

دليل
الصحفي
التونسي
في الحملة
الانتخابية
23 اكتوبر 2011



الهيئة الوطنية لإصلاح الإعلام والاتصال

www.inric.tn





دليل الصحفي التونسي في الحملة الانتخابية 23 اكتوبر 2011

يمكن تحميل نسخة إلكترونية من هذا الدليل
من موقع الهيئة على العنوان التالي :

www.inric.tn

روابط مفيدة

بوابة الحكومة التونسية

www.jort.gov.tn

المطبعة الرسمية التونسية

www.jort.gov.tn

الهيئة العليا المستقلة للانتخابات

www.isie.tn

وكالة تونس إفريقيا للأنباء

www.tap.info.tn

الرابطة التونسية للدفاع عن حقوق الإنسان

www.ltdh-tunisie.org



فهرس

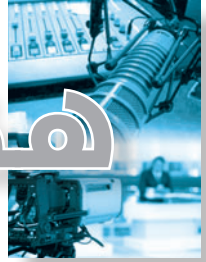
06 ص	تقديم
07 ص	I. المبادئ العامة
07 ص	• واجب إعلام الناخبين
07 ص	• المساهمة في التثقيف الانتخابي
08 ص	II. إعداد خطة تغطية إعلامية
08 ص	• البرمجة وترقيم الصفحات
09 ص	• تنظيم هيئات التحرير
09 ص	• التحضيرات التي يجب أن يقوم بها الصحفي
10 ص	III. سلوك الصحفي في الحملة الانتخابية
15 ص	IV. الإطار القانوني للحملة الانتخابية
	• الحملة الانتخابية في وسائل الإعلام الوطنية
16 ص	حسب المرسوم عدد 35
	• قرار يضبط القواعد التي يتعين على وسائل الإعلام
19 ص	السمعية والبصرية التقيدها بها خلال الحملة الانتخابية
24 ص	• قرار يضبط قواعد وإجراءات الحملة الانتخابية
36 ص	• الجرائم المتصلة بالحملة الانتخابية وعقوباتها

Sommaire

Présentation	Page 49
I. Les principes généraux	Page 48
Le devoir d'informer les électeurs	Page 47
Contribuer à l'éducation électorale	Page 47
II. La préparation d'un plan de couverture	Page 46
Programmation et pagination	Page 45
Organisation de la rédaction	Page 44
Préparation du journaliste	Page 43
III. Recommandations pour le journaliste en période électorale	Page 42
Les sources bibliographiques	Page 38

*Nota : Le folio de ce guide bilingue,
correspond à l'ouverture en arabe
s'écrivant de droite à gauche.*

هذا الدليل



موعد 23 أكتوبر 2011 لانتخاب المجلس التأسيسي هو محطة أساسية في تاريخ تونس الحديثة التي أضاءت درب الانعتاق من الاستبداد واختارت الديمقراطية بديلا لسطوة الفرد، وهو أيضا موعد لدور جديد يضطلع به الصحفي التونسي في أول انتخابات حرة ومتعددة في المنطقة العربية، وبقدر ما يتوج هذا الدور الصحافة التونسية التي ظلت مكبلة خلال عقود فانه يجعلها في مقدمة الأحداث وي طرح عليها تحديات لا بد من رفعها، فلا ديمقراطية بدون إعلام حر ومستقل ومتنوع ولا ثقة في إعلام لا يتسم بالحيادية والمسؤولية تجاه المجتمع.

هذا الدليل هو إسهام من الهيئة الوطنية لإصلاح الإعلام والاتصال في إبراز أن الصحفي التونسي يأخذ على محمل الجد دوره في مرحلة الانتقال الديمقراطي ويمارسه وفق قواعد العمل الصحفي وأخلاقيات المهنة.

صمّم هذا الكتيّب خصيصا للصحفيّين للاستئارة به أثناء فترة الانتخابات، وهو يهتم بكل وسائل الإعلام سواء كانت خاصة أو عموميّة وبغضّ النظر عن اختصاصاتها أو مجال بثها أو توزيعها.

1. المبادئ العامة

المبادئ المهنية والأخلاقية للصحافة هي الضمانة الأساسية لإجراء حملة انتخابية حرة وشفافة. لهذا يتعين على كل وسيلة إعلامية وضع المبادئ التوجيهية الكبرى التي ينبغي أن يتبعها الصحفيون بدقة لضمان الحياد والمساواة بين المترشحين بحسب ما يتوفر لديها من موارد تقنية وبشرية.

واجب إعلام الناخبين

إعلام المواطنين وجعلهم على بينة من مختلف المعلومات المتعلقة بالحملة الانتخابية واجب أخلاقي ومهني يلتزم به جميع الصحفيين.

المساهمة في التثقيف الانتخابي

يجب على الصحفيين أن يزودوا المواطنين بمعلومات عن كيفية الانتخاب، وأن يشرحوها لهم الشروط التي تضمن لهم حق التصويت أو الترشح، وكيفية الترسيم في القوائم الانتخابية، وتنظيم عمليات

- التصويت داخل الفضاءات المخصصة لذلك.
- ويمكن تقديم هذه المعلومات العامة في إطار تحقيق (روبرتاج):
- عن التدابير التنظيمية للمجتمع المدني والمنظمات الحكومية المتخصصة في التثقيف الانتخابي.
 - عن مدى استيعاب المواطنين لمختلف جوانب المنظومة الانتخابية والتحسيس بمواقع الضعف/الخلل التي يجب التفطن إليها.

II. إعداد خطة تغطية إعلامية

- يجب الإعداد للتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية قبل انطلاقها رسمياً.
- تتولى كل مؤسسة إعلامية الإعداد لمدونة سلوك أثناء الانتخابات حسب المعايير المهنية المتعارف عليها دولياً.
 - الصحفي حلقة مهمة في تنظيم التغطية الانتخابية، فهو الذي يتنقل إلى الميدان، ويغطي الاجتماعات العامة، ويلتقي بالمرشحين، ويتقصى نبض الشارع وميولاته، ويعدّ التحقيقات.
 - العمل الصحفي هو عمل مركب يستوجب إعداد خطة لتغطية الانتخابات بتظافر مجهودات العديد من الفاعلين وتعبئة كفاءات بشرية (مثل المصورين، والتقنيين، والمصممين) ومادية.

البرمجة وترقيم الصفحات

يجب أن يقدم مدير البرمجة في الإذاعة أو التلفزة تصوراً خاصاً للبرمجة يتضمن:

- مواجهات حوارية بين المترشحين، مثل طاولة مستديرة تجمع حولها مترشحين وفريقا من الخبراء، أو برامج تفاعلية تفتح المجال لمختلف المترشحين لطرح أفكارهم والإجابة عن تساؤلات المواطنين مباشرة.
- أما في ما يخص الصحافة المكتوبة، فإن مدير النشرية مطالب بتحديد الصفحات المخصصة كمنبر حر للتعبير وضبط عددها (صفحات الرأي). ويتقاسم المترشحون والقراء والخبراء والصحفيون افتتاحيات وتعليق هذه المساحة.

تنظيم هيئات التحرير

وجود هيئات تحرير واجتماعها الدوري ضروري لانجاز العمل الصحفي أثناء الفترة الانتخابية، في سبيل ضمان التعددية اللازمة لإنجاز تغطية متكاملة ومتوازنة طويلة فترة الحملة. فيجب مثلاً أن تحدد مهام كل فرد في هيئة التحرير، ويمكن أن يكلف الصحفي بتغطية جهة معينة أو محور محدد أو نشاط حزب أو مرشح، وهو مطالب بمواكبة أنشطة كل الأحزاب المعروفة والمترشحين باتزان وحيادية. ويُنصح باجتماع استثنائي لهيئة التحرير قبل انطلاق الحملة الانتخابية، ويبقى التشاور والحوار اليومي ضروريين.

