HAICA

الهيئة العليا المستقلة
للاتصال السمعي والبصري

HAUTE AUTORITÉ INDÉPENDANTE
DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

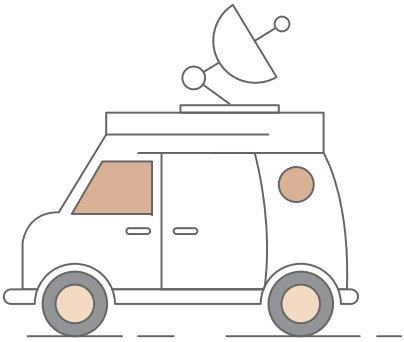
دليل الصحفي في التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية

2019

www.haica.tn

HAICA
الهيئة العليا المستقلة
للإتصال السمعي والبصري
HAUTE AUTORITÉ INDÉPENDANTE
DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

دليل الصحفي في التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية



المحتويات

تقديـم 5
الإطار القانوني والترتيبي العام للانتخابات التشريعية والرئاسـية لعام 2019 6
في تعريـف بعض المصطلحات 9
الجـزء الأول: القواعد العامة للتغطية الإعلامية للانتخابات 12
أولا: المبـادئ العامة 12
ثانيـاً: حقوق الصحفيين وواجباتهم 14
1. حقوق الصحفيين والمنشآت الإعلامية 14
2. الواجبات العامة للصحفيين وللمنشـآت الإعلامية 15
ثالثاً: المبادئ الأساسـية للتغطية الإعلامية للانتخابات 17
1. الحياد 17
2. الموضوعيـة والدقة 18
3. التوازن أو المسـاواة 18
4. الإنصاف 18
5. خدمـة الصالح العام 19
رابعـا: مبـدأ عدم تعارض المصالح والأمانة الصحفية 19
الجـزء الثـاني: إعـداد خطـة التغطيـة الإعلاميـة 20
أولا: مكونـات إعداد خطة التغطية الإعلامية 20
1. البرمجة 20
2. تحديـد أهداف التغطية وتنظيم الفريق ورصد الامكانيات 21
المراحـل المختلفة للفترة الانتخابية وخصائصها 23
مرحلـة ما قبل الحملة الانتخابية 23
مرحلة الحملة الانتخابية 24
فـترة الصمت الانتخابي 28

المحتويات

مـا بعد انتهاء التصويت وحتى إعلان النتائج 30
ثانيا: متابعة التنفيذ والرصد وتصحيح الأخطاء 30
ثالثـا: التعاون مع الهيئات المختصة 31
رابعا: البرامج والمضامين غير الإخبارية وغير السياسـية 31
خامسـا: التغطية الإخبارية لأنشـطة المسؤولين المؤسساتيين أثناء الفترة الانتخابية 32
سادسـا: التوازن فيما يتعلق بالنوع الاجتماعي ومراعاة ذوي الإعاقة 32
1. حافز نحو الديمقراطيـة 32
2. مراقبـة مدى مراعاة التوازن 33
3. الاعتناء بالخطاب 34
4. مراعاة ذوي الإعاقة الجسـدية 35
الجـزء الثالث: توصيات للصحفي 37
أولا: الإعداد الجيـد 37
ثانيا: العمل الميداني 38
ثالثا: مهارات التحقق 40
رابعا: آراء الجمهور وسبر الآراء واستطلاعات نوايا التصويت 41
خامسا: العناصر المرئية في برامج التلفزة والمواقع الإخبارية 43
سادسـا: الأخبار المضللة والزائفة 44
الجزء الرابع: التنشـيط 45
أولا: توصيـات عامة 46
ثانيا: ادارة الحوارات المسـجلة والمباشرة 47
ثالثا: إدراة البرامج التي يشـارك فيها الجمهور وأشـكال المشاركة 47
رابعا: تنشـيط الصفحات الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي 48
الملاحـق 50

تقديم

تمثّل الانتخابات التشريعية والرئاسية لسنة 2019 مرحلة هامة في دعم المسار الديمقراطي في تونس، وتساهم وسائل الاعلام السمعية والبصرية في انجاحها واكسابها الشفافية والنزاهة اللازمين من خلال انارة الناخب و ضمان نفاذ متوازن لمختلف الفاعلين السياسيين اليها وتوفير فرص متكافئة لممارسة حرية التعبير والتداول في مختلف الافكار والآراء ضمن فضاء حر ومتنوّع ومستقل.

