

SÉNÉGAL  
ÉLECTIONS LÉGISLATIVES 2017

# Monitoring des médias

Rapport final





SÉNÉGAL  
ÉLECTIONS LÉGISLATIVES 2017

# Monitoring des médias

Rapport final



CESTI

Nos remerciements à MM. Mamadou Coumé, Moustapha Gueye et  
Mouminy Camara pour leurs contributions à la finalisation de ce rapport.

# SOMMAIRE

<b>Mot du Directeur Exécutif de Gorée Institute</b> .....	<b>7</b>
<b>Mot de la Directrice du CESTI</b> .....	<b>9</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>11</b>
<b>I. Objectifs du monitoring des médias</b> .....	<b>13</b>
<b>II. Méthodologie</b> .....	<b>14</b>
1. Sélection et formation des moniteurs.....	16
2. Echantillonnage .....	16
<b>III. Résultats du monitoring des médias</b> .....	<b>18</b>
<b>IV. Monitoring de la presse écrite</b> .....	<b>21</b>
1. Types de pages monitorées .....	21
2. Types d'articles « monitorés » .....	22
3. Format de l'article « monitoré » .....	23
4. Acteurs présents dans la presse écrite.....	24
5. L'affiliation politique des acteurs les plus présents dans la presse écrite .....	25
6. Genre des acteurs dans la presse écrite.....	28
7. Thèmes abordés dans la presse écrite .....	28
8. Qualité de couverture (ton) dans la presse écrite .....	28
9. Top 10 des coalitions les plus soutenues dans la presse écrite .....	29
10. Top 10 des coalitions les plus critiquées dans la presse écrite .....	30
<b>V. Monitoring de la radio/TV</b> .....	<b>31</b>
1. Type de programmes « monitorés » dans l'audiovisuel .....	31
2. Type d'acteurs présents dans l'audiovisuel .....	32
3. L'affiliation politique des acteurs les plus présents dans l'audiovisuel .....	33
4. Genre des acteurs dans l'audiovisuel .....	34
5. Thèmes abordés dans l'audiovisuel .....	35
6. Qualité de couverture dans l'audiovisuel .....	36
7. Top 10 des coalitions les plus soutenues dans l'audiovisuel .....	37
8. Top 10 des coalitions les plus critiquées dans l'audiovisuel .....	38
<b>VI. Monitoring de la presse en ligne</b> .....	<b>39</b>
1. Type de page « monitoré » dans la presse en ligne .....	39
2. Type acteurs présents dans la presse en ligne .....	40
3. Genre des acteurs dans la presse en ligne .....	40
4. Affiliation politique des acteurs dans la presse en ligne .....	41
5. Thèmes abordés dans la presse en ligne .....	41
6. Qualité de couverture dans la presse en ligne .....	42
7. Les coalitions les plus soutenues dans la presse en ligne.....	42
8. Les coalitions les plus critiquées dans la presse en ligne.....	43

<b>VII. Conclusion.....</b>	<b>45</b>
1. Types de pages « monitorées » .....	45
2. Types d’articles « monitorés » .....	45
3. Format de l’article « monitoré » .....	45
4. Acteurs les plus présents dans les médias.....	45
5. L’affiliation politique des acteurs les plus présents .....	45
6. Genre des acteurs présents dans les medias. Quelle place pour les femmes ? .....	46
7. Thèmes abordés dans la presse écrite .....	46
8. Qualité de la couverture médiatique .....	46
9. Top 10 des coalitions les plus soutenues.....	46
10. Top 10 des coalitions les plus critiquées .....	46
<b>VIII. Perspectives .....</b>	<b>47</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>48</b>
Formulaire Presse écrite .....	48
Formulaire Radio/TV .....	50
Formulaire Presse en ligne.....	52

## Mot du Directeur exécutif de Gorée Institute



Pluralisme démocratique et diversité médiatique sont fortement liés. C'est une évidence que les médias jouent un rôle indispensable dans le bon fonctionnement de la démocratie. Aujourd'hui, les citoyens ne votent plus seulement mais commentent publiquement le vote, posent un regard critique sur les politiques publiques, exigent des comptes en partie grâce aux médias qui informent sur l'efficacité de nos représentants et facilitent la pleine participation de tous par l'accès à l'information sur les programmes et partis politiques, les candidats et le processus électoral afin de permettre aux électeurs de faire un choix éclairé.

Faut-il le rappeler, les médias sont un moyen d'expression essentiel pour les acteurs démocratiques et les élections sont considérées comme un fondement de la démocratie. Les médias constituent la première source d'information et d'analyse des programmes des candidats, le lieu principal de débat entre les acteurs politiques ainsi que le vecteur de toute une série d'informations sur le cycle électoral.

Au Sénégal, les élections de 2000 (alternance), de 2012 (élection présidentielle et élections législatives) et 2014 (élections locales) ont démontré non seulement le bon fonctionnement du système démocratique mais aussi confirmé le rôle primordial des médias dans la régularité, la transparence et la fiabilité du processus électoral.

Afin de contribuer à un processus électoral juste et équitable, le Goree Institute en partenariat avec le CESTI a mis en œuvre un projet de monitoring des médias afin d'observer et d'analyser la couverture médiatique réalisée tout au cours de la période électorale des élections législatives du 30 juillet 2017.

Ce monitoring a visé l'observation d'un certain nombre d'aspects, tous liés au déroulement des élections. Il consiste à analyser les contenus de différents supports d'information, afin de donner une photographie précise du traitement médiatique réservé à un sujet donné en lien avec le processus électoral. Pour rappel, les objectifs visés à travers le monitoring des médias sont entre autres de :

- Surveiller les activités des principaux médias électroniques et imprimés pour vérifier qu'ils agissent en conformité avec la législation nationale ainsi qu'avec les autres normes internationales relatives à la tenue d'élections démocratiques, tout au long de la campagne électorale ;
- Évaluer si les médias fournissent des informations suffisamment diversifiées et équilibrées afin de permettre aux électeurs de faire leur choix de manière éclairée ;
- Évaluer dans quelle mesure les partis politiques et les candidats ont un égal accès aux médias, ainsi que la qualité de cette couverture médiatique ;
- Contrôler si les médias, et en particulier les médias d'Etat ou publics, remplissent leur devoir en assurant une couverture équilibrée et neutre du processus électoral ;
- Analyser l'impartialité, l'équité, l'exactitude et l'efficacité de la couverture médiatique des élections ;

Une grande responsabilité incombe de ce fait aux médias pendant la période électorale : il est essentiel que la radio, la télévision, la presse écrite ainsi que les médias électroniques accordent une place suffisante, raisonnable et juste, aux élections, et que leur couverture du processus électoral soit équitable et impartiale. Ce n'est point un hasard si l'émergence des médias en Afrique a coïncidé avec la généralisation du suffrage

universel parce qu'ayant fortement contribué à l'émergence de citoyens plus informés, plus ouverts et plus conscients de leurs droits. Le défi en Afrique est de continuer à travailler à avoir des médias libres, diversifiés et conscients de leurs responsabilités gage d'une démocratie établie.

Pour une première, l'Institut a expérimenté le monitoring des médias électroniques avec toutes les difficultés et la controverse que cela peut induire auprès des spécialistes, donc le débat est ouvert. Cependant le monitoring en la matière s'est fait tenant compte d'une approche maîtrisée et d'une méthodologie rigoureuse. La motivation d'un tel choix est de sortir des sentiers battus du monitoring des médias classiques, d'apporter une plus value à une activité éprouvée depuis quelques années mais confinées uniquement aux médias classiques (radio, télévision, presse écrite) et de s'inscrire à l'avant garde de certains enjeux pouvant impacter le comportement des électeurs et le projet démocratique.

Dans les pages qui suivent, les résultats du monitoring des medias durant la période électorale des élections législatives du 30 juillet 2017 sont présentés et contribueront certainement à une meilleure évaluation de la responsabilité des médias dans le processus électoral.

Enfin, nos remerciements à la direction du CESTI pour cette première collaboration réussie et à l'Agence Suédoise de Coopération et Développement International (ASDI) pour son appui financier à la réalisation de ce projet.

**Doudou DIA**

Directeur Exécutif

Goree Institute

Centre pour la Démocratie,

le Développement et la Culture en Afrique

## Mot de la Directrice du CESTI



Depuis plusieurs décennies, le Sénégal s'est engagé dans un processus de maturation et de consolidation de sa démocratie. Les médias y ont joué un rôle fondamental en contribuant à la formation d'une citoyenneté consciente et participative à travers l'information du public. En outre, ils ont su porter les exigences de l'organisation d'élections démocratiques et crédibles matérialisées par la mise en place d'un code consensuel et d'institutions fiables de supervision du processus électoral.

Les alternances politiques en 2000 et 2012 doivent beaucoup à la transparence des élections et à la fonction de veille assurée par la couverture médiatique.

Le CESTI a toujours eu conscience de l'importance de la formation des journalistes pour la production d'une information de qualité, comme garantie de la vitalité d'un système démocratique, dont la tenue d'élections libres et transparentes est un des piliers. Par leur contribution à la formation de l'opinion à travers une information sur les candidats, les programmes et les enjeux, les médias ont un impact sur le déroulement et l'issue des élections, tel qu'on ne saurait les ignorer dans l'observation électorale. Cela traduit toute la pertinence du monitoring des médias initié par le Gorée Institute à l'occasion des élections législatives tenues en juillet 2017 au Sénégal. A cet égard, le Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) lui exprime toute sa satisfaction pour l'y avoir associé.

En effet, depuis plusieurs années le CESTI ne cesse de renforcer sa stratégie de pédagogie active, dont la couverture des élections donne aux étudiants une opportunité de mise à l'épreuve pratique par des enquêtes, des reportages, etc.

A ce titre, leur implication dans la collecte des données du monitoring des médias lors des législatives de 2017 constitue une expérience nouvelle, à travers laquelle les étudiants se sont exercés à opérer une évaluation critique de la production journalistique sur la pertinence des informations, leur diversité et leur neutralité. Autant de critères qui fondent un journalisme de qualité.

Par ailleurs, en raison de son statut d'institut de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar, le CESTI a également pour mission de s'impliquer dans toute action qui contribue au renforcement de la démocratie, à la paix et à la stabilité de notre pays. Le comportement professionnel des médias, notamment en période électorale, en constitue un facteur déterminant. Une analyse critique de ce comportement et les recommandations qui en découlent participent à l'amélioration de la pratique journalistique.

**Madame Cousson Traoré Sall**

Directrice du Cesti



# Introduction

Le Sénégal, fut un des pays africains précurseurs de l'ouverture démocratique en Afrique, se dotant ainsi de plusieurs instruments et institutions pour l'amélioration qualitative de son système politique régissant les relations entre gouvernants et gouvernés, organisant le fonctionnement des institutions et octroyant des droits et des devoirs à toutes les composantes de la société sénégalaise.

Les médias jouent un rôle de premier plan dans l'animation et la réalisation de tout processus démocratique. Autant dans le cadre de systèmes politiques autoritaires, les médias avaient pour finalité de servir uniquement le leader politique aux fins d'un endoctrinement, autant pour ce qui s'agit du système démocratique, les médias agissent en tant qu'acteur de premier plan dont le rôle est d'ouvrir l'information et de jouer les missions suivantes :

- Ils sont des espaces d'information, de formation et de sensibilisation ;
- Ils peuvent servir de cadre de promotion des politiques publiques ;
- Ils sont des espaces, selon le niveau de l'opinion nationale en question, mais également la nature du processus politique en cours, de pertinents instruments d'expression de la citoyenneté, de monitoring, de suivi de l'action publique et également de gouvernance ;
- Ils peuvent influencer la mise en œuvre des agendas nationaux et également internationaux.

A l'analyse de l'ordonnancement institutionnel mais également du jeu des acteurs au Sénégal, il n'y a pas de doute quant à la dynamique évolutive portée par les parties prenantes dans le secteur des médias. Sous ce rapport, une pluralité d'acteurs interviennent : journalistes, instance de régulation, groupes de presse, syndicats de journalistes, centres de formation, etc. Historiquement, les médias au Sénégal ont participé à tous les débats politiques ainsi qu'à la plupart des combats ayant permis d'engranger des acquis démocratiques. C'est ainsi qu'une partie du sursaut démocratique ayant permis l'alternance de 2000 leur fut imputée fort de la transmission en temps réel des résultats alors qu'aucune disposition juridique ni administrative ne le permettait. Il convient toutefois de noter que cette vitalité, ce foisonnement et cette contribution de la presse dans les acquis démocratiques au Sénégal renferment plusieurs travers. La revendication à la contribution dans l'approfondissement de la démocratie au Sénégal semble légitimer certaines pratiques au sein de la presse. Par ailleurs, la reconfiguration de l'espace public, au lendemain du processus électoral de 2012 renseigne à souhait sur la complexité des rapports entre la sphère politique et les médias. Complexité qui se présente comme un brouillage des interrelations\_ entre équidistance et connivence\_ rendant ainsi « illisibles » les rapports média/pouvoirs politiques et qui pourraient impacter négativement le comportement de ces médias dans les futures échéances électorales. Ces appréhensions sont corroborées par la nature de la couverture médiatique du processus politique en cours.

En outre, il est noté que la plupart des instabilités en Afrique prennent leur source lors d'élections mal organisées. Ainsi donc, la nature « conflictogène » des élections n'est plus à démontrer car les exemples font foison. Les médias, du fait d'une conjonction de plusieurs facteurs liés à la formation, à une prise de partie dans le débat, à une manipulation, etc. contribuent à ces instabilités. Ainsi donc en période électorale, les médias jouent un rôle crucial d'où l'importance de certaines initiatives permettant d'apprécier leur comportement dans une perspective d'anticipation de toute velléité de déstabilisation ou d'instabilité du processus, de violence électorale ou post-électorale, etc.

D'un point de vue plus général, l'implication des médias dans le dispositif corrobore le modèle de la mise à

1. Nay Olivier, « Lexique de science politique ; Vie et institutions politiques », 2e édition, Paris, 2011 Idem, p. 473

l'agenda<sup>1</sup>. Née dans les années 1970, au croisement de la sociologie des médias et de la science politique, ce modèle analyse les dynamiques par lesquelles des thèmes politiques s'imposent dans l'opinion publique et/ou dans l'action publique, notamment par l'intermédiaire des médias. Ainsi donc, à travers l'implication des médias, le but principal visé est d'inscrire le programme de monitoring, dans l'agenda des parties prenantes au processus électoral. Ainsi, une dynamique aboutie permettra d'impacter le cadre juridique, institutionnel par la formulation de recommandations, résultats du monitoring, pouvant déboucher sur les réformes.

Le Monitoring des médias est considéré comme un outil destiné à promouvoir des élections libres et le respect des droits fondamentaux liés aux principes de liberté d'expression. On peut le définir comme une observation indépendante, objective et impartiale des médias durant la période électorale.

En effet, les médias constituent un élément central des processus électoraux dans :

- l'égalité de traitement des candidats (égal accès des candidats aux médias, égalité relative dans le traitement des informations concernant les candidats – question du pluralisme) ;
- l'information du citoyen : question de la formation d'un libre choix éclairé du citoyen (informations sur les modalités du processus électoral, sur les programmes des candidats et sur les thématiques importantes dans la campagne...) ;
- la participation citoyenne : inclusion de l'ensemble de la population en particulier les plus vulnérables, prise en compte des demandes de débat exprimées par le citoyen et la société civile ;
- l'éducation électorale (éducation civique) : sensibilisation sur les modalités du processus électoral, l'acte de vote etc...

Dans le cadre des élections législatives du 30 juillet 2017 au Sénégal, le Gorée Institute, Centre pour la Démocratie, le Développement et la Culture, en partenariat avec le Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI), a initié un programme dénommé monitoring des médias en vue d'évaluer le plus objectivement possible le rôle des médias dans le processus électoral. Ce rapport présente les résultats du monitoring des principaux médias suivis du 11 juillet au 20 août 2017.

# I. Objectifs du monitoring des médias

Le monitoring des médias a pour objectif l'observation d'un certain nombre d'aspects, tous liés au déroulement des élections, comme par exemple :

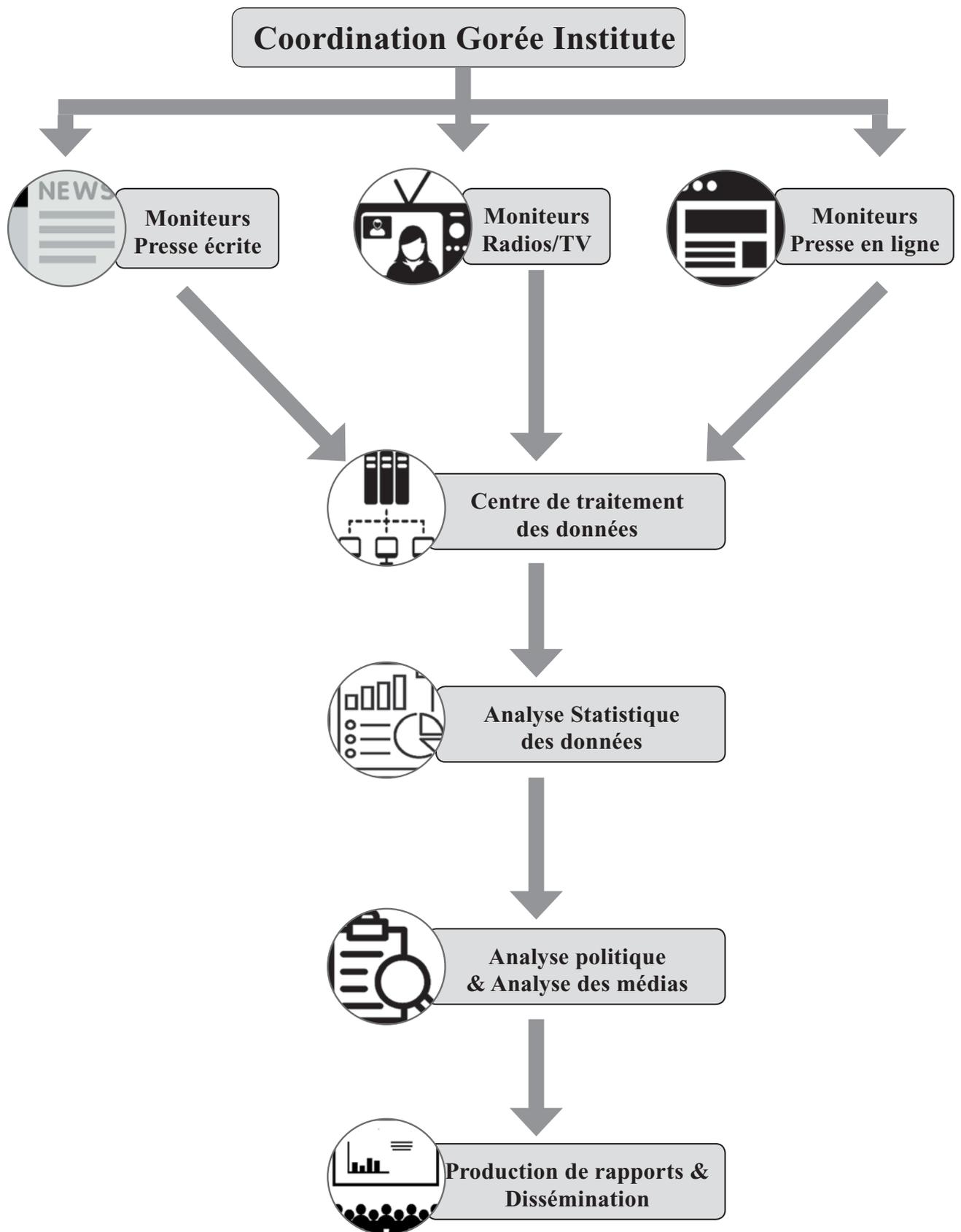
- Surveiller les activités des principaux médias électroniques et imprimés pour vérifier qu'ils agissent en conformité avec la législation nationale ainsi qu'avec les autres normes internationales relatives à la tenue d'élections démocratiques, tout au long de la campagne électorale ;
- Évaluer si les médias fournissent des informations suffisamment diversifiées et équilibrées afin de permettre aux électeurs de faire leur choix de manière éclairée ;
- Évaluer dans quelle mesure les partis politiques et les candidats ont un égal accès aux médias, ainsi que la qualité de cette couverture médiatique ;
- Vérifier si les médias, et en particulier les médias d'Etat ou publics, remplissent leur devoir en assurant une couverture équilibrée et neutre du processus électoral ;
- Analyser l'impartialité, l'équité, l'exactitude et l'efficacité de la couverture des élections par les médias ;
- Analyser dans les médias, la place accordée à la couverture des femmes, des femmes candidates et plus largement encore à la participation des femmes dans le processus électoral ;
- Suivre les travaux liés aux élections de tous les organes de régulation des médias ainsi que les éventuels litiges liés aux élections dans lesquels les médias sont parties prenantes ;
- Analyser les programmes d'éducation aux électeurs, les publics qu'ils ciblent (minorités linguistiques ou ethniques, femmes,) etc. ;
- Vérifier que les candidats aux élections sont tous soumis aux mêmes règles (coût, durée, etc.) pour recourir à la publicité payée ;
- Analyser si les différents types de programmes télévisés (les émissions d'actualités, de débats, le temps d'antenne gratuit, la publicité électorale payante, etc.) sont biaisés, et dans ce cas, en faveur de quel(s) candidat(s) ou parti(s).