التحضيرات التي يجب أن يقوم بها الصحفي

- جمع معلومات عن الأحزاب والمترشحين: الهيكلية، طريقة التسيير، الموارد المالية، الموقع الجغرافي، الوزن السياسي على المستوى الوطني والمحلي، التحالفات الحالية والسابقة، أهم محاور الحملة الانتخابية.
- ربط علاقات مميزة مع المتحدث الرسمي لكل حزب، أو مع شخصية تحتل وظيفة هامة في المؤسسة أو المنظمة التي تهتم بتنسيق الحملة

الانتخابية بهدف تسهيل طرق الاتصال بهم للحصول على المعلومات الضرورية بالسرعة المطلوبة .

• تحديد قائمة من القضايا الرئيسية التي يود الناخبون طرحها على المرشحين والأحزاب لمناقشتها.

• وضع قائمة من الخبراء للتشاور والحصول على تعليقات بخصوص الحملة.

• التحقق من صلاحية البطاقة المهنية للصحفي والاستعلام حول الإجراءات المعتمدة (الإذن بمأمورية) التي تخول له تغطية الحملة الانتخابية.

• استقاء المعلومة من الهيئة الوطنية للانتخابات حول اعتماد وسائل الإعلام خلال فترة الانتخابات تطبيق قواعد محددة.

III. سلوك الصحفي في الحملة الانتخابية

الإعلام هو المصدر الأساسي للمعلومة بالنسبة للناخبين، لهذا السبب يسعى بعض الفاعلين في الحملة الانتخابية إلى التأثير على الصحفيين لتأمين تغطية إعلامية تخدمهم، ومن بين الأساليب المعتمدة تقديم بيانات تستجيب لقواعد الكتابة الصحفية حتى يستسهلها الصحفي ويقدمها كما هي دون جهد نقدي أو استقصائي، لذلك وجب على الصحفي:

• أن لا يكتفي بالمعلومات التي يقدمها حزب أو مرشح، بل يجب عليه أن يشرح الرهانات والأبعاد المطروحة.

- أن لا ينسخ أو حتى يقتبس من نصوص البلاغات والبرامج.
- أن لا يتأثر بالبرامج الاتصالية للأحزاب و المرشحين التي تفورها مكاتب العلاقات العامة أو العلاقات مع الصحافة.
- إشراك الخبراء لتقييم مدى ملاءمة مقترحات المرشحين والأحزاب لاحتياجات البلاد والمجتمع وإبراز التناقضات والتنازع على المصالح.
- اللجوء الى مسؤولين من المجتمع المدني للمساعدة على شرح كبرى الرهانات الوطنية المطروحة على الأحزاب و المرشحين.
- وضع مشاغل المواطنين في صلب المعركة الانتخابية باعتماد مختلف التقنيات الصحفية (سرد قصص لأشخاص، نماذج ريبورتاجات حول مواضيع يطررها المواطنون أنفسهم، اعطاء الكلمة للمواطنين بالجهات الداخلية او ممثلي الأقليات والنقابات المهنية والجمعيات النسائية وجمعيات حقوق الإنسان).
- الاعتماد على منهج تغطية صوت الناخب والانطلاق من اهتمامات الناخبين بدلا من وعود السياسيين وذلك بإعلام الناخبين بمدى اهتمام السياسيين بشواغلهم وطرح اهتمامات الناخبين الحقيقية على السياسيين.
- عند اللجوء إلى اقتباس عبارات مأخوذة من بلاغات أو من ندوات صحفية يجب إما وضعها بين ظفرين أو ذكر أصحابها.
- توخي الحذر إزاء الإحصائيات التي تقدمها الأحزاب السياسية بشأن عدد المشاركين في التجمعات الحزبية، ومقارنة هذه الإحصائيات بمعطيات يمكن جمعها من خلال الصحفيين وسكان المنطقة أو أي شخص يكون حاضرا على عين المكان.
- تجنب نشر نتائج عملية سبر الآراء الخاصة بشعبية الأحزاب والمرشحين اجتنابا للتأثير على توجهات الناخبين، فهذه العمليات قد لا تستجيب

- للمنهجيات العلمية التي تضمن مصداقيتها.
- التعامل بحذر إزاء نتائج عملية سبر الآراء مع التأكيد على نسبة هذه النتائج ودلالاتها.
- إحترام فترة صمت وسائل الإعلام وعدم نشر نتائج سبر الآراء إنطلاقاً من يوم 1 أكتوبر 2011 وذلك بالنسبة لانتخابات المجلس التأسيسي ليوم 23 أكتوبر 2011.
- التدريب على معرفة الأحداث التي يصطنعها المترشحون بهدف جلب الانتباه.
- أن يتساءل الصحفي عن ردود الأفعال التي تلت خطاب المترشح (إيجابية وسلبية) وقيم الأسئلة التي يطرحها المواطنون أثناء الزيارة، (إن كانت تلقائية أو لا).
- على الصحفي أن يظل في الميدان بعد مغادرة المترشح، لمعرفة المزيد من المعلومات.
- لا يقبل الصحفي الحوافز في مقابل كتابة أي شيء إيجابي حول حزب ما أو مرشح أو أي شخص آخر معني بالحملة الانتخابية وعليه أن يحذر الطريقة التي يقبل بها بعض التسهيلات من الأحزاب السياسية (وسائل نقل، دعوات عشاء أو غداء، هدايا...)، حتى لا يؤثر ذلك على نزاهته.
- يجب على الصحفي أن لا يقدم أي معلومات أو وعود بشأن ما يعتزم كتابته حول نشاط حزب أو مرشح.
- أن يفرق بين تغطية الوقائع ومقالات الرأي ضماناً لعدم الخلط بين الرأي والخبر.
- كتابة التقارير بطريقة متوازنة تتسم بالحياد والموضوعية بحيث لا يظهر الصحفي انحيازه أو ميولاته السياسية.

- أن يحصل على تعليق من الجانبين كلما كان ذلك ممكنا (إطار ضوابط الحيادة)، إذا قدم أحد المرشحين إدعاء ضد مرشح آخر.
- ضمان حق الرد لكل الأحزاب والمرشحين على حد سواء، وتصويب تقارير الوقائع إذا ثبت عدم دقتها.
- على الإعلام، أثناء الانتخابات :
- بث مواد إخبارية خاصة توفر للجمهور فرصة طرح أسئلة مباشرة لقادة الأحزاب والمرشحين كما توفر للمترشحين فرصة مناظرة بعضهم البعض.
- تقديم المواد الإخبارية الخاصة بالانتخابات في أوقات محددة وعلى صفحات معينة.
- اجتناب كل مرجعية دينية أو عرقية أو مذهبية في تناول أو في مناقشة برامج الأحزاب، كما في المواد الإخبارية و الحوارية.
- العمل على تسجيل الحوارات صوتيا (بالنسبة للصحافة المكتوبة) والاحتفاظ بالتسجيل حتى يتسنى التثبت مما قاله المستجوب في حالة حصول تصويبات أو ردود.
- عدم تحريف أقوال المحاور و ذلك في عملية الاستشهاد أو الاقتطاع أو التوظيف في روبرتاج (تحقيق).

