis.

4.2. Echantillonnage

Les critères de sélection des médias ayant fait l'objet d'observation sont entre autres le type de médias, la crédibilité de l'organe¹², l'audience, la couverture géographique, la régularité de parution, la langue, etc. Au total 30 médias sont retenus dont 5 chaînes de télévision, et 13 journaux de la presse écrite nationale, 10 journaux en ligne et 2 radios. La liste nominative de ces médias sont présentés dans le Tableau 1.

¹² Voir, l'étude faite en 2017 « Etude-diagnostic de la situation des médias : presse, presse en ligne, radio et télévision, entrave à la professionnalisation et mesures correctives » p. 422-454

Tableau 1 : Liste des médias pour le monitoring

Liste des médias

N° d'ordre	Nom du Média suivi	Type de Média	Site web
01	Le Nouveau Courrier	Presse écrite	http://nouveaucourrier.net/
02	Le Mandat	Presse écrite	https://web.facebook.com/LeMandatCI/?_rdc=1&_rdr
03	Générations Nouvelles	Presse écrite	https://web.facebook.com/generations.nouvelles.1?_rdc=1&_rdr
04	Notre Voie	Presse écrite	https://www.notrevoienews.com/
05	Fraternité Matin	Presse écrite	https://www.fratmat.info/
06	Soir Info	Presse écrite	https://www.linfodrome.com/
07	L'Inter	Presse écrite	https://www.linfodrome.com/
08	Le Nouveau Réveil	Presse écrite	http://www.lenouveaureveil.com/
09	L'Intelligent d'Abidjan	Presse écrite	https://www.lintelligentdabidjan.info/news/
10	L'Essor Ivoirien	Presse écrite	https://lessorivoirien.com/
11	Le Quotidien d'Abidjan	Presse écrite	
12	Le Bélier intrépide	Presse écrite	https://web.facebook.com/lebelierintrepide/?_rdc=1&_rdr
13	L'Expression	Presse écrite	https://www.lexpressionci.com/
14	AFRIKI PRESSE	Presse en ligne	https://www.afrikipresse.fr/
15	L'infodrome	Presse en ligne	https://www.linfodrome.com/
16	Agence Ivoirienne de Presse	Presse en ligne	https://aip.ci/
17	Ivoirian Net	Presse en ligne	https://www.ivorian.net/actualites/
18	Woroba	Presse en ligne	https://woroba-ci.com/
19	Koaci	Presse en ligne	https://www.koaci.com/
20	Atoo Ci	Presse en ligne	http://www.atooci.ci/
21	YECLO	Presse en ligne	https://www.yeclo.com/
22	Pressecotedivoire.ci	Presse en ligne	https://pressecotedivoire.fr/
23	RTI	Télévision	https://rti.ci/
24	NCI	Télévision	https://www.nci.ci/
25	Africa 24	Télévision	https://www.africa24tv.com/
26	PDCI 24	Télévision en ligne	https://web.facebook.com/pdci24tv/?_rdc=1&_rdr
27	Rassemblement TV	Télévision en ligne	https://www.rtv.ci/
28	Fréquence 2 : 92.0 FM	Radio	http://www.rti.ci/radio/frequence2
29	Africa Radio 91.1 FM	Radio	https://www.africaradio.com/

Pour les deux chaînes de radio, les données collectées n'étant pas statistiquement significatives, elles

n'ont pas été présentées dans le cadre de cette étude, mais les moniteurs ont suivi et pris note par moment des contenus présentés pour enrichir les résultats qualitatifs.

5. Présentation des résultats du Monitoring des médias

Les résultats attendus de ce monitoring ont été présentés autour d'un certain nombre d'indicateurs définis pour faire une lecture approfondie du rôle que pourraient jouer les médias en période électorale. L'harmonisation de ces indicateurs mesurables et non mesurables a fait l'objet de séances de recadrage qui ont abouti aux résultats présentés suivant les indicateurs ci-après :

- L'Information électorale,
- Le comportement du candidat,
- Les médias et leurs rôles,
- La couverture médiatique des activités de la CEI,
- Le comportement du journaliste,
- La liberté de la presse.

Une analyse quantitative des données collectées est faite sur le contenu diffusé par les médias, tel que les thématiques présentées, le volume de mentions, «messages» déterminés par des mots clés dans leur contexte et la fréquence. On a tenu également compte de la forme et de l'impact des médias.

L'analyse du contenu examine la relation entre le texte et sa signification probable pour le public, les partis-pris et/ou préférences des médias, le ton adopté (positif, négatif ou neutre).

L'analyse qualitative : elle concerne les aspects non quantifiables tels que le style journalistique, le professionnalisme des médias.

Au cours de la période de monitoring, aussi bien les actualités pré-électorales et post-électorales ont été prises en compte. La base de données actuelle issue de cette étude compte 820 observations dont 86 émissions télévisées, 330 parutions

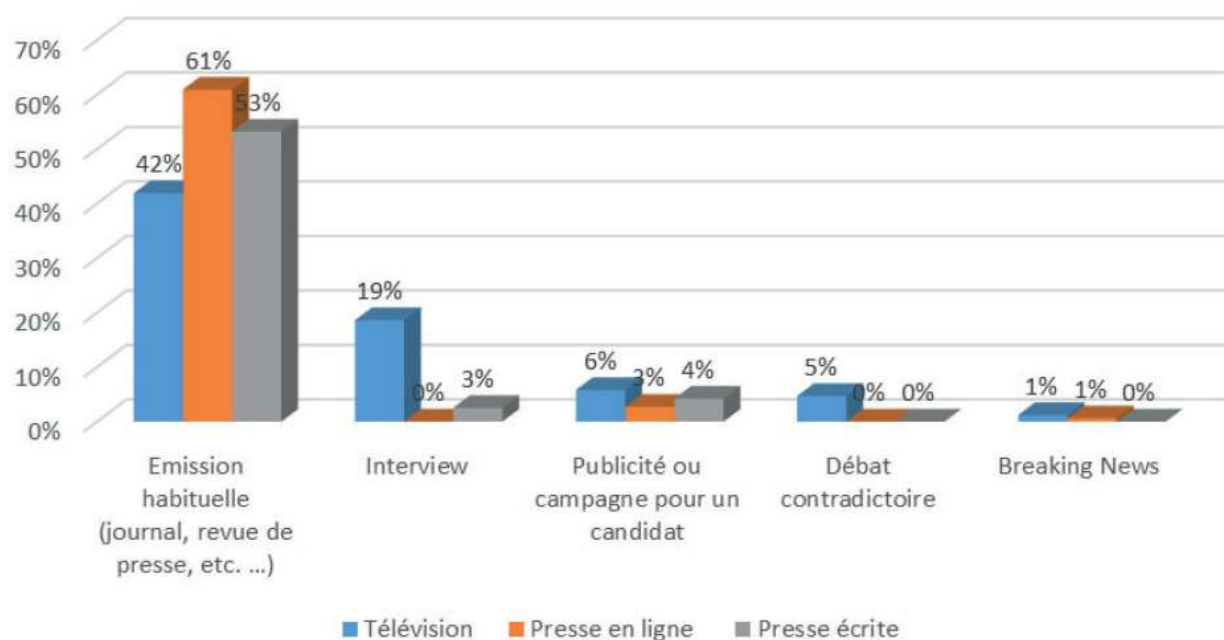
en ligne soit 40% et 404 articles de presse écrite (49%)

Tableau 2: Proportion des médias monitorés

Type de médias	Effectifs	Pourcentage (%)
Télévision	86	11
Presse en ligne	330	40
Presse écrite	404	49
Total	820	100

5.1. Types d'émissions ou d'articles monitorés par catégories de médias

Le graphique ci-dessous montre la répartition des contenus médias publiés qui ont fait l'objet de monitoring et par type de médias courant la période du 15 octobre au 15 novembre 2020. Pour les chaînes de télévisions, 42% et 19% sont respectivement le taux d'émissions habituelles (Journaux Télévisés, revue de presse, articles sur les élections, etc.) et d'interviews relevées. Une remarque importante à faire à ce niveau est que la grande proportion des articles publiés sur l'élection se retrouve dans la presse en ligne. Cela montre l'importance des canaux digitaux pour la diffusion de l'information aux citoyens pendant cette élection. La presse écrite reste également un canal de diffusion de l'information électorale. Naturellement, la télévision n'a pas été privilégiée comme étant un média majeur pour la diffusion de l'information aux populations .

Graphique 1: Répartition par média des programmes monitorés**Tableau 3: Répartition par organe des programmes monitorés**

Organes	Emission habituelle (journal, revue de presse, etc. ...) (%)	Interview (%)	Flash Info (%)	Publicité ou campagne pour un candidat (%)	Débat contradictoire (%)	Breaking News (%)
RTI	0,4	3,1	4,4	3,2	0	0
NCI	3,5	21,9	0,3	0	25	0
Africa 24	0,4	21,9	0,3	3,2	75	0
PDCI 24	0,9	0	2,7	0	0	33,3
Rassemblement TV	2,7	3,1	0,3	9,7	0	0
AFRIKI PRESSE	4	3,1	1	0	0	0
Linfodrome	9,1	6,3	12,8	3,2	0	0
Agence Ivoirienne de Presse	0,7	0	3,7	0	0	0
Ivorian Net	0	0	5,7	3,2	0	0
Woroba	0,7	0	4,4	3,2	0	0
Koaci	9,1	6,3	2	12,9	0	66,7
Atoo Ci	10,8	0	3,4	6,5	0	0
Le Nouveau Courrier	4,4	3,1	0	0	0	0
Le Mandat	0	0	10,4	0	0	0
Générations Nouvelles	3,5	6,3	0	0	0	0
Notre Voie	6,9	6,3	3,4	3,2	0	0

Organes	Emission habituelle (journal, revue de presse, etc. ...) (%)	Interview (%)	Flash Info (%)	Publicité ou campagne pour un candidat (%)	Débat contradictoire (%)	Breaking News (%)
Fraternité Matin	4,2	0	7,4	19,4	0	0
Soir Info	2,2	0	0	0	0	0
L'Inter	8,4	0	0	0	0	0
Le Nouveau Réveil	2,7	9,4	9,1	0	0	0
L'Intelligent d'Abidjan	7,1	0	1	29	0	0
L'Essor Ivoirien	5,8	3,1	0	0	0	0
Le Quotidien d'Abidjan	0	0	10,1	0	0	0
Le Bélier intrépide	1,1	0	3,4	0	0	0
L'Expression	1,8	3,1	12,1	0	0	0
YECLO	8,4	0	2,3	0	0	0
Le Patriote	1,3	3,1	0	3,2	0	0

Le tableau ci-dessus donne de plus amples informations sur les productions des organes de presse. Dans le contexte électoral ivoirien, les organes comme Fraternité matin, l'intelligent d'Abidjan, Koaci, Africa 24 et la NCI ont publié des actualités électorales en proportion relativement importante sur les plateformes digitales.

