



## DEUXIEME RAPPORT DE MONITORING

# La communication politique sur Facebook durant la campagne électorale de la présidentielle de 2018 à Madagascar

(Période d'analyse : 22 octobre au 14 novembre 2018)

En partenariat avec :



Ce projet est financé par l'Union européenne

## SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	3
PRESENTATION DE L'ANALYSE.....	3
I. LA COMMUNICATION POLITIQUE DES CANDIDATS SUR FACEBOOK .....	4
A. L'échantillon d'analyse : .....	4
Tableau 1 : Présentation de l'échantillon d'analyse .....	5
B. L'audience des candidats.....	8
Tableau 2 : Tableau comparatif du nombre de J'aime/Abonnés par compte de candidat .....	9
C. L'activité des candidats .....	12
Tableau 3 : Le nombre de publications par profil/page de candidat.....	13
D. Les thèmes abordés dans les publications des candidats .....	13
Tableau 4 : Les thèmes abordés par les candidats .....	14
Tableau 5 : Les thèmes abordés par les candidats disposant de l'audience la plus importante.....	15
Tableau 6 : Les thèmes abordés par les femmes candidates.....	16
E. Les discours sensibles dans les communications des candidats .....	16
Illustration 1 : Des rumeurs de fraudes électorales véhiculées par des candidats .....	17
F. Des comptes de candidats piratés .....	17
II. LA COMMUNICATION SUR LES COMPTES DE SOUTIEN AUX CANDIDATS.....	18
A. Prolifération des faux comptes de soutien.....	18
Illustration 2 : Dénonciations à l'égard des comptes fake.....	19
B. Les comptes de soutien au service de l'éducation électorale .....	19
Illustration 3 : Vidéo d'éducation électorale .....	19
C. Les discours sensibles dans les comptes de soutien aux candidats .....	20
Illustration 4 : Non-respect du fair-play politique dans les dessins de presse .....	20
Illustration 5 : Stéréotypes sexistes dans les comptes de soutien de candidats .....	21
III. LA COMMUNICATION SUR LES PAGES INFLUENTES DE DEBAT.....	22
Illustration 6 : Décor de photo de profil créé par un mouvement « anti-fraudes électorales ».....	22
Tableau 7 : Extraits de propos incendiaires dans les posts des GDD .....	23
A. Les propos incendiaires le jour du silence électoral.....	24
B. Les propos incendiaires le jour du vote .....	24
C. Les activités des médias sur Facebook .....	24
Illustration 7 : Publications de médias sur Facebook .....	25

## INTRODUCTION

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

L'analyse des médias est appliquée dans ce projet, sur les médias traditionnels tels que la télévision, la radio et la presse écrite. Elle est également réalisée sur les nouveaux médias tels que les réseaux sociaux et les médias en ligne.

## PRESENTATION DE L'ANALYSE

Ce document est le deuxième « Rapport sur la communication politique sur Facebook durant la campagne électorale de la présidentielle 2018 », publié dans le cadre du projet PEV Madagascar<sup>1</sup>. Il a été élaboré pour répondre aux objectifs du projet, autrement dit à contribuer à la prévention de conflits et violences potentiels liés aux élections à Madagascar.

A titre de rappel, les résultats de cette analyse devraient permettre de :

- Evaluer la contribution des candidats, de leur partisans et des communautés membres des Groupes de discussion sur Facebook ; à instaurer l'apaisement ou inversement, à alimenter les tensions durant la campagne électorale par le biais de leur communication ;
- Déterminer la capacité des candidats à initier et à alimenter un débat constructif dans l'espace public.
- Identifier les pratiques politiques des candidats à l'élection présidentielle et de leurs partisans à travers leur communication sur le réseau social ;
- Evaluer l'intérêt d'un public virtuel pour les sujets d'intérêt public tels que les élections ; et pour les débats politiques initiés dans les réseaux sociaux ;
- Evaluer la qualité des débats politiques initiés par les candidats, leur comité de soutien et les groupes influents de débat sur Facebook ;

---

<sup>1</sup> Le premier « Rapport sur la communication politique sur Facebook durant la campagne électorale de la présidentielle 2018 » est consultable via le lien :

<https://www.pevmadagascar.eu/uploads/Rapport%20de%20monitoring%20sur%20la%20communication%20politique%20sur%20Facebook%20-%20campagne%20electorale%202018.pdf>

## I. LA COMMUNICATION POLITIQUE DES CANDIDATS SUR FACEBOOK

Madagascar a organisé le premier tour de l'élection présidentielle le 7 novembre 2018. Cette étude est alors conçue pour déterminer si les candidats au scrutin ont contribué à asseoir un climat de paix durant les élections ou au contraire, s'ils ont participé à alimenter la tension dans le cadre de leur communication sur Facebook. En effet, la période de campagne électorale qui s'étend du 8 octobre au 6 novembre 2018 a été caractérisée par un certain nombre d'incidents de violence électorale. Ces incidents sont rapportés sur le site du projet <https://www.alerte.pevmadagascar.eu/index.php> .

Les discours des candidats peuvent avoir pour conséquence, de favoriser un environnement propice à la tenue d'élections crédibles et acceptées par tous. Dans le sens inverse, les discours incendiaires tels que les propos haineux, les appels à la violence, la profusion de rumeurs et d'alarmes sont susceptibles d'entraîner des situations de violence durant le scrutin. Les candidats à la présidentielle peuvent ainsi jouer un rôle majeur dans la prévention des conflits potentiels liés aux élections et peuvent apporter des réponses/solutions au regard de ces situations.