المصادر البيبليوغرافية

- دليل المقابلات الصحفية
- وثيقة المادة 19



الإطار القانوني للمرحلة الانتخابية



الحملة الانتخابية في وسائل الإعلام الوطنية حسب المرسوم عدد 35*

الفصل 44

يرخص للمترشحين في نطاق حملتهم الانتخابية استعمال وسائل الإعلام الوطني دون سواها. وتسهر الهيئة العليا المستقلة للانتخابات على تنظيم استعمال وسائل الإعلام على أساس المبادئ المشار إليها بالفصل الأول من هذا المرسوم وتتخذ لهذا الغرض التدابير اللازمة.

الفصل 45

تعمل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات على إزالة كل العراقيل التي تتعارض مع مبدأ حرية النفاذ إلى وسائل الإعلام على أساس عدم التمييز بين جميع القوائم المترشحة وعلى أساس معايير دقيقة تتعلق باحترام الحياة الخاصة وكرامة الإنسان وحقوق الغير والنظام العام. وتحدد الهيئة العليا المستقلة للانتخابات المعايير التقنية والقواعد الخاصة بالبرامج المتعلقة بالحملة الانتخابية التي يتعين التقيد بها من قبل مؤسسات الإعلام والاتصال بالقطاعات العام والخاص. وتعد كل مؤسسة إعلامية خاصة برنامج توزيع الحصص والمساحات المخصصة للحملة الانتخابية للمترشحين وتعرضه على الهيئة العليا المستقلة للانتخابات للموافقة عليه.

الفصل 46

تحدد الهيئة العليا المستقلة للانتخابات قواعد وإجراءات الحملة الانتخابية، بما فيها مدة الحصص والبرامج والمساحات المخصصة

لمختلف القوائم المترشحة وتوزيعها وتوقيتها بمختلف وسائل الإعلام بالتشاور مع مختلف الأطراف المعنية على أساس احترام مبادئ التعددية والشفافية والمساواة وتكافؤ الفرص.

الفصل 47

تتولى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات مراقبة احترام هذه القواعد، وتتلقى الطعون المتعلقة بعدم احترامها. وتتخذ عند الاقتضاء الإجراءات والتدابير اللازمة لوضع حد فوري لكل التجاوزات قبل نهاية الحملة الانتخابية. ويمكن الطعن في القرارات التي تتخذها الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في هذا الشأن أمام الدوائر الاستئنافية للمحكمة الإدارية والتي تبت في الطعن حسب إجراءات مبسطة في أجل عشرة أيام من تاريخ تقديم الطعن. وتكون قراراتها باتة.

الفصل 48

تتعهد الهيئة العليا المستقلة للانتخابات بالرقابة تلقائياً أو بناء على طعن. ويمكن للهيئة القيام بجميع الأبحاث والتحريات في نطاق احترام حقوق الدفاع دون إمكانية معارضتها بالسّر المهني. ولها عند الاقتضاء الاستعانة بأعوان الضابطة العدلية المنصوص عليهم بالفصل 10 من مجلة الإجراءات الجزائية.

ويتعين على أصحاب المؤسسات الإعلامية ومقومي الشبكات الاتصالية ومشغليها مدّ الهيئة بالوثائق والبيانات الضرورية لإنجاز الأبحاث والتحريات اللازمة.

الفصل 49

تستعين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في إطار مهامها، بمراقبين يقع اختيارهم على أساس الحياد والاستقلالية والكفاءة ويكونوا مكلفين بمراقبة الوثائق ومعاينة كافة المخالفات، وذلك بالتنسيق مع

الهيئة الوطنية لإصلاح الإعلام والاتصال والنقابة الوطنية للصحافيين التونسيين. وعند الاقتضاء يقع تأهيل هؤلاء المراقبين لضمان حسن قيامهم بمهامهم. ويتولى المراقبون المكلفون من قبل الهيئة إعلامها ومدّها بكافة الوثائق والتسجيلات الدالة على التجاوزات فوراً.

* نصوص من المرسوم عدد 35 لسنة 2011 مؤرخ في 10 ماي 2011 يتعلق بانتخاب المجلس الوطني التأسيسي

قرار يضبط القواعد التي يتعين على وسائل الإعلام السمعية والبصرية التقيد بها خلال الحملة الانتخابية

الفصل 1

تطبق أحكام هذا القرار من قبل وسائل الإعلام الوطنية العمومية والخاصة وعلى كل البرامج سواء إن تعلقت بالأخبار أو المنابر السياسية أو الحوارات السياسية أو حصص الحملة الانتخابية.

الفصل 2

لوسائل الإعلام الحق:

- في النفاذ إلى مصادر الإعلام الرسمي الانتخابي وإلى كل أحداث الحملة،
- في الإعلام عن كل مسألة متعلقة بالعملية الانتخابية،
- في التعبير عن مواقفها حسب أخلاقيات المهنة.

الفصل 3

يتعين على وسائل الإعلام الوطنية العمومية والخاصة مراعاة مبدأ الحياد والنزاهة عند بثّ التقارير.

الفصل 4

يتعين على وسائل الإعلام الوطنية العمومية والخاصة عدم بثّ تصريحات تشهيرية أو تضييلية من شأنها إثارة الجدل حول العملية الانتخابية.

الفصل 5

يجب على وسائل الإعلام الوطنية العمومية والخاصة أن تسهر عند اختيار مقتطفات من بيانات المرشحين وممثلي الأحزاب وتعليقاتهم

على عدم تحريف المعنى العام للسياق.

الفصل 6

يتعيّن على وسائل الإعلام عند استعمالها لأرشيفها التنصيص على مرجع الأرشيف وتاريخه مع العمل على عدم تركيب الصور بما من شأنه المس من المعنى الأصلي للوثيقة.

الفصل 7

يجب على وسائل الإعلام العمومية والخاصة المحافظة على التسجيلات السمعية والبصرية التي تم بثّها منذ 12 سبتمبر 2011 ووضعها على ذمّة الهيئة العليا المستقلة للانتخابات وذلك طيلة الحملة الانتخابية ويوم التصويت وإلى حدود 3 أشهر بعد التصويت.

الفصل 8

يتعيّن على كافة وسائل الإعلام العمومية والخاصة قبل بداية الحملة الانتخابية احترام مبدأ الإنصاف في تعاملها مع ممثلي الأحزاب والمرشحين المحتملين وتسهيل نفاذهم إلى مختلف البرامج ذات المحتوى السياسي والبرامج الحوارية والنشرات الإخبارية والتعليق والنقاشات المتعلقة بهم وبمناصريهم.

الفصل 9

يتعيّن على وسائل الإعلام الوطنية العمومية والخاصة خلال بث الأخبار التقيّد بمبدأ الحياد والنزاهة عند ترميز الفقرات المتعلقة بمتابعة نشاط مختلف المرشحين المنتمين إلى مختلف القوائم وذلك على أساس مبدأ الإنصاف وكذلك عند تقديم التحاليل المخصّصة لمختلف الأحداث والأنشطة المتعلقة بها.

الفصل 10

على وسائل الإعلام الوطنية العمومية والخاصة عند التعليق على

المستجدّات والأحداث الوطنية غير المرتبطة بالانتخابات أن تراعي في استدعاء المترشحين للتعليق عليها الضرورة والحاجة.

الفصل 11

يجب أن يخضع وقت التكلم المسند إلى كل حزب أو قائمة مترشحة خلال المنابر السياسية أو الحوارات السياسية إلى قاعدة المساواة المتناسبة.