Au regard des multiples programmes monitorés et les différentes proportions enregistrées par rapport à chaque média, le progrès enregistré dans le pluralisme de l'information est appréciable. Cette garantie du pluralisme d'opinion est essentielle sur le principe pour que les électeurs fassent des choix éclairés. Ainsi, dans le domaine de la presse écrite, sur les « UNE » des différentes parutions du journal l'Intelligent d'Abidjan, on note des publi-reportage faits à certains candidats comme : « Mobilisation record à Abobo : Le candidat Alassane Ouattara en fusion avec la population au cours d'une parade historique » ; « Raymonde Goudou Coffie met les arts en mouvement pour Ouattara ». Il en est de même, lorsque ce quotidien dévoile le programme du candidat Kouadio K. Bertin en mettant à la « UNE » de sa parution N° 4739 du mercredi 21 octobre 2020 : « l'agenda du candidat KKB hier et aujourd'hui » (cf. L'Intelligent d'Abidjan N°4739 du mercredi 21 octobre 2020). De même, les autres candidats ont de leur côté bénéficié des colonnes d'autres organes de presse écrite ou des plateformes de presse en ligne pour faire passer leurs messages politiques.

Le journal Bélier Intrépide a par exemple consacré ses colonnes à la publication de la Conférence du 26 octobre d'Affi N'Guessan.

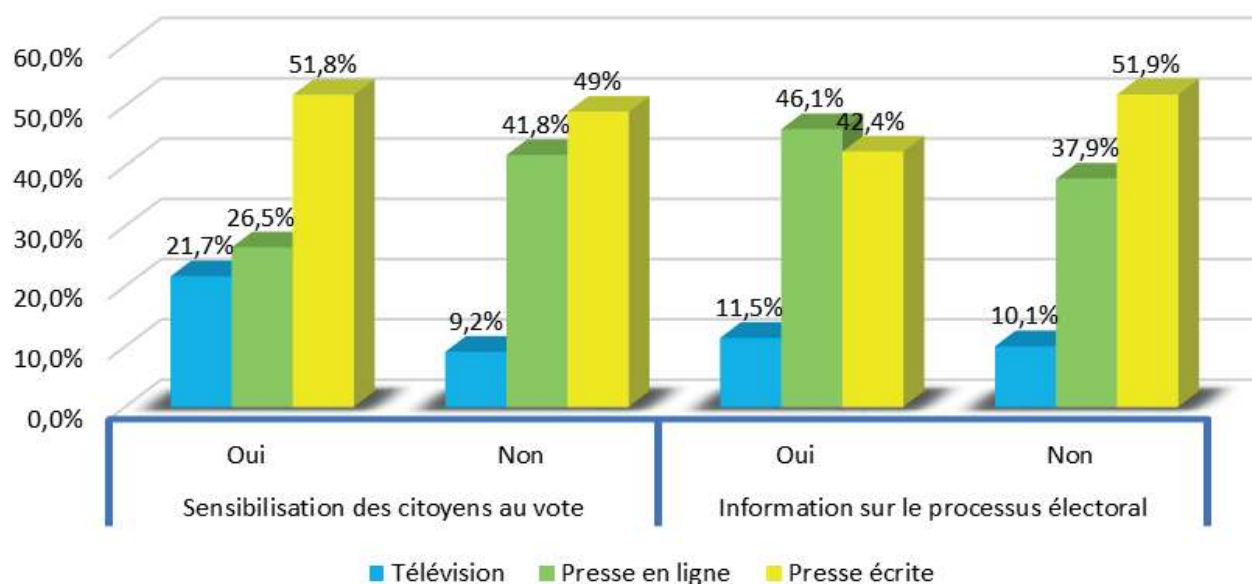
5.2. L'Information électorale dans les médias

L'information électorale est un indicateur créé pour mesurer la disponibilité des informations claires et instructives aux électeurs dans l'espace médiatique pendant le processus électoral. Les médias ont un mandat d'informer les citoyens sur les partis politiques, les candidats participant aux élections et leurs programmes ou projets de société, afin de contribuer à la formation d'une opinion publique éclairée et consciente de ses choix. Cela peut comprendre des informations à but d'éducation électorale fournies par l'organe de gestion des élections. En outre, les médias eux-mêmes peuvent produire leur propre support d'éducation électorale. Dans cette perspective, le quotidien L'Inter mettait déjà l'accent sur les activités de la CEI en publiant dans sa parution N° 6698 du 31 octobre « le message de la CEI aux Ivoiriens » le jour du déroulement des élections. Par ailleurs, dans les colonnes du journal Le Quotidien d'Abidjan N°2965 du mardi 10 novembre 2020 à la page 5, à travers une « analyse minutieuse des faits [électoraux] » et les « fortes similitudes qu'ils présentent avec les événements de triste mémoire des dernières décennies dans le

pays, notamment avec le bicéphalisme à la sortie de l'élection de 2010 qui a conduit aux massacres de plusieurs milliers de personnes, le journal dit

tirer la sonnette d'alarme en titrant : « les mêmes causes produisent les mêmes effets ».

Graphique 2 : Sensibilisation des citoyens au vote par type de médias



La figure ci-dessus présente les proportions de sensibilisation ou non des citoyens au vote et l'information portée à ces derniers sur le processus électoral par type de médias. Une fois encore, les informations nécessaires, au citoyen pour une bonne participation à l'élection ont été rendues disponibles, en plus grande proportion dans la presse écrite et la presse en ligne; les télévisions n'ont sensibilisé les citoyens au processus électoral que dans une proportion de 22% de leurs productions.

A cet effet, Soir Info dans sa parution N°7784 du 2 octobre 2020, a fait remarquer que la « Côte d'Ivoire entre dans une période cruciale : le choc ou le vote, les ivoiriens retiennent leur souffle ». De même, le journal l'Inter avertissait dans sa publication N°6674 de la même date du « danger qui guette les candidats à la présidentielle de 2020 ». Ainsi, en rappelant les cas de démission et de contestation intervenus lors de la présidentielle de 2015, le journal s'est permis de rappeler à la classe politique et à l'ensemble de la population que le « syndrome de 2015 guette les candidats » (Cf. l'Inter N°6674 du vendredi 2 octobre 2020,

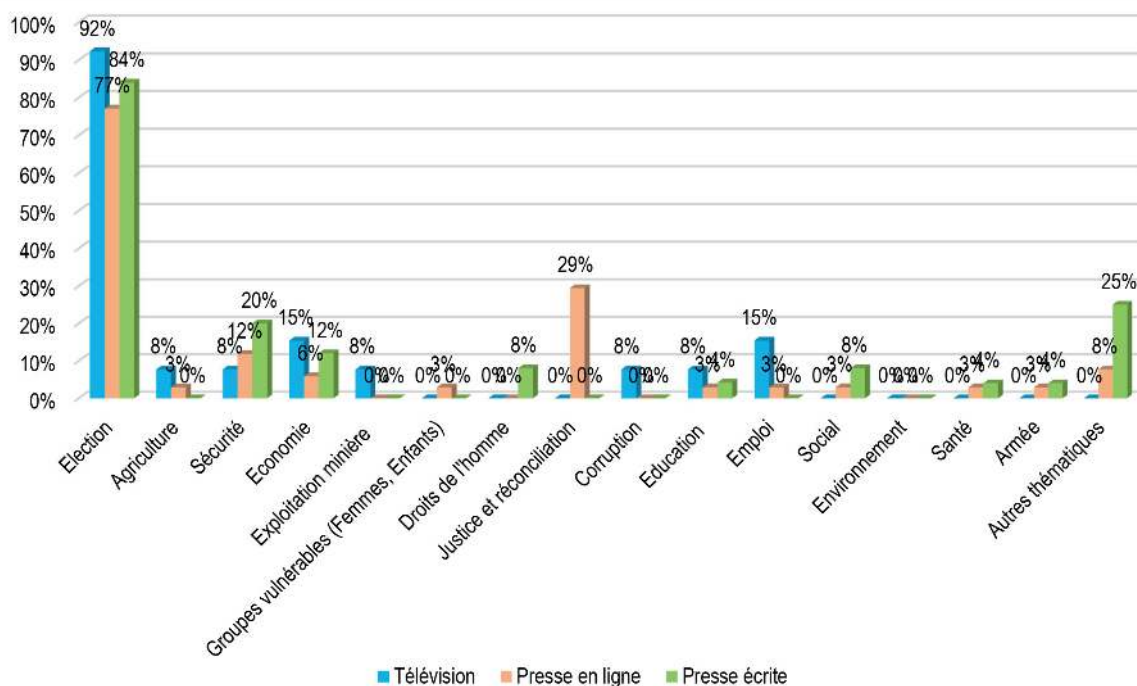
p. 2). On note également que l'Intelligent d'Abidjan dans sa parution N°4743 du mardi 27 octobre donne le nombre d'électeurs (« 3084288 électeurs ») déjà prêts pour voter le 31 octobre et ayant effectivement retiré leur carte d'électeur. Le journal précise également le nombre de cartes qui seront disponibles le jour du scrutin dans les lieux de vote et qui s'élèvent à « plus de 4 millions ». Ces quelques illustrations parmi des centaines d'autres montrent que les populations sont relativement sensibilisées par les médias sur les enjeux de l'élection d'octobre 2020.

5.3. Les thématiques privilégiées par les médias

Cet indicateur a bien voulu analyser la qualité de l'information publiée par les médias à travers les thématiques jugées prioritaires par les directions éditoriales des organes de presse suivis. La fré-

quence des thématiques abordées étant déterminante dans le choix des sujets pouvant faire l'objet de débat public au sein des électeurs potentiels et de la population en général.

Graphique 3 : Thématiques abordées par les médias



Le graphique ci-contre montre les thématiques abordées par les médias en cette période électorale. La fréquence d'apparition d'une thématique ou la pertinence de l'analyse faite par les journalistes au sujet d'une question socio-économique ou même politique pourrait capter l'attention du grand public et offrir des espaces de débats citoyens. Ainsi, parmi les thématiques les plus abordées lors du monitoring, on note ici que celle liée à l'élection caracole en tête de manière évidente puisqu'il s'agit de l'actualité. Elle est suivie des sujets relevant de la justice, de la réconciliation et de l'éducation. Ainsi par exemple, 92% des sujets traités par les télévisions pendant la période sont basés sur l'élection tandis que la presse écrite et la presse en ligne en traitaient en moyenne dans une proportion de 80%. En outre, la presse en ligne et les journaux abordent les sujets de réconciliation (29% dans la presse en ligne) et de sécurité (20% pour la presse écrite).

L'absence de dialogue et de consensus entre l'opposition et la majorité au pouvoir sur les conditions de conduite du processus électoral semble focaliser l'attention sur l'organisation et le déroulement de l'élection présidentielle ainsi que le contenu des projets de société des candidats.

Par rapport à la thématique relative à la réconciliation, on note, par exemple, une excellente publication à la page 6 du journal Le Patriote N° 6253 du vendredi 30 octobre dans laquelle on lit les messages clés suivants : « Accepte l'autre », « Election ne va jamais nous diviser », etc. On lit également à la « UNE » de l'Intelligent d'Abidjan N° 4745 du vendredi 30 octobre le titre qui suit : « Gbagbo pas d'accord avec Ouattara mais pas haineux », titre d'une analyse dans laquelle la rédaction met en exergue les propos de l'ex président appelant à la paix et à la réconciliation en déclarant : « Je

ne veux pas rentrer et provoquer des palabres » (extraits de déclaration du Président Laurent Gbagbo sur TV5 relayés par l'Intelligent d'Abidjan N° 4745 du vendredi 30 octobre, p. 8). A la page 7 de la même parution du quotidien, on lit cet extrait d'un groupement politique se réclamant de l'opposition modérée appelant à la réconciliation et à la paix en ces termes : « Le Gp-Paix, groupement politique centriste, foncièrement attaché à la préservation de la paix, déplore la radicalité du discours et l'escalade de la violence qui a envahi le (...) En tant qu'organisation politique de l'opposition modérée, le Gpp-Paix regrette que les deux camps, le pouvoir et l'opposition radicale, soient aussi farouchement opposés ». Relativement à la thématique de la sécurité, le quotidien Le Patriote dans sa parution N° 6257 du mercredi 4 novembre 2020 relaie les propos du candidat Konan Kouadio Bertin invitant les Ivoiriens à la paix et à la non-violence en soulignant que : « Si les Ivoiriens s'entretuent, personne ne pourra ramener les vies perdues ». Le même quotidien avait également publié dans sa parution N° 6253 du vendredi 30 octobre quelques extraits de déclaration du président sortant Alassane Ouattara appelant à la paix : « Nous voulons la paix pour notre pays ».