### A. L'échantillon d'analyse :

L'échantillon d'analyse est constitué des profils/pages Facebook des 36 candidats à l'élection présidentielle du 7 novembre 2018. Tous les candidats sont présents sur Facebook, parfois en disposant de deux profils et/ou pages Facebook. Néanmoins, l'analyse a été appliquée uniquement à 1 profil/page Facebook par candidat. Comme dans l'analyse précédente, les publications analysées ont été uniquement celles qui ont été rendues « publiques » par le Profil/Page Facebook du candidat. Ainsi, les publications à titre privé des profils individuels ne figurent pas parmi les contenus analysés.

Concernant la période d'analyse, elle a débuté au 22 octobre 2018 et se termine le 14 novembre 2018.

Tableau 1 : Présentation de l'échantillon d'analyse

<i>Numéro du candidat</i>	Nom du candidat	<i>Comptes analysés</i>	<i>Nature</i>
1	Rasolofonjoa Haingo	<a href="https://www.facebook.com/Malagasy-Mila-Olona-Tena-Vaovao-339685956775800/">https://www.facebook.com/Malagasy-Mila-Olona-Tena-Vaovao-339685956775800/</a>	Page
2	Rakotofiringa Richard Razafy	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=10000475574064">https://www.facebook.com/profile.php?id=10000475574064</a>	Compte Individuel
3	Randriamanantsoa Tabera	<a href="https://www.facebook.com/taberaofisialy/">https://www.facebook.com/taberaofisialy/</a>	Page
4	Rasolofondraosolo Zafimahaleo Dama	<a href="https://www.facebook.com/dama.miaraka.am.in.ny.tanora/">https://www.facebook.com/dama.miaraka.am.in.ny.tanora/</a>	Page analysée à partir du 29 octobre 2018
5	Jules Etienne Rolland	<a href="https://www.facebook.com/Dr-Jules-Etienne-Président-265316154090814/">https://www.facebook.com/Dr-Jules-Etienne-Président-265316154090814/</a>	Page
6	Ratsietison Jean-Jacques Jedidia	<a href="https://www.facebook.com/FMI-Malagasy-Fahefa-Mividy-no-Ilainny-Malagasy-526726414071675/">https://www.facebook.com/FMI-Malagasy-Fahefa-Mividy-no-Ilainny-Malagasy-526726414071675/</a>	Page
7	Marcellin Andriantseheno	<a href="https://www.facebook.com/marcellin.andriantseheno.9">https://www.facebook.com/marcellin.andriantseheno.9</a>	Compte individuel
8	Rabary Andrianiaina Paul	<a href="https://www.facebook.com/paul.andrianiaina.rabary/">https://www.facebook.com/paul.andrianiaina.rabary/</a>	Page
9	Rabeharisoa Saraha	<a href="https://www.facebook.com/Saraha-Rabeharisoa-1214183085403765/">https://www.facebook.com/Saraha-Rabeharisoa-1214183085403765/</a>	Page
10	Radavidson Andriamparany Benjamin	<a href="https://www.facebook.com/Radavidson.Andriamparany/">https://www.facebook.com/Radavidson.Andriamparany/</a>	Page

11	Ny Rado Rafalimanana	<a href="https://www.facebook.com/nyrado2018/">https://www.facebook.com/nyrado2018/</a>	Page
12	Rajaonarimampianina Rakotoarimanana Hery Martial	<a href="https://www.facebook.com/lerendezvousmada/">https://www.facebook.com/lerendezvousmada/</a>	Page
13	Andry Rajoelina	<a href="https://www.facebook.com/SE.AndryRajoelina/">https://www.facebook.com/SE.AndryRajoelina/</a>	Page
14	Bezaza Marie Eliana Pascaline Manasy	<a href="https://www.facebook.com/elianabezaza">https://www.facebook.com/elianabezaza</a>	Compte individuel
15	José Michel Andrianoelison	<a href="https://www.facebook.com/jose.andrianoelison.75">https://www.facebook.com/jose.andrianoelison.75</a>	Compte individuel
16	Narison Stephan	<a href="https://www.facebook.com/stephan.narison?hc_ref=ARRLHOIZnrsP4PNv1dTWqcyqi5gl49SLXrb0tE0O7cwOjgWYgwY1j7k5euhp7Gh_XHY">https://www.facebook.com/stephan.narison?hc_ref=ARRLHOIZnrsP4PNv1dTWqcyqi5gl49SLXrb0tE0O7cwOjgWYgwY1j7k5euhp7Gh_XHY</a>	Compte individuel avec option d'abonnement
17	Rajaonary Erick	<a href="https://www.facebook.com/ErickRajaonaryER/">https://www.facebook.com/ErickRajaonaryER/</a>	Page
18	Ramaroson Arlette	<a href="https://www.facebook.com/arlette.ramarosonperso">https://www.facebook.com/arlette.ramarosonperso</a>	Compte personnel
19	Beriziky Jean Omer	<a href="https://www.facebook.com/JOBeriziky/">https://www.facebook.com/JOBeriziky/</a>	Page
20	Joseph Martin Randriamampionona	<a href="https://www.facebook.com/20DADAFARA/">https://www.facebook.com/20DADAFARA/</a>	Page
21	Didier Ignace Ratsiraka	<a href="https://www.facebook.com/komity.didierratsiraka?tn-str=*F">https://www.facebook.com/komity.didierratsiraka?tn-str=*F</a>	Compte individuel
22	Mahafaly Olivier Solonandrasana	<a href="https://www.facebook.com/orimbatonimadagasikara/">https://www.facebook.com/orimbatonimadagasikara/</a>	Page
23	Radilofe Mamy Richard	<a href="https://www.facebook.com/23.MamyRadilofe/">https://www.facebook.com/23.MamyRadilofe/</a>	Page observée depuis le 22 octobre 2018
24	Fanirisoa Ernaivo	<a href="https://www.facebook.com/Fanirisoa-Ernaivo-1760159010698835/">https://www.facebook.com/Fanirisoa-Ernaivo-1760159010698835/</a>	Page observée à partir du 22 octobre 2018
25	Ravalomanana Marc	<a href="https://www.facebook.com/Marc-Ravalomanana-Ofisialy-457946964405287/">https://www.facebook.com/Marc-Ravalomanana-Ofisialy-457946964405287/</a>	Page