ويقصد بمساواة متناسبة أن يكون وقت التكلم ووقت الظهور المخصصين للمترشحين ولسانديهم حسب شروط برمجة مماثلة وتناسب مع تواجد كل قائمة أو حزب أو مجموعة سياسية على مستوى كل الدوائر الانتخابية.

الفصل 12

يجب أن يخضع وقت الظهور على الهواء خلال البرامج المتعلقة بحصص الحملة الانتخابية إلى قاعدة المساواة المتناسبة.

الفصل 13

يتعيّن على مختلف وسائل الإعلام إعداد كشف أسبوعي حول مشاركة مختلف المترشحين في مختلف الحصص الحوارية ذات المضمون السياسي يتضمّن رصدًا للمساحات التي تم تخصيصها لمختلف القوائم ومناصريها يتم توجيهها إلى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في أجل أقصاه يوم الأحد الذي يلي بثّ الحصص.

الفصل 14

يتعيّن على مختلف الإذاعات والتلفزات العمومية التقيّد بقرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في خصوص توزيع الحصص ومدد ترتيب وتقرير الحصص المتعلقة بالحملة الانتخابية.

الفصل 15

يحجر على وسائل الإعلام الوطنية الخاصة استعمال أساليب الإشهار التجاري لغاية دعاية انتخابية لفائدة المترشحين ابتداء من 12 سبتمبر 2011.

الفصل 16

يتعين على وسائل الإعلام الوطنية الخاصة الراغبة في تغطية الحملة الانتخابية تقديم مطلبها إلى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في أجل أقصاه 15 يوما قبل انطلاق الحملة الانتخابية. وتتولى الهيئة البت والمصادقة عند الاقتضاء على البرنامج المقدم من قبل وسيلة الإعلام الخاصة في أجل أقصاه خمسة أيام من تاريخ تقديمه.

الفصل 17

يتعين على مختلف الإذاعات والتلفزات الخاصة التقيّد بالبرنامج المصادق عليه من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات في خصوص توزيع الحصص ومدد ترتيب وتمرير الحصص المتعلقة بالحملة الانتخابية.

الفصل 18

تلتزم المؤسسات الإعلامية الخاصة بإنتاج وبرمجة وبث حصص الحملة الانتخابية لفائدة جميع القوائم المترشحة دون تمييز أو تعصب طبقا لنفس الشروط المعتمدة في الغرض من قبل التلفزة الوطنية .

الفصل 19

يحجر قطع تدخلات المترشحين خلال الحصص المخصصة للحملة الانتخابية لبث ومضات إخبارية.

الفصل 20

يحق لحزب أو مترشح تم ثلبيه أو تعرض لأي نوع من التعسف جراء تصريح عبر وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية الرد على ذلك.

وعلى وسيلة الإعلام أن تجسم حق الرد في اجل لا يتجاوز ثلاثة أيام.

الفصل 21

تسهر وسائل الإعلام العمومية والخاصة على عدم بث التصريحات التي من شأنها أن تشكل مصدرا لجدل انتخابي في ظروف يكون معها حق الرد مستحيلا أو غير ذي جدوى.

قرار مؤرخ في 3 سبتمبر 2011 يتعلق بضبط القواعد

التي يتعين على وسائل الإعلام السمعية والبصرية

التقيد بها خلال الحملة الانتخابية

صادر عن الهيئة العليا المستقلة للانتخابات

قرار يتعلق بضبط قواعد وإجراءات الحملة الانتخابية

قررت الهيئة العليا المستقلة للانتخابات ما يلي :

الفصل 1

- يضبط هذا القرار قواعد وإجراءات الحملة الانتخابية الخاصة بالمجلس الوطني التأسيسي في المجالات المتعلقة بالمسائل التالية:
- الدعاية الانتخابية،
 - الحملة الانتخابية،
 - الصمت الانتخابي،
 - نفقات الحملة الانتخابية.

العنوان الأول : الدعاية الانتخابية

الفصل 2

تمتع الدعاية الانتخابية في جميع وسائل الإعلام بمؤسسات الإعلام العمومية والخاصة ابتداء من 12 سبتمبر 2011.

وتعد دعاية انتخابية استعمال المترشحين أو الأحزاب ووسائل الإعلام أو الوسائط الإشهارية الخاصة والعامة بمقابل مادي أو مجاناً قبل تاريخ انطلاق الحملة الانتخابية لعرض برامجهم الانتخابية أو تقديم بعض المترشحين لفائدة العموم.

الفصل 3

يحجر قبل بداية الحملة الانتخابية إعلان رقم هاتف مجاني بوسائل الإعلام لفائدة مترشح أو قائمة مترشحة أو تخصيص موزع صوتي.

الفصل 4

تعدّ دعاية انتخابية مقنّعة تمرير قائمة مترشحة أو مترشح بصورة متواترة مرتين أو أكثر في اليوم الواحد عبر قناة تلفزيونية أو إذاعية وذلك سواء ضمن البرامج الحوارية ذات المضمون السياسي أو ضمن المساحات المخصّصة لمتابعة نشاط الأحزاب والفعاليات السياسية أو أثناء النشرات الإخبارية.

الفصل 5

يحجر على وسائل الإعلام العمومية أو الخاصة اللجوء إلى الإشهار المقنع خلال الحملة الانتخابية أو خلال الفترة الممتدة بين 12 سبتمبر وتاريخ انطلاق الحملة وذلك من خلال التسويق لحزب معين أو لمترشح.

الفصل 6

يحجر استغلال أماكن العمل والمؤسسات التربوية والجامعية وأماكن العبادة للدعوة إلى حزب سياسي معين أو قائمة مترشحة أو التحريض على الكراهية بين المترشحين المنتمين إلى أحزاب سياسية أو تيارات فكرية مختلفة. ويتولى الأعدوان المؤهلون من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات رفع المخالفات وتضمينها بتقرير يرفع إلى الهيئات الفرعية المختصة ترايبا، ويمكن للهيئة وحسب نوعية المخالفة المرتكبة توجيه إنذار إلى القائمة المترشحة مع إمكانية إحالة الملف إلى النيابة العمومية المختصة ترايبا طبقا لأحكام الفقرة الأولى من الفصل 75 من المرسوم عدد 35 لسنة 2011 المؤرخ في 10 ماي 2011.

العنوان الثاني : الحملة الانتخابية

الفصل 7

تفتتح الحملة الانتخابية قبل يوم الاقتراع باثنين وعشرين يوما وتنتهي قبل يوم الاقتراع بأربع وعشرين ساعة.

الفصل 8

الحملة الانتخابية هي مجموعة الأنشطة والأعمال الإعلانية بمختلف وسائط الإعلام التي تقوم بها قائمة مترشحة أو مساندها بهدف تعريف الناخبين ببرنامجها الانتخابي خلال المدّة الزمنية المحددة لذلك صلب الروزنامة الانتخابية قصد الحصول على أكبر عدد ممكن من الأصوات يوم الاقتراع.

وتعتبر من وسائل الحملة الانتخابية الإعلانات الانتخابية والاجتماعات العمومية الانتخابية والحملة الانتخابية عبر وسائل الإعلام السمعية والبصرية والمكتوبة والإلكترونية.

الباب الأول : الإعلانات الانتخابية

الفصل 9

يقصد بالإعلانات الانتخابية مجموعة المعلقات الانتخابية والإعلام بمواعيد الاجتماعات والمناسير والبرامج الانتخابية.

الفصل 10

لا يمكن لأية معلقة انتخابية لقائمة مترشحة أن تتضمن علم الجمهورية التونسية أو شعارها.