Les thématiques se référant à l'économie, à la corruption, à l'éducation, aux groupes vulnérables n'ont pas connu un intérêt certain auprès des médias étudiés au cours de la période. S'il est admis que l'élection ou la période électorale constitue une occasion pour le candidat de partager ses réflexions avec les électeurs sur les questions cruciales de la vie d'une nation, il ne fait l'objet d'aucun doute, à travers ces données, que les médias ivoiriens n'ont pas su donner l'occasion aux populations d'engager de tels débats au sein de l'opinion publique et avec les candidats à la magistrature suprême. Cela peut être le fait d'une décision éditoriale des médias.

sous présente les acteurs présents dans les médias, pour diverses raisons pendant l'élection. On remarque leur présence dans les colonnes de la presse en ligne dans 71% des articles publiés contre 62% pour les émissions des chaînes de télévision et seulement 46% de présence dans la presse écrite. On note ici également une forte préférence des acteurs politiques pour les médias digitaux par rapport aux médias traditionnels.

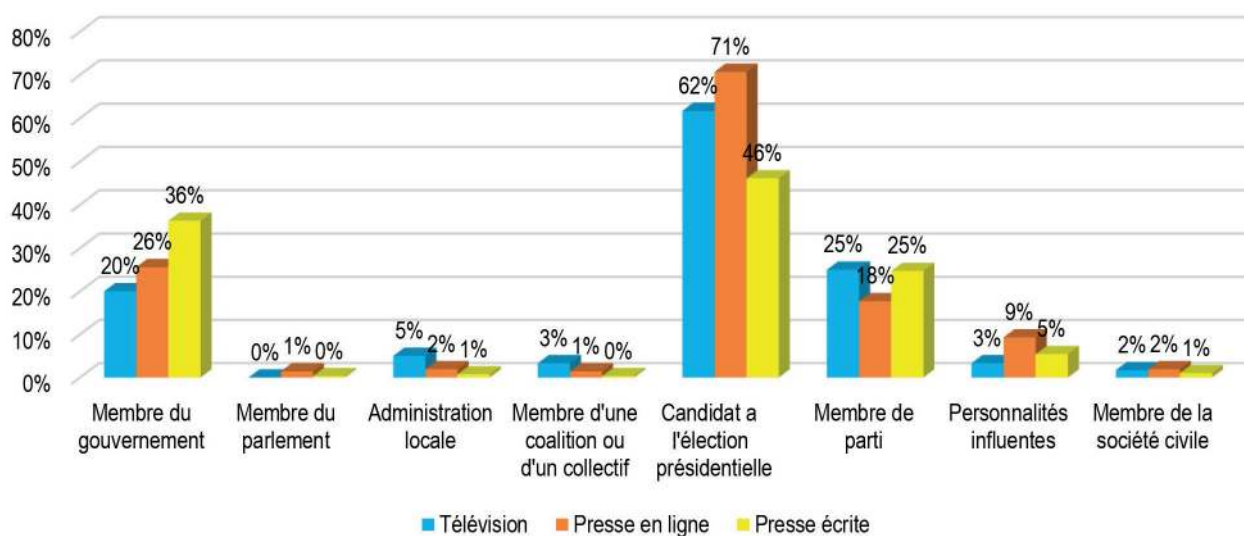
Toujours en cette période, les médias se sont aussi concentrés sur les membres du gouvernement ainsi que sur des animateurs de partis politiques.

En effet, au-delà de cette focalisation, les candidats, les membres du gouvernement et ceux des partis politiques ont également attiré l'attention des médias en raison du fait que, les premiers constituent les soutiens de premier plan pour le Président sortant et les seconds, pour les candidats de leur bord. On note, à titre illustratif, dans le journal Le Patriote dans sa parution N°6251 du mardi 27 octobre 2021, un article consacré au premier ministre Hamed Bakayoko ; L'Intelligent d'Abidjan N° 4739 du mercredi 21 octobre 2020 a pour sa part dédié ses colonnes aux « dernières révélations » du ministre Harouna Kaboré à la page 2. Une autre publication concernant le ministre Gaoussou Touré se trouve à la page 10 et encore un autre article à propos du ministre des Sports à la page 12.

5.4. Présence des acteurs clés dans les médias

Le monitoring des médias a étudié également la fréquence et la proportion d'apparition des personnalités clés du processus électoral dans les médias au cours de la période. Le graphe ci-des-

Graphique 4 : Typologie des acteurs monitorés par type de médias

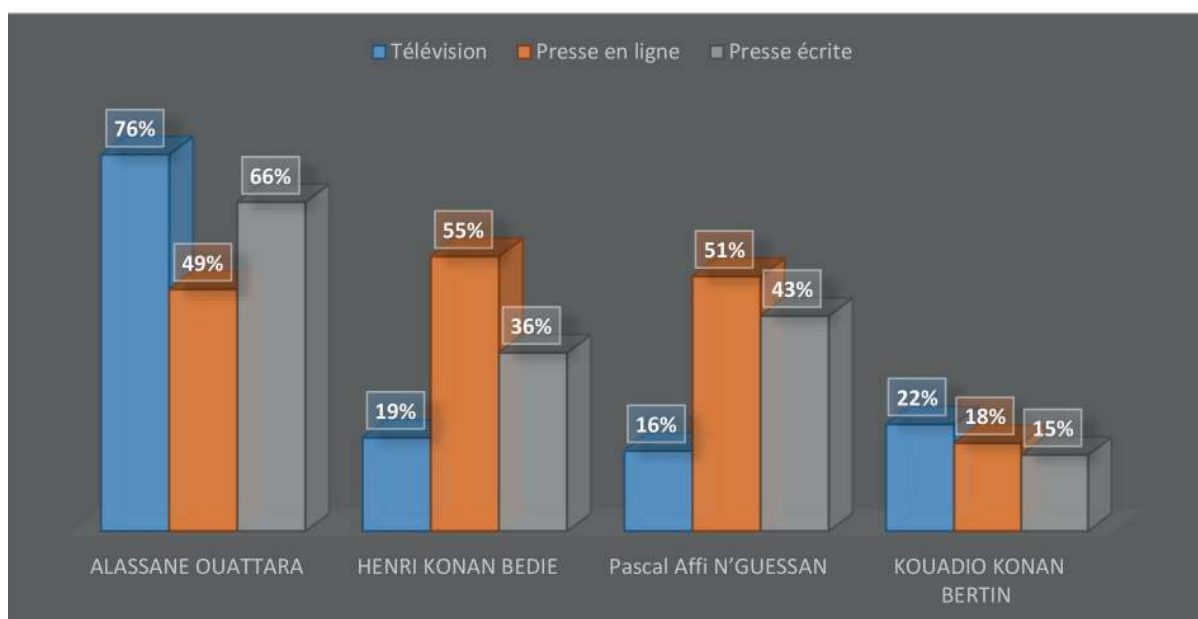


5.5. Présence des candidats en lice dans les médias

Cette section met en exergue la visibilité qu'accordent les médias aux différents candidats

au cours de la période électorale. Les données recueillies permettent d'analyser le traitement réservé aux différents compétiteurs.

Graphique 5 : Présentation des candidats par type de médias



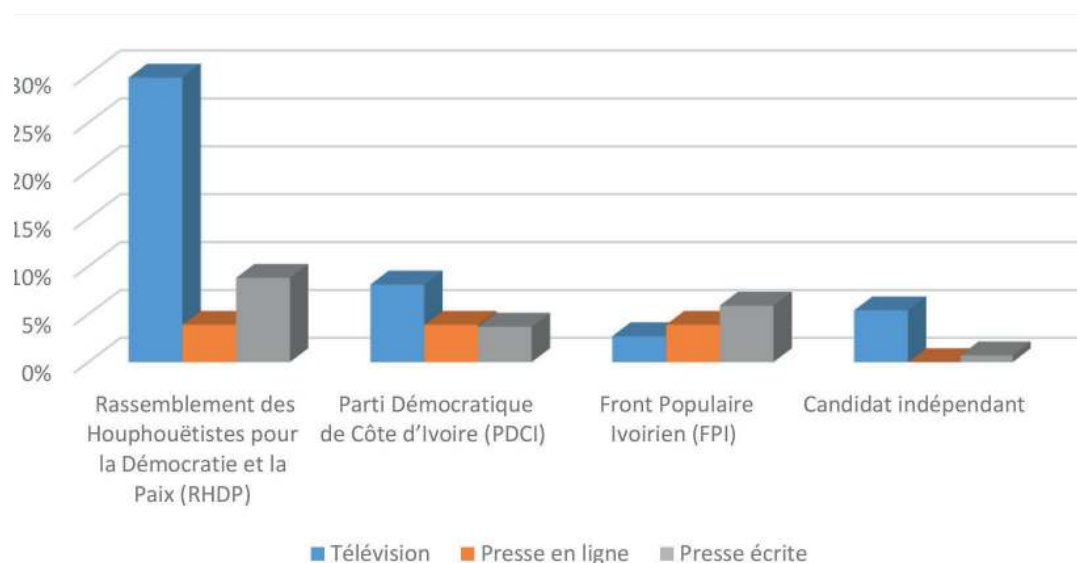
La visibilité donnée par les médias aux candidats est d'une importance capitale pour les électeurs. Le graphique N° 5 montre que parmi les médias étudiés, le candidat Alassane Ouattara a été moins présent dans la presse en ligne qu'il ne l'est sur les écrans de télévision et dans la presse écrite. Contrairement à lui, les candidats Henri Konan Bédié et Pascal Affi N'guessan ont été plus présents dans la presse en ligne et dans la presse écrite que sur les écrans de télévision. Quant au candidat Kouadio Konan Bertin, il a assuré une présence moyenne sur tous les trois types de médias étudiés. Les télévisions de notre échantillon ont braqué leur projecteur sur le candidat ALASSANE OUATTARA dans plus de 75% de leurs émissions courant cette période, KKB suit avec 22%, HENRI KONAN BEDIE 19% et Pascal Affi N'GUESSAN ferme la marche avec 16%. La presse écrite n'est pas restée en marge de ce rôle avec 66% pour le président sortant, 43% pour Pascal Afi N'GUESSAN 36% pour Henri Konan Bédié et KKB ferme la marche avec une faible proportion de 15%.