## II. Méthodologie

La technique utilisée dans l'opération de monitoring repose sur l'aspect descriptif et l'analyse quantitative du contenu des médias. L'unité de mesure est la seconde pour la production audiovisuelle, le centimètre carré pour l'espace rédactionnel dans la presse écrite et le nombre de caractères pour les médias en ligne. Cette méthodologie comprend deux principaux critères : quantitatif et qualitatif.

- L'analyse Quantitative : elle mesure le Temps dans les médias audiovisuels, l'Espace dans la presse écrite, ou le nombre de caractère pour la presse en ligne, dédiés aux acteurs politiques, ainsi que le ton de cette couverture (positif, négatif ou neutre) ;
- L'analyse Qualitative : elle concerne les aspects non quantifiables tels que le style journalistique, le professionnalisme des médias, les sondages, les partis-pris et/ou préférences des médias, etc.

L'application de cette méthode suppose des dispositions techniques et organisationnelles ainsi qu'un dispositif schématisé ci dessous :



## 1. Sélection et formation des moniteurs

Le CESTI a sélectionné 20 étudiants en journalisme comme moniteurs des médias dans le cadre de ce projet. Ces étudiants travaillent sous la supervision du coordonnateur du projet mais également de leur formateur désigné par la direction du CESTI.

Ci - dessous le plan de déploiement finalisé de manière participative durant la formation des moniteurs des médias :

Type de média	Média	Moniteur
<b>TV</b>	RTS	Omar dit Boubacar Wone NDONGO
	TFM	Boubacar DIENG
	2STV	Amy WANE
	SEN TV	Mapaté NIANG
	WALF TV	Aïssatou Mbossé SECK
<b>RADIO</b>	RSI	Alioune GUEYE
	SUD FM	Tidiane CISSÉ
	WALF FM	Souleymane DIASSY
	RFM	Gina Marie Suzanne Fernando BATISTA
	ZIK FM	Mamadou Bippa CISSOKHO
<b>PRESSE ECRITE</b>	L'OBSERVATEUR	Odèniyi Kensio Ronald AKPO
	LE QUOTIDIEN	Alpha Aboubakar ASCOFARÉ
	LE SOLEIL	Salmco ASSOGOUENON
	L'ENQUETE	Dieynaba THIOMBANE
	VOX POPULU	Dieynaba THIOMBANE
	SUD QUOTIDIEN	Mawouton Constant KINTIN S.
	WALF QUOTIDIEN	Amadou SAMOURA
	LE TEMOIN	Ndèye Fatou Diéry DIAGNE
LIBERATION	Ibra BADIANE	
<b>PRESSE EN LIGNE</b>	SENEWEB	Badé SECK
	DAKAR ACTU	Mamadou Biguine GUEYE

Sur la base de la sélection, une formation de trois (03) jours en monitoring des médias a été organisée avec des sessions théoriques et pratiques sur la méthodologie, l'organisation du dispositif de monitoring des médias, y compris dans ses aspects techniques, la collecte, la remontée et l'exploitation des données, la rédaction des rapports et du cadre juridique pour la couverture des élections.

## 2. Echantillonnage

Le Gorée Institute, les formateurs et les moniteurs ont échangé et décidé ensemble, à partir de critères bien définis, des médias à surveiller. Préalablement aux critères sur la base desquels il faut identifier les médias à surveiller, il est impératif de définir une moyenne haute et une moyenne basse de médias sur la base de laquelle le monitoring se fera. Retenons d'emblée que le monitoring s'est effectué sur la base d'une vingtaine de médias.

En outre, les critères sont entre autres :

- le type de médias,
- la crédibilité de l'organe,
- l'audience,
- la couverture géographique,
- la régularité de parution,
- la langue, etc.

Au total 21 médias sont retenus dont 5 radios, 5 chaînes de télévision, et 9 parutions de la presse écrite nationale et 2 presses en ligne pour être suivis. Il s'agit de :

**Tableau 1: Liste des médias sélectionnés pour le monitoring**

TV	RADIO	PRESSE	INTERNET
RTS	RSI	L'OBSERVATEUR	SENEWEB
TFM	SUD FM	LE QUOTIDIEN	DAKAR ACTU
2STV	WALF FM	LE SOLEIL	
SEN TV	RFM	L'ENQUETE	
WALF TV	ZIK FM	VOX POPULI	
		SUD QUOTIDIEN	
		WALF QUOTIDIEN	
		LE TEMOIN	
		LIBERATION	

## III. Résultats du monitoring des médias

Les résultats présentés dans cette section portent sur le monitoring du 11 juillet au 20 août 2017. Au cours de cette période, 1055 programmes de radio/TV, 2161 articles de presse et 137 articles de presse en ligne ont été « *monitorés* ».

Pour rappel, la période de l'observation est un facteur important pour l'analyse. Selon les spécialistes du monitoring des médias, « *dans la mesure du possible, la période pré-électorale, la période de campagne elle – même ainsi que la période post-électorale jusqu'à la proclamation des résultats devraient être analysées. Dès lors, si les ressources ne sont pas suffisantes pour envisager l'observation intégrale de la période, il faudra tout de même entreprendre le suivi sur une période suffisamment longue pour produire des observations qui permettront d'établir des tendances significatives sur l'ensemble de la période. Ainsi par exemple, il ne serait pas productif d'observer dix médias pour seulement la dernière semaine de campagne électorale. Il serait de fait préférable de réduire la taille de l'échantillon en diminuant le nombre de médias surveillés et d'allonger la période d'observation, afin de permettre l'émergence de tendances sur la durée* »<sup>2</sup> C'est tenant compte de ces impératifs et contraintes que pour une durée de quatre semaines, un échantillon d'une vingtaine de médias fut retenu pour le monitoring à effectuer.

**Tableau 2 : Répartition des unités d'enregistrement monitorés selon le type de médias**

Médias	Unités d'enregistrement	Proportion
<b>Radio/TV</b>	<b>1 055</b>	<b>31%</b>
TFM	169	5%
2STV	110	3%
WALF FM	95	3%
SEN TV	86	3%
WALF TV	84	3%
RFM	47	1%
RSI	67	2%
ZIK FM	65	2%
SUD FM	60	2%
RTS	272	8%
<b>Presse écrite</b>	<b>2 161</b>	<b>64%</b>
L'ENQUETE	320	10%
L'OBSERVATEUR	308	9%
LE SOLEIL	253	8%
VOX POPULI	249	7%
SUD QUOTIDIEN	247	7%
LIBERATION	213	6%
LE QUOTIDIEN	212	6%
LE TEMOIN	187	6%
WALF QUOTIDIEN	172	5%
<b>Presse en ligne</b>	<b>137</b>	<b>4%</b>
SENEWEB	81	2%
DAKAR ACTU	56	2%
<b>Total</b>	<b>3 353</b>	<b>100%</b>

2. Guide pour le monitoring des médias, Gorée Institute - RESOCIT, 2011, Ile de Gorée P.05

Le tableau suivant quelques indicateurs quantitatifs liés au monitoring :

Quelques indicateurs quantitatifs	Valeur
Durée totale des unités d'enregistrement dans l'audiovisuel (seconde)	3 575 358
Temps d'accès direct (seconde)	431 231
Espace total monitoré dans la presse écrite (cm2)	461 720
Espace interview presse écrite (cm2)	127 611
Nombre total de caractères monitorés presse en ligne	139 695

Une Unité d'enregistrement est le segment du message consacré à un acteur politique. Chaque unité d'enregistrement sera consacrée à un seul acteur. Dans une même unité de contexte (par exemple un talk-show), on établira une unité d'enregistrement pour chaque segment de communication consacré à un acteur politique différent, mais aussi, par exemple dans un talk-show, à chaque prise de parole d'un candidat politique, que l'on considérera comme une unité d'enregistrement séparée. Chaque unité d'enregistrement sera enregistrée séparément et analysée avec toutes les variables établies.

Par ailleurs, dans le cadre du monitoring des médias, le meilleur système de mesure, en termes de précision, est l'utilisation des secondes et des centimètres carrés, respectivement pour les radios – télévisions et la presse écrite. Une analyse qui se limiterait au calcul du nombre d'occurrences d'un acteur politique pourrait conduire à des résultats biaisés ou trompeurs. La nécessité d'établir une image précise de la répartition de la couverture entre les différents partis et les candidats, signifie que le Temps et/ou l'Espace alloué doit être scrupuleusement mesuré pour l'ensemble des médias.

Les deux variables pour quantifier le temps de couverture alloué à des acteurs politiques sont le Temps pour les médias électroniques et l'Espace pour la presse écrite. On peut ensuite établir pour chacune de ces deux variables des sous catégories : le Temps d'accès direct (TAD) et l'Espace interview (EI).

## Monitoring de la presse en ligne : phase expérimentale

Par ailleurs, il est à noter la réelle prégnance actuelle des TIC mais également leur investissement accru dans le champ des médias. Ainsi, pour une première fois, depuis la mise en œuvre de programmes de monitoring des médias depuis 2012, l'Unité d'assistance électorale de l'Institut Gorée s'est risqué à appliquer le monitoring des médias à quelques sites d'information en ligne. En effet, à l'ère de l'explosion du paysage médiatique dans un contexte de démocratisation, les nouvelles technologies de l'information et de la communication multiplient les possibilités de faire circuler l'information. Internet devient un nouvel espace où les informations classiques et scientifiques circulent avec une rapidité extraordinaire et à des échelles inédites. C'est une opportunité de promouvoir la diversité des sources d'information, et notamment de laisser une part d'initiative aux citoyens. Il offre également la possibilité de diffusion, à l'échelle mondiale, d'informations brutes, immédiates qui ne sont ni évaluées, ni commentées, ni hiérarchisées. Ainsi donc, les principes de sélection pour arriver à un échantillon seront les mêmes que ceux des médias audiovisuels et écrits. Toutefois, pour ce qui s'agit de l'Unité de mesure, il a été décidé de prendre en compte le Nombre de caractères utilisés. Convenons qu'il s'agit d'une phase expérimentale que nous soumettons d'ailleurs à l'appréciation des spécialistes des médias et des instances de régulation afin de discuter la pertinence.

Pour rappel, selon les spécialistes, « lorsqu'il est décidé de surveiller certains sites internet, cela devrait se faire en suivant certains critères et lignes directrices communes : l'internet n'est pas normalement inclus dans l'échantillon de contrôle des médias, car ne représentant pas l'une des principales sources d'information pour l'électorat. Cependant à certaines occasions certains sites web peuvent être surveillés. Dans ce cas, certains critères doivent être appliqués : l'analyse des médias doit surveiller des sites web présentant exclusivement un caractère journalistique (par exemple les versions internet des journaux, des agences de nouvelles, la télévision par internet). En raison de la nature particulière d'internet, la méthodologie de l'analyse et le cadre normatif adoptés pour évaluer les résultats ne peuvent pas être le même que celui utilisé pour les médias traditionnels : il sera donc essentiel de travailler sur une approche spécifiquement adaptée à ce support »<sup>3</sup>. C'est tenant compte de ces précautions méthodologiques préalables qu'il fut décidé de cibler 2 supports de la presse en lignes répondant à ces principes mais également aux critères de sélection des médias en général.

Par ailleurs, dans l'analyse du rapport, il est convoqué une variable importante permettant d'apprécier surtout le respect des principes d'éthique et de déontologie par les journalistes : la Qualité de couverture. Elle se rapporte au Ton utilisé par le journaliste dans la couverture de l'information. La Qualité de couverture est habituellement mesurée par deux indicateurs complémentaires :

- Le jugement explicite (évaluation) du journaliste sur l'acteur concerné
- Le cadrage (valeur) par lequel l'acteur en question est couvert. Par cadrage, on entend communément l'importance de cette information dans les nouvelles globales ainsi que le contexte dans lequel le sujet est traité.

Ces deux indicateurs de qualité ont été fusionnés en une seule variable que l'on définit comme « Ton ». Le Ton prend en compte les deux aspects de la couverture mentionnés ci - dessus et il est mesuré sur une échelle de trois valeurs : négatif, neutre, positif (-1, 0, +1).

Les autres éléments qui peuvent être pris en compte pour évaluer la qualité de couverture sont :

- Une manipulation dans l'utilisation des reportages, des images ou des sons : par exemple le recours à des prises de vue déformant l'impression de foule (grand angle) ou la minimisant (cadrage serré) dans d'autres meetings, de manière à utiliser l'image avec une finalité partisane. On peut également citer la diffusion de séquences ne correspondant pas avec les événements rapportés dans le but de favoriser certains partis ou candidats, mais aussi l'utilisation de musique de fond ou d'effets visuels visant à imprimer une appréciation : un ton sinistre ou satirique, sérieux ou léger pour rapporter une information, ou encore des tonalités de voix manipulatrice ou sarcastique de la part des présentateurs à la radio comme à la télévision. On peut également l'étendre à la presse en ligne si l'on sait que le monitoring s'est également appliqué à cette dernière (phase expérimentale).
- La modalité d'utilisation de certains mots lors de la couverture des acteurs politiques : par exemple les médias pro-gouvernementaux ont eu recours parfois à cette distinction sémantique, utilisant les termes « le président déclare » quand « son adversaire prétend ». Le choix des mots revêt alors une importance non dénuée d'arrière pensées.
- Le respect des principes fondamentaux de l'éthique professionnelle du journalisme.

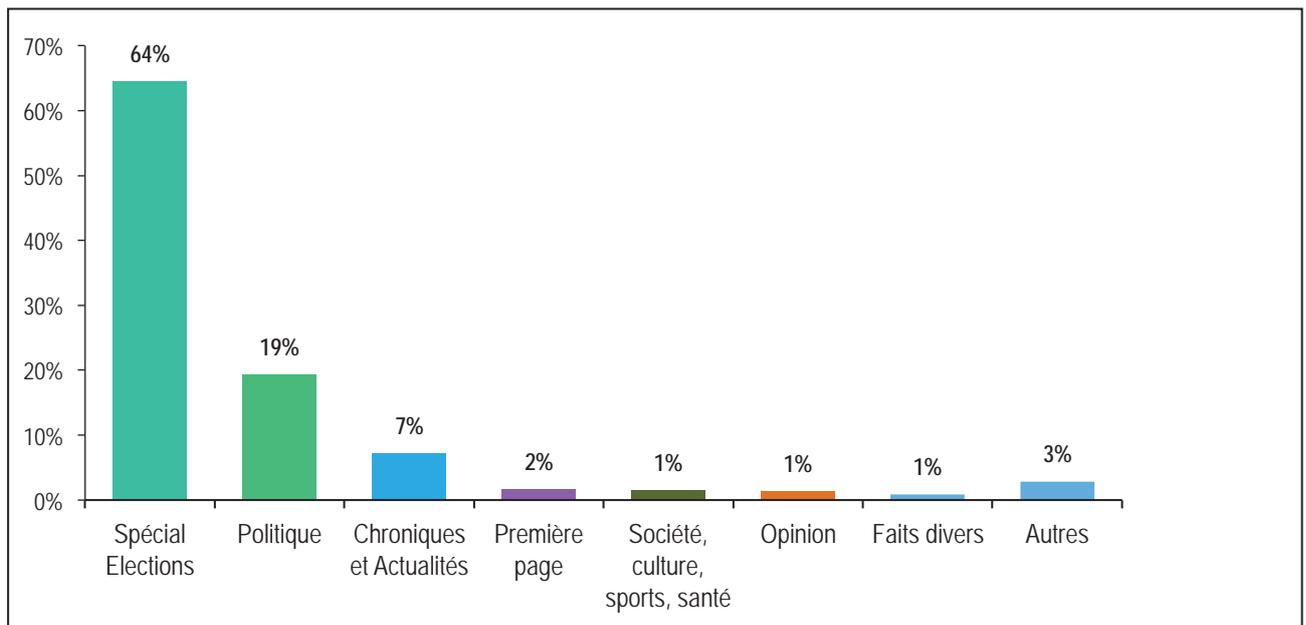
---

3. Guide pour le monitoring des médias, Gorée Institute – RESOCIT, Dakar, 2011, P.06

# IV. Monitoring de la presse écrite

## 1. Types de pages monitorées

**Graphique 1:** Répartition (%) des articles monitorés dans la presse écrite selon le type de page



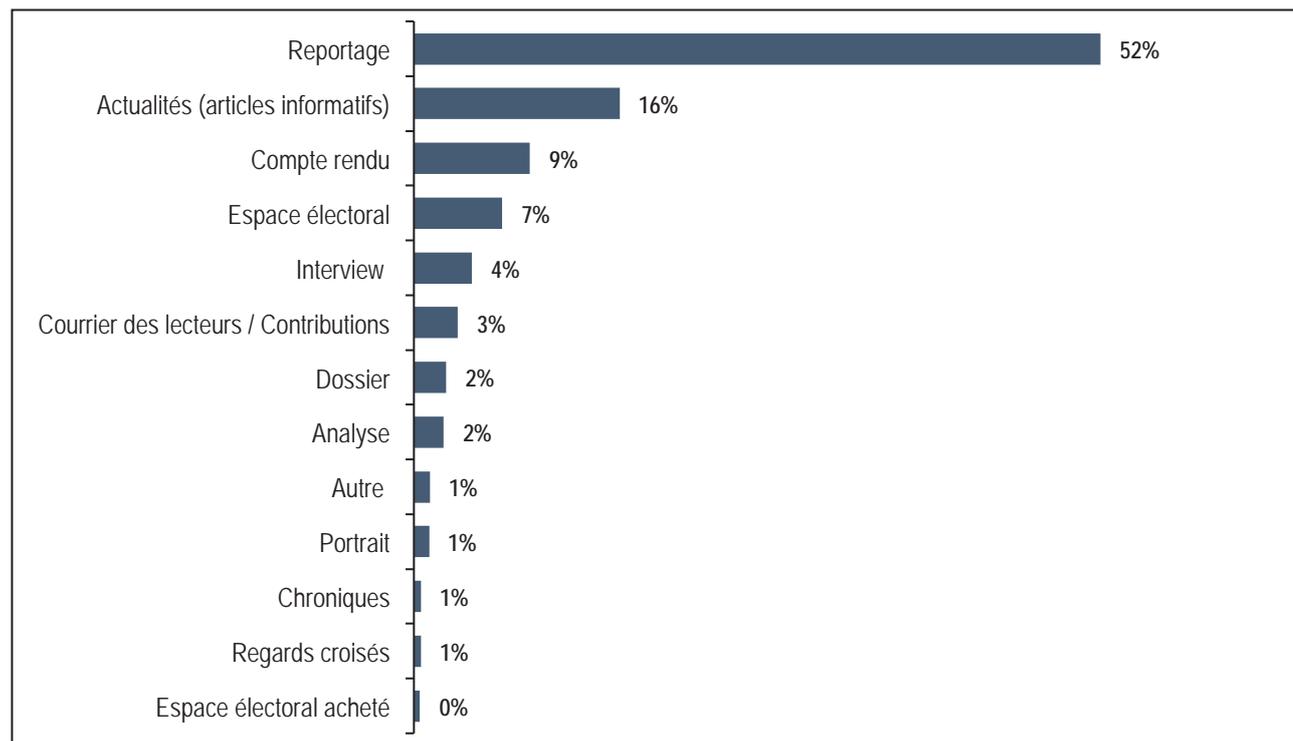
**Tableau 3 :** Répartition (%) des articles monitorés dans la presse écrite selon le type de page et l'organe

Type de page	L'OBSERVATEUR	LE QUOTIDIEN	LE SOLEIL	L'ENQUETE	VOX POPULI	SUD QUOTIDIEN	LIBERATION	LE TEMOIN	WALF QUOTIDIEN
Spécial Elections	82%	73%	82%	69%	53%	75%	3%	60%	69%
Première page	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%
Société, culture, sports, santé	5%	1%	0%	1%	0%	0%	4%	1%	1%
Politique	2%	7%	18%	13%	27%	16%	77%	5%	16%
Chroniques et Actualités	1%	2%	0%	16%	20%	4%	2%	9%	8%
Nation	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Education civique	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	0%	1%
Economie	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
International	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Autres	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%
Faits divers	0%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	23%	1%
Rubrique Challenge	0%	8%	0%	0%	0%	1%	5%	0%	1%
<b>Ensemble</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

La totalité des quotidiens ont consacré des pages spéciales aux élections allant de 60 à plus de 80% de leur espace. La presse a pu fournir des informations diversifiées sur les acteurs notamment ceux qui sont les plus « représentatifs » sur l'échiquier politique et sur les enjeux. Les autres rubriques liées aux questions de société, de culture et de santé et à l'économie sont très peu prises en compte parmi les pages « monitorées » alors que ces informations aideraient à mieux éclairer le choix des citoyens.