واذ تضع الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري هذا الدليل لفائدة الصحفيين ووسائل الاعلام السمعية والبصرية بالخصوص ، فهي تهدف بالأساس الى توفير اطار عام يسمح بالعمل في بيئة حرة ومبدعة تساعد على ضمان تغطية مستقلة ومتوازنة ومنصفة وموثّقة للعملية الانتخابية.

ويحتوي هذا الدليل على جملة من القواعد والضوابط والتوصيات التي يتعين على الصحفي التقيّد بها عند تغطية مختلف مراحل المسار الانتخابي عموما والحملة الانتخابية خصوصا.

ومن المهم التأكيد على وضع خطة للتغطية الاعلامية للانتخابات بشكل مسبق قبل بدء الحملة الانتخابية، والاطلاع على كل النصوص القانونية والترتيبية الخاصة بالانتخابات فضلا عن التذكير بالضوابط المهنية والاخلاقية وتقصي كل المستجدات والعمل على التكيّف معها بما يضمن الأداء الاعلامي الجيّد.

ومع انتشار وسائل الاتصال الحديثة أصبحت الحملات الانتخابية تدار بكثرة وبقوة على شبكات التواصل الاجتماعي وبات تدفّق المعلومات وتداولها في الفضاء الافتراضي سريعا ، بما قد تحمله من أخبار غير صحيحة ، وهو ما يستوجب مزيدا من اليقظة والتمكّن من المهارات الكافية من أجل التحقق من صحة الأخبار ومصداقيتها ورصد الأخبار الزائفة منها، فالتمسّك بالمهنية والحرص على تقديم أخبار دقيقة و الاجتهاد في تقديم مادة اعلامية بأشكال صحفية متنوعة من شأنه تعزيز الثقة بين وسيلة الاعلام والجمهور وتدعيم مصداقيتها.

الإطـار القانـوني والترتيبـي العـام للانتخابـات التشريعيـة والرئاسـية لعـام 2019

إن الانتخابات التشريعية والانتخابات الرئاسية السابقة لأوانها لسنة 2019 مؤطرة بجملة من النصوص القانونية والترتيبية المنظمة لجميع مراحلها وتفاصيلها بما فيها الحملة الانتخابية وتغطيتها الإعلامية من قبل وسائل الاعلام السمعي والبصري. نذكر منها خاصة:

- دستور الجمهورية التونسية،

- القانون الأساسي عدد 16 لسنة 2014 المؤرخ في 26 ماي 2014 والمتعلق بالانتخابات والاستفتاء كما تمّ تنقيحه وإتمامه بالقانون الأساسي عدد 07 لسنة 2017 المؤرّخ في 14 فيفري 2017،

- المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 المتعلق بحرية الاتصال السمعي والبصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي والبصري،

- قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات عدد 28 لسنة 2014 المؤرخ في 15 سبتمبر 2014 المتعلق بضبط قواعد تنظيم الحملة الانتخابية وحملة الاستفتاء وإجراءاتها كما تم تنقيحه واتمامه،

- قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات عدد 02 لسنة 2014 المؤرخ في 8 أوت 2014 المتعلق بضبط قواعد تمويل الحملة الانتخابية وإجراءاته وطرقه كما تمّ تنقحيه وإتمامه،

- قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات عدد 8 لسنة 2018 المؤرخ في 20 فيفري 2018 المتعلق بضبط القواعد والشروط التي يتعيّن على وسائل الإعلام التقيّد بها خلال الحملة الانتخابية وحملة الاستفتاء،

- قرار مشترك بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري يتعلّق بضبط القواعد الخاصّة بالحملة الانتخابية

بوسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري وإجراءاتها، مؤرخ في 21 أوت 2019.

- قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات عدد 5 لسنة 2019 المؤرخ في 14 مارس 2019 والمتعلق بروزنامة الانتخابات التشريعية الرئاسية 2019 كما تم تنقيحه بالقرار عدد 10 لسنة 2019 المؤرخ في 3 أفريل 2019 والقرار عدد 14 لسنة 2019 المؤرخ في 31 ماي 2019،

- قرار الهيئة العليا المستقلة للانتخابات عدد 20 لسنة 2019 المؤرخ في 25 جويلية 2019 والمتعلق بروزنامة الانتخابات الرئاسية السابقة لأوانها لسنة 2019،

- التوصيات الصادرة عن الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري حول التغطية الإعلامية خلال فترة ما قبل الحملة الانتخابية التشريعية والرئاسية السابقة لأوانها لسنة 2019،

- مدونة سلوك الصحفيين المحليين والأجانب في تغطية الانتخابات والاستفتاء.

في تعريف بعض المصطلحات

يُقصد بالمصطلحات التالية الواردة في هذا الدليل:

- **الهيئة**: الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري

- **إعلام** : عملية نقل خبر أو معلومة أو وجهة نظر أو فكرة بغاية إكساب معرفة.

- **اتصال سمعي وبصري :** كل عملية وضع على ذمة العموم لخدمات إذاعية أو تلفزية كيفما كانت طريقة تقديمها.

- **وسائل الإعلام السمعي والبصري الوطنية**: هي منشآت الاتصال السمعي والبصري العمومية والخاصة والجمعياتية التي تمارس نشاط البث وفق التشريع الجاري به العمل.

- **منشآت اتصال سمعي وبصري:** المنشآت التي تمارس نشاط الإنتاج والبث كالمنشآت العمومية أو الخاصة للإنتاج والإرسال.

- **منشآت خاصة للاتصال السمعي والبصري**: منشآت الاتصال السمعي والبصري التي لا تعتبر منشآت عمومية أو جمعياتية.

- **منشآت سمعية وبصرية جمعياتية:** المنشآت التي تملكها أو تسيرها منظمات أو جمعيات لا تكتسي صبغة ربحية والتي تعمل على أسس غير ربحية و تبث برامج تتجه لفئات معينة وتعبر عن مشاغلها وحاجياتها الخصوصية وفق الميزات المحددة بالتشريع الجاري به العمل

- **إشهار:** كل عملية اتصال موجهة للعموم خصص لها بث بمقابل تهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى تنمية، بيع أو كراء منتجات أو إسداء خدمات أو تقديم أفكار أو قضايا أو إحداث تأثير يرغب فيه صاحب الإشهار.

- **إشهار سياسي:** كل عملية إشهار تعتمد أساليب و تقنيات التسويق التجاري موجهة للعموم تهدف إلى الترويج لشخص أو لفكرة أو لبرنامج أو لحزب أو منظمة

سياسية بواسطة قناة إذاعية أو تلفزية حيث تخصص للجهة المعلنة جزءا من وقت البث التلفزي أو الإذاعي لتعرض فيه إعلانات تسويق سياسي بمقابل أو بدون مقابل مالي من أجل استمالة أكثر ما يمكن من المتلقين إلى تقبل أفكارها أو قادتها أو حزبها أو قضاياها و التأثير على سلوك واختيارات الناخبين.

• **سبر الآراء:** هو تحقيق إحصائي يهدف إلى عرض مؤشرات كمية في فترة زمنية محددة تتعلق بآراء أو نوايا أو سلوك المجتمع من خلال استجواب عينة.

• **تسجيل**: كل معلومة سمعية و بصرية أو معطيات ذات العلاقة تم خزنها مهما كان شكلها أو مصدرها أو تاريخ إنتاجها أو نظامها القانوني سواء كان منتجها هو ماسكها أو لا وسواء كانت مصنَفة أو غير مصنَفة.

• **الإنصاف:**

ـ الإنصاف: هو المعيار المعتمد لنفاذ القائمات المترشحة لوسائل الإعلام السمعية والبصرية انطلاقا من قاعدة التناسب بين عدد القائمات المترشحة على المستوى الوطني أو الجهوي ونسبة الحضور الزمني في وسائل الإعلام السمعية البصرية.

• **التناسب على المستوى الوطني:** هو قاعدة التوازن بين نسبة نفاذ القائمات المترشحة لوسائل الإعلام على أساس نسبة عددها في الدوائر الانتخابية أو على مستوى كامل تراب الجمهورية.

• **التناسب على المستوى الجهوي:** هو قاعدة التوازن بين نسبة نفاذ القائمات المترشحة لوسائل الإعلام الجهوية والمحلية على أساس نسبة عددها في الدوائر المعنية.