Tous les journaux ont consacré, dans leurs parutions quotidiennes, au moins un article à tel ou tel candidat. A la Une du quotidien, L'Expression N° 3131 du 02 octobre 2020 on pouvait lire: « Election du 31 octobre 2020, ADO et les têtes couronnées calent tout à Yamoussoukro », « Présidentielle de 2020, KKB ruine les derniers espoirs de l'opposition ». Je suis bel et bien candidat ». L'Essor Ivoirien N° 451 du vendredi 2 au dimanche 4 octobre 2020 a quant à lui titré : « Malgré les contrevérités de l'opposition, Ouattara de plus en plus populaire », « Ouattara comme en messie en Côte d'Ivoire » (Cf. L'Essor Ivoirien N° 451 p. 6) . Le Nouveau Réveil N°5607 du vendredi 06 novembre 2020 sert à ses lecteurs : « Malgré le blocus autour de sa résidence, Bédié est au travail », « (...) personnalités du PDCI toujours détenues à la préfecture de police ». Dans la même veine, le Béliver Intrépide dégage : « Attaques contre Bédié, Gbagbo et Soro : le candidat du Rhdp perd toute sérénité » (Cf. Béliver Intrépide N°437 du lundi 26 octobre), « Comment Bédié a déjoué le piège de Ouattara » (Béliver Intrépide N°436 du vendredi 25 au dimanche 27). Par ailleurs, le journal en ligne Afriki Presse publie une analyse sur le comportement du candidat Bédié et celui des autres candidats de l'opposition en posant la question suivante : « Bédié a-t-il été manipulé par des « va-t-en-guerre » [Afi N'Guessan et Soro] ou bien est-il

le manipulateur en chef ? » (Article publié sur le site de Afriki Presse le 7 novembre 2020).

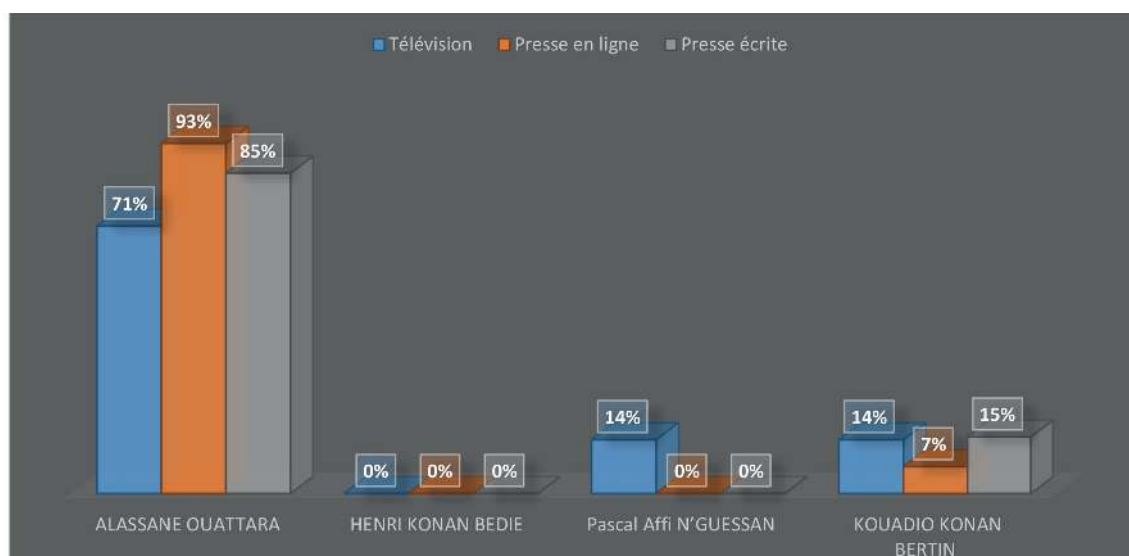
Tableau 4 : Candidats ou partis politiques présentés par organe de presse

ORGANES	ALASSANE OUATTARA	HENRI KONAN BEDIE	Pascal Afi N'GUESSAN	KOUADIO KONAN BERTIN	Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP)	Parti Démocratique de Côte d'Ivoire (PDCI)	Front Populaire Ivoirien (FPI)	Candidat indépendant
RTI	63%	13%	25%	75%	13%	13%	0%	0%
NCI	50%	25%	50%	13%	38%	13%	13%	13%
Africa 24	89%	22%	0%	11%	33%	0%	0%	11%
PDCI 24	88%	25%	0%	0%	37,5	0%	0%	0%
Rassemblement TV	100%	0%	0%	0%	25%	25%	0%	0%
AFRIKI PRESSE	69%	31%	31%	8%	8%	0%	0%	0%
linfodrome	34%	46%	43%	23%	6%	6%	6%	0%
Agence Ivoirienne de Presse	33%	67%	33%	33%	0%	0%	0%	0%
Ivorian Net	75%	58%	50%	0%	8%	8%	8%	0%
Woroba	25%	100%	50%	0%	0%	0%	0%	0%
Koaci	53%	47%	42%	21%	5%	5%	11%	0%
Atoo Ci	56%	72%	74%	28%	3%	0%	0%	0%
YECLO	40%	50%	50%	5%	0%	0%	0%	0%
Le Nouveau Courrier	0%	25%	75%	0%	0%	0%	0%	0%
Le Mandat	67%	67%	83%	50%	17%	0%	33%	0%
Générations Nouvelles	75%	31%	50%	6%	6%	6%	6%	0%
Notre Voie	68%	18%	43%	0%	4%	0%	0%	0%
Fraternité Matin	63%	25%	25%	63%	0%	0%	0%	0%
Soir Info	33%	33%	33%	0%	0%	0%	0%	0%
L'Inter	40%	30%	50%	20%	0%	0%	0%	0%
Le Nouveau Réveil	64%	79%	29%	21%	0%	7%	14%	0%
L'Intelligent d'Abidjan	72%	28%	33%	28%	0%	0%	0%	0%
L'Essor Ivoirien	75%	50%	42%	8%	50%	17%	25%	8%
Le Quotidien d'Abidjan	75%	25%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Le Bélier intrépide	75%	75%	75%	25%	0%	0%	0%	0%
L'Expression	40%	60%	40%	10%	0%	30%	10%	0%

Graphique 6 : Partis politiques présentés par type de média

Ce graphique illustre la présence des partis politiques par type de médias. À part le RHDP qui s'est imposé dans l'espace télévisuel, les autres partis politiques sont restés moyennement présents

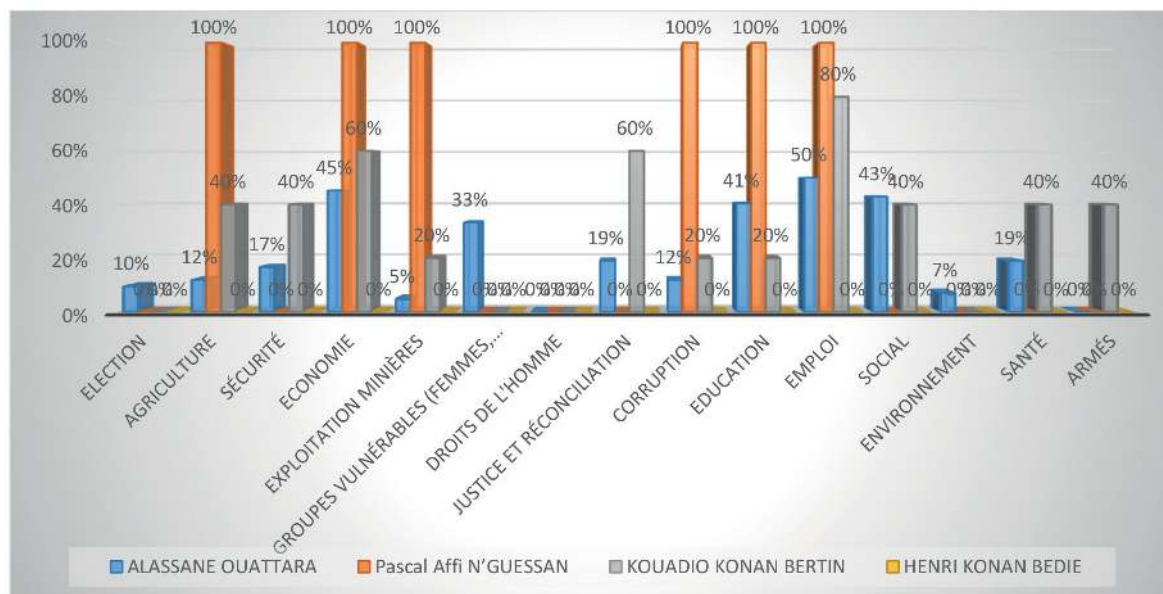
dans les autres types de médias. En moyenne, le parti politique soutenant le candidat ALASSANE OUATTARA est plus présent quel que soit le média étudié.

Graphique 7 : Accès des candidats aux plateformes des médias

La conséquence logique de la forte présence du RHDP dans les médias telle que constatée au niveau du graphe précédent se confirme à travers le graphique 7 qui illustre l'omniprésence du Candidat Alassane Ouattara sur toutes les plateformes des médias étudiés. Il se dégage clairement un fort déséquilibre de présence qui pourrait être favorable à l'un et défavorable aux autres compé-

titeurs. Bien que les règles régissant les passages des différents candidats soient édictées par l'autorité de régulation des médias en de pareilles circonstances, le fossé se creuse souvent entre les candidats dans les médias privés où le jeu de la libre concurrence pourrait faire basculer la balance du côté de ceux qui ont plus de moyens d'accéder aux médias privés.

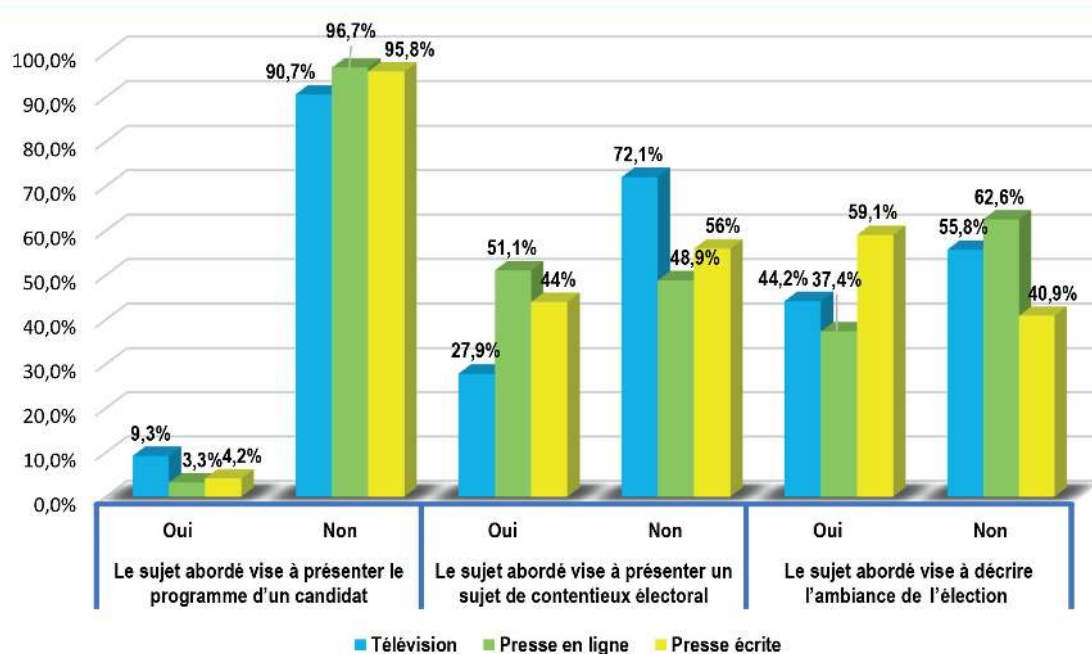
Graphique 8 : Répartition des candidats par domaine visé par leurs projets de société



Ce graphique illustre les axes des projets de société ou les thématiques ayant fait l'objet de déclaration des candidats tels que présentés par les médias. On note par exemple que le candidat Alassane Ouattara a mentionné que ses projets pour la Côte d'Ivoire visent plus l'économie dans 45% de ses interventions, 19% de ses contenus publiés dans les médias sont consacrés à des sujets liés à la justice et à la réconciliation, 33%

pour les groupes vulnérables, 50% pour l'emploi etc.... De son côté le candidat Pascal Afi N'Guessan est resté le porte flambeau des questions liées à l'agriculture, à l'économie, à l'exploitation minière, à la corruption, etc.... Pour finir, le candidat indépendant Kouadio Konan Bertin a axé l'essentiel de ses déclarations sur la justice et la réconciliation en Côte d'Ivoire.