الفصل 11

يجب أن لا يتعدى حجم المعلقات التي تحتوي على صور وأسماء المترشحين أو البرامج الانتخابية حجم 29,7x42 سم والمعدّة لأن توضع بالأماكن المخصصة من قبل البلديات والمعتمديات والعمادات.

الفصل 12

تقوم الأحزاب والقوائم المترشحة بطباعة المعلقات الخاصة بها وتعليقها بالأماكن المخصّصة لها.

الفصل 13

تتولى الهيئة الفرعية بالتنسيق مع البلديات والمعتمديات إعداد كشف في الأماكن التي ستخصص لتعليق القوائم والبرامج الانتخابية مع تقسيمها إلى مساحات متساوية ومتطابقة مع عدد القوائم المتحصلة على الوصل النهائي وترتيبها حسب البلديات والعمادات وذلك في أجل أقصاه عشرة أيام قبل انطلاق الحملة الانتخابية.

الفصل 14

تتولى الهيئة الفرعية للانتخابات استدعاء رؤساء القوائم المتحصلة على الوصل النهائي في أجل أقصاه سبعة أيام قبل انطلاق الحملة الانتخابية قصد إجراء قرعة بينهم لتحديد ترتيب كل قائمة بمختلف الأماكن المخصصة للتعليق من قبل البلديات والمعتمديات وذلك بحضور عدل منفذ.

ويحرر محضر في الغرض يوجه نظير منه إلى مختلف البلديات والمعتمديات الراجعة لها بالنظر.

الفصل 15

يتعين على القوائم المترشحة أثناء تعليق برامجها وإعلاناتها التقيد بالمساحات المخصصة لها من قبل الهيئة الفرعية ولا يحق لها التعليق

في الأماكن المخصصة لقوائم أخرى.
كما يحجر على القوائم المترشحة إبتداء من 12 سبتمبر 2011
وخلال الحملة الانتخابية شراء أماكن للتعليق من المؤسسات الشهارية.

الفصل 16

في صورة مخالفة الضوابط المشار إليها أعلاه يتولى العون المؤهل من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات تحرير تقرير في الغرض يرفعه إلى الهيئة الفرعية الراجع لها بالنظر والتي تتولى التنبيه على القائمة المخالفة بالتقيد بالضوابط الخاصة بتعليق الإعلانات الانتخابية كما تتولى مطالبة البلدية والمعتمدية بإزالة المخالفة فوراً .

الفصل 17

يحجر على الأعوان العموميين وأعوان المنشآت والمؤسسات العمومية توزيع برامج المترشحين أو مناشيرهم داخل الإدارات والمخلات المستغلة من قبل السلط العمومية. كما يمنع استعمال الوسائل والموارد العمومية أثناء الحملة الانتخابية لفائدة أحد المترشحين أو القوائم المترشحة.
وفي صورة مخالفة أحكام الفقرة الأولى من هذا الفصل يتولى العون المؤهل لذلك رفع تقرير إلى الهيئة الفرعية للانتخابات الراجع إليها بالنظر التي تتولى بناء على ذلك التقرير أو بناء على دعوى من يهمله الأمر التنبيه على المخالف أو إحالة الملف مباشرة إلى النيابة العمومية المختصة طبقاً لاحكام الفقرة الثانية من الفصل 75 من المرسوم عدد 35 لسنة 2011 المؤرخ في 10 ماي 2011.

الباب الثاني : الاجتماعات العمومية الانتخابية

الفصل 18

الاجتماعات العمومية الانتخابية التي تعقدتها القوائم المستقلة والأحزاب السياسية في نطاق الحملة الانتخابية حرّة غير أنّه يجب إعلام الهيئة الفرعية للانتخابات المختصة تريبا بعقدتها قبل 72 ساعة على الأقل من تاريخ الاجتماع.

ويصدر الإعلام وجوبا عن أحد أعضاء القائمة المترشحة المنظمة للاجتماع ويتضمن تاريخ الاجتماع ومكانه وتوقيت انعقاده واسم ولقب وعنوان كل عضو من أعضاء مكتبه .

ويتركب مكتب الاجتماع من شخصين على الأقل تختارهما القائمة المترشحة مهمتهما حفظ النظام والحرص على حسن سير الاجتماع.

الفصل 19

تتولى الهيئة الفرعية للانتخابات مسك دفتر خاص تعده الهيئة المركزية تسجل فيه كل التنسيصات الواردة في الإعلام بالاجتماع العمومي الانتخابي.

الفصل 20

يمنع عقد الاجتماعات العمومية الانتخابية بالطريق العام أو بأماكن العبادة أو بأماكن العمل أو المؤسسات التربوية والجامعية.

الفصل 21

تتولى البلديات والمعتمديات بالتنسيق مع الهيئات الفرعية للانتخابات تقديم التسهيلات الضرورية لتمكين القوائم المترشحة

من عقد اجتماعاتها بالأماكن العمومية مع مراعاة مبدأ المساواة بين جميع القوائم المتحصلة على الوصل النهائي.

الفصل 22

يجب أن يحافظ الاجتماع على صبغته الانتخابية طبقا لما تمّ الإعلام به. ويحجر على المتدخّل اعتماد كل خطاب من شأنه النيل من النظام العام والأخلاق الحميدة أو أن يحثّ على الكراهية أو التعصب أو التمييز على أسس الدين أو العرق أو الجهة أو الجنس أو أن ينال من حرمة الجسدية للمتشرّحين والناخبين وأعراضهم. وللمكتب إذا رأى ضرورة لذلك أن يحل الاجتماع ويمكن له عند الاقتضاء الاستعانة بالقوّة العامة.

الفصل 23

يتولى المراقب المؤهل من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات إعداد تقرير يومي عن الاجتماعات العمومية المنعقدة في نطاق الدائرة الراجع إليها بالنظر يسجل فيه مختلف التجاوزات المرتكبة يرفعه إلى الهيئة الفرعية للانتخابات المختصة ترابيا. وللهيئة الفرعية تقدير المخالفة والتنبيه على القائمة المترشحة باحترام الضوابط الواردة بهذا القرار.

الفصل 24

وفي صورة عقد القائمة المترشحة اجتماعا دون إعلام الهيئة الفرعية للانتخابات بتاريخه تتولى الهيئة الفرعية توجيه إنذار إلى القائمة المترشحة والمنظمة للاجتماع كما لها أن تطلب من السلط الإدارية المختصة إيقاف الاجتماع حالا.

الباب الثالث : الحملة الانتخابية عبر وسائل الإعلام

الفصل 25

يمكن لقائمة مترشحة أو حزب إحداث موقع إلكتروني خلال الحملة الانتخابية لعرض برنامجه والتعريف به.

الفصل 26

يمكن للمترشحين في نطاق حملتهم الانتخابية استعمال وسائل الإعلام الوطنية سواء العمومية أو الخاصة دون سواها. ويقصد بوسائل الإعلام الوطنية كل وسيلة بث ونشر المعلومة مسموعة أو مرئية مسجلة بالتراب التونسي طبقا للقوانين التونسية.

الفصل 27

تسهر الهيئة العليا المستقلة للانتخابات خلال الحملة الانتخابية على احترام مختلف وسائل الإعلام لمبدأ المساواة بين مختلف القوائم المترشحة أثناء مختلف البرامج ذات المضمون السياسي. وتتولى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات ضبط القواعد التي يتعين على مختلف وسائل الإعلام السمعية والبصرية في الغرض.

الفصل 28

تضبط الهيئة العليا المستقلة للانتخابات شروط إنتاج وبث الحصص المتعلقة بالحملة الانتخابية عبر وسائل الإعلام السمعية والبصرية وذلك بمقتضى قرار.