• **الحياد:** هو التعامل بموضوعية ونزاهة مع كافة المترشحين وعدم الانحياز إلى أي قائمة مترشحة أو تعطيل الحملة الانتخابية لقائمة مترشحة، وتجنب كل ما من شأنه أن يؤثر على إرادة الناخب.

• **الثلب:** هو كل ادعاء أو نسبة شيء غير صحيح بصورة علنية من شأنه أن ينال من شرف أو اعتبار شخص معين بشرط أن يترتب عن ذلك ضرر شخصي ومباشر للشخص المستهدف.

• **الفترة الانتخابية:** هي المدة التي تضم مرحلة ما قبل الحملة الانتخابية، والحملة، وفترة الصمت.

• **رحلة ما قبل الحملة الانتخابية:** هي المدة السابقة للحملة الانتخابية وتمتد إلى شهرين.

• **الحملة الانتخابية:** مجموع الأنشطة التي يقوم بها المترشحون أو القائمات المترشحة أو مساندوهم أو الأحزاب خلال الفترة المحددة قانونا للتعريف بالبرنامج الانتخابي باعتماد مختلف وسائل الدعاية والأساليب المتاحة قانونا قصد حث الناخبين على التصويت لفائدتهم يوم الاقتراع. تفتتح الحملة قبل يوم الاقتراع باثنين وعشرين يوما وتنتهي الحملة أربع وعشرين ساعة قبل يوم الاقتراع.

• **فترة الصمت:** هي المدة التي تضم يوم الصمت الانتخابي ويوم الاقتراع إلى حد غلق آخر مكتب اقتراع بالدائرة الانتخابية.

• **القائمة المترشحة**: القائمة المترشحة في الانتخابات التشريعية

• **المترشح:** المترشح للانتخابات الرئاسية.

الجزء الأول
القواعد العامة للتغطية الإعلامية للانتخابات

أولا: المبادئ العامة

يتعين أولا استحضار المبادئ الأساسية التي يجب أن ينبني عليها العمل الصحفي وهذه المبادئ حاسمة في ظل انتخابات تشريعية ورئاسية تقام للمرة الثانية في تونس بعد الثورة في كنف الحرية والشفافية.

انطلاقا من هذه المبادئ، ومن القانون الاساسي عدد 16 لسنة 2014 المؤرخ في 26 ماي 2014 والمتعلق بالانتخابات والاستفتاء كما تم تنقيحه وإتمامه بمقتضى القانون الأساسي عدد 7 لسنة 2017 المؤرخ في 14 فيفري 2017 ومن القرار المشترك الصادر عن الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري والمتعلق بالتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية، ونظرا للأهمية التي تكتسيها الانتخابات التشريعية والانتخابات الرئاسية السابقة لأوانها لسنة 2019، يتعين على كل منشأة إعلامية أن تحدد لصحفييها المبادئ التوجيهية الكبرى التي يجب اتباعها بدقة، وذلك لضمان مبادئ التعددية والحياد والمساواة العادلة بين مختلف المترشحين. كما يتعين عليها إعداد خطة تغطية إعلامية للحملة الانتخابية انطلاقاً من الموارد التقنية والبشرية المتوفرة لديها مع الأخذ بعين الاعتبار لمجال البث (وطني، جهوي، محلي) بالنسبة للقنوات الإذاعية بالخصوص.

وتعد فترات الانتخابات بصورة عامة وحتى في أعرق الديمقراطيات فترات على غاية من الأهمية وشديدة الحساسية في آن واحد، لما تتسم به من ارتفاع منسوب الخطاب الدعائي من كافة الأطراف المعنية. ويمثل ذلك تحدياً كبيراً لوسائل الإعلام أمام ما تقتضيه تلك الفترات من التزام بالمبادئ التي تضمن سير العملية

الانتخابية في كنف الشفافية وبحياد تام تحقيقا لمبادئ الديمقراطية وضمانا لحق المواطن في الاختيار الواعي والحر.

وتنبي العملية الديمقراطية على مبدأين أساسيين:

1. انتخابات حرة ونزيهة،

2. اضطلاع وسائل الإعلام بأدوارها الثلاثة: تثقيف المواطن في الانتخابات واعلامه بمختلف البرامج المطروحة، ومراقبة حسن سير العملية الانتخابية وأداء كافة الأطراف المتداخلة فيها، ونقل مشاغل المواطن والتعبير عن صوته وقضاياه الرئيسية.