26	Imbeh Serge Jovial	<a href="https://www.facebook.com/sergejovial.imbeh">https://www.facebook.com/sergejovial.imbeh</a>	Compte individuel
27	Jean Ravelonarivo	<a href="https://www.facebook.com/Jean-Ravelonarivo-396327367438042/">https://www.facebook.com/Jean-Ravelonarivo-396327367438042/</a>	Page
28	Randriamorasata Solo Norbert	<a href="https://www.facebook.com/NorbertAndriamorasata/">https://www.facebook.com/NorbertAndriamorasata/</a>	Page
29	Zafivao Jean Louis	<a href="https://www.facebook.com/gasymi/">https://www.facebook.com/gasymi/</a>	Page
30	Rasolonjatovo Falimampionona	<a href="https://www.facebook.com/TSIKY.MADAGASIKARA/">https://www.facebook.com/TSIKY.MADAGASIKARA/</a>	Page
31	Jean Max Rakotomamonjy	<a href="https://www.facebook.com/Jean-Max-Rakotomamonjy-Peju-Ofisialy-250830925758697/">https://www.facebook.com/Jean-Max-Rakotomamonjy-Peju-Ofisialy-250830925758697/</a>	Page
32	Rabarihoela Bruno	<a href="https://www.facebook.com/Kandida32/">https://www.facebook.com/Kandida32/</a>	Page
33	Roland Ratsiraka	<a href="https://www.facebook.com/RolandRatsiraka2018/?ref=br_rs">https://www.facebook.com/RolandRatsiraka2018/?ref=br_rs</a>	Page
34	André Christian Dieu Donné dit Pasteur Mailhol	<a href="https://www.facebook.com/Mailhol2018/">https://www.facebook.com/Mailhol2018/</a>	Page
35	Robimanana Orlando	<a href="https://www.facebook.com/orobimanana/">https://www.facebook.com/orobimanana/</a>	Page sponsorisée
36	Rasolovoahangy Roseline Emma	<a href="https://www.facebook.com/DrEmmaRasolovoahangy/?ref=br_rs">https://www.facebook.com/DrEmmaRasolovoahangy/?ref=br_rs</a>	Page

## B. L'audience des candidats

Comme au début de la campagne électorale, les candidats récoltant le plus grand nombre d'audience sur Facebook restent Marc Ravalomanana (candidat n° 25) et Andry Rajoelina (candidat n° 13). Le compte du premier recense 410,967 J'aime, tandis que celui de Andry Rajoelina donne 377,781 J'aime. Ils arrivent de loin devant les autres candidats qui arrivent en troisième position (74,886 J'aime pour Ny Rado Rafalimanana) et en quatrième position (54,725 J'aime pour le candidat Paul Rabary) ainsi qu'en cinquième position (Robimanana Orlando avec ses 50,891 J'aime).

































Il émane de l'analyse du Tableau ci-dessous que l'audience des candidats n'a pas connu énormément de changement. Le réseau reste ainsi constitué de la même communauté qui suit le candidat depuis le début de la campagne électorale. Au vu du nombre d'abonnés comparé au nombre de « J'aime », l'on peut confirmer aussi qu'il s'agit d'une communauté de « fans ».



































Si généralement, le nombre d'abonnés/J'aime a augmenté au cours de la période d'analyse, une exception se distingue, à savoir que celui du candidat Hery Rajaonarimampianina, de Arlette Ramarason, et de Didier Ratsiraka a connu une baisse. L'on note au sujet de ces candidats, qu'ils sont membres du collectif des candidats qui dénoncent les anomalies sur la liste électorale. D'ailleurs, ces deux derniers candidats sont de fervents défenseurs du mouvement négationniste qui dit « non » aux élections de 2018. L'on peut alors déduire que le mouvement en question n'a pas connu énormément de succès auprès des Facebook-nautes malgaches.













































De l'autre côté, une montée en flèche du nombre d'abonnés a été enregistrée auprès de certains comptes Facebook de candidats, en l'occurrence celui de Marc Ravalomanana (passant de 274,746 à 412,387 abonnés), de Mahafaly Solonandrasana Olivier (passant de 3505 à 25629 abonnés), et d'Andry Rajoelina (passant de 249,550 à 377,781 abonnés).