الفصل 29

تحدّد الهيئة العليا المستقلة للانتخابات بقرار مدّة الحصص المتعلقة بالحملة الانتخابية وطرق توزيعها وتوقيت بثّها عبر وسائل الإعلام

السمعية والبصرية العمومية.

الفصل 30

تتولى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات مراقبة وسائل الإعلام في تغطيتها للحملة الانتخابية وما قبلها وذلك بواسطة مراقبين يتم انتدابهم للغرض.

يتولى المراقبون متابعة وسائل الإعلام بداية من 12 سبتمبر 2011 للتأكد من مدى احترامها للقواعد والضوابط المنصوص عليها بالمرسوم عدد 35 لسنة 2011 المؤرخ في 10 ماي 2011 ول مقتضيات هذا القرار.

الفصل 31

يعد المراقبون تقارير دورية ترفع للهيئة العليا المستقلة للانتخابات حول تغطية وسائل الإعلام للحملة الانتخابية وما قبلها. في صورة معارضة إخلال وسائل الإعلام للمبادئ المنصوص عليها بالفصول 44 و45 و46 من المرسوم عدد 35 لسنة 2011 المؤرخ في 10 ماي 2011 المتعلق بانتخاب المجلس الوطني التأسيسي ولأحكام هذا القرار يتولى المراقب مباشرة تحرير تقرير في الغرض يرفع للهيئة المركزية للهيئة العليا المستقلة للانتخابات مشفوعا بالتسجيلات أو الوثائق المتضمنة للإخلال الذي تمت معارنته لاتخاذ التدابير الضرورية تجاه وسائل الإعلام المعنية.

الفصل 32

تتلقى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات الطعون المتعلقة بعدم احترام قواعد وإجراءات الحملة الانتخابية توجه إليها من قبل رئيس القائمة المترشحة أو الممثل القانوني للمؤسسة الإعلامية وذلك في أجل 24 ساعة من معارضة الإخلال.

الفصل 33

بصرف النظر عن العقوبات الواردة بالفصل 79 من المرسوم عدد 35 لسنة 2011 المؤرخ في 10 ماي 2011 والمتعلق بانتخاب المجلس الوطني التأسيسي يمكن للهيئة العليا المستقلة للانتخابات وفي صورة معارضة مخالفة وسائل الإعلام الوطنية للأحكام الواردة بهذا القرار اتخاذ التدابير التالية :

دعوة المؤسسة الإعلامية المعنية إلى ضرورة الإعلان عن المخالفة المرتكبة عبر نفس وسيلة الإعلام وخلال نفس البرنامج أو الصفحة أو الفضاء الذي تم خلاله ارتكاب المخالفة،
الإذن بتعليق البرنامج وذلك لمدة محددة،
في صورة العود حرمان المؤسسة الإعلامية من تغطية الحملة الانتخابية.

الفصل 34

وفي صورة استعمال القائمة المترشحة لوسيلة إعلام أجنبية تتولى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات :

1. التنبيه على المؤسسة الإعلامية الأجنبية بعدم فسح المجال أمام الأحزاب والقوائم المترشحة أثناء الحملة الانتخابية،
2. وفي صورة العود مطالبة السلط العمومية المختصة بسحب اعتماد الصحافيين التابعين للمؤسسة الإعلامية المعنية.

الفصل 35

وفي جميع الحالات وبغض النظر على التدابير الأخرى الموجهة إلى المؤسسات الإعلامية فإنه يمكن للهيئة العليا المستقلة للانتخابات توجيه إنذار إلى القوائم المترشحة المخالفة كما يمكن حرمانها من بعض الوقت المخصص لها بوسائل الإعلام.

الفصل 36

يمنع بثّ ونشر نتائج سبر الآراء التي لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بالانتخابات والدراسات والتعليق الصحفية المتعلقة بها عبر مختلف وسائل الإعلام ابتداء من تاريخ انطلاق الحملة الانتخابية.

العنوان الثالث : الصمت الانتخابي

الفصل 37

يحجّر توزيع الإعلانات المتضمنة للقائمة الاسمية للمترشحين أو صورهم أو اسم القائمة وبرنامجها وذلك بعد انتهاء الحملة الانتخابية ويوم الاقتراع.

الفصل 38

يحجّر توجيه إرساليات عبر الهاتف الجوّال إلى العموم للتأثير عليهم أو استعمال أي وسيلة إشهار أخرى وذلك بعد انتهاء الحملة الانتخابية ويوم الاقتراع.

الفصل 39

يتوقف التحيين بالموقع الإلكتروني للحزب أو للقائمة المترشحة قبل 24 ساعة من تاريخ الاقتراع.

العنوان الرابع : النفقات الخاصة بالحملة الانتخابية

الفصل 40

تعد من بين النفقات التي تدرج ضمن الحسابية المتعلقة بالحملة الانتخابية:

- النفقات المتعلقة بإحداث الموقع الكتروني إذا ما تمّ هذا الإحداث قبل انطلاق الحملة الانتخابية أو النفقات المتعلقة بتحسين وتطوير الموقع خلال الحملة الانتخابية،
- النفقات المتعلقة بطباعة ونشر كتب ونشريات توزع مجاناً لفائدة الناخبين. ويستثنى من هذا الإجراء النفقات المتعلقة بطباعة الكتب والنشريات التي يتمّ بيعها لفائدة العموم،
- النفقات المتعلقة بالهدايا والعطايا التي يقدمها الحزب أو المترشح لفائدة العموم شريطة أن لا تتجاوز تلك النفقات 5% من النفقات وإلا اعتبرت من قبيل الآليات والطرق المعتمدة للتأثير على الناخبين،
- النفقات المتعلقة بالعمليات الإشهارية،
- نفقات كراء قاعات الاجتماعات،
- النفقات المتعلقة بالتنقلات للقيام بالحملة الانتخابية،
- النفقات المتعلقة بطباعة الإعلانات الانتخابية وتعليقها.

قرار مؤرّخ في 3 سبتمبر 2011
يتعلق بضبط قواعد وإجراءات الحملة الانتخابية

الجرائم المتصلة بالحملة الانتخابية وعقوباتها *

التهمة

توزيع برامج أو منشير أو أوراق التصويت من طرف أعوان السلطة العمومية

استعمال الوسائل والموارد العمومية في الدعاية الانتخابية للمترشحين

القيام بالدعاية في أماكن العبادة وأماكن العمل والمؤسسات التربوية والجامعية أثناء الحملة الانتخابية

القيام بالدعاية المتضمنة الدعوة إلى الكراهية أو التعصب والتمييز على أسس دينية أو فئوية أو جهوية أو عروضية

تلقي المترشح للانتخابات إعانة مادية من جهة أجنبية بصفة مباشرة أو غير مباشرة

عدم الالتزام بقواعد وإجراءات الحملة الانتخابية بما فيها مدة الحصر والبرامج والمساحات المخصصة لمختلف القوائم المترشحة

انتحال اسم أو صفة أو الإدلاء بتصريحات أو شهادات مدلسة عند الاقتراع أو إخفاء حالة الحرمان من الاقتراع

التقدم للاقتراع بأكثر من مكتب واحد

إفشاء سرّ متعلّق بالاختيار من طرف ما استعان به الناخب غير القادر على التصويت بنفسه

اختلاس قائمة الناخبين أو أوراق التصويت أو صندوق الاقتراع

تدليس أو اختلاس أو إتلاف أو حجز محاضر الاقتراع

الاعتداء على حرية الاقتراع باستعمال العنف أو التهديد أو استعمال الارتشاء المادي سواء سلط مباشرة على الناخب أو أقاربه