## 2. Types d'articles « monitorés »

**Graphique 2 : Répartition (%) des articles « monitorés » dans la presse écrite selon le type**



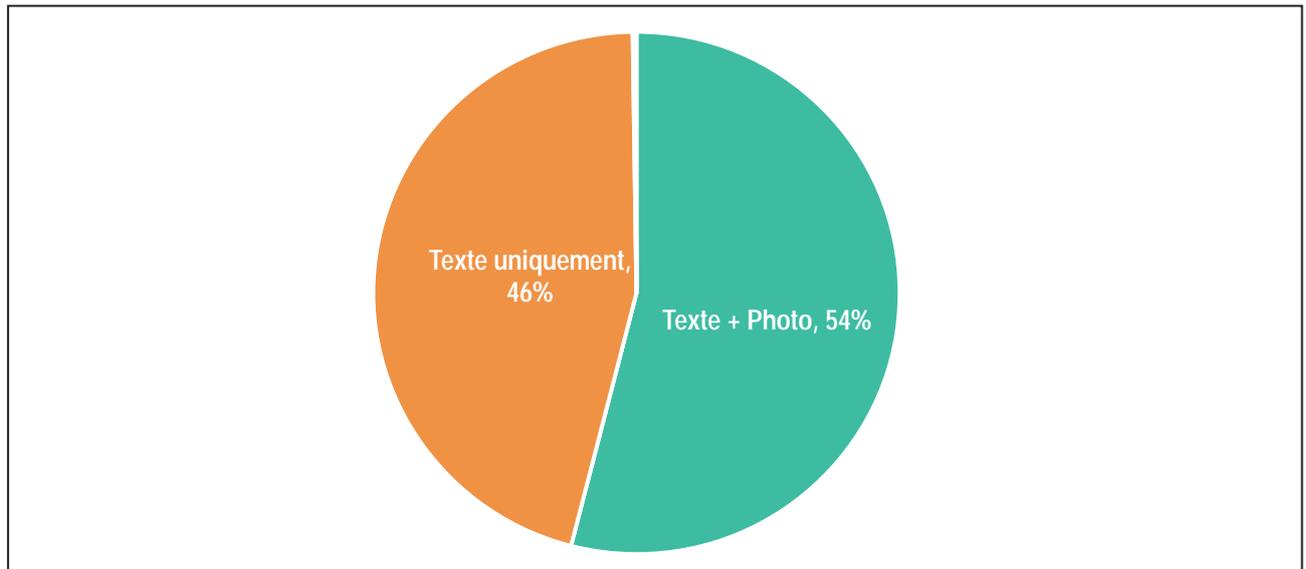
**Tableau 4 : Répartition (%) des articles monitorés dans la presse écrite selon le type et l'organe**

Type d'article monitorés	L'OBSERVATEUR	LE QUOTIDIEN	LE SOLEIL	L'ENQUETE	VOX POPULI	SUD QUOTIDIEN	LIBERATION	LE TEMOIN	WALF QUOTIDIEN
Reportage	53%	44%	95%	47%	63%	53%	38%	13%	54%
Actualités (articles informatifs)	23%	3%	2%	14%	11%	5%	31%	43%	16%
Image uniquement (photo/caricature)	11%	0%	0%	14%	8%	0%	5%	19%	2%
Espace électoral	8%	4%	2%	3%	4%	11%	1%	3%	1%
Dossier	4%	0%	0%	3%	1%	0%	0%	2%	15%
Interview	1%	12%	0%	2%	1%	1%	0%	8%	12%
Compte rendu	0%	0%	1%	4%	3%	3%	7%	3%	1%
Espace électoral acheté	0%	1%	0%	3%	3%	2%	0%	1%	0%
Portrait	0%	0%	0%	1%	0%	2%	0%	1%	0%
Analyse	0%	0%	0%	3%	0%	5%	1%	0%	0%
Courrier des lecteurs / Contributions	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
Autres	0%	33%	0%	7%	5%	18%	17%	3%	0%
Regards croisés	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	4%	1%
<b>Ensemble</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Il y a une prédominance des articles factuels. Les reportages sur le terrain et les comptes rendus et les questions d'actualité totalisent à eux seuls 77% des genres rédactionnels utilisés. Les analyses et chroniques ou commentaires n'occupent que 3%. Il faut noter que ces genres dits « fictionnels » ont une fonction de décryptage importante pour permettre aux électeurs de mieux cerner les enjeux et de faire des choix plus éclairés. Les interviews et les portraits peu fréquents auraient permis une plus grande connaissance des acteurs et des programmes proposés.

### 3. Format de l'article « monitoré »

**Graphique 3 : Répartition (%) des articles « monitorés » dans la presse écrite selon le format**



**Tableau 5 : Répartition (%) des articles monitorés dans la presse écrite selon le format et l'organe**

Format de l'article monitorés	L'OBSERVATEUR	LE QUOTIDIEN	LE SOLEIL	L'ENQUETE	VOX POPULI	SUD QUOTIDIEN	LIBERATION	LE TEMOIN	WALF QUOTIDIEN
Texte uniquement	69%	42%	26%	34%	58%	37%	46%	49%	50%
Texte + Photo	31%	57%	74%	66%	41%	63%	54%	51%	49%
Photo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Caricature	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Ensemble	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Avec 54% des articles « monitorés » selon le format « texte + photo », il faut remarquer qu'on a plus montré les candidats ayant déjà une certaine notoriété par leur passé et les fonctions qu'ils ont eu à exercer au lieu de permettre de mettre un visage sur les noms les moins connus. On peut citer parmi ceux-ci les plus fréquents Mouhamed Boun Abdallah Dionne, actuel Premier ministre, Abdoulaye Wade, Idrissa Seck, Khalifa Sall etc. Cela les survalorise au détriment des anonymes

## 4. Acteurs présents dans la presse écrite

Graphique 4 : Les acteurs présents dans la presse écrite

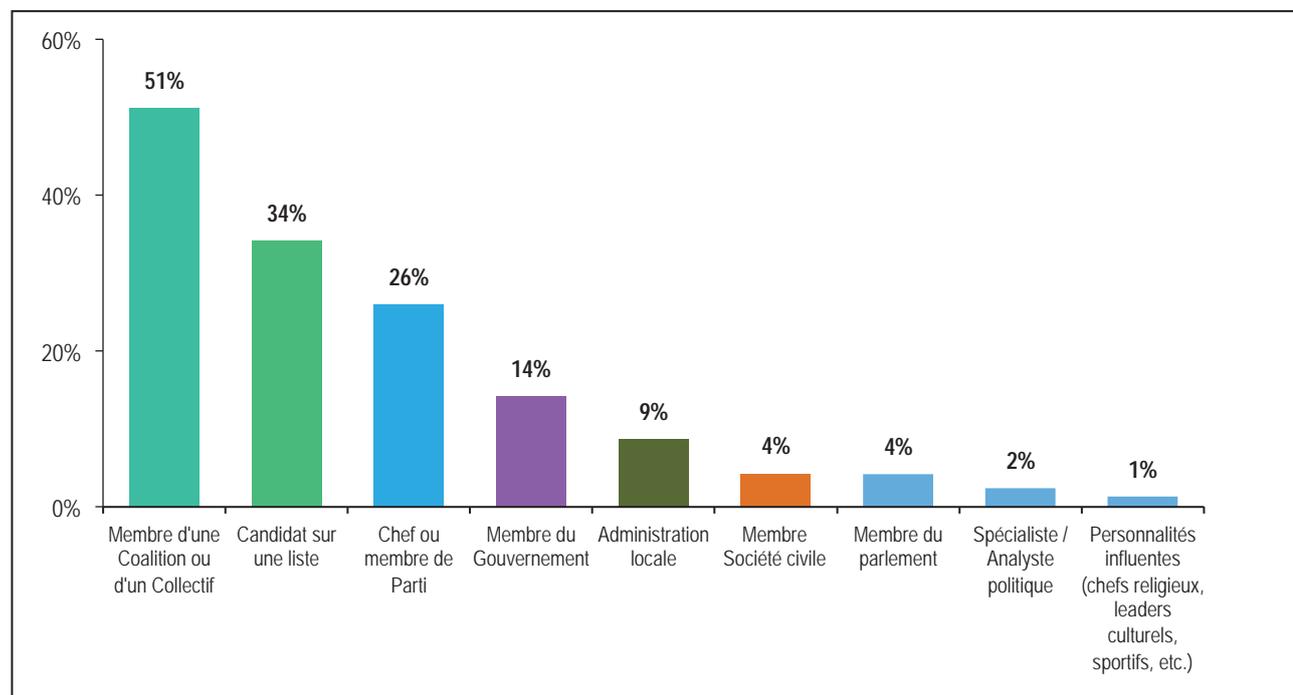


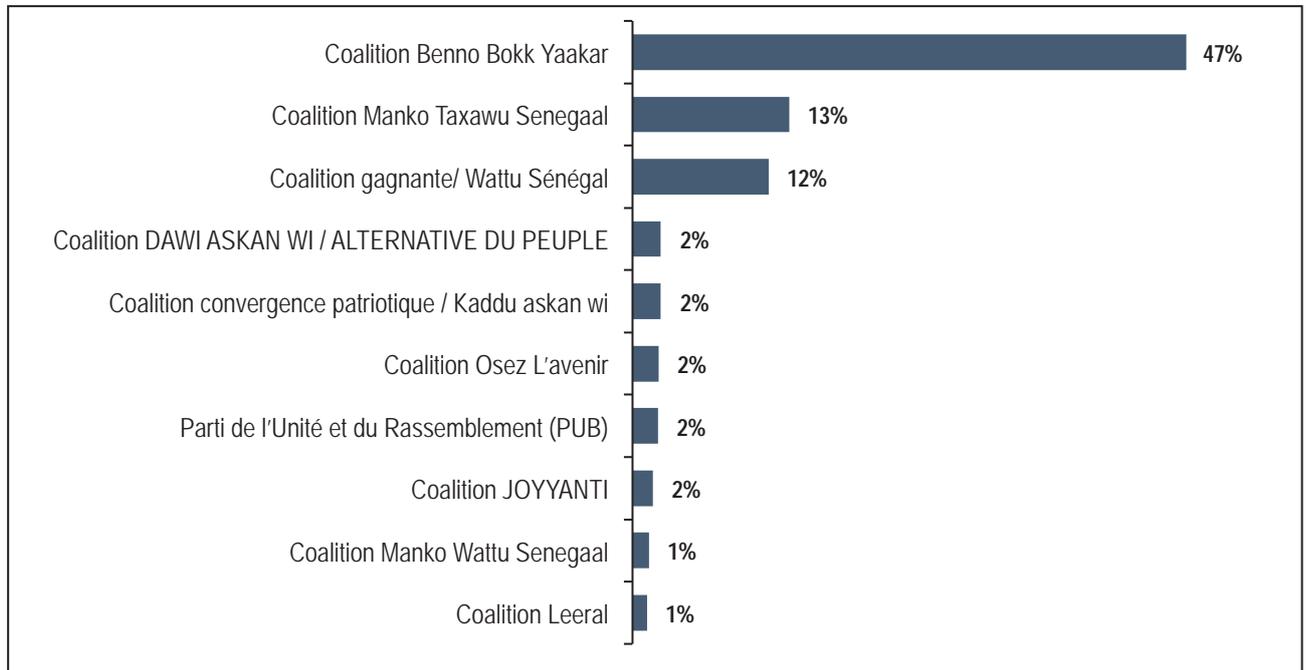
Tableau 6 : Acteurs présents dans la presse écrite selon l'organe

Type d'article monitorés	L'OBSERVATEUR	LE QUOTIDIEN	LE SOLEIL	L'ENQUÊTE	VOX POPULI	SUD QUOTIDIEN	LIBERATION	LE TEMOIN	WALF QUOTIDIEN
Membre d'une Coalition ou d'un Collectif	65%	50%	74%	42%	45%	61%	31%	50%	33%
Chef ou membre de Parti	30%	10%	8%	48%	54%	2%	11%	36%	27%
Candidat sur une liste	29%	32%	56%	38%	32%	46%	2%	32%	36%
Membre du Gouvernement	23%	5%	11%	10%	9%	15%	32%	10%	12%
Administration locale	12%	6%	11%	9%	12%	11%	6%	2%	6%
Membre Société civile	5%	16%	2%	2%	1%	4%	2%	4%	4%
Membre du parlement	3%	3%	5%	6%	6%	5%	3%	1%	5%
Personnalités influentes	2%	1%	1%	1%	0%	1%	3%	1%	2%
Spécialiste / Analyste politique	1%	0%	3%	1%	0%	2%	5%	0%	13%

La prééminence est accordée aux acteurs politiques. Une part très modeste est réservée à la société civile et aux spécialistes et analystes politiques (6%). Cela correspond à une marginalisation des forces de régulation et d'éclairage de l'opinion à travers un discours d'autorité et non partisan sur le processus électoral et ses enjeux.

## 5. L'affiliation politique des acteurs les plus présents dans la presse écrite

**Graphique 5 : Affiliation politique des acteurs présents dans la presse écrite**



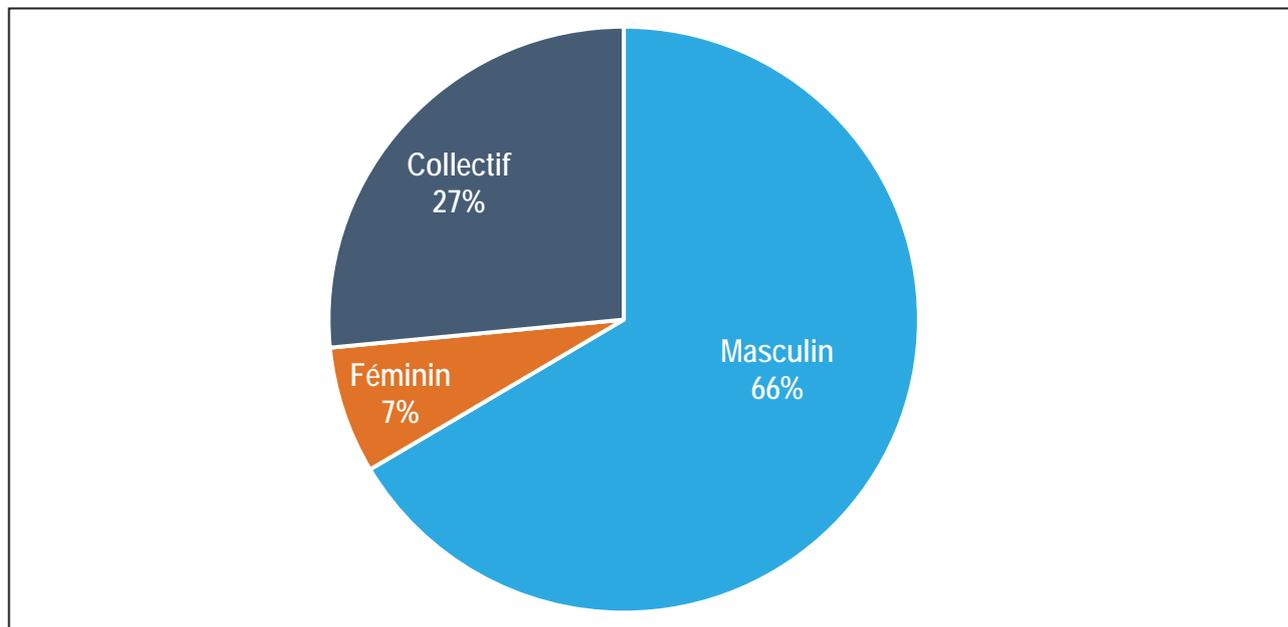
**Tableau 7 : Affiliation politique des acteurs présents dans la presse écrite selon l'organe**

	LE JOURNAL	LE QUOTIDIEN							
Coalition Benno Bokk Yaakar	57%	44%	47%	35%	42%	48%	67%	58%	34%
Coalition Manko Taxawu Senegaal	12%	15%	7%	16%	16%	16%	8%	15%	16%
Coalition gagnante/ Wattu Sénégal	12%	14%	10%	9%	8%	12%	11%	12%	26%
Coalition convergence patriotique / Kaddu askan wi	3%	1%	3%	4%	2%	4%	0%	1%	2%
Coalition Dawi Askan Wi / Alternative Du Peuple	2%	3%	4%	4%	0%	3%	2%	1%	4%
Coalition Leeral	1%	2%	2%	1%	1%	2%	0%	0%	2%
Convergence patriotique pour la justice et l'équité	1%	1%	1%	2%	1%	1%	0%	2%	1%
Coalition pôle alternatif 3e voie/ Senegal Dey Dem	1%	1%	3%	1%	0%	1%	1%	0%	2%
Parti de la vérité pour le développement (PVD)	1%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%
Coalition JOYYANTI	1%	3%	3%	3%	0%	2%	1%	0%	3%
<b>Autres</b>	<b>9%</b>	<b>15%</b>	<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>28%</b>	<b>13%</b>	<b>10%</b>	<b>12%</b>	<b>10%</b>
<b>Ensemble</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

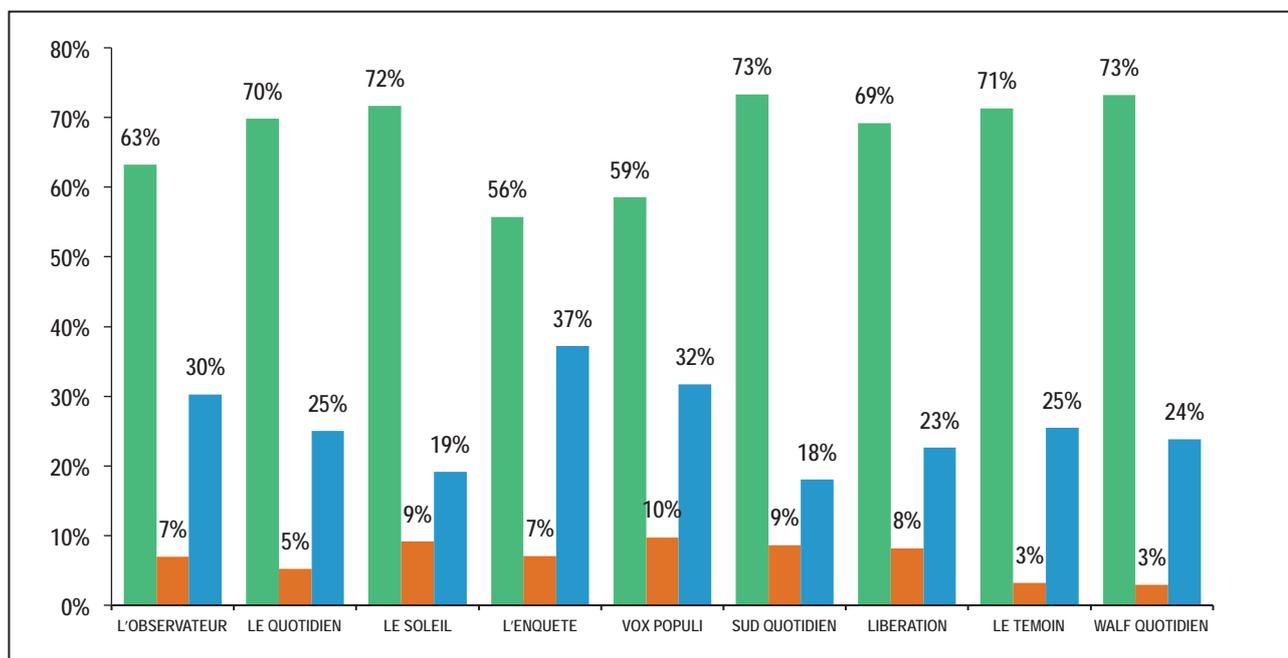
L'affiliation politique des acteurs les plus présents dans la presse écrite est la Coalition Benno Bokk Yaakar, qui est au pouvoir. Elle est trois fois plus présente que la Coalition Manko Taxawu Senegaal et la Coalition gagnante/Wattu Sénégal qui viennent juste après elle. En outre, il faut noter que 37 coalitions ou partis sont quasiment inexistantes dans la presse écrite. La Coalition Benno Bokk Yaakar est certes avantagée par sa position de pouvoir et la notoriété de ses candidats due à leur statut de membre du gouvernement ou de chef de parti. On peut constater un certain unanimisme en faveur de BBY à l'exception du quotidien Walfadjri qui accorde plus de place aux deux coalitions BennoTaxawu Senegaal et la Coalition gagnante qui totalisent 42% contre 34% pour BBY.

## 6. Genre des acteurs dans la presse écrite

**Graphique 6 : Genre des acteurs présents dans la presse écrite**



**Graphique 7 : Genre des acteurs présents dans la presse écrite selon l'organe**



Il y a une inégale répartition de l'espace en défaveur des femmes (près de 10 fois inférieur). Cela traduit la mise à l'écart des femmes dans les instances décisionnelles des partis politiques et au sein des institutions étatiques. Alors que la loi sur la parité exige une plus grande équité dans la présence des femmes sur les listes électorales, les médias peinent encore à se conformer à cette nouvelle tendance.