Tableau 2 : Tableau comparatif du nombre de J'aime/Abonnés par compte de candidat

<i>Numéro du candidat</i>	Nom du candidat	<i>Nombre d'amis/abonnés au 8 octobre 2018</i>	<i>Nombre d'amis/abonnés au 23 novembre 2018</i>
<b>1</b>	Rasolofonjoa Haingo	 603  601	 644  642
<b>2</b>	Rakotofiringa Richard Razafy	Nombre d'amis caché	Nombre d'amis caché
<b>3</b>	Randriamanantsoa Tabera	 19998  20006	 21,873  21,883
<b>4</b>	Rasolofondraosolo Zafimahaleo Dama	 26,725  26,973	 26,901  27,159
<b>5</b>	Jules Etienne Rolland	 230  229	 314  315
<b>6</b>	Ratsietison Jean-Jacques Jedidia	 10314  10,313	 10,344  10,350
<b>7</b>	Marcellin Andriantseheno	719 amis	Compte bloqué
<b>8</b>	Rabary Andrianiaina Paul	 42,837  42,956	 54,725  54,934
<b>9</b>	Rabeharisoa Saraha	 16,551  16,565	 20,390  20,416
<b>10</b>	Radavidson Andriamparany Benjamin	 8,780  8,789	 10,159  10,170

<b>11</b>	Ny Rado Rafalimanana	 69,951  69,929	 74,886  74,974
<b>12</b>	Rajaonarimampianina Rakotoarimanana Hery Martial	 29,213  29,783	 29,130  29,711
<b>13</b>	Andry Rajoelina	 249,550  250,490	 377,781  378,782
<b>14</b>	Bezaza Marie Eliana Pascaline Manasy	2431 amis	5000 amis
<b>15</b>	José Michel Andrianoelison	255 amis	584 amis
<b>16</b>	Narison Stephan	2975 amis	3092 amis
<b>17</b>	Rajaonary Erick	 27,096  27,245	 27,455  27,626
<b>18</b>	Ramaroson Arlette	4998 amis	4992 amis
<b>19</b>	Beriziky Jean Omer	 33,448  33,534	 37,932  38,035
<b>20</b>	Joseph Martin Randriamampionona		 6,799  6,802
<b>21</b>	Didier Ignace Ratsiraka	4997 amis	4995 amis
<b>22</b>	Mahafaly Olivier Solonandrasana	 3,504  3,505	 25,623  25,629
<b>23</b>	Radilofe Mamy Richard	 12,063  12,066	 18,909  18,912
<b>24</b>	Fanirisoa Ernaivo	 33,172  33,318	 33,546  33,796

25	Ravalomanana Marc	 273,575  274,746	 410,967  412,387
26	Imbeh Serge Jovial	4626 amis	4997 amis
27	Jean Ravelonarivo	 25,462  25,503	 34,585  34,627
28	Randriamorasata Solo Norbert	 11,663  11,664	 11,697  11,696
29	Zafivao Jean Louis	 506  515	 1,468  1,480
30	Rasolonjatovo Falimampionona	 2,136  2,133	 2,360  2,361
31	Jean Max Rakotomamonjy	 3,245  3,254	 5,345  5,366
32	Rabarihoela Bruno	 2,842  2,841	 8,951  8,948
33	Roland Ratsiraka	 37,005  37,060	 46,538  46,613
34	André Christian Dieu Donné dit Pasteur Mailhol	 4,335  4,473	 5,625  5,868
35	Robimanana Orlando	 47,560  47,689	 50,891  51,045
36	Rasolovoahangy Roseline Emma	 907  909	 1,075  1,079

### C. L'activité des candidats

Quel est le niveau d'activité des candidats dans leur compte Facebook ? Il est intéressant de voir que les 36 candidats réunis totalisent 800 publications en tout, durant la période d'analyse. Un grand écart est constaté entre d'un côté, le candidat qui a été le plus actif et qui enregistre d'ailleurs 117 publications et de l'autre côté, les candidats qui ont été les moins actifs dont 12 candidats qui recensent moins de 10 publications chacun. Remarquons, en outre, que deux candidats enregistrent 0 publication, à savoir Haingo Rasolofonjoa et Richard Razafy Rakotofiringa.

Il apparaît aussi que les candidats ayant connu un boom en ce qui concerne le nombre de leurs abonnés ont été les trois candidats les plus actifs durant la période d'analyse. Il s'agit toujours du candidat Marc Ravalomanana, du candidat Mahafaly Solonandrasana Olivier et du candidat Andry Rajoelina. Ce constat peut signifier qu'à mesure que le candidat communique régulièrement sur Facebook (en dehors de toute considération de sujet), sa communauté grandit.