العقاب المستوجب		الفصل	
الخطية	السجن		
ألفي دينار	عام	75	
ألفي دينار	عام	75	
ألف دينار	شهر واحد	75	
ألف دينار	شهر واحد	75	
ألفي دينار	عام	77	
من ألف إلى خمسة آلاف دينار		79	
ألف دينار	6 أشهر	74	
ألف دينار	6 أشهر	74	
ألف دينار	6 أشهر	74	
ثلاثة آلاف دينار	5 أعوام	76	
ثلاثة آلاف دينار	5 أعوام	76	
ثلاثة آلاف دينار	5 أعوام	76	

n'ont pas été rigoureusement rapportés ;

- Diffuser des éléments d'information qui permettent au public de poser des questions directement aux dirigeants des partis et aux candidats, et à ces derniers la possibilité de débattre entre eux ;
- Présenter les éléments d'information relatifs aux élections à des horaires précis ou sur des pages spéciales ;
- Éviter toutes références à la religion, à la race ou aux courants religieux dans la présentation et la discussion des programmes comme dans les programmes d'information et des débats ;
- Enregistrer les interviews (pour la presse écrite) et garder les enregistrements de manière à vérifier les déclarations des interviewés lorsque ces derniers exigent des rectificatifs ou un droit de réponse.
- Ne pas dénaturer les déclarations de l'interviewé en les citant dans un article ou en les montant pour les utiliser dans un reportage.

Les sources bibliographiques :

- Le Guide de l'entretien (RSF)
- Le document Article 19

- Demander si le discours a suscité des réactions ? Etaient-elles toujours positives ? Les personnes visitées ont-elles posé des questions ? Semblaient-elles spontanées ? Rester toujours sur les lieux après le départ du candidat pour tenter d'en savoir plus ;
- Ne pas accepter la corruption ou toute autre incitation en contrepartie d'un traitement positif de l'actualité d'un parti, d'un candidat ou toute autre personne concernée par la campagne électorale.
- Etre vigilant sur la manière par laquelle il accepte certaines facilités des partis politiques (moyens de transport, invitations à des déjeuner ou des diners, cadeaux...) et veiller à ce que cela n'influence pas son travail journalistique ;
- Ne pas donner des informations ou des promesses relatives à ce qu'il s'apprête à écrire sur l'activité d'un parti ou d'un candidat.
- Distinguer la relation de faits et des articles d'opinions afin d'éviter la confusion entre l'information et l'opinion ;
- Ecrire les articles de manière équilibrée, neutre et objective afin de ne pas laisser paraître sa partialité ou ses obédiences politiques ;
- Obtenir un commentaire de toutes les parties à chaque fois qu'un candidat a exprimé des allégations ou des griefs contre un autre candidat ;
- Garantir le droit de réponse à tous les partis et les candidats à pied d'égalité et rectifier à chaque fois qu'il s'avère que les faits

de presse utilisées ;

- Etre proactif pendant les conférences de presse. Ne pas se contenter d'écouter. Demander des explications, des précisions, des exemples, des chiffres, des justifications ;
- Ne pas se fier aux statistiques fournies par un parti sur le nombre de personnes ayant participé à un rassemblement. Les comparer avec d'autres sources : les journalistes, les habitants du quartier, les forces de l'ordre ou toute autre personne présente sur les lieux ;
- Utiliser les sondages sur les préoccupations des électeurs, leurs problèmes et leurs inspirations et éviter de diffuser les résultats des sondages relatifs à la popularité des partis et des candidats, de manière à éviter d'influencer les orientations des électeurs. Car ces sondages peuvent ne pas répondre aux méthodologies scientifiques garantissant leur crédibilité ;
- Utiliser avec prudence les résultats des sondages d'opinion tout en soulignant leur relativité et signification ;
- Respecter la période du silence des médias et ne pas publier les résultats du sondage d'opinion à partir du 1er octobre 2011 spécialement pour l'élection de l'Assemblée Constituante du 23 octobre 2011 ;
- Apprendre à reconnaître les événements organisés par les candidats pour se mettre en valeur ;
- Etre attentif à l'attitude des personnes présentes lors d'une visite d'un candidat dans une école, un hôpital ou une entreprise.

par des bureaux de relations publiques ou de relation avec la presse ou même parfois des attachés ou des conseillers de presse qu'ils choisissent parmi les journalistes ;

- Faire intervenir des experts pour évaluer l'adéquation de leurs propositions aux besoins du pays ou de la communauté et mettre en évidence les éventuelles contradictions et conflits d'intérêts ;
- Essayer d'orienter les préoccupations des partis et des candidats vers les préoccupations des citoyens pour les inciter à répondre aux questions que posent ces derniers ;
- Recourir à des responsables de la société civile pour analyser les grands défis nationaux qui se posent aux partis et aux candidats ;
- Mettre les préoccupations des citoyens au cœur de la bataille électorale en utilisant les différentes techniques journalistiques (récits de parcours individuels, reportages sur des sujets proposés par les citoyens, donner la parole aux citoyens dans les régions intérieures ou des représentants des minorités, des syndicats professionnels, des associations féminines et des associations de droit de l'homme. . .) ;
- Se baser sur les préoccupations des électeurs et non seulement sur les promesses des politiques et cela en informant les électeurs de l'intérêt qu'accordent les politiques à leurs préoccupations et de les porter à la connaissance de ces derniers ;
- Mettre toujours entre guillemets et/ou attribuer toujours à leurs auteurs les phrases d'un communiqué ou d'une conférence

exigés pour couvrir la campagne ;

- S'informer auprès de l'Instance Supérieure Indépendante pour les Élections (ISIE) sur les éventuelles règles spécifiques à appliquer par les médias pendant la période électorale.

III. RECOMMANDATIONS POUR LE JOURNALISTE EN PÉRIODE ÉLECTORALE

Le journaliste joue un rôle important durant la période électorale car il est la première source d'information pour les électeurs. C'est pourquoi, les partis et les candidats cherchent à influencer les journalistes de manière à garantir une couverture qui leur serait favorable, en leur présentant des communiqués rédigés dans le style journalistique de manière à faciliter la tâche des journalistes et les inciter à les diffuser sans modification et à ne pas faire l'effort d'analyse et d'investigation nécessaire. C'est pourquoi le journaliste doit :

- Ne pas se contenter de reprendre les informations fournies par un parti ou un candidat mais essayer d'en expliquer les enjeux ;
- Ne jamais retranscrire, même en les paraphrasant, les communiqués et les programmes ;
- Ne pas copier, ne pas se laisser influencer par les programmes de communication des partis et des candidats souvent conduits

Préparation du journaliste

- Rassembler un maximum d'informations sur les partis et candidats: structures, fonctionnement, sources de financement, implantation géographique, poids politique national et/ou local, alliances actuelles et passées, principaux thèmes de campagne, etc. ;
- Se faire aider dans ce travail de documentation par la rédaction en chef ;
- Identifier et nouer des relations privilégiées avec le porte-parole de chaque parti ou avec une personne occupant une fonction importante dans l'organigramme et/ou l'organisation de leur campagne. L'objectif est de pouvoir les contacter pour avoir rapidement des informations (exemple : date, heure et lieu d'une réunion publique), pour organiser une entrevue avec un candidat ou pour obtenir des réactions à chaud sur un événement particulier de la campagne ;
- Dresser une liste des grands enjeux de la campagne et des problèmes importants que les électeurs souhaitent voir traités par les candidats et les partis ;
- Etablir une liste d'experts à consulter pour avoir des commentaires sur la campagne. Si vous êtes journaliste dans un média national, constituez-vous un réseau d'informateurs locaux ;
- Vérifier la validité de sa carte de presse et se renseigner sur les accréditations ou ordres de mission qui seront éventuellement

Dans un organe de presse écrite, le directeur de la publication doit déterminer l'emplacement et le nombre de pages réservés aux tribunes d'expression libre («pages opinions») des candidats, des lecteurs, des experts ou des journalistes eux-mêmes (éditoriaux et commentaires).