## 7. Thèmes abordés dans la presse écrite

**Graphique 8 : Thèmes abordés dans la presse écrite**



**Tableau 8 : Thèmes abordés dans la presse écrite selon l'organe**

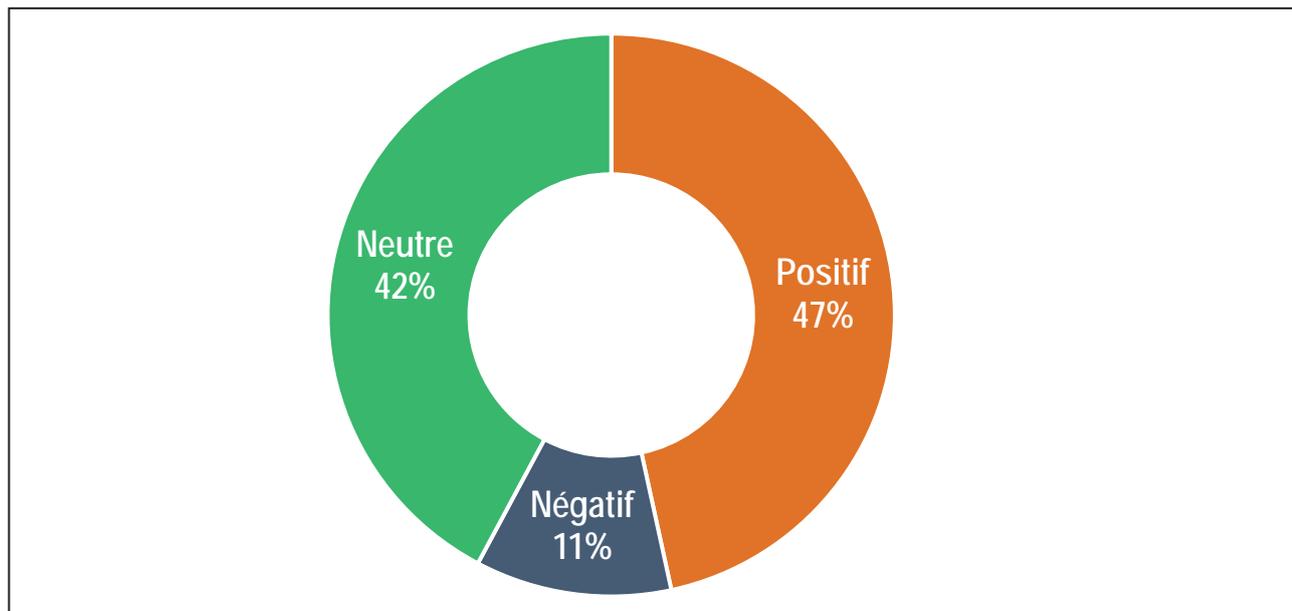
Thèmes abordés	L'OBSERVATEUR	LE QUOTIDIEN	LE SOLEIL	L'ENQUETE	VOX POPULI	SUD QUOTIDIEN	LIBERATION	LE TEMOIN	WALF QUOTIDIEN
Elections (organisation, procédures, etc)	91%	51%	23%	18%	7%	53%	68%	88%	60%
Affaires intérieures (relations intra et inter partis)	68%	7%	4%	8%	6%	46%	24%	20%	33%
Sécurité	26%	1%	20%	6%	8%	17%	4%	12%	9%
Questions locales (Développement local)	23%	9%	10%	11%	9%	10%	3%	3%	3%
Questions sociales (santé, éducation, société, art, culture, sports, etc)	15%	7%	12%	16%	8%	7%	8%	1%	1%
Economie (agriculture, industries, finances, infrastructures, chômage, etc)	8%	13%	19%	5%	3%	7%	6%	2%	8%
Justice	7%	11%	2%	16%	10%	4%	2%	3%	5%
Jeunesse	5%	3%	3%	2%	1%	6%	0%	2%	1%
Corruption	4%	2%	1%	4%	3%	1%	0%	1%	0%
Droits de l'homme	4%	1%	1%	3%	2%	1%	1%	0%	0%
Groupes vulnérables	3%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%
Genre	1%	0%	4%	1%	0%	7%	0%	1%	0%
Perspective 2019	0%	4%	4%	6%	12%	0%	6%	1%	0%

Les thèmes les plus abordés sont dominés par les questions liées à l'organisation des élections et aux questions de procédures des élections. L'absence de dialogue et de consensus sur l'organisation des élections, en particulier les conditions de production et de distribution des cartes d'électeur, et leur accès aux ayant

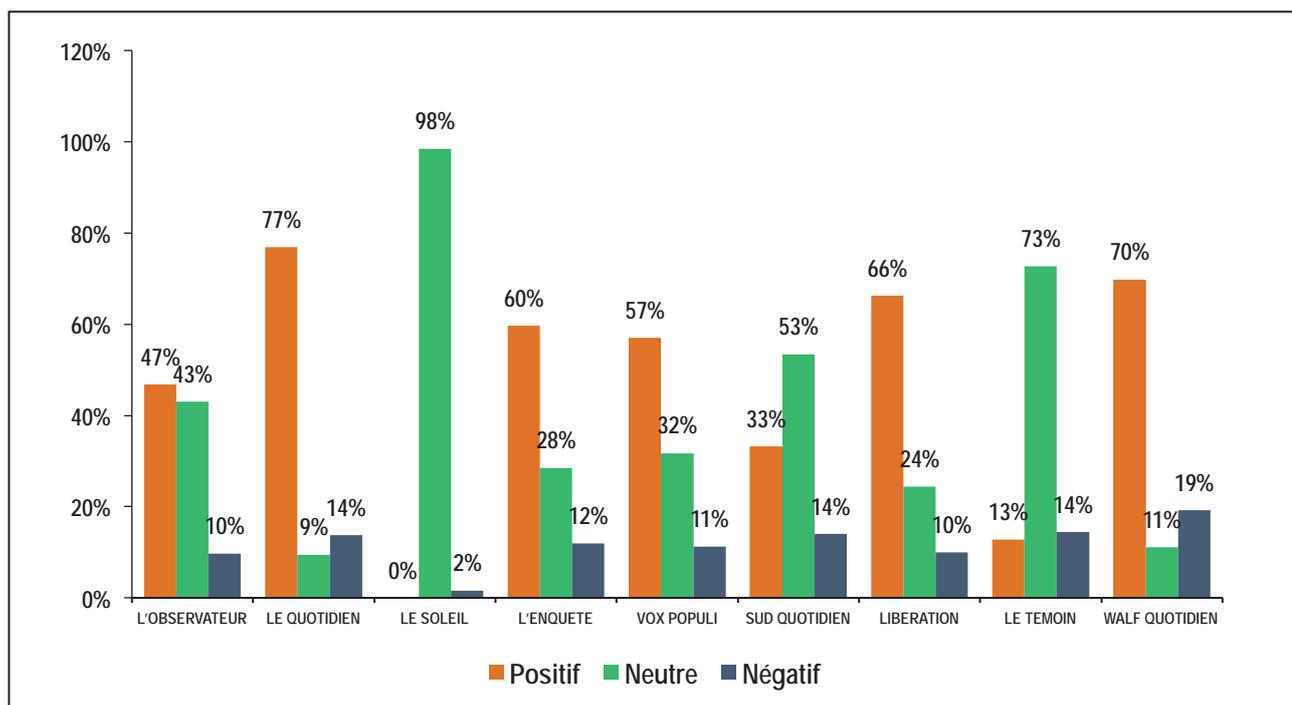
droits se présentent comme prioritaires dans l’agenda des médias. Les questions de sécurité ne sont pas négligeables (12%) du fait des violences observées entre coalitions rivales ou souteneurs de candidats parfois au sein d’une même coalition. Il faut noter la faiblesse des thèmes liés aux contestations post-électorales (4%). Leur exacerbation par les médias aurait suscité des conflits post-électorales plus violents.

## 8. Qualité de couverture (ton) dans la presse écrite

**Graphique 9 : Répartition (%) des articles « monitorés » dans la presse écrite selon la qualité de couverture**



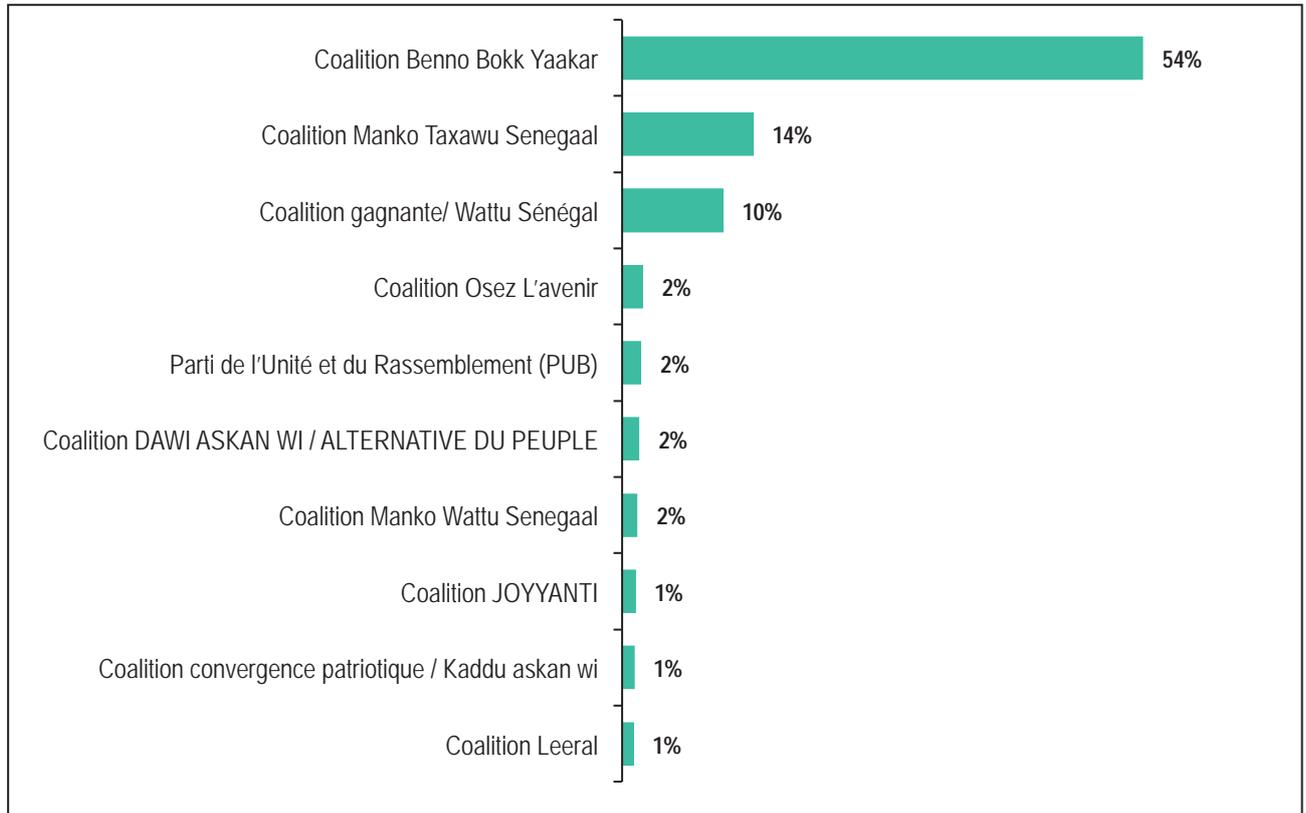
**Graphique 10 : Répartition (%) des articles monitorés dans la presse écrite selon la qualité de couverture et l’organe**



Avec 42% d'articles neutres, on note une information déséquilibrée sur les élections. Absence de distanciation et d'équilibre marquée par 47% de contenu visant à promouvoir certaines coalitions et 11% pour en dévaloriser d'autres.

## 9. Top 10 des coalitions les plus soutenues dans la presse écrite

**Graphique 11 : Top 10 des coalitions les plus soutenues dans la presse écrite**



**Tableau 9 : Top 10 des coalitions les plus soutenues dans la presse écrite selon l'organe**

Thèmes abordés	L'OBSERVATEUR	LE QUOTIDIEN	LE SOLEIL	L'ENQUETE	VOX POPULI	SUD QUOTIDIEN	LIBERATION	LE TEMOIN	WALF QUOTIDIEN
Coalition Benno Bokk Yaakar	78%	46%		36%	46%	67%	78%	41%	17%
Coalition gagnante/ Wattu Sénégal	12%	13%		8%	7%	9%	3%	34%	45%
Coalition Leeral	2%	2%		1%	1%	1%	0%	0%	3%
Coalition Manko Taxawu Senegaal	2%	17%		18%	17%	16%	6%	21%	10%
Coalition Manko Wattu Senegaal	1%	0%		4%	2%	0%	1%	0%	0%
Coalition Fal Askan Wi	1%	1%		0%	0%	0%	1%	0%	3%
Convergence patriotique pour la justice et l'équité	1%	1%		1%	1%	0%	0%	0%	3%
Convention citoyenne neenen	1%	0%		0%	1%	0%	0%	0%	0%
Coalition convergence patriotique / Kaddu askan wi	1%	1%		3%	2%	0%	0%	0%	0%
Coalition Manko Yeesal Senegaal	1%	2%		1%	0%	0%	0%	0%	0%

Le déséquilibre se manifeste dans cette rubrique. La Coalition Benno Bokk Yaakar est la plus soutenue. Avec 54%, elle dépasse l'ensemble des autres coalitions, partis ou collectifs.

## 10. Top 10 des coalitions les plus critiquées dans la presse écrite

Graphique 12 : Top 10 des coalitions les plus critiquées dans la presse écrite

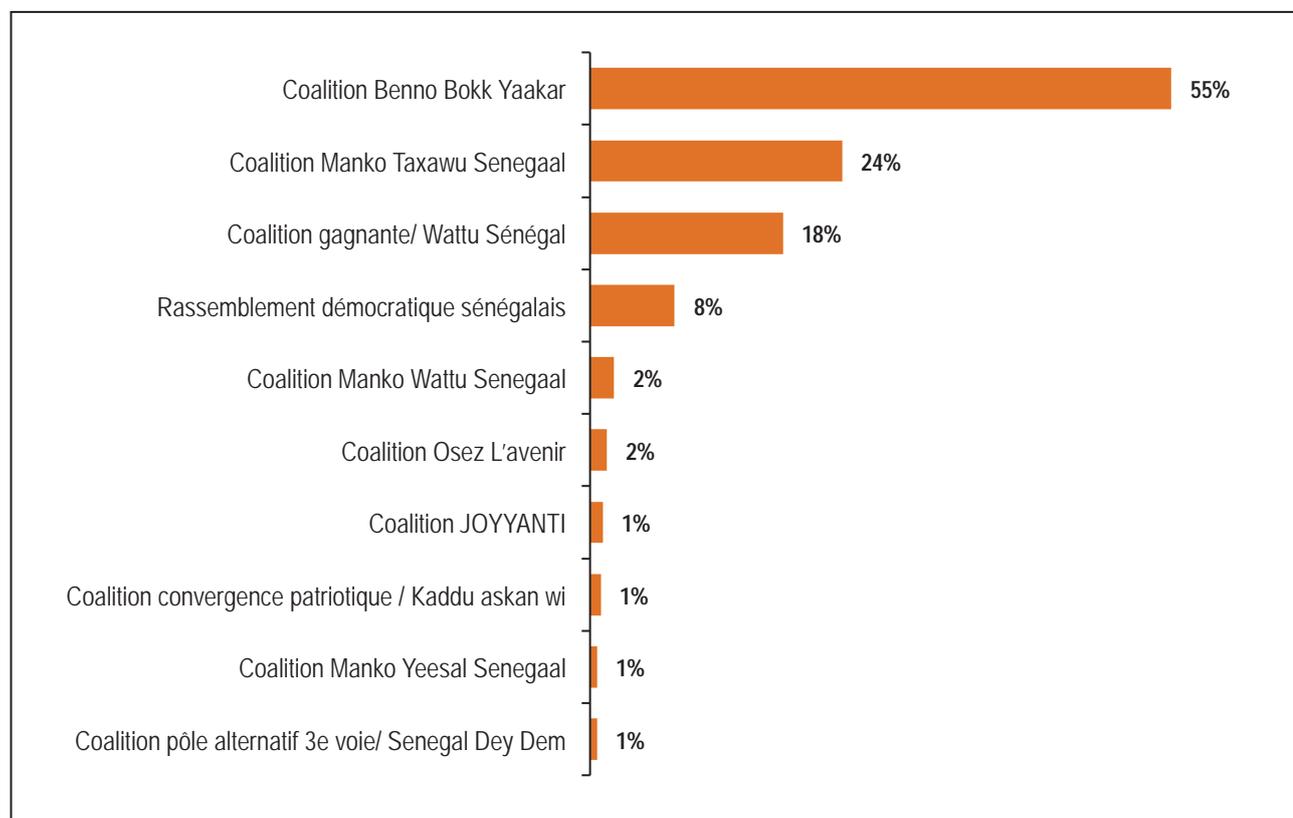


Tableau 10 : Top 10 des coalitions les plus critiquées dans la presse écrite selon l'organe

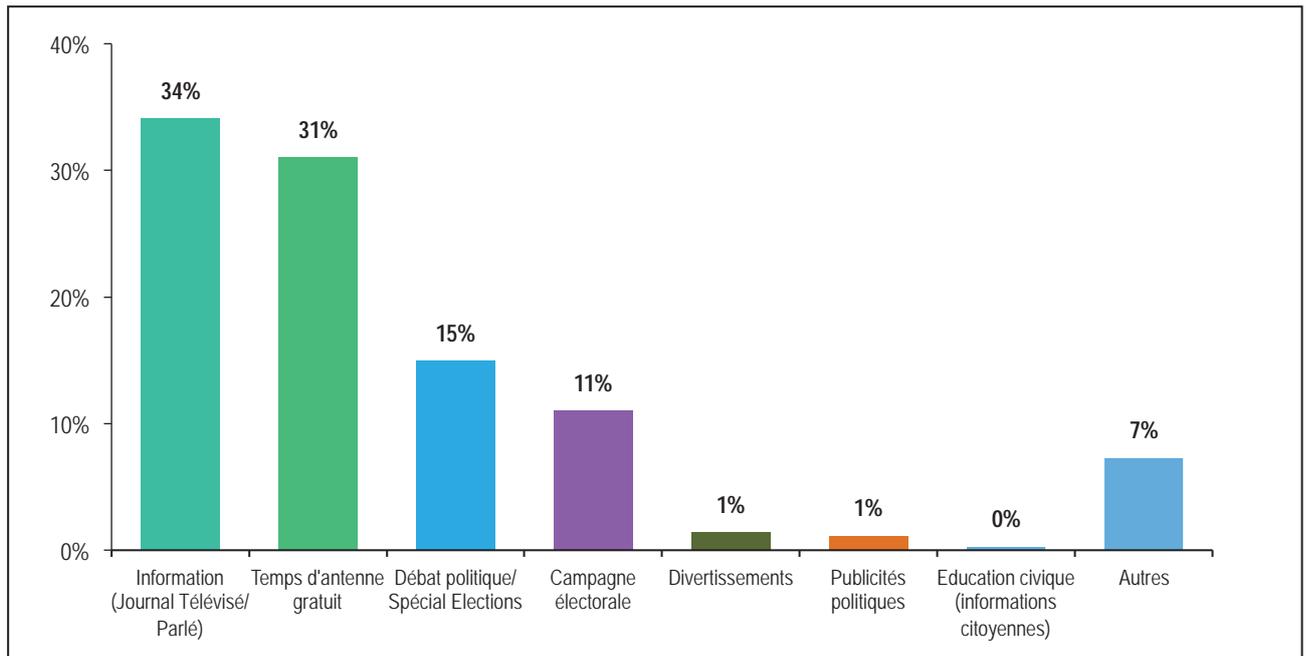
Listes critiquées	L'OBSERVATEUR	LE QUOTIDIEN	LE SOLEIL	LENNQUETE	VOX POPULI	SUD QUOTIDIEN	LIBERATION	LE TEMOIN	WALF QUOTIDIEN
Coalition gagnante/ Wattu Sénégal	39%	16%		9%	23%	28%	26%	7%	7%
Coalition Benno Bokk Yaakar	22%	61%		61%	50%	48%	23%	86%	87%
Coalition Manko Taxawu Senegaal	17%	18%		28%	27%	22%	53%	3%	4%
Coalition JOYYANTI	6%	1%		1%	3%	0%	0%	0%	0%
Convergences d'initiatives pour le Sénégal	3%	0%		0%	0%	0%	0%	0%	0%
Coalition pôle alternatif 3e voie/ Senegal Dey Dem	3%	1%		0%	1%	0%	2%	0%	0%
Convergence patriotique pour la justice et l'équité	3%	0%		0%	0%	0%	0%	0%	0%
Coalition And Saxal Liggeey	3%	1%		0%	1%	0%	0%	0%	0%
Coalition Osez L'avenir	3%	2%		0%	3%	3%	2%	0%	0%
Entité indépendante DEFAR SENEGAAL	3%	0%		1%	0%	0%	0%	0%	0%

Tout en étant la coalition la plus soutenue, BBY est également la plus critiquée. Les deux tendances semblent se neutraliser avec 54% et 55%. L'exercice du pouvoir y a certainement contribué en lui facilitant l'accès aux médias en même temps qu'elle est la cible de critiques fondées sur sa gouvernance et les faiblesses de la législature où elle est majoritaire.

# V. Monitoring de la Radio et de la Télévision

## 1. Type de programmes « monitorés » dans l'audiovisuel

**Graphique 13 : Répartition (%) des unités d'enregistrement par type de programme**



**Tableau 11 : Répartition (%) des unités d'enregistrement par type de programme et selon l'organe**

Type de programme	RTS	TFM	SEN TV	2STV	WALF TV	RSI	SUD FM	WALF FM	RFM	ZIK FM
Temps d'antenne gratuit	93%	0%	0%	12%	18%	1%	37%	24%	0%	0%
Information (Journal Télévisé/Parlé)	5%	46%	84%	32%	71%	0%	2%	62%	34%	38%
Débat politique/Spécial Elections	0%	27%	9%	41%	6%	0%	7%	14%	45%	25%
Campagne électorale	0%	24%	6%	0%	2%	0%	50%	0%	0%	37%
Divertissements	0%	0%	1%	11%	0%	0%	2%	0%	0%	0%
Publicité politique	0%	2%	0%	5%	2%	0%	0%	0%	0%	0%
Education civique (informations citoyennes)	0%	1%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%
Autres	0%	1%	0%	0%	0%	99%	0%	0%	21%	0%
<b>Ensemble</b>	<b>100%</b>									

91% des programmes audiovisuels portent sur les élections législatives. Le temps d'antenne gratuit reste une particularité du service public avec 93% des programmes de la RTS suivie de la radio Sud FM qui, bien qu'étant un média privé lui accorde 37%. Cependant RFM et la 2STV ont privilégié le débat politique tandis que Sen TV, Walf TV et Walf FM se sont appesantis sur le Journal Télévisé/Parlé. Cela offre une opportunité au citoyen d'accéder à des genres d'informations diversifiés et contradictoires. L'éducation civique (informations citoyennes) n'est pas prise en compte dans la fonction des médias alors qu'elle s'avère nécessaire, étant donné la complexité des procédures électorales et la pléthore des listes.

