



الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري
Хорошо + + + + + | Эфирное | ӨНХЭЖЭГ
Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle

Publié sur *Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle* (<https://www.haca.ma>)

[Accueil](#) > La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle publie son rapport relatif à la couverture des élections générales communales et régionales 2015 dans les médias audiovisuels, durant la période électorale

[A](#) [1] [+A](#) [1]

La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle publie son rapport relatif à la couverture des élections générales communales et régionales 2015 dans les médias audiovisuels, durant la période électorale

16 nov 2013

Conformément aux missions constitutionnelles et légales de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) de veiller au respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans les médias audiovisuels et, conscient de l'importance des échéances électorales dans l'édifice démocratique, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle (CSCA), en cohérence avec sa vision institutionnelle tracée dans son plan stratégique 2013-2017 a rendu, en date du 20 juillet 2015, sa décision n° 26-15 portant adoption d'une recommandation aux médias audiovisuels à l'occasion des élections générales communales et régionales 2015.

Cette recommandation comprend 20 articles exhortant les opérateurs à l'engagement du respect des dispositions légales et réglementaires s'y rapportant et des principes déontologiques communément admis, pour permettre aux médias audiovisuels remplir leur rôle, tout au long de la période électorale s'étalant du 22 juillet 2015 au 03 septembre 2015, soit 44 jours.

A la lumière de l'opération de suivi de la couverture des élections générales communales et régionales durant la période précitée, la HACA a réalisé un rapport descriptif en deux parties. La première partie présente des données quantitatives relatives à cette couverture (le volume horaire des programmes dédiés aux élections, les interventions des partis et des candidats et leur répartition selon le sexe et la langue, les catégories d'intervenants, les sujets traités et leur portée spatiale et ce, parallèlement au suivi de la campagne électorale dans les services publics concernés (du 22 août au 3 septembre 2015, soit 13 jours). Quant à la seconde partie, elle présente une évaluation du degré de respect par les médias de communication audiovisuelle de la mise en œuvre des dispositions de la décision susmentionnée prise par le CSCA.

Au niveau de la première partie, le rapport relève ce qui suit :

1. L'implication de l'ensemble des services radiophoniques et télévisuels, publics et privés,

dans la couverture du processus électoral, soit par la diffusion de programmes, de magazines d'information, de bulletins ou de spots de sensibilisation durant la période électorale et ce, pour un volume horaire global (exception faite des spots de sensibilisation relatifs à la participation aux élections) de 1463 heures, réparties presque à égalité entre les secteurs public et privé ;

2. L'implication dynamique des services privés dans le processus tout au long de la période électorale, puisqu'ils ont continué à diffuser des programmes dédiés aux représentants des partis politiques jusqu'à la fin de cette période le 03 septembre 2015 ;
3. Les partis de la majorité parlementaire ont atteints 45% de l'ensemble des interventions des partis politiques dans les médias de communication audiovisuelle, contre 35% pour les partis de l'opposition parlementaire et 20% pour les partis non représentés au Parlement, avec toutefois des disparités entre les médias des services public et privé. Il convient de relever qu'un seul service public et un autre privé ont donné la parole à une liste indépendante ;
4. 468 représentants de partis politiques ont pris la parole sur 22 services, pour une durée de 97 heures, dont 105 femmes (22%), sachant que le volume horaire de leurs interventions a été réparti presque à égalité entre les secteurs public et privé ;
5. La part des interventions des représentants des partis politiques, à portée spatiale locale, a atteint 19% du volume horaire global de leurs interventions, alors que la part des sujets en rapport avec les régions a atteint 3%. Quant aux sujets à portée spatiale nationale, leur part a atteint 78% ;
6. 36 services radiophoniques et télévisuels publics et privés ont attribué, durant toute la période électorale, un total de 2628 couvertures médiatiques ayant été classifiées durant le suivi en 10 sujets centraux qui se présentent comme suit : lois et règlements encadrant les élections et le fonctionnement des collectivités territoriales, gestion et procédures administratives et techniques du déroulement du processus électoral, présentation des activités et des programmes des partis politiques, soutien de la participation politique du citoyen, participation politique des femmes, attentes des citoyens et enjeux des élections, plaintes des citoyens au sujet de la gestion des affaires locales, résultat de la gestion des affaires locales, atouts des collectivités territoriales et la participation des personnes à besoins spécifiques ;

Les intervenants ont pris la parole dans la totalité de ces couvertures. Ils se répartissent comme suit :

1. Les experts et les professeurs universitaires représentent 37% de la totalité de ces couvertures. Leurs interventions se sont axées au premier degré sur les lois et les règlements encadrant les élections et le fonctionnement des collectivités territoriales ;
2. Les acteurs politiques ont représenté 23 %. Ils ont principalement présenté les activités et les programmes de leurs partis ;
3. Les citoyens ont représenté 12%. Ils ont principalement exprimé leurs observations et leurs critiques de concernant la gestion locale et leurs attentes par rapport aux conseils élus ;

4. Les acteurs associatifs ont représenté 11%. Ils ont principalement exprimé les attentes des citoyens et les enjeux des élections locales et régionales.

Le reste des couvertures a été réparti entre celles comprenant des intervenants représentant plusieurs et/ou autres catégories d'intervenants.

Au niveau de la deuxième partie, il a été relevé ce qui suit :

1. Les services de la Société nationale de radio et de télévision (SNRT) ont reçu, sans exception, l'ensemble des partis participant aux élections (32 partis, dont 3 présentés au nom d'unions de partis), alors que 12 autres ont pris la parole dans les services de la société « SOREAD-2M » et entre 6 et 28 partis sur chacun des services privés ;
2. Le sujet des droits des femmes en général et de leur participation politique en particulier, a atteint une part de 40% du volume horaire global de la prise de parole des représentantes des partis politiques, alors que la part de ce sujet n'a pas dépassé 2% dans les interventions des citoyens, 5% dans celles des experts et des professeurs universitaires et 13 % dans celles des acteurs associatifs
3. Généralement, il n'a pas été relevé que les experts et les professeurs universitaires connus pour leur appartenance partisane aient fait allusion, durant leurs interventions, nominativement à leur partis ou exprimé de manière directe et claire des positions de leurs partis et ce, conformément aux dispositions de l'article 7 de la recommandation précitée du CSCA ;
4. La majorité des services audiovisuels publics et privés ont traité, dans quelques uns de leurs bulletins ou programmes durant la période électorale, de sujets se rapportant aux personnes à besoins spécifiques. La chaîne « Al Oula » a été la seule à avoir fait usage du langage des signes dans un seul programme, afin de faciliter l'accès aux programmes à cette catégorie de citoyens.

[Téléchargement de la version complète du rapport.](#) [2]

Liens

[1] <https://www.haca.ma/fr/javascript%3A%3B> [2]

<https://www.haca.ma/sites/default/files/pdf/Rapport%20Elections%20-%20Version%20PR%20-%2016%20novembre%202015%20fin.pdf>