Organisation de la rédaction

Les conférences de rédaction sont essentielles en période électorale. Cet espace d'échange et de prise de décisions permet de maintenir le pluralisme nécessaire à une couverture complète et équilibrée tout au long de la campagne.

Il est recommandé de tenir une conférence de rédaction spéciale avant le début de la campagne pour définir le tableau de bord de la couverture. Le but est d'assurer la complémentarité et la cohésion du travail de toute la rédaction. Qui sera en charge de quoi ? Par exemple, un journaliste peut être affecté à la couverture d'une région ou d'un thème spécifique. La rédaction peut aussi affecter un journaliste à la couverture d'un seul parti ou candidat. Mais en ce cas, elle doit le faire pour chacun des principaux partis et candidats dans un souci d'équilibre et d'impartialité.

Tous les médias n'ont pas les mêmes ressources. Quand les effectifs sont réduits, chacun doit être polyvalent. Mais la concertation et le dialogue restent essentiels et doivent être quotidiens.

normes professionnelles internationales admises. La couverture médiatique d'une campagne électorale doit s'effectuer avant le début de la campagne officielle. Le journaliste est un chaînon essentiel puisqu'il va sur le terrain, couvre les réunions publiques, rencontre les candidats, prend le pouls de l'opinion et fait des reportages. Son travail dépend également des responsables de son média qui doivent concevoir une grille de programmes et une organisation de la rédaction spécifiques et adaptées à la période électorale.

- La préparation d'un plan de couverture est un véritable travail d'équipe qui mobilise de nombreux moyens humains - photographes, cameramen, preneurs de son, monteurs, infographes, ou encore chefs d'édition - et matériels.
- Le journaliste doit en effet partager ses bonnes pratiques professionnelles avec ses collaborateurs.

Programmation et pagination

Le directeur des programmes d'une radio ou d'une télévision doit concevoir des programmes spécifiques : débat contradictoire entre candidats, table ronde incluant des candidats et un panel d'experts ou émissions interactives permettant aux différents candidats de présenter leurs idées et de répondre en direct aux questions des citoyens.

la période électorale décisive dans la phase de transition démocratique que traverse notre pays depuis le 14 janvier 2011, mais aussi du fait qu'il existe des pans importants de la population faiblement alphabétisés. Ces informations peuvent contribuer, par l'éveil de la conscience civique des citoyens, à une large participation du public aux scrutins. Par exemple, expliquer dans le détail les procédures garantissant le secret du vote (qui évite les représailles éventuelles) peut rassurer certains électeurs.

Ces informations pratiques peuvent être transmises par des reportages :

- sur le travail d'organisations de la société civile ou gouvernementales spécialisées dans l'éducation électorale ;
- auprès des citoyens pour vérifier qu'ils ont bien compris les différents aspects du processus électoral et/ou pour mettre en évidence les aspects sur lesquels un travail de sensibilisation est encore nécessaire.

La transmission de ces informations suppose un sérieux travail de préparation en amont par le journaliste.

II. LA PRÉPARATION D'UN PLAN DE COUVERTURE

Dans ce cadre, chaque entreprise d'information prépare une charte de bonne conduite pour les élections conformément aux

et d'égalité de traitement entre les formations en lice et leurs candidats. Il devra, en outre, élaborer un plan de couverture de la campagne à partir des moyens techniques et humains dont il dispose et en tenant compte de sa zone de diffusion : (nationale, régionale, locale).


Le devoir d'informer les électeurs

Tous les journalistes ont un devoir professionnel et moral d'informer les citoyens en période électorale. Naturellement, ce devoir d'information porte sur les grands enjeux politiques de l'élection. Les citoyens ont besoin de l'information fournie par les médias pour mieux connaître les candidats en lice, les programmes des différents partis et les questions qui font débat. Mais le journaliste a aussi un rôle à jouer en matière d'éducation électorale des citoyens.

Contribuer à l'éducation électorale

Le journaliste doit fournir aux citoyens des informations sur les modalités de l'élection : Qui a le droit de voter et qui a le droit de se présenter ? Où, quand et comment s'inscrire sur les listes électorales ? Où, quand et comment voter ? Quel est le type de l'élection et le mode de scrutin ?

Ces informations sont essentielles aujourd'hui, tant au regard de



Cette brochure à l'adresse du journaliste en période électorale a été conçue pour aider tous les professionnels des médias à aborder cette première campagne électorale libre et démocratique - aussi passionnante que délicate - dans les meilleures conditions. Elle concerne tous les médias, indépendamment de leurs spécialités (radio, télévision, presse écrite, presse électronique), de leurs tailles (locale, nationale, internationale) ou leurs statuts (public, privé).

I. LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

Tout d'abord, il convient de rappeler les principes de base du journalisme qui deviennent déterminants dans une campagne électorale qui se tient pour la première fois dans des conditions exceptionnelles de liberté et de transparence.

D'autre part, à partir de ces principes et compte tenu de l'importance que revêt cette campagne électorale, chaque média devra définir les grandes lignes de conduite à suivre scrupuleusement par ces journalistes en vue de garantir les principes d'impartialité



Ce guide

Le rendez-vous du 23 octobre pour l'élection de l'Assemblée Constituante est un tournant important dans l'histoire de la Tunisie moderne, qui a éclairé la voie de l'émancipation du despotisme et a opté pour la démocratie et la rupture avec le pouvoir personnel.

C'est aussi une occasion pour le journaliste tunisien pour jouer un nouveau rôle à la faveur de la première élection libre et pluraliste dans le monde arabe.

Ce rôle honore la presse tunisienne, qui est demeurée enchaînée des décennies durant, la propulse sur les devants de l'actualité et la met en face de défis qu'elle se doit de relever. Car il n'y a pas de démocratie sans une information libre, indépendante et plurielle. Et nulle confiance en une information qui ne se caractérise par l'impartialité et la responsabilité envers la société.

Ce guide est une contribution de l'Instance Nationale pour la Réforme de l'Information et de la Communication, qui apporte la preuve que le journaliste tunisien prend son rôle avec sérieux en cette phase de transition démocratique et l'exerce conformément aux codes éthiques et professionnels.



**GUIDE DU JOURNALISTE
TUNISIEN
pour les élections
du 23 octobre 2011**

*Une copie numérique de ce guide est
disponible au téléchargement du site
de l'Instance à cette adresse :*

www.inric.tn

Liens utiles

Le portail du gouvernement tunisien
www.tunisie.gov.tn

L'imprimerie officielle tunisienne
www.jort.gov.tn

L'instance supérieure
indépendante pour les élections
www.isie.tn

Agence Tunis Afrique Presse
www.tap.info.tn

La ligue tunisienne
de défense des droits de l'homme
www.ltdh-tunisie.org



GUIDE DU JOURNALISTE TUNISIEN

**pour les élections
du 23 octobre 2011**



**INSTANCE NATIONALE POUR LA RÉFORME
DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

www.inric.tn