## 2. Type d'acteurs présents dans l'audiovisuel

Graphique 14 : Acteurs présents dans l'audiovisuel

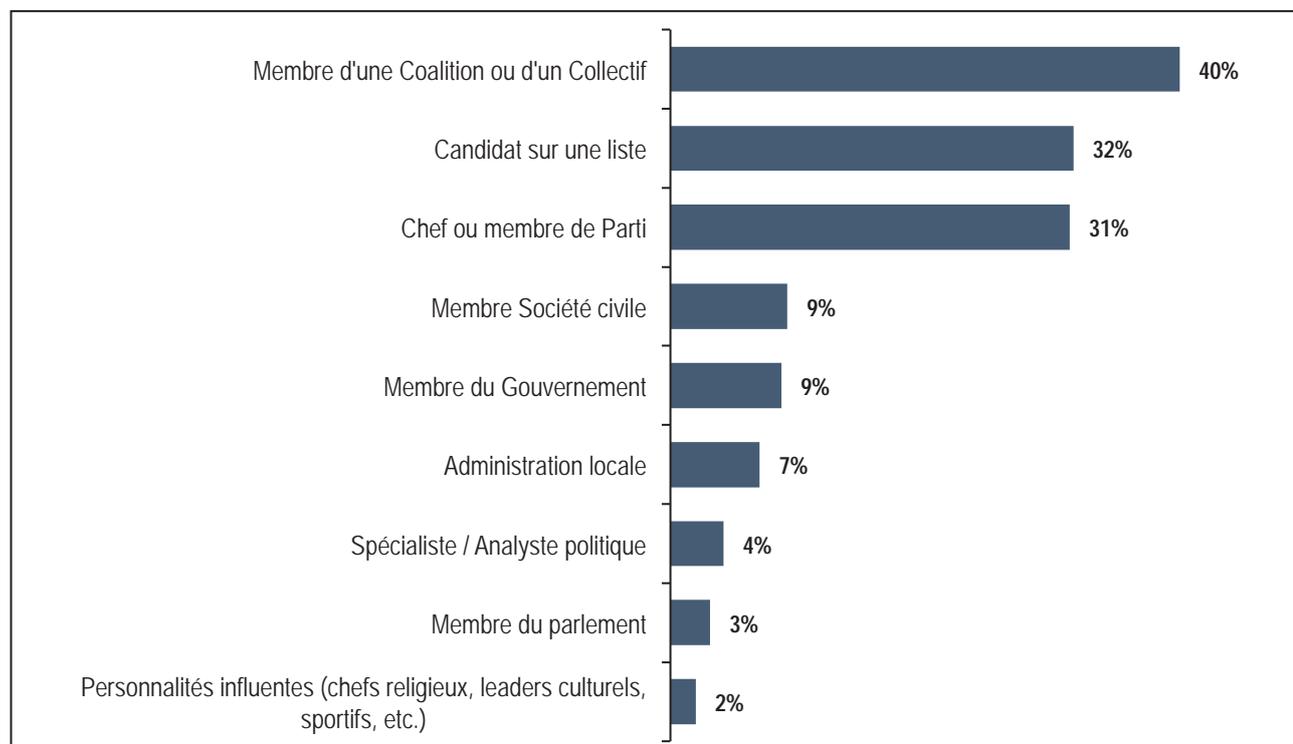


Tableau 12 : Acteurs présents dans l'audiovisuel selon l'organe

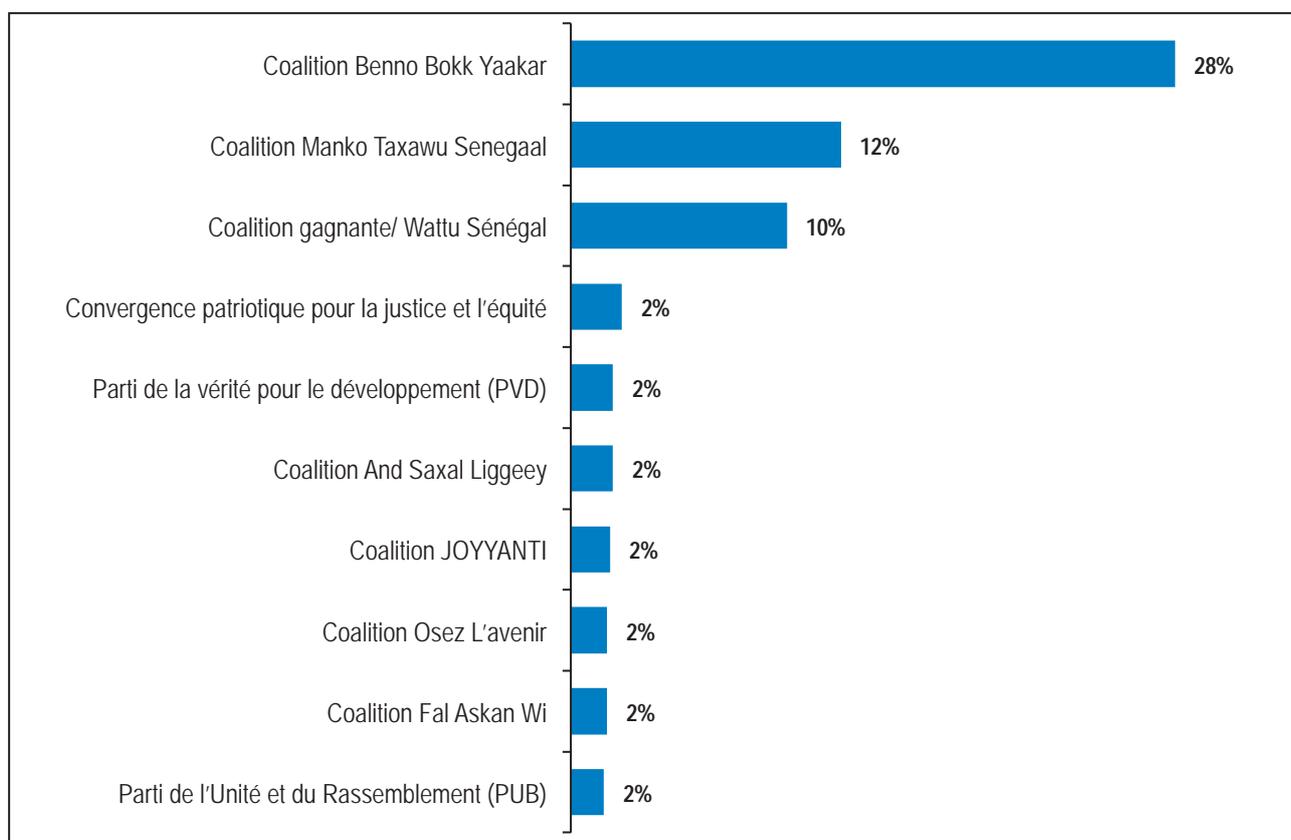
Type d'acteurs	RTS	TFM	SEN TV	2STV	WALF TV	RSI	SUD FM	WALF FM	RFM	ZIK FM
Candidat sur une liste	45%	24%	1%	35%	69%	0%	10%	13%	53%	48%
Membre d'une Coalition	45%	46%	21%	49%	18%	42%	30%	22%	79%	49%
Chef ou membre de Parti	43%	47%	7%	21%	15%	0%	2%	34%	51%	55%
Membre du Gouvernement	3%	2%	26%	12%	31%	9%	2%	0%	9%	15%
Membre du parlement	2%	1%	1%	3%	1%	0%	2%	4%	19%	9%
Administration locale	1%	13%	6%	5%	10%	10%	2%	7%	9%	15%
Spécialiste / Analyste politique	0%	2%	13%	6%	4%	6%	8%	9%	0%	2%
Personnalités influentes	0%	0%	8%	5%	5%	0%	2%	3%	0%	0%
Membre Société civile	0%	26%	8%	3%	1%	7%	43%	4%	4%	8%

95% des acteurs présents dans l'audiovisuel sont des protagonistes des élections. La voix du citoyen simple est étouffée par celle des politiques alors qu'une information ascendante (de bas en haut) aurait permis de mieux faire connaître les préoccupations des populations. Toutefois l'hégémonie des politiques, plus évidente dans la presse écrite est tempérée par une présence plus remarquable de la société civile (9%) et des spécialistes/analystes politiques (4%). Avec 43% dans les programmes de Sud-FM et 26% à TFM, on peut considérer que la société civile a bénéficié de plus d'espace que dans la presse écrite.

L'intervention de ces catégories d'acteurs est d'autant plus importante qu'elle apporte une tonalité neutre et éclairante pour le choix des citoyens et sur le processus électoral.

### 3. L'affiliation politique des acteurs les plus présents dans l'audiovisuel

**Graphique 15 : L'affiliation politique des acteurs les plus présents dans l'audiovisuel**



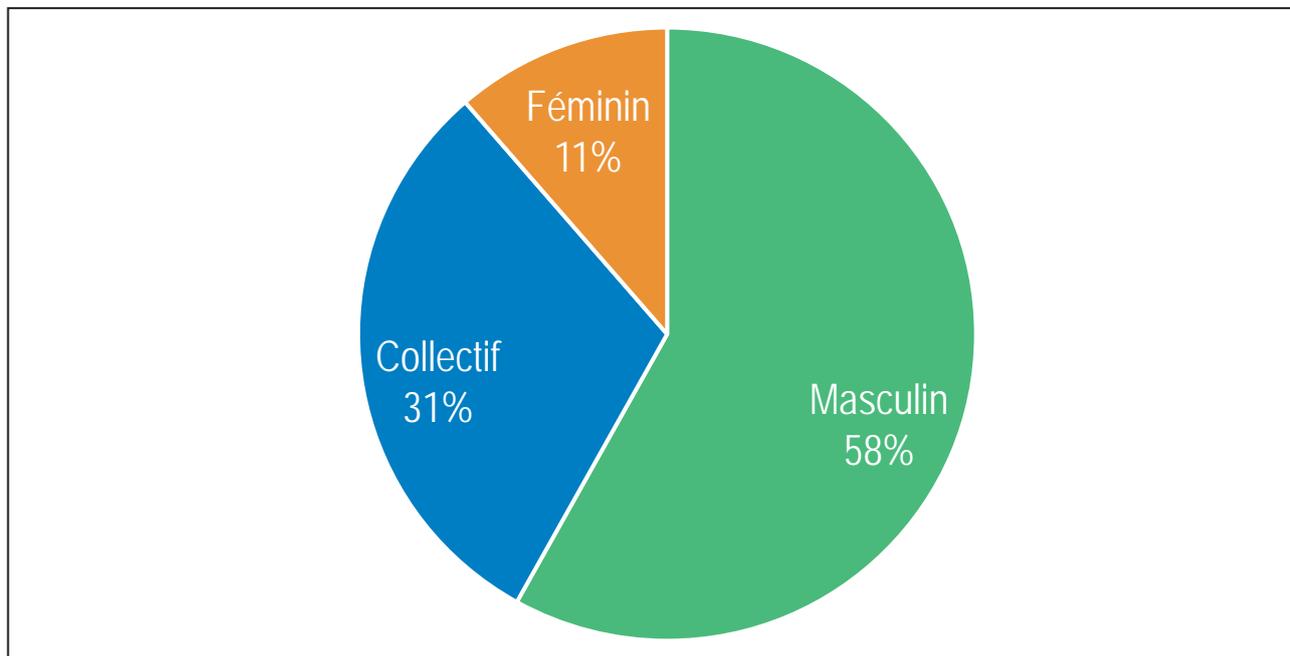
**Tableau 13 : L'affiliation politique des acteurs les plus présentes dans l'audiovisuel selon l'organe**

Affiliation politique	RTS	TFM	SEN TV	2STV	WALF TV	RSI	SUD FM	WALF FM	RFM	ZIK FM
Coalition Benno Bokk Yaakar	5%	34%	67%	38%	58%	40%	27%	35%	24%	37%
Mouvement pour la renaissance républicaine (M2R)	2%	25%	15%	15%	5%	17%	19%	19%	19%	25%
Coalition Fal Askan Wi	2%	13%	3%	8%	23%	13%	0%	33%	14%	10%
Alliance pour la réforme et le développement	2%	4%	0%	0%	0%	0%	4%	2%	0%	0%
Parti de l'Unité et du Rassemblement (PUB)	2%	3%	3%	0%	1%	3%	4%	0%	2%	2%
Coalition Osez L'avenir	2%	2%	0%	2%	1%	0%	4%	0%	2%	0%
Coalition Leeral	2%	2%	3%	0%	0%	0%	8%	5%	5%	2%
Cadre de réflexion pour le développement intégral	3%	1%	0%	0%	0%	7%	4%	0%	0%	2%
Convergence patriotique pour la justice et l'équité	2%	1%	0%	2%	0%	3%	0%	0%	2%	2%
Dental Sénégal / Actions patriotiques	2%	1%	3%	2%	0%	3%	0%	2%	0%	0%
Autres	76%	15%	6%	34%	12%	13%	31%	5%	31%	20%
Ensemble	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

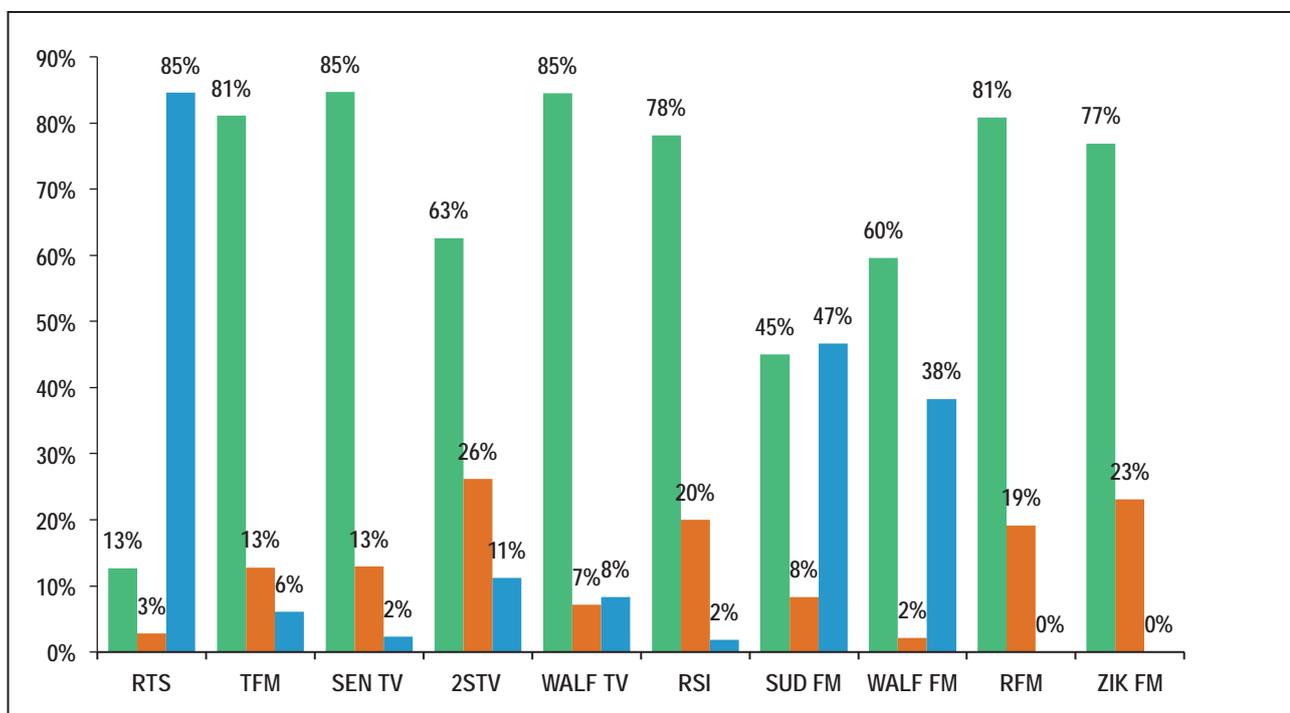
Comme dans la presse écrite, les acteurs affiliés à la Coalition Benno Bokk Yaakar sont plus présents dans l'audiovisuel, suivis de ceux de la Coalition Manko Taxawu Senegaal et de la Coalition gagnante/Wattu Sénégal. Les autres ont une présence peu significative.

## 4. Genre des acteurs dans l'audiovisuel

**Graphique 16 : Répartition (%) des acteurs dans l'audiovisuel selon le genre**



**Graphique 17 : Répartition (%) des acteurs dans l'audiovisuel selon le genre**



L'espace de l'audiovisuel reste dominé par les hommes (58%) contre 11% pour les femmes qui sont également présente dans le collectif du fait de la mixité de sa composition. On peut noter que les femmes sont rendues plus visibles dans les médias audiovisuels. La levée des barrières linguistiques, avec l'utilisation des langues locales, pourrait en être une première explication. En outre, la RTS présente la particularité d'avoir tenu compte de la parité.

## 5. Thèmes abordés dans l'audiovisuel

**Graphique 18 : Principaux thèmes évoqués dans l'audiovisuel**



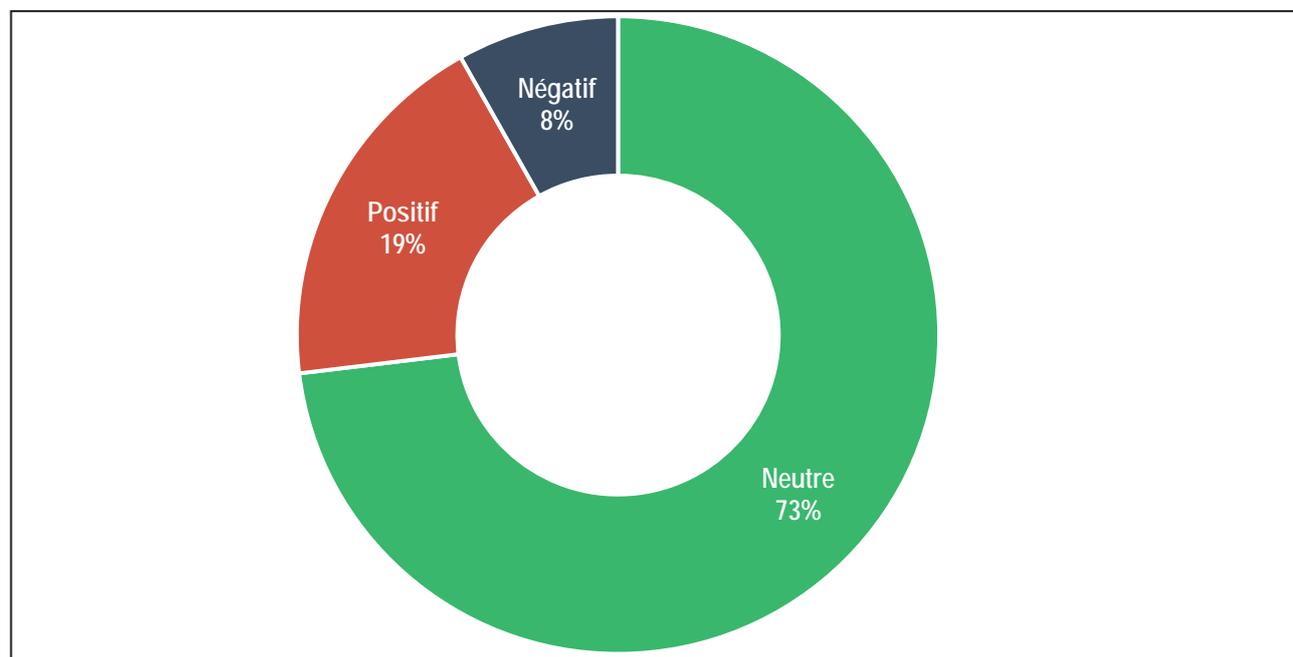
**Tableau 14 : Principaux thèmes évoqués dans l'audiovisuel selon l'organe**

Thèmes	RTS	TFM	SEN TV	2STV	WALF T	RSI	SUD FM	WALF F	RFM	ZIK FM
Campagne Electorale	26%	29%	0%	42%	41%	0%	0%	0%	0%	6%
Questions locales (Développement local)	20%	0%	5%	4%	20%	12%	0%	2%	2%	16%
Questions sociales (santé, éducation, société, art, culture, sports, etc)	18%	1%	1%	9%	12%	2%	5%	0%	7%	0%
Renouveau parlementaire	14%	10%	0%	24%	1%	0%	0%	0%	20%	14%
Economie (agriculture, industries, finances, infrastructures, chômage, etc)	14%	0%	4%	7%	17%	0%	9%	1%	0%	14%
Plans et perspectives de campagne	13%	0%	0%	7%	3%	0%	0%	0%	0%	4%
Elections (organisation, procédures, etc)	9%	57%	94%	86%	26%	81%	95%	98%	95%	74%
Jeunesse	5%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	1%	0%	12%
Ecologie	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
Questions internationales	2%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

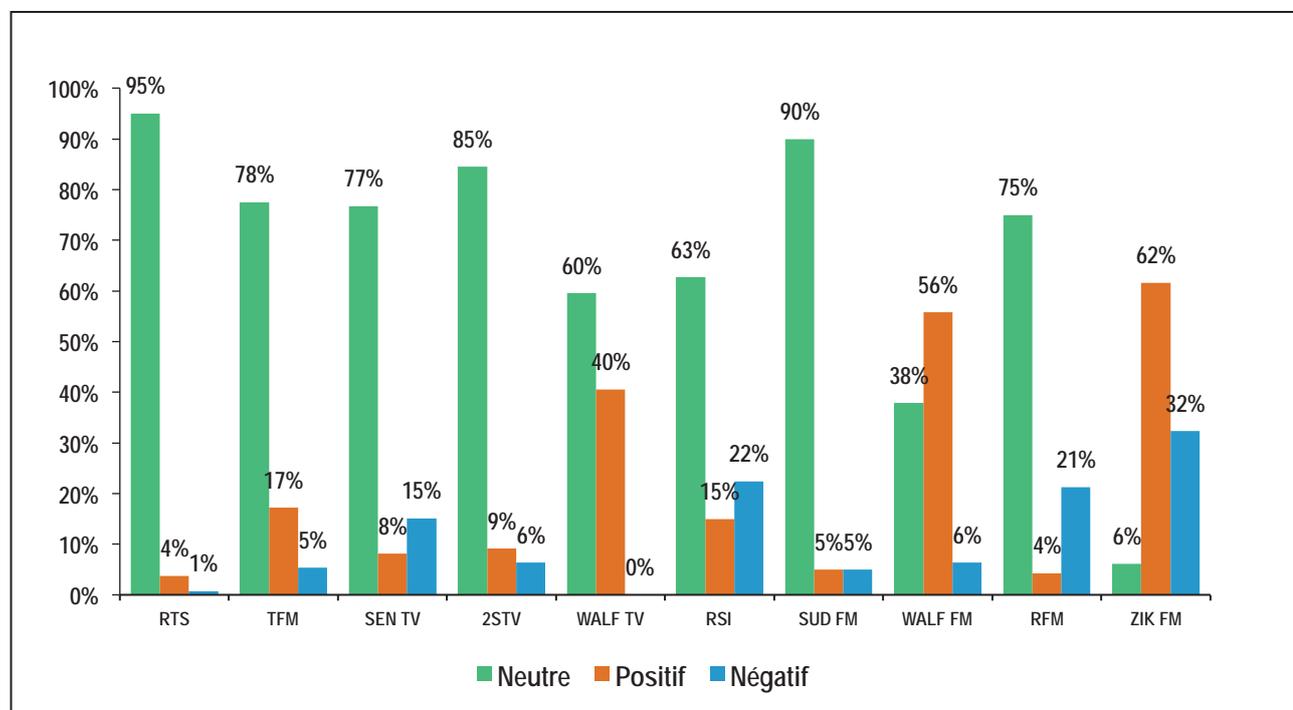
Les questions relatives à l'organisation et au déroulement des élections (61%) restent largement le thème dominant dans l'agenda de l'audiovisuel. La polémique autour des procédures et les contestations qui les accompagnent en ont fait une priorité.