Graphique 9 : Objectifs des sujets abordés par les médias



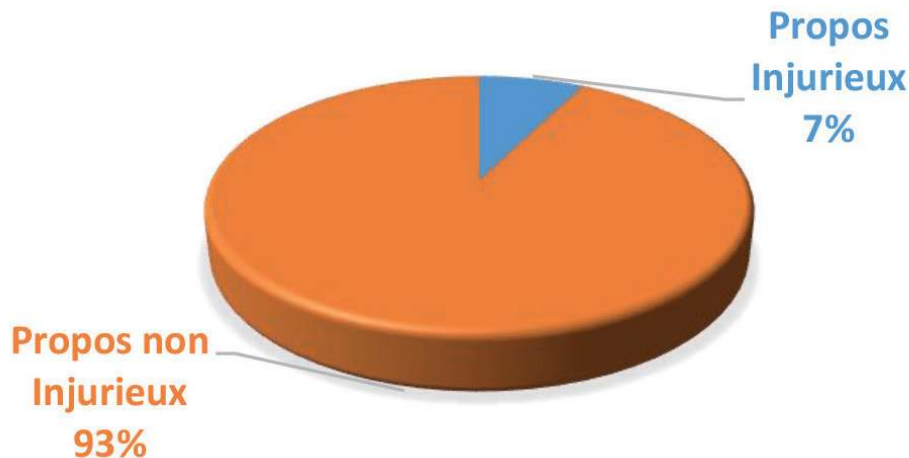
Nous voyons ci-dessus une présentation, par proportion, des sujets abordés par les médias au cours de la période du monitoring. De façon globale, on a noté une très faible attention de la presse pour le contenu des programmes des candidats en lice. L'attraction s'est plutôt faite autour des questions liées à la transparence du scrutin et au jeu démocratique mais aussi autour des violences et tensions qui ont émaillé l'organisation des élections. Il va s'en dire que l'occasion que représente pour l'électeur, la période électorale, pour accroître le débat public sur les questions de développement est presque ratée si l'on place les médias dans leur rôle de vecteurs essentiels de l'information à l'endroit des populations. On peut noter à titre d'exemple que seulement 9% des émissions télévisées ont donné de la visibilité sur les programmes ou projets de société des candidats alors que 44% des émissions se sont focalisées sur l'ambiance de l'élection et 28% sont des sujets de contentieux électoral. Ce qui fait allusion aux polémiques politiciennes entre partis en compétition. Au niveau de la presse écrite, on

note une attention plus accrue pour les violences électorales et les sujets de contentieux électoral dans une proportion de 59%.

5.6. Comportement du candidat

A travers les deux graphiques ci-dessous, nous avons mesuré le ton employé par les différents candidats et les références aux questions sensibles telles que relayées dans les médias. On retiendra globalement que les candidats ont fait preuve de retenue dans leurs déclarations devant micros et caméras et / ou que les journalistes ont valablement fait preuve de professionnalisme dans le traitement de l'information électorale. Ce constat pourrait également illustrer l'efficacité des interventions des organes de régulation des médias au cours de la période électorale. Ici, nous mesurons le comportement du candidat face à des interpellations, ou des propos de leurs challengers ou encore des réactions à une provocation quelconque.

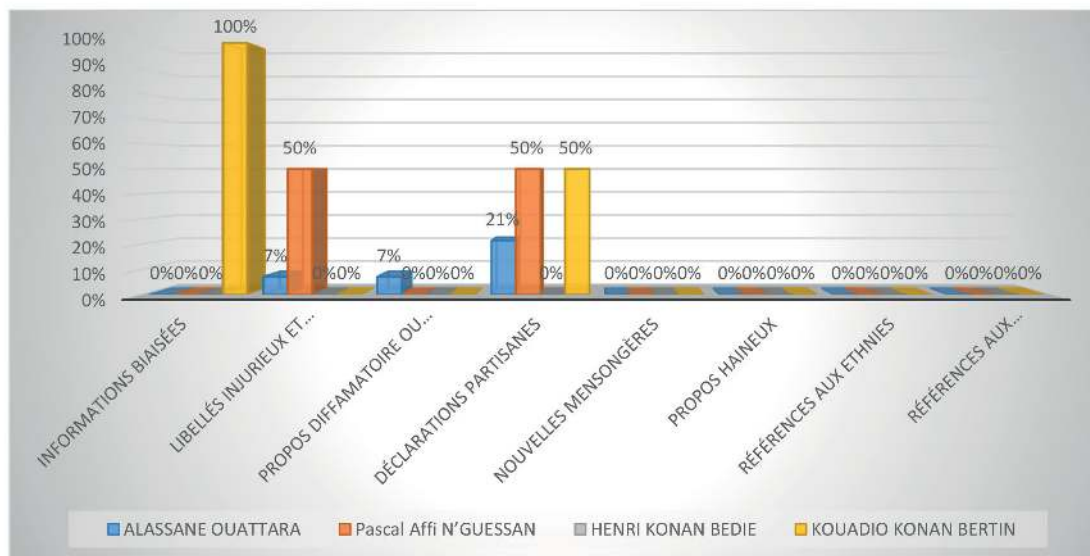
Graphique 10 : les proportions des candidats ayant tenu ou non des propos injurieux



Le graphique ci-dessus présente les proportions des candidats ayant tenu ou non des propos injurieux. On note 7% des candidats qui tiennent des propos injurieux dans leurs interventions relayées dans les médias. Cette proportion des propos injurieux des candidats ou de leurs représentants pourrait être la traduction concrète du caractère quelque peu tendu ou violent des débats lors des dernières élections. A titre illustratif, voici la réponse des partisans du candidat Alassane Ouattara sur la désobéissance civile décrétée par l'opposition en ces termes : « Menaces sur le 31 octobre

2020 : le jour où le Rhdp va entrer dans la danse, ceux qui ont décrété la désobéissance vont se terrer ». Ces propos sont du porte-parole principal du Rhdp, le ministre Kobenan Kouassi Adjoumani et sont relayés par l'Intelligent d'Abidjan N°4743 du mercredi 28 octobre 2020. Vont également dans ce sens, les extraits de déclaration du député-maire de Gbon, Alpha Yaya Touré, pour défendre son candidat Alassane Ouattara en ces termes : « celui qui veut atteindre Alassane Ouattara doit marcher sur notre corps ».

Graphique 11 : Répartition des candidats par type de comportements



Par ailleurs, on relève, à titre illustratif, ces propos du candidat Affi N'Guessan, qui appelle ouvertement au départ du président sortant : « Ouattara va partir car nous n'allons pas le laisser plonger notre pays dans le chaos », propos relayés par Le Bélier Intrépide N° 438 du mardi 27 octobre 2020 à la page 2 ; ou qui décrivent le président sortant comme le principal auteur qui « conduit le pays dans le mur » (Cf. Génération Nouvelles N° 525 du lundi 26 octobre 2020).

5.7. Les médias et leurs rôles

Cette section du monitoring des médias apprécie les médias dans leur rôle de production et de diffusion d'informations d'intérêt public aux populations. Les actualités électorales, la mise à jour des informations sur le déroulement du scrutin ou le relai des informations relatives à l'ambiance électorale ont été minutieusement observés pour relever les comportements exemplaires et les moins bons. De façon évidente, le processus électoral a été enveloppé par des actes de violences ayant occasionné des dégâts matériels et des pertes en vies humaines estimées à 85 morts sans occulter 484 blessés, selon un bilan présenté par Sidi Tiémoko Touré, Ministre en charge de la communication, porte-parole du gouvernement ivoirien. Ce contexte de turbulences sociales constitue pour les médias un test de professionnalisme et de responsabilité dans la collecte et le traitement de l'information.

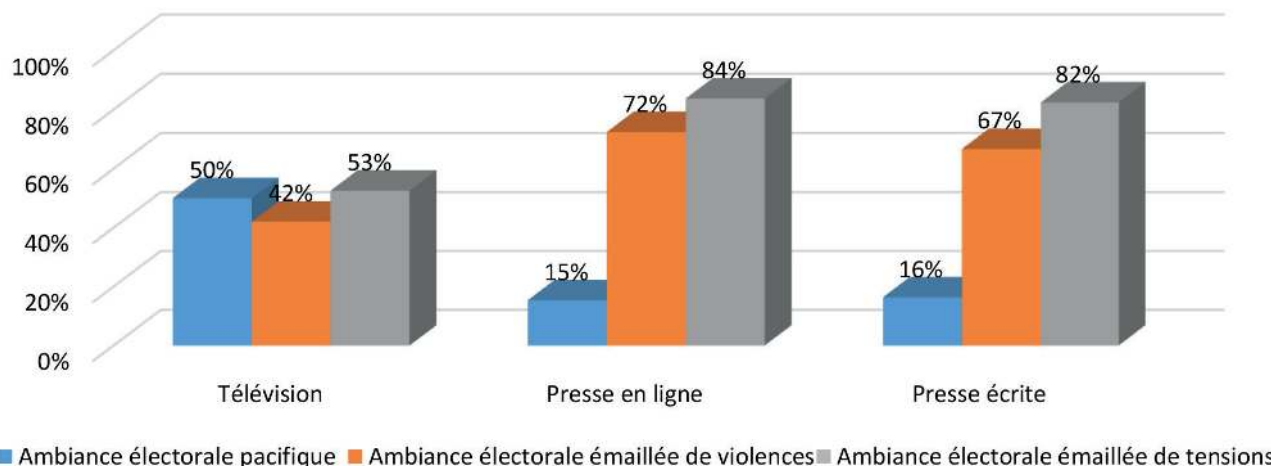
La description de l'ambiance de l'élection peut prendre en compte trois dimensions. Elle a permis de mettre en exergue le caractère soit tendu, soit violent, soit pacifique du processus électoral. Les différentes publications ont peint à leur manière le tableau des événements qui ont émaillé l'organisation et le déroulement du scrutin présidentiel en laissant libre court, le plus souvent, à des commentaires tendancieux plutôt qu'à une relation objective et impartiale des faits. Les titres des journaux parus au cours de la période donnent une parfaite illustration de ce constat