Tableau 3 : Le nombre de publications par profil/page de candidat

Numéro du candidat	Nombre de publication
25	117
22	68
13	67
27	52
4	47
24	47
18	43
8	40
35	32
11	30
28	27
34	27
26	27
9	25
16	22
19	21
3	19
31	13
33	12
32	12
17	11
14	8
6	7
23	6
10	5
30	4
29	4
12	2
36	2
21	2
5	1
2	0
1	0
<b>Total général</b>	<b>800</b>

#### D. Les thèmes abordés dans les publications des candidats

Quels ont été les thèmes prédominants dans les discours des candidats sur Facebook ? En général, les candidats ont utilisé le réseau Facebook pour partager les échos de leur campagne et pour faire leur propagande. 44,39 % de leur publication a été consacrée à ces domaines.

Comme le montre le Tableau ci-dessous, les projets des candidats sur le plan social et économique se trouvent aussi dans les thèmes prédominants, mais avec une proportion minimale si l'on tient compte des résultats enregistrés par les échos et manifestes de campagne. Autrement dit, les discours propagandistes ont prévalu par rapport aux arguments rationnels. D'autant que les candidats semblent accorder encore moins d'importance aux questions politiques telles que la Constitution ou la décentralisation.

Les « Accusations contre la CENI » concernent notamment les dénonciations relatives aux listes d'électeurs et aux bureaux de vote, qui visent la CENI en tant qu'organe en charge de l'organisation des scrutins. Ces accusations ont été retrouvées dans les discours des candidats à raison de 3,75%.

Tableau 4 : Les thèmes abordés par les candidats

Thème	Pourcentage
Echos de campagne	26,01%
Manifeste de campagne	18,38%
Social	6,00%
Economie	3,75%
Accusation contre la CENI	3,75%
Débat présidentiel	3,13%
Politique	3,00%
Collectif des candidats	2,88%
Vision et programme en général	2,75%
Dénonciation contre les autres candidats	2,75%
Emission spéciale	2,76%
Sensibilisation électorale	2,51%
Remerciements	2,01%
Exercice du droit de vote	1,88%
Biographie et parcours	1,75%
Contrôle des financements de la campagne	1,63%
Résultats provisoires	1,50%
Communauté internationale	1,38%
Appel au calme	1,25%
Processus électoral	1,13%
Violence électorale	1,13%
Politique	1,00%
Sécurité	0,88%
Dénonciations de fraudes électorales	0,88%
Gestion du compte FB	0,88%
Droits humains	0,88%
Religion	0,75%
Refondation	0,34%
Autres	3,06%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

En ce qui concerne les thèmes prédominants des candidats ayant le plus grand nombre d'abonnés/J'aime, à savoir Andry Rajoelina et Marc Ravalomanana, il s'agit toujours des « Manifestes de campagne » et des « Echos de campagne ». A la différence des candidats en général, les communications de ces deux candidats ont particulièrement été axées sur ces deux principaux thèmes relatifs à la campagne électorale. Ces deux thématiques ont accaparé au total 80,44 % de leur discours sur le réseau social Facebook. A l'évidence, les propositions de solutions ont été occultées par les discours propagandistes.

Tableau 5 : Les thèmes abordés par les candidats disposant de l'audience la plus importante

Thème	Pourcentage
Manifeste de campagne	52,72%
Echos de campagne	27,72%
Social	5,98%
Communauté internationale	2,17%
Remerciements	2,17%
Economie	2,17%
Vision et Programme	2,17%
Religion	1,09%
Violence électorale	1,09%
Autres	2,72%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

Un intérêt a été porté sur les thèmes prédominants abordés par les 5 femmes candidates au premier tour de l'élection présidentielle. Les résultats ont montré une particularité, à savoir que les candidates ont davantage « dénoncé » l'organisation des élections et mis en avant le mouvement du « Collectif des candidats », lequel mouvement porte sur la révision de la liste électorale et le report des scrutins. Au vu de ces thèmes prévalents, il semble que les candidates aient utilisé le réseau Facebook pour communiquer sur leurs revendications et pour porter des accusations contre les autres candidats. D'ailleurs, les « Manifestes de campagne » et les « Echos de campagne » enregistrent seulement une proportion de 5,6 %, contre 44,39 % pour l'ensemble des candidats.

Tableau 6 : Les thèmes abordés par les femmes candidates

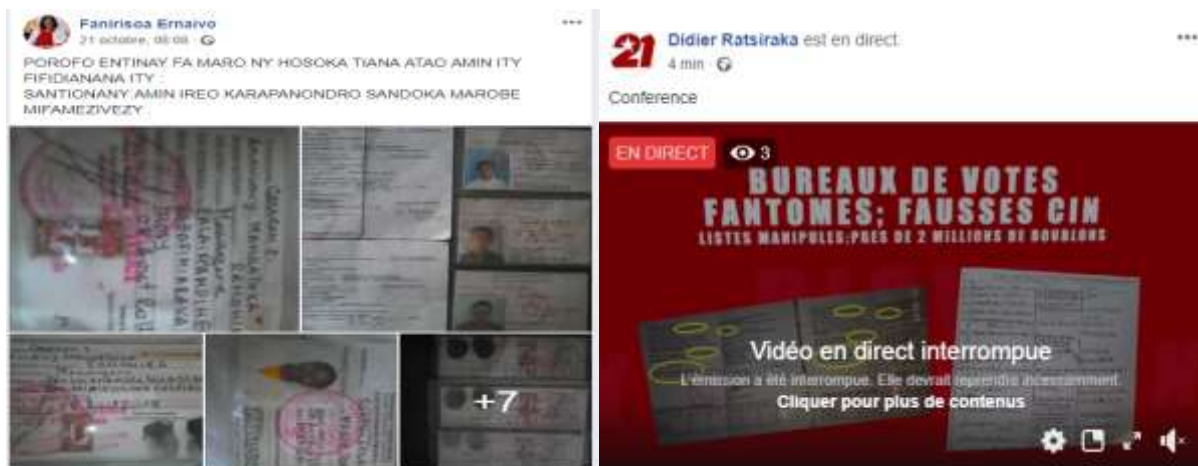
Thème	Pourcentage
Accusation contre la CENI	16,80%
Collectif des candidats	11,20%
Dénonciation contre les autres candidats	8,80%
Social	6,40%
Sécurité	4,80%
Fraudes électorales	4,00%
Contrôle des financements de la campagne	3,20%
Droits humains	3,20%
Sensibilisation électorale	3,20%
Violence électorale	3,20%
Manifeste de campagne	3,20%
Economie	3,20%
Politique	2,40%
Communautés internationales	2,40%
Echos de la campagne	2,40%
Autres	21,60%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