## 6. Qualité de couverture dans l'audiovisuel

Graphique 19 : Répartition (%) des unités monitorées dans l'audiovisuel selon la qualité de couverture



Graphique 20 : Répartition (%) des unités monitorées dans l'audiovisuel selon la qualité de couverture et l'organe



Avec 75% de programmes neutres, la qualité de couverture est plus appréciable au niveau de l'audiovisuel que dans la presse écrite. Il faut noter l'importance de la neutralité de la RTS avec 95%. Un phénomène qui peut s'expliquer particulièrement par l'application du temps d'antenne légal qui fait alterner le passage des candidats. Dans les autres cas, les émissions de débats qui permettent la confrontation des opinions des acteurs ont contribué à la neutralité.

## 7. Top 10 des coalitions les plus soutenues dans l'audiovisuel

Graphique 21 : Top 10 des coalitions les plus soutenues dans l'audiovisuel

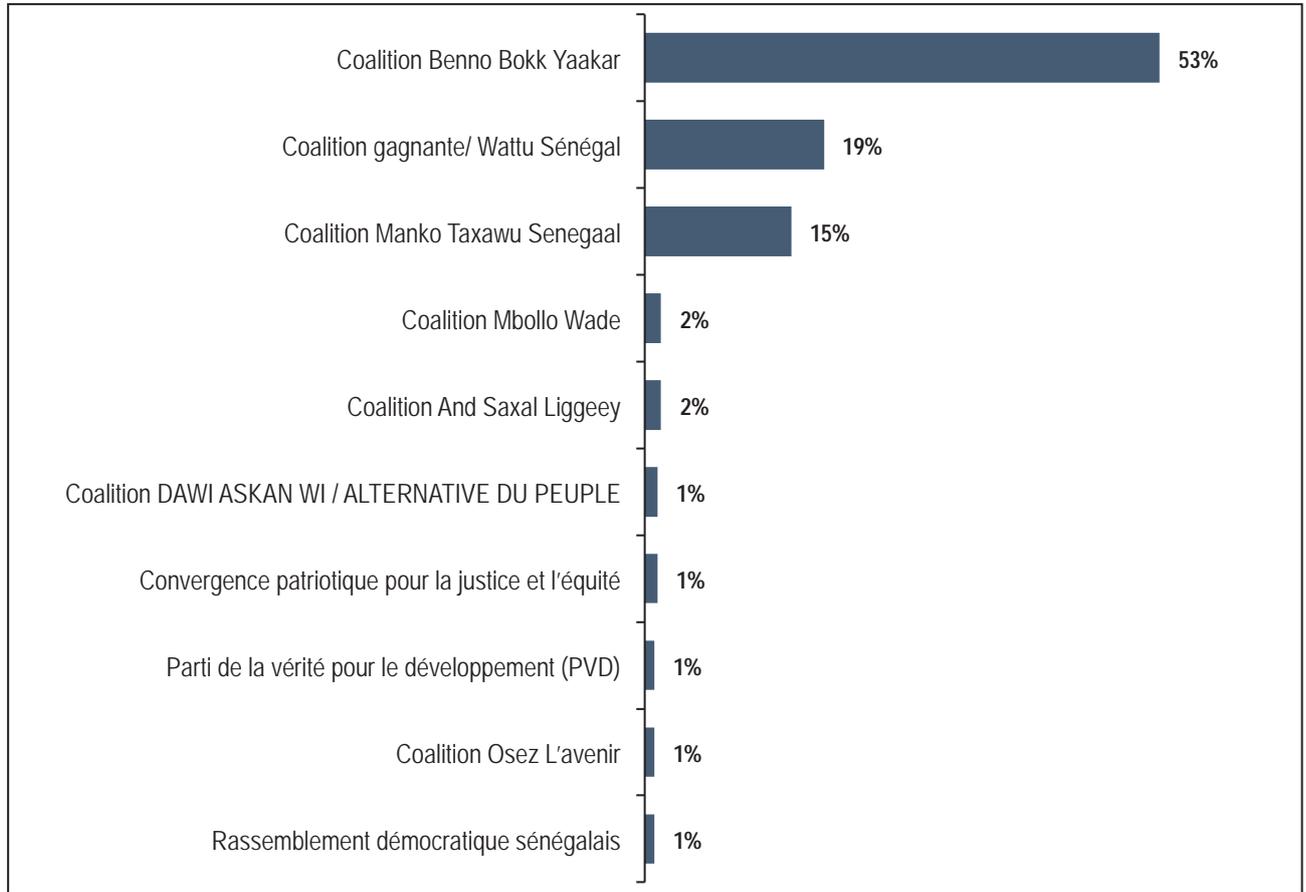


Tableau 15 : Les coalitions les plus soutenues dans l'audiovisuel selon l'organe

Liste soutenues	RTS	TFM	SEN TV	2STV	WALF TV	RSI	SUD FM	WALF FM	RFM	ZIK FM
Coalition Benno Bokk Yaakar	100%	58%	67%	75%	58%	90%	0%	40%	17%	38%
Coalition Manko Taxawu Senegaal	8%	12%	15%	8%	5%	10%	60%	17%	17%	30%
Coalition gagnante/ Wattu Sénégal	0%	12%	3%	0%	23%	20%	0%	35%	67%	8%

Comme dans la presse écrite, la Coalition Benno Bokk Yaakaar est la plus soutenue dans les médias audiovisuels en particulier au niveau de la RTS à 100% et 90% à RSI. Il est assez significatif de noter le soutien de la majorité des médias privés allant de 58% à 75% en faveur de BBY.

## 8. Top 10 des coalitions les plus critiquées dans l'audiovisuel

Graphique 22: Top 10 des coalitions les plus critiquées dans l'audiovisuel

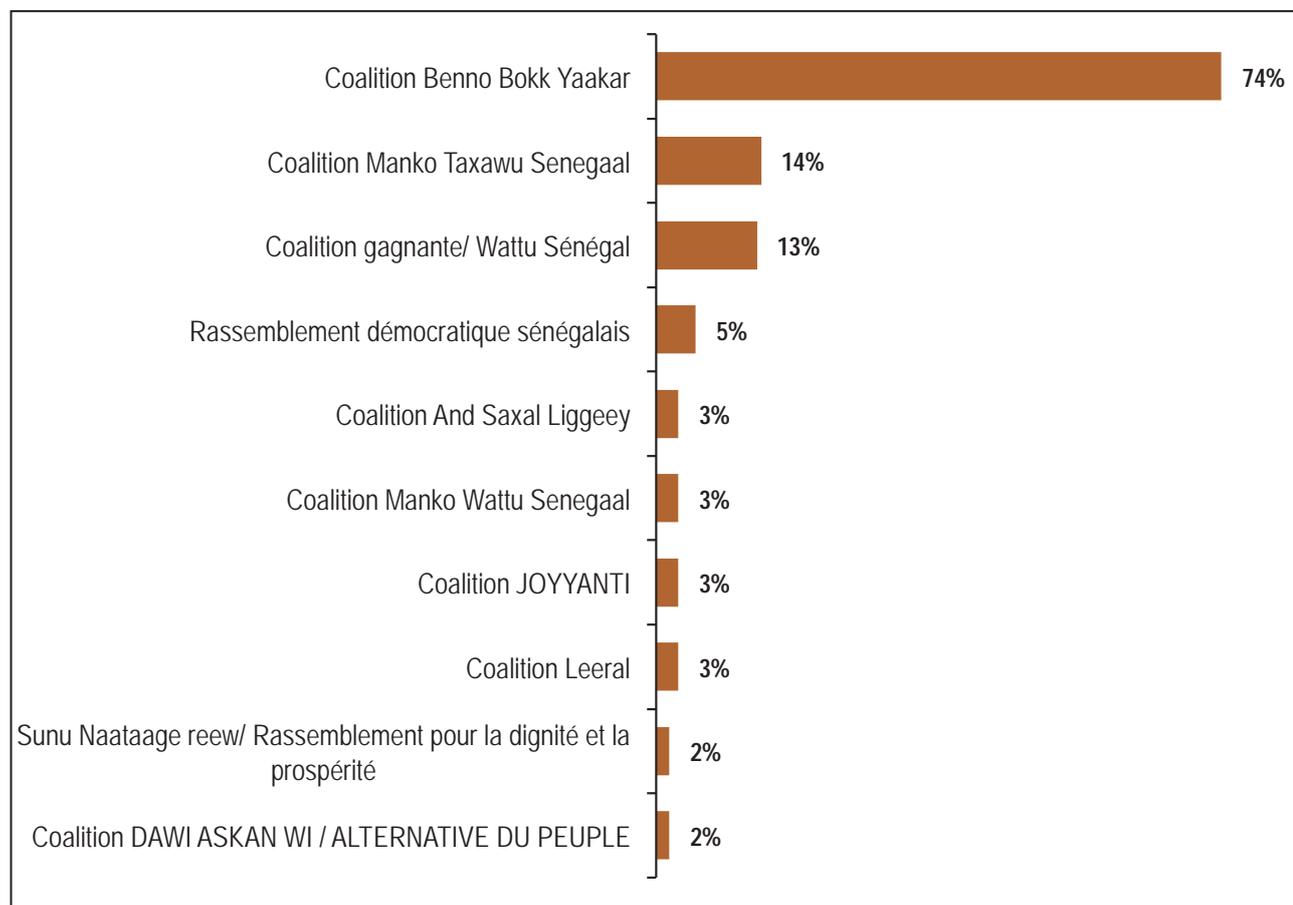


Tableau 16 : Les coalitions les plus critiquées dans l'audiovisuel selon l'organe

Liste critiquées	RTS	TFM	SEN TV	2STV	WALF TV	RSI	SUD FM	WALF FM	RFM	ZIK FM
Coalition Benno Bokk Yaakar	0%	75%	63%	38%	92%	80%	100%	76%	77%	74%
Coalition Manko Taxawu Senegaal	75%	25%	25%	13%	8%	7%	0%	5%	8%	26%
Coalition gagnante/ Wattu Sénégal	75%	8%	0%	38%	0%	7%	0%	19%	15%	3%
Coalition JOYYANTI	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%

La Coalition BBY est la plus critiquée dans l'audiovisuel car elle est la principale cible de toutes les autres coalitions réunies. L'exercice du pouvoir donne plus d'arguments à ses adversaires.

# VI. Monitoring de la presse en ligne

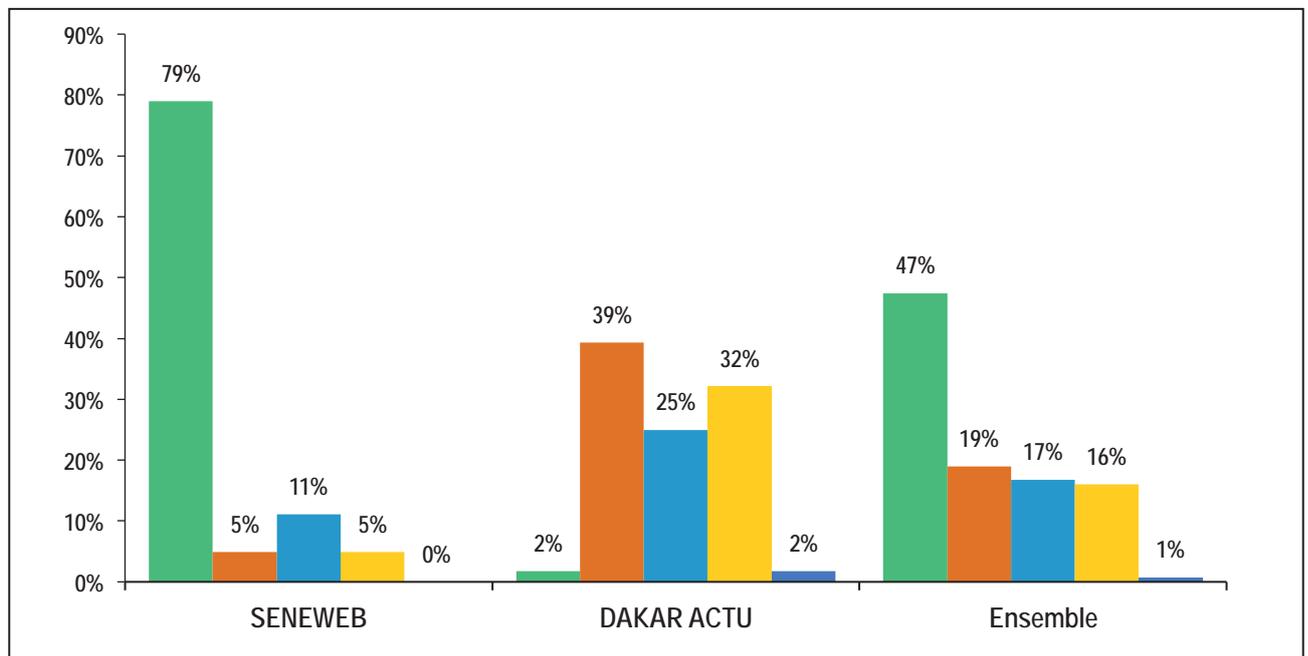
Rappelons que pour ce qui s'agit de la presse en ligne, il a été décidé, après deux projets de monitoring des médias mis en œuvre au Sénégal, au Togo, d'expérimenter pour la première fois le monitoring de la presse en ligne. Ceci pour plusieurs raisons :

- La présence accrue et allant crescendo des TIC, mais également son impact dans l'espace public
- La demande de plus en plus récurrente notamment par les professionnels des médias à prendre en compte la presse en ligne
- La volonté constante de l'Unité d'assistance électorale de l'Institut à investir des champs vierges dans un souci de toujours impulser de la plus valeur notamment scientifique, méthodologique

Il y a toutefois des difficultés inhérentes à la nature du média en question, mais également à son caractère récent dont nous avons tenté de nous prémunir en définissant une approche méthodologique pertinente et adéquate.

## 1. Type de page « monitoré » dans la presse en ligne

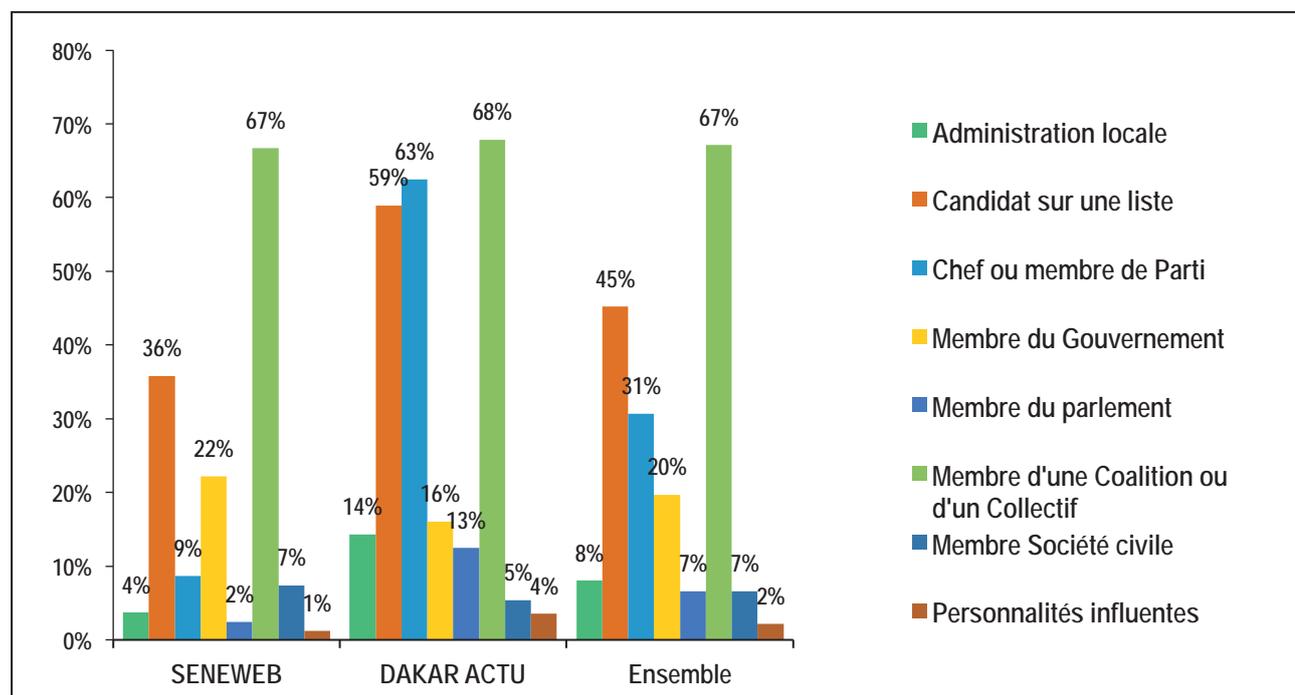
**Graphique 23 : Répartition (%) des articles « monitorés » dans la presse en ligne selon le type et le site**



Seneweb a consacré un espace important (79%) au reportage contrairement à Dakar Actu qui a négligé ce genre avec 2% privilégiant plutôt ce qui est considéré comme espace électoral avec 39%. Un genre comme le portrait qui aurait pu donner un profil des candidats et des têtes d'affiche des listes n'est pas spécifié au contraire par exemple de l'interview qui occupe 17% de l'espace total.