Ainsi par exemple, le journal Le Nouveau Courrier a titré à la « UNE » de sa parution N° 2238 du mardi 10 novembre 2020 : « La Côte d'Ivoire s'embrace à nouveau ». On note que ce quotidien s'est saisi d'un cas de violence électorale pour alerter l'opinion sur les risques d'un embrasement social certain suite aux violences observées dans différentes localités du pays. Mais au lieu de donner les éléments factuels, et les analyses pertinentes pouvant illustrant le titre de l'article, le lecteur a eu droit à un procès accusant les militants d'un parti sans pour autant donner des arguments concordants. Le quotidien Le Nouveau Réveil dans sa publication N° 5607 du vendredi 06 novembre 2020 à la page 2, citant Gandhi dans un encadré gros plan affiche que « La désobéissance civile devient un devoir sacré quand l'Etat devient hors-la-loi ou corrompu »

Tableau 5 : Caractères d'ambiance électorale présentée par les organes

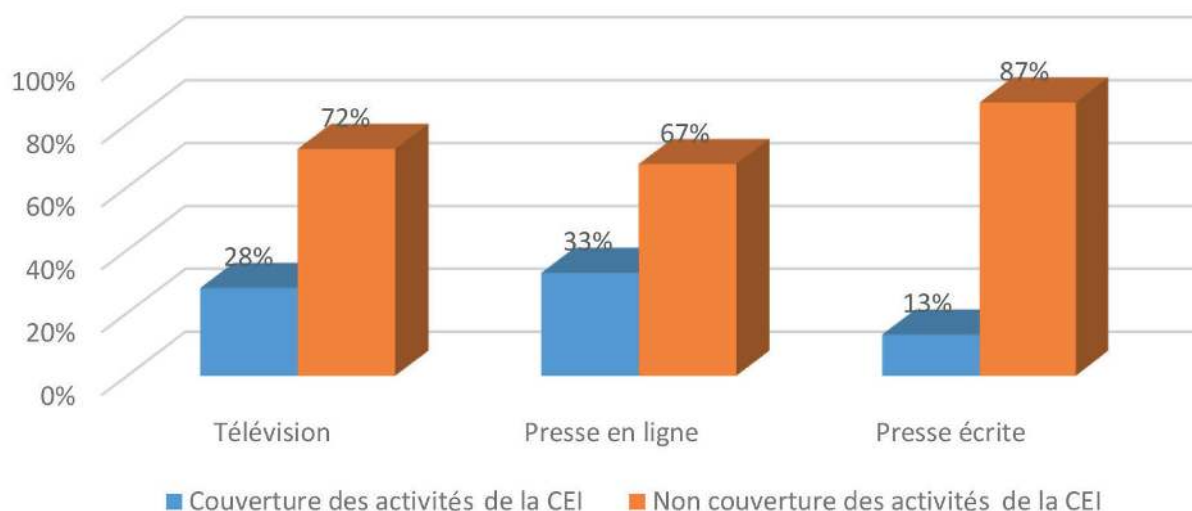
Médias monitorés	L'ambiance électorale est pacifique (%)	L'ambiance électorale est émaillée de violences (%)	L'ambiance électorale est émaillée de tensions (%)
RTI	9,1	0,4	0,3
NCI	6,5	1,9	1,9
Africa 24	2,6	2,3	1,9
PDCI 24	0,0	0,8	1,3
Rassemblement TV	6,5	0,8	0,9
AFRIKI PRESSE	2,6	1,9	1,9
Infodrome	9,1	11,0	11,3
Agence Ivoirienne de Presse	0,0	0,4	0,3
Ivorian Net	0,0	2,3	2,5
Woroba	2,6	1,9	1,6
Koaci	7,8	5,3	5,6
YECLO	1,3	4,2	3,4
Atoo Ci	1,3	4,2	3,4
Le Nouveau Courrier	2,6	1,5	3,4
Le Mandat	9,1	4,2	3,4
Générations Nouvelles	0,0	3,4	3,4
Notre Voie	3,9	10,6	8,8
Fraternité Matin	6,5	1,5	3,1
Soir Info	1,3	0,4	1,6
L'Inter	10,4	4,9	6,0
Le Nouveau Réveil	0,0	11,0	9,4
L'Intelligent d'Abidjan	15,6	0,4	1,6
L'Essor Ivoirien	1,3	0,4	0,3
Le Quotidien d'Abidjan	0,0	11,0	9,4
Le Béliet intrépide	0,0	3,8	3,1
L'Expression	0,0	8,7	9,4
Le Patriote	0,0	0,8	0,6

Graphique 12 Couverture médiatique de l'ambiance électorale



5.8. Couverture médiatique des activités de la CEI

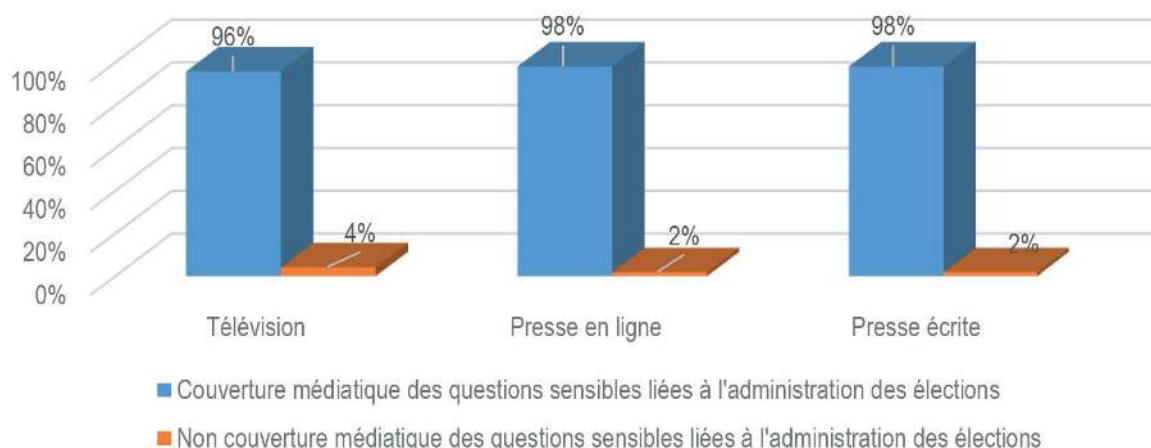
Graphique 13: Couverture médiatique ou non des activités de la CEI



La couverture des activités de la CEI est restée faible au niveau de la presse écrite soit 13% des articles analysés. Mais elle est restée moyenne au niveau de la presse en ligne (33%) et pour les chaînes de télévision dans une proportion de 28%.

Certains organes de presse écrite ont par exemple simplement mis l'accent sur les crises qui ont secoué cette institution. Le Béliér Intrépide dans sa parution N° 420 a ainsi, par exemple, parlé de la

« réforme de la CEI » en mettant l'accent sur le retrait par Affi N'Guessan de ses membres et la ruine des espoirs que ce retrait cause à Ouattara. C'est dans ce sens que va également le quotidien Notre Voie qui titre, sans ambiguïté dans sa parution N° 6465 du jeudi 1^{er} octobre 2020 : « Crise autour de la CEI : Alain Dougou et Yapi Yapo claquent la porte. L'opposition quitte également les CEI locales »

Graphique 14: Couverture médiatique des questions sensibles liées à l'administration des élections par médias

La figure ci-dessus présente la couverture médiatique des questions sensibles liées à l'administration des élections par les médias (Télévision, Presse Ecrite, Presse en ligne). On note une forte

couverture médiatique de ces questions par les médias dans les proportions de 96 % au niveau de la télévision, 98% pour chacune des presses en ligne et écrite.

Tableau 6 : Couverture médiatique des questions sensibles liées à l'administration élections par organe

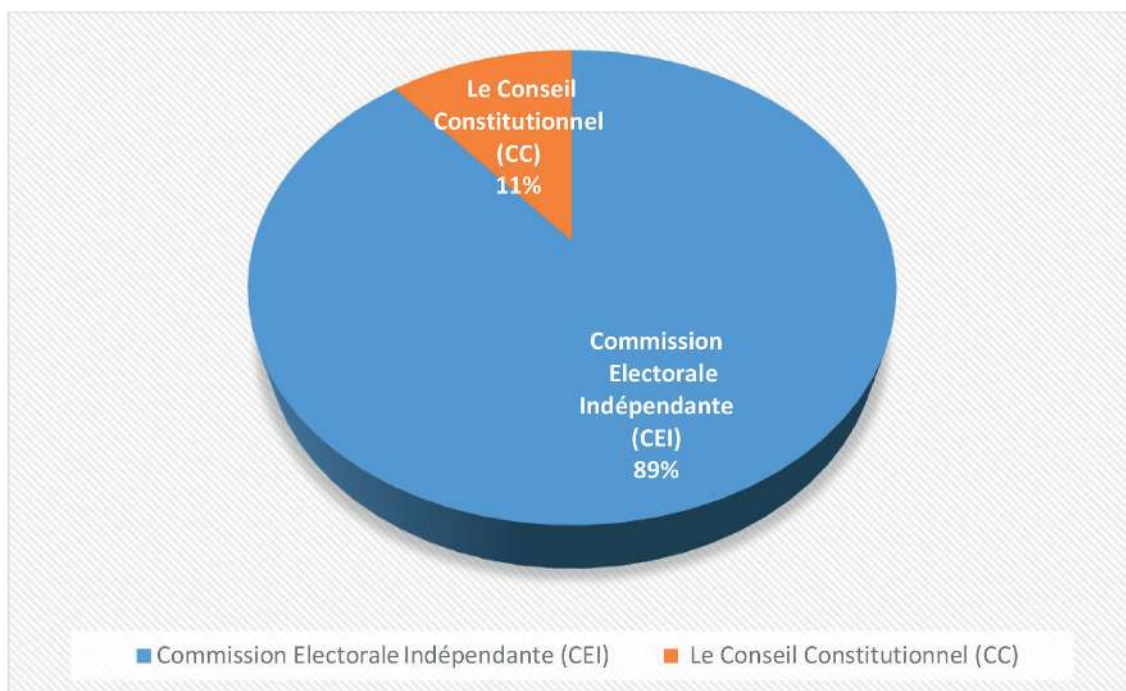
Médias monitorés	Couverture médiatique des questions sensibles liées à l'administration des élections par organe	Non Couverture médiatique des questions sensibles à l'administration des élections par organe	Ensemble
RTI	3,3%	25%	3,8%
NCI	5%	0%	4,9%
Africa 24	0,6%	0%	0,5%
PDCI 24	2,8%	0%	2,7%
Rassemblement TV	1,1%	0%	1,1%
AFRIKI PRESSE	3,9%	0%	3,8%
Linfodrome	8,8%	0%	8,6%
Agence Ivoirienne de Presse	0,6%	0%	0,5%
Ivorian Net	0,6%	0%	0,5%
Woroba	1,1%	0%	1,1%
Koaci	6,1%	50%	7%
Atoo Ci	13,8%	0%	13,5%
Le Nouveau Courrier	2,2%	0%	2,2%
Le Mandat	0,6%	0%	0,5%
Fraternité Matin	3,9%	0%	3,8%
L'Inter	8,3%	0%	8,1%
Le Nouveau Réveil	7,2%	25%	7,6%
L'Intelligent d'Abidjan	5,5%	0%	5,4%
Le Bélier intrépide	0,6%	0%	0,5%
L'Expression	6,1%	0%	5,9%
YECLO	18,2%	0%	17,8%

5.9. Couverture des organes en charge des élections dans les médias

Il s'agit essentiellement du Conseil Constitutionnel (CC) et de la Commission Electorale Indépendante (CEI)

Les médias dans la communication ont indexé les institutions en charge des élections