#### E. Les discours sensibles dans les communications des candidats

Durant les derniers jours de la campagne électorale du premier tour de l'élection présidentielle, les discours sensibles ont émané principalement des candidats Didier Ratsiraka et Fanirisoa Ernaivo, qui ont diffusé tour à tour la rumeur selon laquelle « des fraudes massives sont en préparation au vu des fausses cartes d'identité nationale qui circulent ».



## Illustration 1 : Des rumeurs de fraudes électorales véhiculées par des candidats



Etant donné que l'audience de Didier Ratsiraka a baissé, et que celle de Fanirisoa Ernaivo est restée quasiment statique, il apparaît que ces discours sensibles de candidats n'aient pas reçu l'adhésion des Facebook-nautes. Autrement dit, l'impact de ces discours sensibles sur les Facebook-nautes paraît négligeable.

### F. Des comptes de candidats piratés

Plusieurs candidats à la présidentielle ont déclaré que leurs comptes Facebook ont été piratés. A titre d'exemple, Rasolofondraosolo Zafimahaleo a démenti l'information parue sur son compte Facebook selon laquelle il soutient le candidat Andry Rajoelina. D'après ses explications, un de ses comptes Facebook qui a publié cette déclaration de soutien, a été frauduleusement détournée dans le but de nuire à son image. Le candidat Jean Omer Beriziky s'est également dit victime d'un compte fake qui porte son nom, dénommé « Jean Omer Beriziky Ofisialy ». Ledit compte fake a publié une information selon laquelle il soutient aussi Andry Rajoelina.

De son côté, le candidat Mailhol André Dieu Donné, le jour du silence électoral, a déclaré que son compte a été piraté, d'où les photos qui ont émané du compte, lesquelles présentent le candidat Marc Ravalomanana comme étant le Satan incarné. Malgré tout, à la date du 13 décembre 2018, la publication n'a toujours pas été retirée et le compte existe toujours bien qu'il ne soit plus alimenté.

Rappelons que seul le compte d'Andry Rajoelina s'est muni de la mention « Officiel » procurée par Facebook.

## II. LA COMMUNICATION SUR LES COMPTES DE SOUTIEN AUX CANDIDATS

Comme pour le premier rapport de Monitoring sur la communication politique sur Facebook, un intérêt a aussi été porté sur les activités dans les comptes de soutien des candidats. L'UMM a repris les mêmes critères pour constituer l'échantillon d'analyse des comptes de soutien.

### A. Prolifération des faux comptes de soutien

Les comptes dits « fake » ont pollué la communication sur Facebook durant la campagne électorale malgache. Un compte est considéré comme « fake » par l'Unité de Monitoring des Médias, dès lors qu'il réunit plusieurs de ces critères :

- Informe sur des candidats en leur nom sans que ces informations n'apparaissent sur les comptes officiels ;
- A été dénoncé par le compte du candidat comme étant « fake » ;
- Ne partage pas ses publications vers les comptes officiels ;
- Enregistre une prévalence de propos incendiaires dans ses publications ;
- Aucune modération n'est assurée par le propriétaire du compte.

Des Pages Facebook et Groupes publics sur Facebook, dont la vocation semble être de soutenir un candidat, répondent à ces critères. Il est ainsi du compte dénommé « Tiako I Madagasikara Marc Ravalomanana » qui a été dénoncé par le média du candidat Marc Ravalomanana comme étant fake. De même, un autre compte dénommé « Tanora TIM » a été identifié par les partisans du candidat comme étant un compte de soutien fake, dont le contenu contient notamment des propos dénigrants envers le candidat Andry Rajoelina. Les partisans de Marc Ravalomanana ont alors été invités à se mobiliser pour signaler ce compte fake.

L'on note que le candidat disposant de la plus large audience, Marc Ravalomanana, a été la principale cible de ces faux comptes de soutien.

Illustration 2 : Dénonciations à l'égard des comptes fake



### B. Les comptes de soutien au service de l'éducation électorale

Les comptes de soutien aux candidats ont contribué à l'éducation électorale à Madagascar durant le premier tour de l'élection présidentielle. Ils ont été nombreux à avoir monté une vidéo reconstituant les étapes à suivre pour le remplissage du bulletin unique.