## 2. Type acteurs présents dans la presse en ligne

Graphique 24 : Acteurs présents dans la presse en ligne



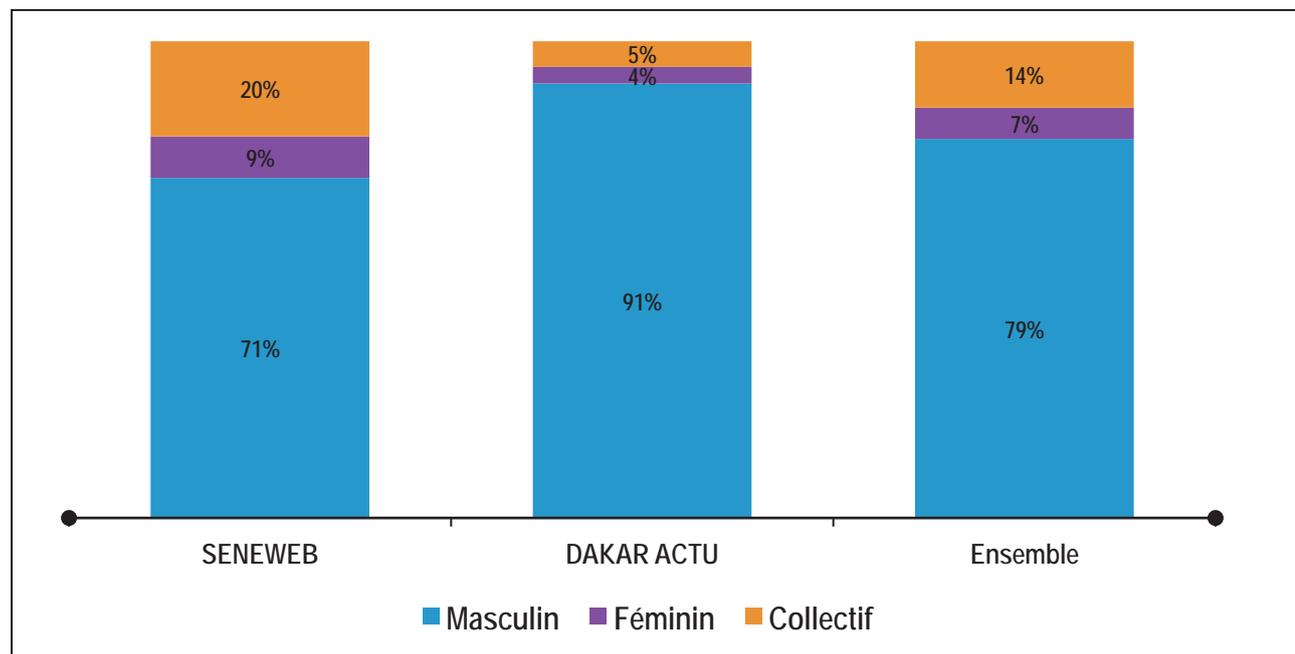
Il faut relever la part importante accordée aux acteurs politiques avec les membres d'une coalition ou d'un collectif (67%) et les candidats sur une liste (45%) ;

Remarquons que les membres du gouvernement même s'ils ne figurent pas sur les listes ont fait campagne pour la coalition au pouvoir. Leur consacrer 20% en plus semble un parti-pris.

La présence de la société civile et des analystes n'est pas clairement mentionnée dans cette catégorie.

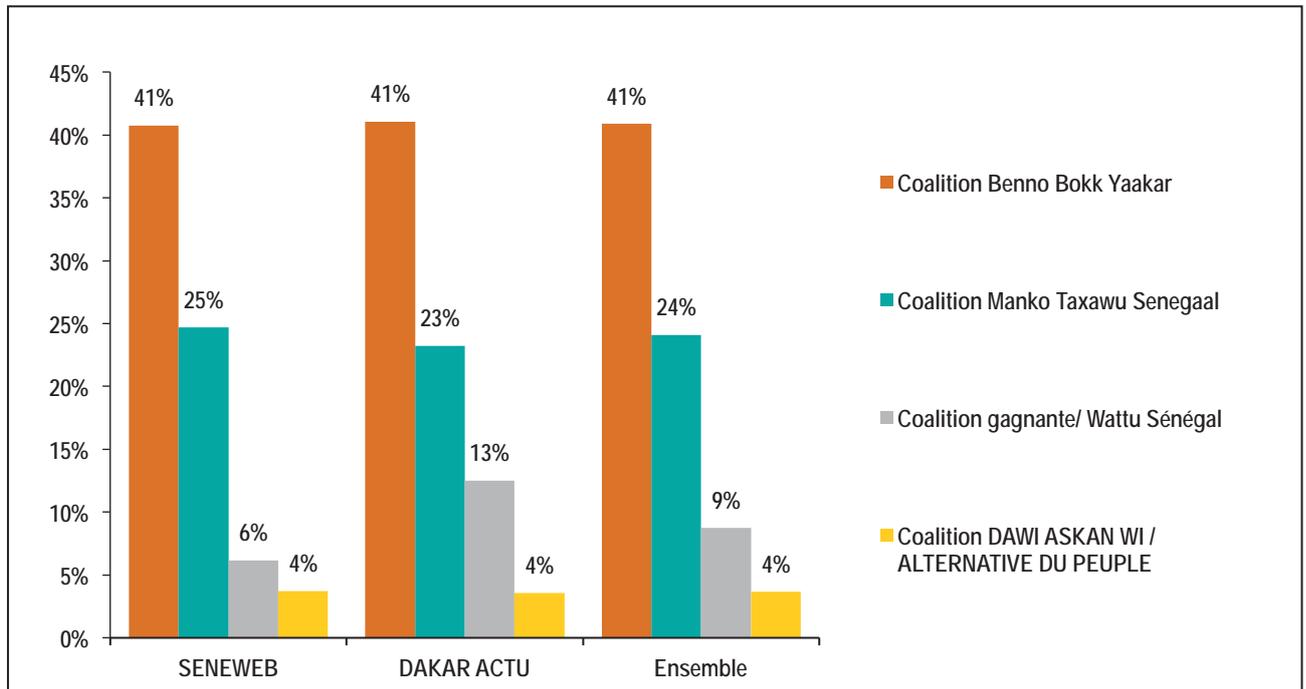
## 3. Genre des acteurs dans la presse en ligne

Graphique 25 : Acteurs présents dans la presse en ligne



## 4. Affiliation politique des acteurs dans la presse en ligne

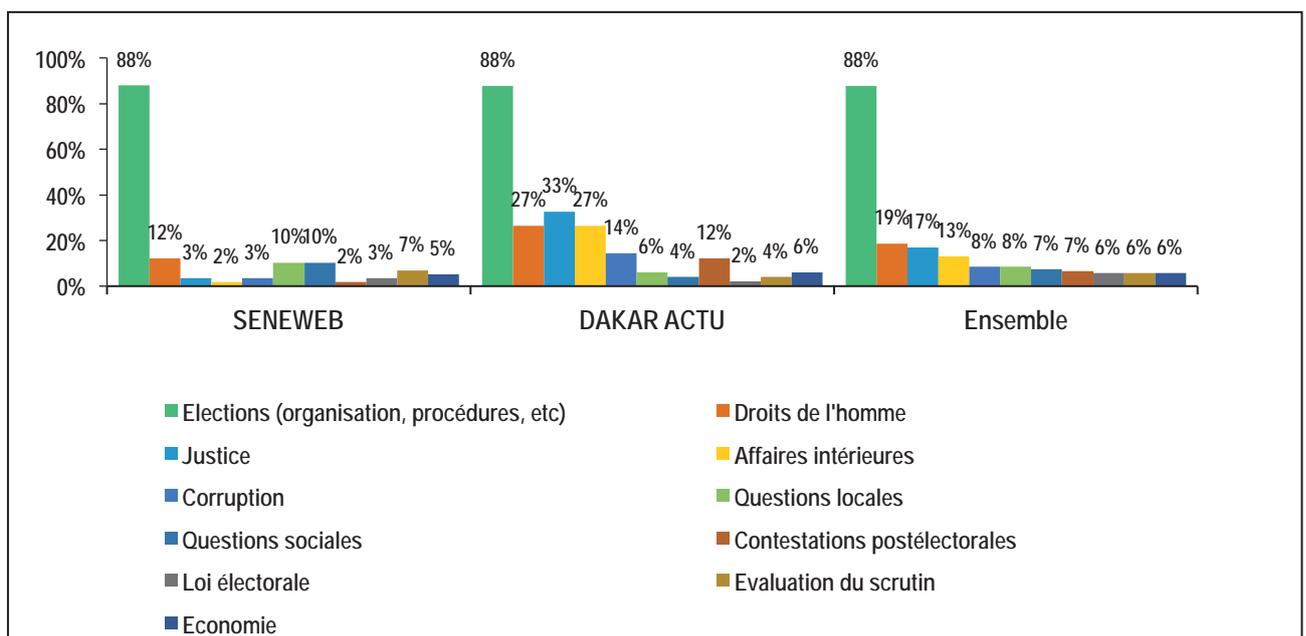
Graphique 26 : L'affiliation politique des acteurs les plus présents dans la presse en ligne



Il existe un déséquilibre dans cette catégorie entre la part consacrée à la seule Coalition Benno Bokk Yaakar (41%) et l'opposition (37%) représentée sur le graphique par trois coalitions. Les 43 autres formations en lice sont marginalisées, il ne leur reste qu'un petit espace qui n'est pas représenté ici. La presse en ligne au lieu de corriger amplifie donc un phénomène observé ailleurs et qui privilégie la notoriété des candidats.

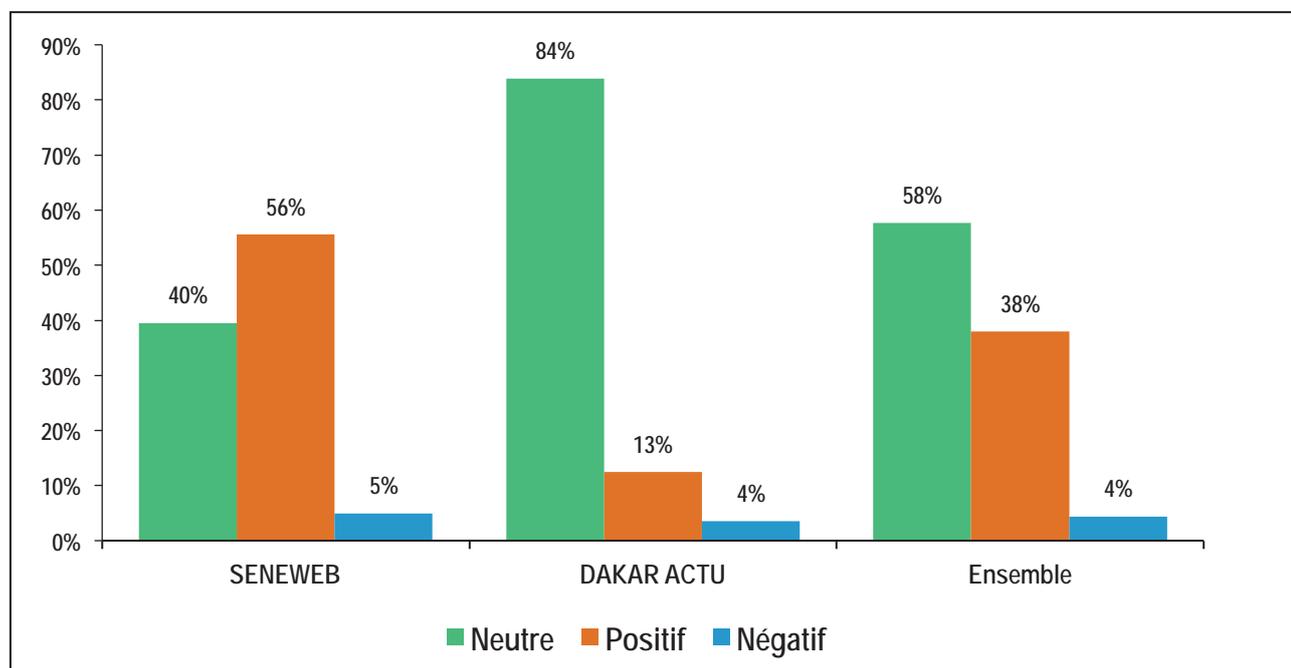
## 5. Thèmes abordés dans la presse en ligne

Graphique 27 : Thèmes abordés dans la presse en ligne



## 6. Qualité de couverture dans la presse en ligne

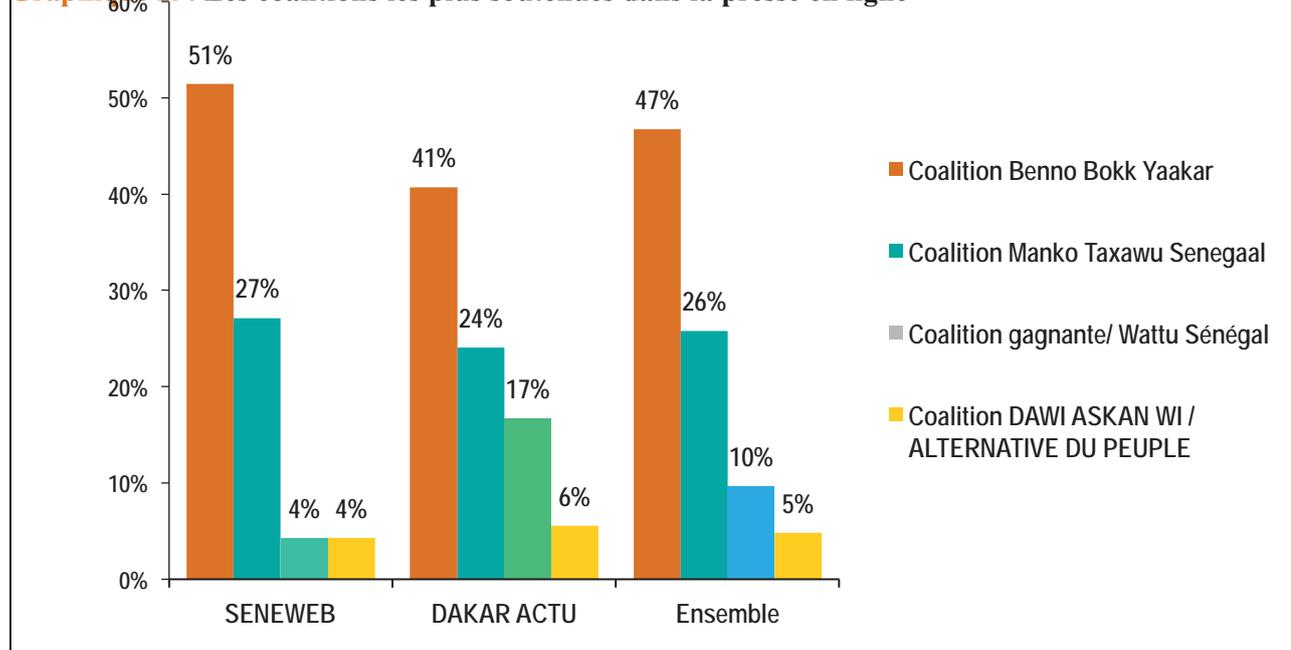
**Graphique 28 :** Répartition des articles monitorés dans la presse en ligne selon la qualité de couverture



La neutralité domine avec 58%, ce qui peut être interprété comme une attitude privilégiant un certain équilibre dans le traitement de l'information. Relevons les 38% de positif qui ne fournissent pas cependant toutes les indications pour une analyse plus fine pour apprécier la neutralité.

## 7. Les coalitions les plus soutenues dans la presse en ligne

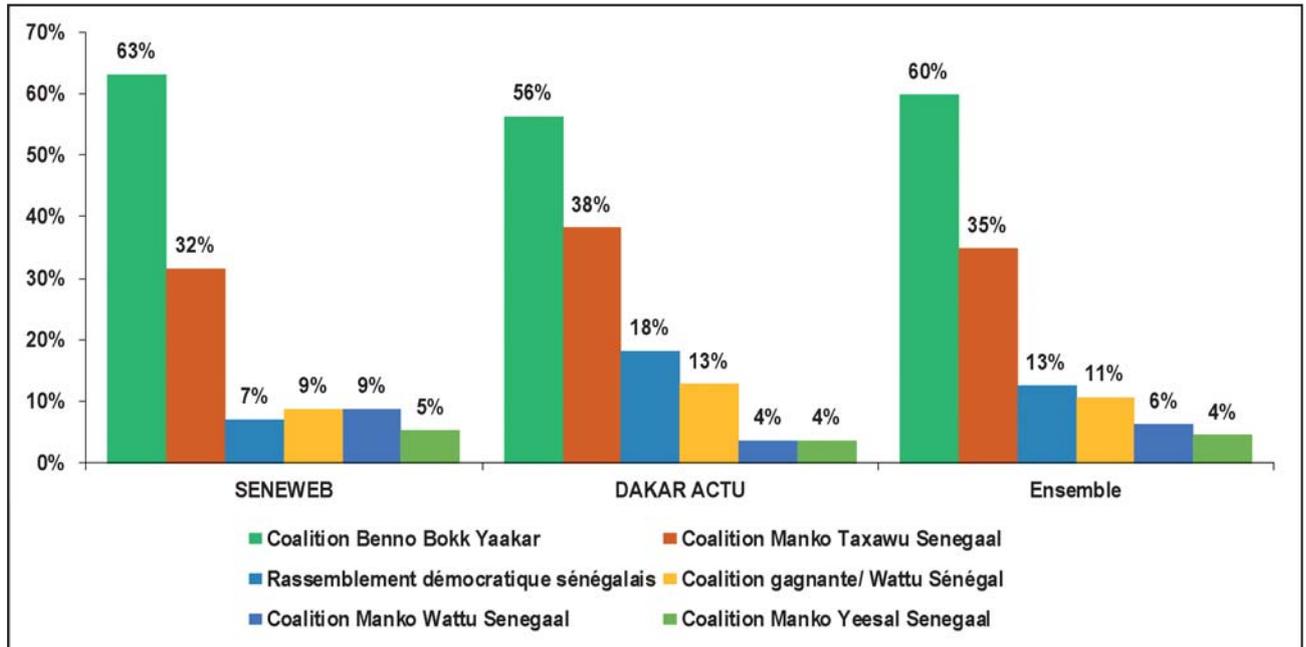
**Graphique 29 :** Les coalitions les plus soutenues dans la presse en ligne



Le parti-pris est manifeste avec les 47 % consacrés à la Coalition Benno Bokk Yaakar et le reste des formations en lice. Si on ajoute à cela, l'espace attribué aux Coalitions Manko Taxawu Sénégal (26%) et à la Coalition gagnante Wattu Sénégal (10%), on se rend compte du peu d'intérêt accordé par ces deux sites aux autres formations en lice dans ces élections.

## 8. Les coalitions les plus critiquées dans la presse en ligne

**Graphique 30 : Les coalitions les plus critiquées dans la presse en ligne**



Les coalitions Benno Bokk Yaakar (60%) et Manko Taxaaw Sénégal (35%) sont les plus critiquées dans cette catégorie. Benno est une cible désignée dans la mesure où ses candidats sont considérés comme ceux qui exercent le pouvoir.

Ce qui est étonnant et mériterait d'être documenté c'est la proportion accordée à la formation du Rassemblement démocratique sénégalais (13%) parmi les coalitions les plus critiquées. Les éléments qui auraient permis une analyse fine de ce phénomène ne sont pas donnés.



# VII. Conclusion

## 1. Types de pages « monitorées »

Durant toute la période, l'agenda des médias est largement dominé par les élections législatives. Des pages spéciales occupant 60% à 80% de l'espace dans la presse écrite et 82% à 91% respectivement dans la presse en ligne et au niveau de l'audiovisuel. Ce qui ouvre l'accès à une information diversifiée sur le processus électoral et les enjeux. C'est également une opportunité pour les candidats de présenter leurs programmes. Cependant il faut noter la persistance de la publicité politique, malgré les interpellations du Conseil national de régulation de l'audiovisuel (CNRA) au niveau de certains médias audiovisuels et surtout dans la presse en ligne où la vente d'espace peut aller jusqu'à 17%.

## 2. Types d'articles « monitorés »

On note une forte prédominance des articles factuels (reportages, comptes rendus, etc.) allant jusqu'à 77% des productions dans la presse écrite. Une portion congrue est réservée aux genres comme l'analyse et à la chronique dont la fonction de décryptage pourrait servir à mieux éclairer les citoyens sur le processus électoral et sur leurs choix.

## 3. Format de l'article « monitoré »

L'utilisation de la photo pour illustrer les articles devrait permettre de mieux faire connaître du public les candidats les moins connus. Mais la logique marchande des médias fait que ce sont les candidats qui ont le plus de notoriété qui sont affichés dans les vitrines des journaux. Ce qui les survalorise au détriment des anonymes. Ainsi les images des leaders comme Abdoulaye Wade, Idrissa Seck, Khalifa Sall, Mouhamed Boun Abdallah Dionne etc. sont les plus présentes.

## 4. Acteurs les plus présents dans les médias

La priorité est accordée aux acteurs politiques (membres de coalition ou membres de partis). Les acteurs de la société civile et les analystes politiques se partagent une part très modeste. Alors que leur participation est nécessaire pour la diversification des opinions mais surtout pour faire entendre un discours d'autorité non partisan sur le processus électoral et sur les enjeux.

## 5. L'affiliation politique des acteurs les plus présents

On constate un réel déséquilibre dans la représentation médiatique des forces politiques en présence. La Coalition Benno Bokk Yaakar est au moins deux fois plus présente que ses suivants directs que sont la Coalition Manko Taxawu Senegaal et la Coalition gagnante/Wattu Sénégal. En dehors de ce trio, les autres coalitions ou listes de candidats sont quasi-inexistantes dans les médias.

La Coalition au pouvoir est avantagée par la notoriété et la position institutionnelle de plusieurs de ses candidats en tant que membres du gouvernement ou leaders de parti. A noter la percée de la Coalition Ndawi askan wi dans la presse en ligne, occupant la 4ème place.

## 6. Genre des acteurs présents dans les médias. Quelle place pour les femmes ?

Il y a une inégale répartition en défaveur des femmes. Avec un espace près de dix fois inférieur dans la presse écrite et une absence quasi-totale dans la presse en ligne. Toutefois on remarque une présence assez significative au niveau de l'audiovisuel que l'on pourrait attribuer à la levée des barrières linguistiques avec l'usage des langues locales. Ensuite la particularité à la RTS où le collectif atteint 85% mérite d'être soulignée. Elle semble avoir tenu compte de la parité recommandée par l'organe de régulation (CNRA) dans l'attribution des temps d'antenne gratuits. Parité qui est une exigence de la loi électorale que les médias tardent à rendre opératoire.