Graphique 15 : Institutions indexées

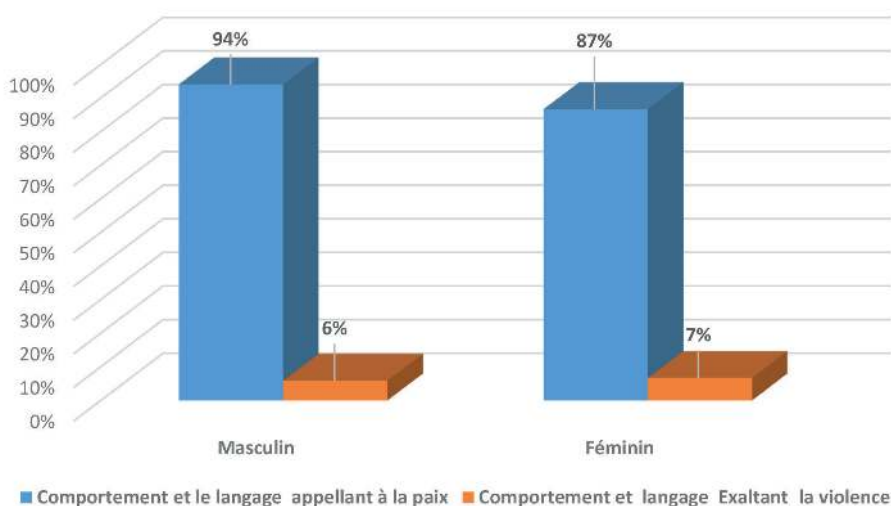


Le graphique ci-dessus présente les proportions dans lesquelles les institutions clés en charge de l'élection ont été couvertes dans les médias. Il ressort de sa lecture que la Commission Electorale

Indépendante a été plus indexée dans les publications que le Conseil Constitutionnel qui ne s'est pas montré très visible dans la presse.

5.10. Comportement du professionnel des médias (journaliste)

Graphique 16 : Comportement et langage d'exhortation à la paix du journaliste



La figure ci-dessus prend en compte le genre dans l'exhortation ou non à la paix lors du processus électoral par le journaliste. Il en ressort que 94% des journalistes- hommes appellent à la paix

contre 84% des femmes. Ces dernières ont plus eu des comportements et langages incitant à la violence dans des proportions de 7% contre 6% chez les hommes.

Tableau 7 : Comportement et langage prônant la paix du journaliste

Organes Monitorés	Comportement et langage appelant à la violence	Comportement et langage prônant la Paix
RTI	0%	2,5%
NCI	0%	3,5%
Africa 24	0%	2%
PDCI 24	6,9%	1,5%
Rassemblement TV	0%	0,6%
AFRIKI PRESSE	1,7%	3,1%
Linfodrome	1,7%	7%
Agence Ivoirienne de Presse	0%	2%
Ivorian Net	0%	2,6%
Woroba	0%	2,5%
Koaci	3,4%	7,8%
YECLO	15,5%	5%
Atoo Ci	1,7%	8,2%
Le Nouveau Courrier	5,2%	2,6%
Le Mandat	1,7%	4,4%
Génération Nouvelles	13,8%	0,9%
Notre Voie	37,9%	3,2%
Fraternité Matin	0%	6,4%
Soir Info	1,7%	1,3%
L'Inter	1,7%	5,6%
Le Nouveau Réveil	6,9%	5,6%
L'Intelligent d'Abidjan	0%	6,4%
L'Essor Ivoirien	0%	1,8%
Le Quotidien d'Abidjan	0%	4,4%
Le Béliet intrépide	0%	2,2%
L'Expression	0%	6,6%
Le Patriote	0%	0,3%

La lecture de ce tableau nous montre que les journalistes de 14 organes de presse sur 27, soit la moitié de l'effectif au travers des émissions qu'ils ont animées se retrouvent dans le lot des organes ayant 0% comme taux de comportement

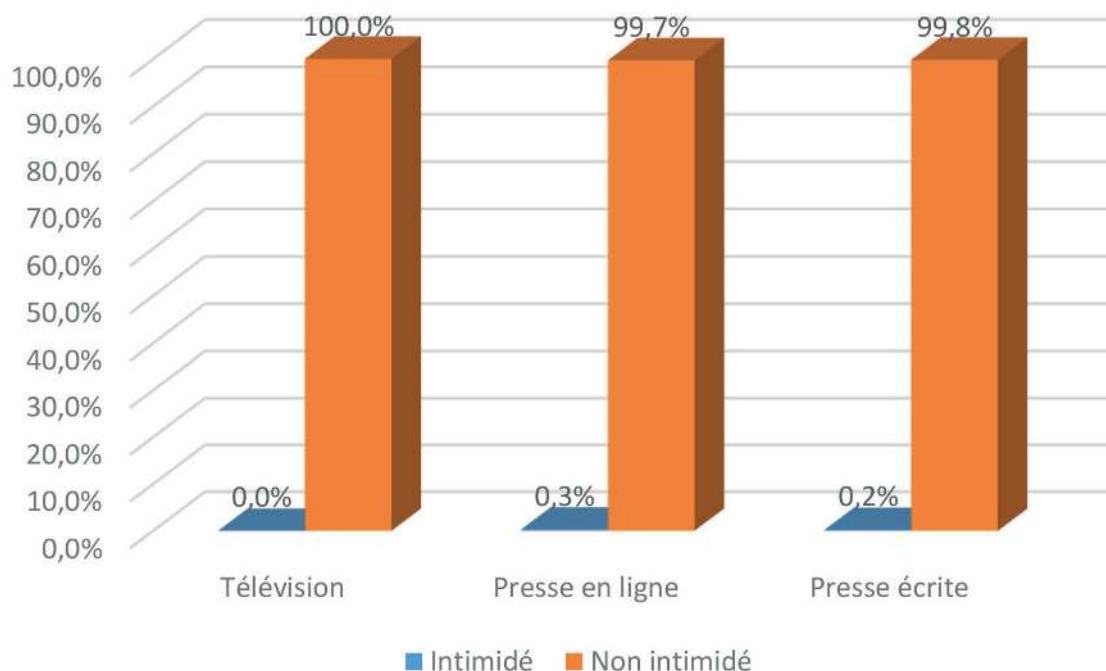
et langages incitant à la violence. La même lecture dans le sens inverse indique qu'aucun journaliste n'a obtenu 0% pour comportement et langage appelant à la paix. Néanmoins, il a été noté par endroits des taux considérables de comportement

et langage appelant à la violence. Ce qui pourrait être inquiétant. On a pu lire, à la Une de certains journaux des titres comme : « L'impossible paix », « Le Rhdp tente d'effacer ses crimes », « Ouattara commet un autre outrage ».

Au total, il se dégage la conclusion évidente que les professionnels des médias ont dans leur ensemble, fait preuve de professionnalisme et de responsabilité en adoptant un ton et un langage de paix dans leurs messages.

5.11. Le respect de la liberté de la presse

Graphique 17: proportion des médias intimidés



Le graphique ci-dessus présente les médias intimidés par l'institution de régulation des médias.

Tableau 8 : Acte d'intimidation des organes.

Organes monitorés	Intimidés	Non Intimidés	Ensemble
RTI	0%	2%	2%
NCI	0%	3%	3%
Africa 24	0%	2%	2%
PDCI 24	0%	2%	2%
Rassemblement TV	0%	2%	2%
AFRIKI PRESSE	0%	3%	3%
linfodrome	0%	10%	10%
Agence Ivoirienne de Presse	0%	2%	2%
Ivorian Net	0%	2%	2%
Woroba	0%	2%	2%
Koaci	0%	7%	7%
YECLO	50%	5%	6%
Atoo Ci	0%	7%	7%

Organes monitorés	Intimidés	Non Intimidés	Ensemble
Le Nouveau Courrier	0%	3%	3%
Le Mandat	0%	4%	4%
Génération Nouvelles	0%	2%	2%
Notre Voie	0%	5%	5%
Fraternité Matin	0%	6%	6%
Soir Info	0%	1%	1%
L'Inter	0%	5%	5%
Le Nouveau Réveil	50%	5%	5%
L'Intelligent d'Abidjan	0%	5%	5%
L'Essor Ivoirien	0%	3%	3%
Le Quotidien d'Abidjan	0%	4%	4%
Le Bélier intrépide	0%	2%	2%
L'Expression	0%	6%	6%
Le Patriote	0%	1%	1%

Ce tableau vise à voir si la presse en Côte-d'Ivoire n'a pas les mains liées pour écrire ce qu'il faut écrire, où et quand l'écrire, voir si les groupes de presse n'ont pas été intimidés d'une façon ou d'une autre. Le graphique 17 illustre clairement que les presses en ligne et écrites ont été intimidées en de très faibles proportions respectivement 0,3 % et 0,2%. On peut en déduire que l'institution de régulation des médias dans son rôle n'a pas influencé la liberté des médias.

On peut, dans ces conditions, affirmer que, même en période électorale, les médias ivoiriens gardent une liberté relative dans l'accomplissement de leur mission. Toutefois, la sensibilité qui caractérise ces périodes impose aux institutions étatiques de régulation des activités des médias, en l'occurrence la Haute Autorité de Communication Audiovisuelle (HACA), d'être plus active dans ses missions¹³.

¹³ Pour ce qui concerne les principales missions de la HACA, cf. art. 7 de la loi N° 2017-868 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la communication audiovisuelle en Côte d'Ivoire.

Annexes

Questionnaire

MONITORING THEMATIQUE DES MEDIAS SUR LE PROCESSUS DE L'ELECTION PRESIDENTIELLE D'OCTOBRE 2020 EN COTE D'IVOIRE

N°	Questions, Instructions	Code- Réponses	Observation	Filtre
Q0	Date de la collecte	Jour __ __ Mois __ __ Année __ __		
Q1	Média	1= Télévision 2= Radio 3= Presse écrite 4= Presse en ligne		
Q2	Nom du Média (Sélectionner le nom du média)	Voir code 1		
Q3	Nom du moniteur	1= Moniteur 1 2= Moniteur 2 3= Moniteur 3 4= Moniteur 4 5= Moniteur 5 6= Moniteur 6		
Q4	Type d'émission ou rubrique du journal	1=Emission habituelle (journal, revue de presse, articles sur les élections, etc. ...) 2=Interview 3= Flash Info 4= Publicité ou campagne pour un candidat 5=Débat contradictoire 6= Breaking News		
Q5	Date de l'émission	Jour __ __ Mois __ __ Année __ __		
Q6	Heure du début de l'émission	__ __ H : __ __ Min		

Q7	[Média suivi] a-t-il rappelé les conditions d'éligibilité des citoyens au vote ?	1=Oui 2=Non		
Q8	[Média suivi] a-t-il sensibilisé les citoyens au vote présidentiel ?	1=Oui 2=Non		
Q9	[Média suivi] fait-il cas d'acteurs politiques dans cette émission/ presse ?	1=Oui 2=Non		
Q10	Le(s)quel(s)?	1= Membre du gouvernement 2=Membre du parlement 3=Administration locale 4=Membre d'une coalition ou d'un collectif 5=Candidat à l'élection présidentielle 6=Membre de parti 7=Personnalités influentes 8=Membre de la société civile 98=Autres		Si Q9=1