Illustration 3 : Vidéo d'éducation électorale



### C. Les discours sensibles dans les comptes de soutien aux candidats

Plusieurs discours sensibles ont été relevés dans les publications des comptes de soutien sur Facebook. Des abus ont été constatés notamment, dans l'utilisation des caricatures et de dessins de presse où sont souvent représentés les candidats. Ces caricatures présentent parfois des scènes de violence dans lesquelles un candidat se fait trancher la tête ou se fait jeter des tomates. Bien que légalement acceptés au nom de la liberté d'expression, les dessins satiriques ci-dessous, publiés par les comptes de soutien, traduisent dans une certaine mesure, un non-respect du fair play politique dont les candidats et leur comité de soutien doivent faire preuve durant la campagne électorale.

Illustration 4 : Non-respect du fair-play politique dans les dessins de presse



L'étude s'est également intéressée à la représentation des femmes dans les comptes de soutien. Il apparaît que les stéréotypes sexistes qui, par définition, sont des « représentations communes et réductrices qui attribuent certaines caractéristiques aux femmes et aux hommes, et reproduisent des relations hiérarchisées entre les genres », ont été nombreux. Une des caricatures publiées sur ces comptes de soutien, présente le candidat Marc Ravalomanana et son épouse, la Maire de la capitale Lalao Ravalomanana. Dans le dessin, cette dernière demande l'autorisation de son époux avant de donner l'ordre en vue du ramassage des ordures dans la capitale. Elle semble ici, attendre les ordres de son époux, qui est alors représenté comme étant supérieur à elle.

Dans ce contexte, la Commission Electorale Nationale Indépendante a diffusé un spot de sensibilisation sur son compte Facebook, dans lequel elle réitère l'importance du vote des femmes et des jeunes.

### Illustration 5 : Stéréotypes sexistes dans les comptes de soutien de candidats



Les comptes de soutien des candidats ont-ils respecté le silence électoral imposé par la loi la veille du scrutin du 7 novembre 2018 ? A cette question, il a été relevé que globalement, les comptes de soutien se sont contentés de déclarations visant à démentir l'existence d'activité de campagne électorale le jour du silence. Et pour cause, des témoignages de Facebook-nautes ont fait état de SMS envoyés sur leur téléphone, qui sont une invitation à voter pour tel ou tel candidat.

### III. LA COMMUNICATION SUR LES PAGES INFLUENTES DE DEBAT

Les Groupes publics et Pages influentes de débats sur Facebook, et de manière plus générale, la communication sociale sur Facebook durant la période de campagne électorale, ont également fait l'objet d'une analyse qualitative.

A première vue, Facebook a permis aux mouvements qui se présentent comme « anti-fraudes électorales » de disposer d'un espace d'expression. Le mouvement a mis à la disposition des Facebook-nautas, un décor de photo de profil.

Illustration 6 : Décor de photo de profil créé par un mouvement « anti-fraudes électorales »



Des extraits des discours incendiaires qui ont été relevés dans les Groupes de discussion et Page qui enregistrent un nombre important d'audience sont rapportés dans le tableau ci-dessous. A la différence des résultats obtenus durant les premiers jours de campagne, les discours ont atteint un niveau de gravité plus élevé à l'approche du jour du vote. Rappelons que l'échantillon d'analyse reste le même que celui utilisé dans le premier Rapport de monitoring sur la communication politique sur Facebook.

Si les discours hostiles envers les étrangers, le propos belliqueux ainsi que les rumeurs ont marqué les premiers jours de campagne, la deuxième période a vu l'apparition d'appels à la violence. Par contre, les GDD de l'échantillon se sont montrés moins virulents dans leurs discours, à l'exception du GDD « Ndao Andalina Politika Avo Lenta » où les propos incendiaires ont été nombreux. Du côté des cibles des propos, il s'agit dans la majorité des cas, des candidats et des électeurs. Les propos incendiaires sont apparus sous forme de texte et de photo-montages.