## 7. Thèmes abordés dans la presse écrite

Les thèmes abordés sont largement dominés par les questions liées à l'organisation et aux procédures électorales. L'absence de dialogue et de consensus sur le processus électoral de même que les couacs survenus dans son déroulement en sont la justification. En effet les conditions de production et de distribution des cartes d'électeurs, la pléthore des listes de candidature en sont devenues les principales préoccupations médias.

## 8. Qualité de la couverture médiatique

La presse écrite se distingue par une absence de distanciation et d'équilibre dans le traitement de l'information avec seulement 42% des articles contre 73% de contenus neutres pour l'audiovisuel et 58% pour la presse en ligne qui semblent plus modérés. Les émissions de débats contradictoires à la radio et à la télévision ont certainement permis de tempérer la tendance à privilégier une force politique quelconque. L'égalité dans la répartition du temps d'antenne pour la campagne télévisée à la RTS est également un facteur régulateur.

## 9. Top 10 des coalitions les plus soutenues

Il se dégage une sorte d'unanimité des médias autour du soutien de la coalition Benno Bokk Yaakaar au pouvoir pour l'ensemble des médias monitorés. On peut noter quelques nuances au niveau de la presse écrite où seul le quotidien Walfadjri se distingue pour un soutien important à la Coalition gagnante/Wattu Sénégal (45%) contre 17% pour BBY et au niveau de l'audiovisuel où la RFM accorde 67% de soutien à la Coalition gagnante/Wattu Sénégal contre 17% pour la coalition BBY.

## 10. Top 10 des coalitions les plus critiquées

Les coalitions les plus soutenues Benno Bokk Yaakaar, Coalition gagnante/Wattu Sénégal et la Coalition Manko Taxawu Senegaal sont également les plus critiquées en raison de la notoriété et de l'exercice du pouvoir par ses principaux leaders. La coalition sortante BBY est d'autant plus une cible facile qu'elle offre des arguments de critique tant sur le mode de gouvernance que sur la dernière législature.

## VIII. Perspectives

On peut retenir qu'il y a une large couverture de tout le processus électoral ayant permis une information en temps réel des citoyens sur les questions saillantes relatives à l'organisation, aux procédures et au déroulement des élections. Toutefois il faut noter les déséquilibres dans la présence médiatique des acteurs où les femmes, les formations politiques et les hommes les moins connus sont marginalisés. Cela réduit la diversité des opinions et favorisent les formations qui ont déjà une certaine notoriété. La sous-représentation médiatique des femmes peut se justifier par leur position secondaire dans les instances de décision mais aussi parce qu'elles sont moins initiées aux ressorts de la communication afin de susciter l'attraction des médias.

- Donc les médias devraient prendre plus d'initiatives pour favoriser une implication plus importante des femmes pour plus d'équité. La société civile devrait disposer de plus d'espace en raison de son rôle de vigile dans le processus électoral.
- Il devrait en être de même pour les analystes politiques qui ont fonction non négligeable dans l'éclairage de l'opinion.
- Pour une information plus exhaustive en direction du public, certains genres rédactionnels tels que l'analyse, la chronique et le portrait, qui ont tendance à être moins utilisés dans les médias, conservent leur pertinence quant à une meilleure connaissance des acteurs en lice et des enjeux dans leur diversité

La publicité politique participe au déséquilibre de la présence médiatique des acteurs dans certains médias audiovisuels mais se présente surtout comme une particularité de la presse en ligne. La pratique persiste malgré l'interdiction faite par l'article L 61 du code électoral de toute publicité politique « par voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision » et les mises en garde du CNRA. D'où la nécessité de renforcer les pouvoirs de cet organe.



**Thèmes abordés (Cochez la ou les réponses)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Elections (organisation, procédures, etc)                                   | <input type="checkbox"/> Droits de l'homme         |
| <input type="checkbox"/> Affaires intérieures (relations intra et inter partis)                      | <input type="checkbox"/> Justice                   |
| <input type="checkbox"/> Questions locales (Développement local)                                     | <input type="checkbox"/> Corruption                |
| <input type="checkbox"/> Sécurité  | <input type="checkbox"/> Genre                     |
| <input type="checkbox"/> Economie (agriculture, industries, finances, infrastructures, chômage, etc) |  |
| <input type="checkbox"/> Questions sociales (santé, éducation, société, art, culture, sports, etc)   |  |
| <input type="checkbox"/> Jeunesse  | <input type="checkbox"/> Questions internationales |
| <input type="checkbox"/> Groupes vulnérables   | <input type="checkbox"/> Autre : .....             |

**Qualité de couverture (Ton) :**     Positif     Négatif     Neutre

**Liste ou candidat soutenu** (mettre les numéros)

Liste : .....     Liste : .....

**Liste ou candidat critiqué** (mettre les numéros)

Liste : .....     Liste : .....

**Propos incendiaires**

Oui     Non

**Types de propos incendiaires**

- |  |   |                                      |
|--|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Appel à la violence | <input type="checkbox"/> Discrimination               | <input type="checkbox"/> Diffamation |
| <input type="checkbox"/> Langage offensif    | <input type="checkbox"/> Rumeurs et fausses nouvelles | <input type="checkbox"/> Autre.....  |

**Cibles des propos incendiaires**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Son propre camp  | <input type="checkbox"/> Gouvernement/Administration | <input type="checkbox"/> Forces de sécurité |
| <input type="checkbox"/> Camp adverse     | <input type="checkbox"/> Presse                      | <input type="checkbox"/> Public/Foule       |
| <input type="checkbox"/> Groupe religieux | <input type="checkbox"/> Groupe ethnique             | <input type="checkbox"/> Femmes             |
| <input type="checkbox"/> Autre.....       |  |   |

Code	Coalition	Code	Coalition
1	Parti de la vérité pour le développement (RVD)	25	Front patriotique républicain
2	Coalition Manko Taxawu Sénégal	26	Sénégal - Veine environnement
3	Entité indépendante Defar Senegal	27	Coalition la 3e voie politique/ Euttou askan wi
4	Rassemblement démocratique sénégalais	28	Front national/ Baatu askan wi
5	Union pour le fédéralisme et la démocratie	29	Front national Jorryanti
6	Entité indépendante mouvement pour la renaissance, la liberté et le développement	30	Sunu parti pour la solidarité et le développement du Sénégal
7	Coalition Manko Yeessal Sénégal	31	Coalition Fal Askan Wi
8	Mouvement pour la renaissance républicaine	32	Convergences d'initiatives pour le Sénégal
9	Rassemblement pour les valeurs et les valeurs émergences (REVE)	33	Visions alternatives pour le Sénégal
10	Citoyens pour l'éthique et la transparence/Jeën sama rew	34	Dental Sénégal / Actions patriotiques
11	Coalition Mankoo Wattu Senegal	35	Alliance pour la réforme et le développement
12	Parti de l'unité et du rassemblement	36	Coalition Assemblée Bi nu Bëgg
13	Coalition SOPPALI	37	Coalition and saxal liggey
14	Union citoyenne/ Bunt Bi	38	Coalition Mbollo Wade
15	Fédération démocratique des écologistes du Sénégal	39	Coalition Osez L'avenir
16	Convergence patriotique pour la justice et l'équité	40	Coalition gagnante/ Wattu Sénégal
17	Initiatives pour une politique de développement	41	Coalition pole alternatif 3e voie/ Senegal Dey DEM
18	Parti pour l'action citoyenne	42	Coalition Benno Bokk Yaakar
19	Convergence libérale patriotique	43	Parti de la paix / Jamm
20	Sunu Naatange reew/ Rassemblement pour la dignité et la prospérité	44	Coalition Ndawi askan wi / Alternative du peuple
21	Coalition Leeral	45	And defar Sénégal / Groupe d'appui et de rénovation de l'action populaire
22	Coalition Sénégal ca kanam	46	Coalition convergence patriotique / Kaddu askan wi
23	Convention citoyenne neneen	47	Cadre de réflexion pour le développement intégral
24	Coalition and suxali Sénégal		

## Formulaire Radio/TV



### FICHE DE MONITORING RADIO ET TV

Date de l'enregistrement (jj/mm/aaaa) |\_|\_|/|\_|\_|/|\_|\_|\_|\_|

Chaîne

- RTS       TFM       2STV       SEN TV       WALF TV  
 RSI       SUD FM       WALF FM       RFM       ZIK FM

Nom du programme .....

Type de programme (Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous) :

- Campagne électorale  
 Information (Journal Télévisé/Parlé)  
 Débat politique/Sécial Elections  
 Education civique (informations citoyennes)  
 Temps d'antenne gratuit  
 Publicité politique  
 Divertissements  
 Autre : .....

Heure début (hh:mm) : |\_|\_| : |\_|\_|

Heure fin (hh:mm) : |\_|\_| : |\_|\_|

Temps (en seconde) : |\_|\_|\_|\_|\_|

Temps d'Accès Direct (en seconde) : |\_|\_|\_|\_|

Nom de l'acteur politique : .....

Genre :       Masculin       Féminin       Collectif

Type acteur (cochez la ou les réponses) :

- Membre du Gouvernement (président, ministre, etc.)  
 Membre du parlement (assemblée, sénat)  
 Administration locale (maires, représentants des institutions décentralisées, etc.)  
 Membre d'une Coalition ou d'un Collectif  
 Candidat sur une liste  
 Chef ou membre de Parti  
 Membre Société civile  
 Spécialiste / Analyste politique  
 Personnalités influentes (chefs religieux, leaders culturels, sportifs, etc.)  
 Autre : .....

Affiliation politique

Liste (mettre le numéro) : .....       Aucune

Affiliation Institutionnelle (cochez la ou les réponses)

- Président       Député       Sénateur  
 Ministre       Chef ou Dirigeant Collectivités       Maire  
 Membre du Gouvernement       Autre.....       Aucune

**Thèmes abordés (Cochez la ou les réponses)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Elections (organisation, procédures, etc)                                   | <input type="checkbox"/> Droits de l'homme         |
| <input type="checkbox"/> Affaires intérieures (relations intra et inter partis)                      | <input type="checkbox"/> Justice                   |
| <input type="checkbox"/> Questions locales (Développement local)                                     | <input type="checkbox"/> Corruption                |
| <input type="checkbox"/> Sécurité  | <input type="checkbox"/> Genre                     |
| <input type="checkbox"/> Economie (agriculture, industries, finances, infrastructures, chômage, etc) |  |
| <input type="checkbox"/> Questions sociales (santé, éducation, société, art, culture, sports, etc)   |  |
| <input type="checkbox"/> Jeunesse  | <input type="checkbox"/> Questions internationales |
| <input type="checkbox"/> Groupes vulnérables   | <input type="checkbox"/> Autre : .....             |

**Qualité de couverture (Ton) :**     Positif     Négatif     Neutre

**Liste ou candidat soutenu** (mettre les numéros)

- Liste : .....     Liste : .....

**Liste ou candidat critiqué** (mettre les numéros)

- Liste : .....     Liste : .....

**Propos incendiaires**

- Oui     Non

**Types de propos incendiaires**

- |  |   |                                      |
|--|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Appel à la violence | <input type="checkbox"/> Discrimination               | <input type="checkbox"/> Diffamation |
| <input type="checkbox"/> Langage offensif    | <input type="checkbox"/> Rumeurs et fausses nouvelles | <input type="checkbox"/> Autre.....  |

**Cibles des propos incendiaires**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Son propre camp  | <input type="checkbox"/> Gouvernement/Administration | <input type="checkbox"/> Forces de sécurité |
| <input type="checkbox"/> Camp adverse     | <input type="checkbox"/> Presse                      | <input type="checkbox"/> Public/Foule       |
| <input type="checkbox"/> Groupe religieux | <input type="checkbox"/> Groupe ethnique             | <input type="checkbox"/> Femmes             |
| <input type="checkbox"/> Autre.....       |  |   |

Code	Coalition	Code	Coalition
1	Parti de la vérité pour le développement (RVD)	25	Front patriotique républicain
2	Coalition Manko Taxawu Sénégal	26	Sénégal - Veine environnement
3	Entité indépendante Defar Senegal	27	Coalition la 3e voie politique/ Euttou askan wi
4	Rassemblement démocratique sénégalais	28	Front national/ Baatu askan wi
5	Union pour le fédéralisme et la démocratie	29	Front national Joyyanti
6	Entité indépendante mouvement pour la renaissance, la liberté et le développement	30	Sunu parti pour la solidarité et le développement du Sénégal
7	Coalition Manko Yeasal Sénégal	31	Coalition Fal Askan Wi
8	Mouvement pour la renaissance républicaine	32	Convergences d'initiatives pour le Sénégal
9	Rassemblement pour les valeurs et les valeurs émergences (REVE)	33	Visions alternatives pour le Sénégal
10	Citoyens pour l'éthique et la transparence/Jeën sama rew	34	Dental Sénégal / Actions patriotiques
11	Coalition Mankoo Wattu Senegal	35	Alliance pour la réforme et le développement
12	Parti de l'unité et du rassemblement	36	Coalition Assemblée Bi nu Bëgg
13	Coalition SOPPALI	37	Coalition and saxal liggey
14	Union citoyenne/ Bunt Bi	38	Coalition Mbollo Wade
15	Fédération démocratique des écologistes du Sénégal	39	Coalition Osez L'avenir
16	Convergence patriotique pour la justice et l'équité	40	Coalition gagnante/ Wattu Sénégal
17	Initiatives pour une politique de développement	41	Coalition pole alternatif 3e voie/ Senegal Dey DEM
18	Parti pour l'action citoyenne	42	Coalition Benno Bokk Yaakar
19	Convergence libérale patriotique	43	Parti de la paix / Jamm
20	Sunu Naatange reew/ Rassemblement pour la dignité et la prospérité	44	Coalition Ndawi askan wi / Alternative du peuple
21	Coalition Leeral	45	And defar Sénégal / Groupe d'appui et de rénovation de l'action populaire
22	Coalition Sénégal ca kanam	46	Coalition convergence patriotique / Kaddu askan wi
23	Convention citoyenne neneen	47	Cadre de réflexion pour le développement intégral
24	Coalition and suxali Sénégal		

## Formulaire Presse en ligne



### FICHE DE MONITORING INTERNET

Date de publication de l'article (jj/mm/aaaa) |\_\_| |\_\_| / |\_\_| |\_\_| / |\_\_| |\_\_| |\_\_| |\_\_|

Site :

- SENEWEB       DAKAR ACTU

Type de page

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Actualités (articles informatifs)   | <input type="checkbox"/> Editorial                             |
| <input type="checkbox"/> Reportage                           | <input type="checkbox"/> Interview                             |
| <input type="checkbox"/> Dossier                             | <input type="checkbox"/> Courrier des lecteurs / Contributions |
| <input type="checkbox"/> Image uniquement (photo/caricature) | <input type="checkbox"/> Espace électoral acheté               |
| <input type="checkbox"/> Espace électoral                    | <input type="checkbox"/> Autre : .....                         |

Rubrique

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Actualité                                     | <input type="checkbox"/> Spécial Elections |
| <input type="checkbox"/> Politique                                     | <input type="checkbox"/> Blog              |
| <input type="checkbox"/> Société, culture, sports, santé, faits divers | <input type="checkbox"/> autre             |

Format article

- Texte       Photo       Vidéo / Audio       Caricature

Article mis en vedette     Oui       Non

Nombre de caractères (espaces non compris) : |\_\_| |\_\_| |\_\_| |\_\_| |\_\_| (Pour un article)

Temps (en seconde) : |\_\_| |\_\_| |\_\_|      Temps d'Accès Direct (en seconde) : |\_\_| |\_\_| |\_\_| (Pour audiovisuel)

Nom de l'acteur politique : .....

Genre :     Masculin       Féminin       Collectif

Type acteur (cochez la ou les réponses) :

- Membre du Gouvernement (président, ministre, etc.)
- Membre du parlement (assemblée, sénat)
- Administration locale (maires, représentants des institutions décentralisées, etc.)
- Membre d'une Coalition ou d'un Collectif
- Candidat sur une liste
- Chef ou membre de Parti
- Membre Société civile
- Spécialiste / Analyste politique
- Personnalités influentes (chefs religieux, leaders culturels, sportifs, etc.)
- Autre : .....

Affiliation politique

- Liste (mettre le numéro) : .....       Aucune

Affiliation Institutionnelle (cochez la ou les réponses)

- |   |  |                                   |
|---|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Président              | <input type="checkbox"/> Député                          | <input type="checkbox"/> Sénateur |
| <input type="checkbox"/> Ministre               | <input type="checkbox"/> Chef ou Dirigeant Collectivités | <input type="checkbox"/> Maire    |
| <input type="checkbox"/> Membre du Gouvernement | <input type="checkbox"/> Autre.....                      | <input type="checkbox"/> Aucune   |

**Thèmes abordés (Cochez la ou les réponses)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Elections (organisation, procédures, etc)                                   | <input type="checkbox"/> Droits de l'homme         |
| <input type="checkbox"/> Affaires intérieures (relations intra et inter partis)                      | <input type="checkbox"/> Justice                   |
| <input type="checkbox"/> Questions locales (Développement local)                                     | <input type="checkbox"/> Corruption                |
| <input type="checkbox"/> Sécurité  | <input type="checkbox"/> Genre                     |
| <input type="checkbox"/> Economie (agriculture, industries, finances, infrastructures, chômage, etc) |  |
| <input type="checkbox"/> Questions sociales (santé, éducation, société, art, culture, sports, etc)   |  |
| <input type="checkbox"/> Jeunesse  | <input type="checkbox"/> Questions internationales |
| <input type="checkbox"/> Groupes vulnérables   | <input type="checkbox"/> Autre : .....             |

**Qualité de couverture (Ton) :**     Positif     Négatif     Neutre

**Liste ou candidat soutenu** (mettre les numéros)

- Liste : .....     Liste : .....

**Liste ou candidat critiqué** (mettre les numéros)

- Liste : .....     Liste : .....

**Propos incendiaires**

- Oui     Non

**Types de propos incendiaires**

- |  |   |                                      |
|--|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Appel à la violence | <input type="checkbox"/> Discrimination               | <input type="checkbox"/> Diffamation |
| <input type="checkbox"/> Langage offensif    | <input type="checkbox"/> Rumeurs et fausses nouvelles | <input type="checkbox"/> Autre.....  |

**Cibles des propos incendiaires**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Son propre camp  | <input type="checkbox"/> Gouvernement/Administration | <input type="checkbox"/> Forces de sécurité |
| <input type="checkbox"/> Camp adverse     | <input type="checkbox"/> Presse                      | <input type="checkbox"/> Public/Foule       |
| <input type="checkbox"/> Groupe religieux | <input type="checkbox"/> Groupe ethnique             | <input type="checkbox"/> Femmes             |
| <input type="checkbox"/> Autre.....       |  |   |

Code	Coalition	Code	Coalition
1	Parti de la vérité pour le développement (RVD)	25	Front patriotique républicain
2	Coalition Manko Taxawu Sénégal	26	Sénégal - Veine environnement
3	Entité indépendante Defar Senegal	27	Coalition la 3e voie politique/ Euttou askan wi
4	Rassemblement démocratique sénégalais	28	Front national/ Baatu askan wi
5	Union pour le fédéralisme et la démocratie	29	Front national Joyyanti
6	Entité indépendante mouvement pour la renaissance, la liberté et le développement	30	Sunu parti pour la solidarité et le développement du Sénégal
7	Coalition Manko Yeasal Sénégal	31	Coalition Fal Askan Wi
8	Mouvement pour la renaissance républicaine	32	Convergences d'initiatives pour le Sénégal
9	Rassemblement pour les valeurs et les valeurs émergences (REVE)	33	Visions alternatives pour le Sénégal
10	Citoyens pour l'éthique et la transparence/Jeën sama rew	34	Dental Sénégal / Actions patriotiques
11	Coalition Mankoo Wattu Senegal	35	Alliance pour la réforme et le développement
12	Parti de l'unité et du rassemblement	36	Coalition Assemblée Bi nu Bëgg
13	Coalition SOPPALI	37	Coalition and saxal liggey
14	Union citoyenne/ Bunt Bi	38	Coalition Mbollo Wade
15	Fédération démocratique des écologistes du Sénégal	39	Coalition Osez L'avenir
16	Convergence patriotique pour la justice et l'équité	40	Coalition gagnante/ Wattu Sénégal
17	Initiatives pour une politique de développement	41	Coalition pole alternatif 3e voie/ Senegal Dey DEM
18	Parti pour l'action citoyenne	42	Coalition Benno Bokk Yaakar
19	Convergence libérale patriotique	43	Parti de la paix / Jamm
20	Sunu Naatange reew/ Rassemblement pour la dignité et la prospérité	44	Coalition Ndawi askan wi / Alternative du peuple
21	Coalition Leeral	45	And defar Sénégal / Groupe d'appui et de rénovation de l'action populaire
22	Coalition Sénégal ca kanam	46	Coalition convergence patriotique / Kaddu askan wi
23	Convention citoyenne neneen	47	Cadre de réflexion pour le développement intégral
24	Coalition and suxali Sénégal		







**Centre pour la Démocratie, le Développement et la Culture en Afrique**  
**Unité d'Assistance Electorale**  
**Résidence Bibi - Rue des Gourmets**  
**Tél : +221 33 849 48 49**  
**Mail : [info@goreeinstitut.org](mailto:info@goreeinstitut.org)**  
**Site web : [www.goreeinstitut.org](http://www.goreeinstitut.org)**  
**Facebook : [@Goree Institute](https://www.facebook.com/GoreeInstitute)**  
**Twitter : [@Goree Institute](https://twitter.com/GoreeInstitute)**  
**BP 05 Ile de Gorée**



**CESTI**