Q11	Quels sont le(s) candidat(s)/Parti(s) politique(s) dont le [Média suivi] a le plus parlé au cours de l'émission/ ou relayé dans la presse en ligne ou écrite	1= ALASSANE OUATTARA 2= HENRI KONAN BEDIE 3= Pascal Afi N'GUESSAN 4= KOUADIO KONAN BERTIN 5= Parti Démocratique de Côte d'Ivoire (PDCI) 6= Front Populaire Ivoirien (FPI) 7= Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP) 8= Candidat indépendant		Si Q10=5
Q12	[Média suivi] aborde-t-il des questions relatives au processus électoral ?	1=Oui 2=Non		
Q12_ mix	Lesquels	1= Enrôlement des votants 2= Distribution des cartes d'électeurs 3= Distribution des matériels de vote 4= Toute autre activité de la CEI 98= Autres		
Q13	Les thématiques abordées seraient-elles d'une importance aux électeurs ?	1=Oui 2=Non		

Q14	Quelles sont ces thématiques?	1=Election 2= Agriculture 3=Sécurité 4=Economie 5=Exploitation minière 6=Groupes vulnérables (Femmes, Enfants) 7=Droits de l'homme 8=Justice et réconciliation 9=Corruption 10= Education 11= Emploi 12=Social 13=Environnement 14=Santé 15= Armée 16= Autres		Si Q13=1
Q15	[Média suivi] dans son émission, jouait-il un rôle à caractère 1- Impartial pour les candidats et partis politiques ? 2- Equitable pour les candidats et les partis politiques ? 3- Objectif sur les candidats et partis politiques ?	1=Oui 2=Non		

Q16	Le sujet abordé est-il choisi dans le but de : 1= Présenter le programme d'un candidat ? 2= Présenter un sujet de contentieux électoral ? 3= Décrire l'ambiance de élection ?	1=Oui 2=Non		
Q16a	L'ambiance électorale est-elle 1=Pacifique ? 2=Emaillée de violences ? 3=Emaillée de tensions ?			Si Q16_3=1
Q17	De quelle façon le [Camp/Parti Politique/candidat] est-il présenté ?	1- Positive 2- Négative		Si Q16_1=1
Q18	Y -a- t-il un candidat qui a présenté son projet de société ou (un acteur politique qui a défendu le projet de société du candidat de son parti) à cette émission de [Média suivi] ?	1=Oui 2=Non		Si Q1=1 ou Q1=2

Q19	Est-ce que [Média suivi] fait part des projets de société d'un quelconque candidat/parti politique dans cet article ?	1=Oui 2=Non		Si Q1=3 ou Q1=4
Q20	Quel candidat/ parti politique ?	1= ALASSANE OUATTARA 2= HENRI KONAN BEDIE 3= Pascal Afi N'GUESSAN 4= KOUADIO KONAN BERTIN 5= Parti Démocratique de Côte d'Ivoire (PDCI) 6= Front Populaire Ivoirien (FPI) 7= Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP)		Si Q18=1 ou Q19=1
Q21	Sur quels plans le projet de société du candidat [Nom candidat] est plus axé ?	1=Election 2= Agriculture 3=Sécurité 4=Economie 5=Exploitation minière 6=Groupes vulnérables (Femmes, Enfants) 7=Droits de l'homme 8=Justice et réconciliation 9=Corruption 10= Education 11= Emploi 12=Social 13=Environnement 14=Santé 15= Armée		

Q22	Est-ce que le [Nom candidat] a tenu des propos injurieux ou diffamatoires ?	1=Oui 2=Non		
Q23	Quelle expression a-t-il justement utilisé ?			
Q24	Sexe du journaliste ayant animé l'émission ou du rédacteur de l'article ?	1= Masculin 2=Féminin 3= Masculin et/ou Féminin		
Q25	Le (s) journaliste ayant animé l'émission/écrit la presse ont-ils tenu...? 1- Des informations biaisées 2- libellés injurieux et diffamatoires 3- Des propos diffamatoires ou calomnieux 4- Des déclarations partisans 5- Nouvelles mensongères 6= Des propos haineux 7= Des références aux ethnies 8= Des références aux royaumes/ tribus ou Communautés	1=Oui 2=Non		

	L'invité de l'émission a-t-il tenu ? 1- Des informations biaisées 2- libellés injurieux et diffamatoires 3- Des propos diffamatoires ou calomnieux 4- Des déclarations partisans 5- Nouvelles mensongères 6= Des propos haineux 7= Des références aux ethnies 8= Des références aux royaumes/ tribus ou Communautés			
Q26	Des informations pertinentes ont-elles été omises dans l'émission, journal, débat ou presse écrite (y-a-t-il des non-dits) ?	1=Oui 2=Non		
Q27	Lesquelles ?			Si Q26=1
Q28	Les activités de la commission électorale sont-elles couvertes ?	1=Oui 2=Non		

Q29	Les questions sensibles liées à l'administration des élections sont-elles couvertes? (Les programmations des résultats, sécurité des candidats, organisations des élections)?	1=Oui 2=Non		
Q29a	Lesquels 1= Les programmation des résultats 2= Sécurité des candidats 3= Organisations des élections...) ?	1=Oui 2=Non		Si Q29=1
Q30.1	L'émission indexe-t-elle une institution ?	1=Oui 2=Non		
Q30.2	Si Oui laquelle ?	1=Commission Electorale Indépendante (CEI) 2=Le conseil constitutionnel		
Q30.3	De quelle façon est-elle indexée ?	1=Positive 2=Négative		
Q31	Y a-t-il une campagne spécifique d'éducation des électeurs ?	1=Oui 2=Non		

Q32	Si oui, fournit-il aux électeurs des informations correctes et des informations claires sur leur droit de vote et les procédures de vote?	1=Oui 2=Non		
Q33	Comportement du journaliste : Le ton ou langage tenu par le journaliste 1- Appelle-t-il à la paix ? 2- Exalte-t-il à la violence ?	1=Oui 2=Non		
Q34	Le journaliste fait-il preuve de professionnalisme dans le débat contradictoire ?	1=Oui 2=Non		
Q35	Y-a-t-il dans la presse des articles dénonçant des actes d'intimidations ou de rappel à l'ordre des médias ?	1=Oui 2=Non		
Q36	Si Oui, fait-elle cas de la source d'intimidation ?	1=Oui 2=Non		

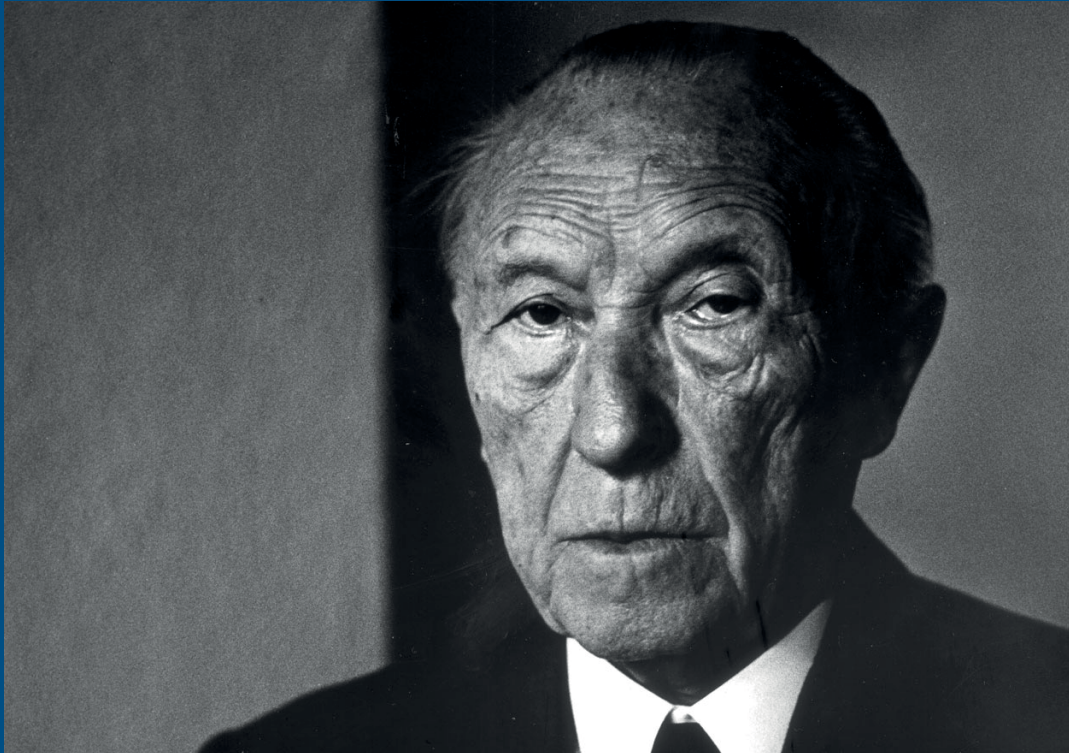
Q37	Quelle est la source de l'intimidation ?	1= Parti politique 2= Acteur politique 3= Institution de régulation des médias 4= Entre médias 5= Journaliste		
Q38	Heure de fin de l'émission	__ __ H : __ __ Min		

Code1

1= RTI	12= Albayane 95.7 FM	22= Le Nouveau Courrier
2= NCI	13= Radio de la Paix 96.0 FM	23= Le Mandat
3= Life Tv	14= Africa Democracy Radio	24= Générations Nouvelles
4= Africa 24	15= AFRIKI PRESSE	25= Notre Voie
5= PDCI 24	16= linfodrome	26= Fraternité Matin
6= Rassemblement TV	17= Agence Ivoirienne de Presse	27= Soir Info
7= Fréquence2 : 92. 0 FM	18= Ivorian Net	28= L'Inter
8= Vibe Radio : 94.6 FM	19= Woroba	29= Le Nouveau Réveil
9= Africa Radio : 91.1 FM	20= Koaci	30= L'Intelligent d'Abidjan
10= Nostalgie : 101.1 FM	21= Atoo Ci	31= L'Essor Ivoirien
11= Radio Zouglou		32= Le Quotidien d'Abidjan
		33= Le Bélier intrépide
		34= L'Expression
		35= Le Patriote

Konrad Adenauer

05 janvier 1876 - 19 avril 1967



Konrad Adenauer est le premier chancelier de la République fédérale d'Allemagne nouvellement fondée. Les orientations politiques fondamentales de son gouvernement (1949-1963) déterminent aujourd'hui encore la structure interne et l'orientation de la République fédérale d'Allemagne en termes de politique étrangère.

L'entrée de la République fédérale dans le cercle des démocraties occidentales, le processus d'unification européenne et la réconciliation franco-allemande sont étroitement liés au nom de Konrad Adenauer.

Immédiatement après son accession à la chancellerie, il déclare l'intention du peuple allemand de « réparer l'injustice infligée aux Juifs autant que faire se peut au vu des millions de vies humaines supprimées de manière irrémédiable ». Le règne de Konrad Adenauer est marqué par la reconstruction de l'Allemagne de l'Ouest, la maîtrise des lourdes conséquences engendrées par la Seconde Guerre mondiale, l'orientation du pays vers l'économie sociale de marché et des décisions sociopolitiques de grande portée. La CDU, née d'une vague spontanée de création de partis politiques en 1945, est devenue, en tant que « parti du chancelier » avec Adenauer le parti politique qui a connu le plus grand succès de l'histoire allemande du XX^e siècle.



www.kas.de/westafrika
08 BP 4134 Abidjan 08 Abidjan/
Côte d'Ivoire
Cocody Lycée Classique, Rue
Flamboyants
T: +225 22 48 18 00
E: info.pdwa@kas.de
[facebook/kas.pdwa](https://facebook.com/kas.pdwa)