Tableau 7 : Extraits de propos incendiaires dans les posts des GDD

<b>Langage offensant - propos belliqueux – propos injurieux</b>	<b>Cible du propos</b>	<b>Formats du propos</b>	<b>GDD</b>
<i>Un foutu message à la population d’Antsirabe : 95% des votes en faveur de Ravalomanana proviennent de vous. Préparez-vous espèces de trous du cul. L’année prochaine, vous mangerez vos merdes espèces d’enculés. Sales chômeurs et sales putes que vous êtes.</i>	<b>Electeurs</b>	<b>Texte</b>	<b>NHPAL</b>
<i>Si Rajoelina est élu, cela voudra dire que le taux de stupidité à Madagascar est encore très élevé. Vrai ou non ?</i>	<b>Electeurs</b>	<b>Textes</b>	<b>NHPAL</b>
<i>Le 13 ou Andry Rajoelina est le symbole de l’anarchie, du bordel, du machiavélisme, de la filouterie, du complot et de la manipulation qu’on a vécu de 2009 à 2013. C’est pour cela que je suis contre lui.</i>	<b>Candidat</b>	<b>Texte</b>	<b>NHPAL</b>
<i>Nous allons élire un bandit. Lequel de ces bandits vous allez élire ? 12 ou 13 ou 25 ?</i>	<b>Candidat</b>	<b>Texte</b>	<b>NHPAL</b>
<i>Même si j’ai volé, escroqué et dérobé depuis 2009, je compte encore vous faire manger votre merde une nouvelle fois (émoticône)</i>	<b>Candidat</b>	<b>Photomontage</b>	<b>NHPAL</b>
<i>Le niveau de débat de Ravalolo est vraiment honteux. Cela se voit comme une évidence sur la TVM que c’est un home inculte et sauvage</i>	<b>Candidat</b>	<b>Texte</b>	<b>NHPAL</b>
<b>Diffusion d’alarmes et de rumeurs</b>	<b>Cible du propos</b>	<b>Formats du propos</b>	<b>GDD</b>
<i>Ce petit gamin a osé emprunter 182 millions de dollars aux Blancs pour faire sa propagande et il a donné Madagascar en hypothèque. Ne vous étonnez pas si ce petit gamin va brader et mettra en promotion les richesses de Madagascar.</i>	<b>Candidat</b>	<b>Texte et photo</b>	<b>NHPAL</b>
<b>Appels à la violence</b>	<b>Cible du propos</b>	<b>Formats du propos</b>	<b>GDD</b>
<i>Il faudrait tuer tous ces partisans de Ravalolo car ils détruisent ce pays. Cela se voit bien que c’est un vieillard. Et vous votez encore pour un Président comme lui.</i>	<b>Candidat et électeurs</b>	<b>Texte</b>	<b>NHPAL</b>

Par ailleurs, les discours du style « Madagascar sera-t-il donc dirigé forcément par un Merina ou par un Hova. Où sont les esclaves et les côtiers ? », ou « c'est à notre tour, nous les côtiers, maintenant de choisir qui sera le prochain Président », ou encore « « Pourquoi nous les côtiers, ne votons pas pour un côtier comme nous ? », ou encore « Vous les Tuléarois, votez pour votre propre dirigeant si vous ne voulez pas voter pour Dada. Mais gare à vous si c'est Dada qui sera élu. Vous allez voir ce que vous allez voir » ont été nombreux durant la période d'analyse. Il apparaît que ces discours, qui, font la discrimination sur la base des régions d'origine, soit des candidats, soit des électeurs. Certains s'apparentent à des discours de haine qui se définissent comme des discours d'intolérance contre une personne ou un groupe de personnes sur la base de caractéristiques diverses comme l'âge et l'ethnie. Dans notre cas, ces discours ont eu, semble-t-il, comme objectif d'alimenter une haine envers un candidat/des électeurs, sur la base de ses/leurs origines ethniques ou géographique. En effet, le discours fait une dichotomie entre « côtiers » et « Merina », qui constituent une des représentations ethniques à Madagascar.

#### A. Les propos incendiaires le jour du silence électoral

Des rumeurs sur le report de la date de l'élection ont circulé dans les GDD durant le jour du silence électoral. Il y est indiqué que l'élection aura lieu le 8 novembre au lieu du 7 novembre 2018.

#### B. Les propos incendiaires le jour du vote

Le jour de l'élection (7 novembre) a été marqué par une plus importante diffusion de rumeurs concernant des soi-disant « fraudes électorales » dans les GDD. Il est rapporté, entre autres, qu'un groupe d'individus achète les bulletins de vote qui n'ont pas encore été cochés et qui comportent déjà les signatures des deux membres de bureau de vote. Des propos ciblant des partisans de candidats qui sont traités de « cons », ont également été relevés, notamment en rapport avec des selfies prises dans l'isoloir, sachant qu'il est interdit de prendre des photos dans le bureau de vote.

#### C. Les activités des médias sur Facebook

Certains médias présents sur Facebook ont contribué à alimenter la tension durant la période électorale. Bien qu'ils n'aient pas de statut de « média en ligne » proprement dit, leur description sur Facebook ou leur activité laisse entendre que ces médias ont a priori, pour vocation d'informer des actualités à Madagascar. Il en est ainsi notamment d'« Actus Mada » et « Aty ny Maso », qui se montrent particulièrement virulents dans leur post. Le média « Le Citoyen », pour sa part, est un quotidien (presse écrite) qui dispose d'une version sur Facebook. Ce média a diffusé une rumeur concernant un « hold-up électoral » le jour de l'élection.



Illustration 7 : Publications de médias sur Facebook

Le Citoyen a partagé une publication. 20 min

Vers un Hold Up électoral #elections #Madagascar #crise\_electorale #contestation

Faly sy ravo i kotofetsy sy imahaka raha vao mahita faly olona fity Ravaoniana mbola leo amin'ny fitoriana naho ny tonga leo amin'ny toerana maha bery tanana indry i Lalao sy nisy mangrana hoaminy mpivarotra eto Antananarivo amin'ny tanarantam-pahefana, ny fetra, ny fandroana ny mpivarotra, ary ny fparitahany fako manaràna sy taga-tana Antananarivo.

CTUS MADA

Accueil

Publications

Médias

Photos

Propos

Communauté

Publicités

CTUS MADA Page

**(25) ASSASSINS**

-----In vraie histoire-----

**UN DICTATEUR SANGUINAIRE**

👍 🤔 😬 Aty ny Maso et 4,5 K autres personnes 664 commentaires 66 partages

[www.pevmadagascar.eu](http://www.pevmadagascar.eu)



Ce projet est financé par l'union européenne