وتتجلى ممارسة وسائل الإعلام لهذه الأدوار الثلاثة في:

1. إعلام الناخبين

تقوم وسائل الإعلام بالعرض الأمين لبرامج مختلف القائمات المترشحة والمترشحين بما يسمح للناخبين بالاختيار الواعي. كما أنها تقدم المعلومات عن اجراءات العملية الانتخابية مثل أماكن الاقتراع ومواعيد العملية الانتخابية وما إلى ذلك من معلومات أساسية بما يسمح لهم بالإدلاء بأصواتهم بيسر.

2. مراقبة سير العملية الإنتخابية

تراقب وسائل الإعلام سير العملية الانتخابية، وتشهر بالتجاوزات الجدية والمتعمدة التي قد ترتكب من أي طرف له علاقة بالعملية الانتخابية.

3. التعبير عن صوت الناخب وقضاياه

تعبر وسائل الإعلام عن هواجس المواطن وتضمن إعطاء الناخبين، بكل فئاتهم، الفرصة للتعبير عن قضاياهم وانتظاراتهم.

ثانياً: حقوق الصحفيين وواجباتهم

1. حقوق الصحفيين والمنشآت الإعلامية

- للصحفي الحق في حريّة التعبير،
- للصحفي وللمنشأة الإعلامية الحق في النفاذ الى جميع المعلومات الرسمية المتعلقة بالانتخابات، وذلك بشكل متساوٍ وبدون تمييز بين صحفي وآخر أو منشأة وأخرى، ويتضمن ذلك الحق في الحصول على الاعتماد الصحفي لدى الجهات المعنية لتغطية الانتخابات،
- للصحفي الحق في حماية كافة مصادر معلوماته،
- للصحفي الحق في حرية التنقل،
- للصحفي الحق في الحماية من كل أنواع الاعتداءات والإهانات والهرسلة، وضد كل أشكال العنف بما في ذلك التحريض ضده على مواقع التواصل الاجتماعي،
- للصحفي الحق في حرية التحري حول كل الوقائع والمعطيات التي من شأنها التأثير على سير العملية الانتخابية. ولا يمكن في هذه الحالة التعلل لدى الصحفي بسرية المعطيات العامة أو الشخصية ما لم يتعلق الأمر بمسائل مستثناة من النفاذ بموجب القانون،
- لا يمكن إجبار الصحفي على القيام بنشاط مهني أو الادلاء برأي مخالف لقيم التغطية الحرة والنزيهة للعملية الانتخابية أو لشرفه أو لسمعته أو لمصالحه الأدبية وذلك بمقتضى «شرط الضمير»،
- للصحفي حق رفض كل تبعية من شأنها مخالفة الخط العام لمؤسسته، وأيضا كل تبعية لم يتم تحديدها بوضوح في إطار ذلك الخط العام وذلك بمقتضى «شرط الضمير»،

- للمنشأة الإعلامية الحق في ضمان أمن صحفييها وسلامتهم، وحماية مصادر معلوماتهم،
- للمنشأة الإعلامية الحق في التمتع بالتمويل العمومي في حال توفره بطريقة عادلة ومنصفة.

2. الواجبات العامة للصحفيين وللمنشآت الإعلامية

واجبات الصحفي:

- الدفاع عن حرية التعبير والتعليق والنقد والحق في النفاذ إلى المعلومة،
- يتعين على الصحفي الإلمام بالقوانين المنظمة للعملية الانتخابية وقواعد التغطية الموضوعة الصادرة عن الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري،
- يتعين على الصحفي التوقف عن العمل في التغطية الإعلامية للحملة بمؤسسته في حال قرر الترشح في الانتخابات أو تولى مهمة قد تؤثر سلباً على قيامه بواجبه في تقديم تغطية حرة ونزيهة وغير منحازة،
- يتعين على الصحفي الالتزام بالمعايير الأساسية للمهنة الصحفية المتمثلة خاصة في الدقة، والموضوعية والحياد والتوازن والإنصاف،
- يتعين على الصحفي الالتزام باحترام مبدأ حق الرد أو التصحيح وفق ما يضمنه القانون،
- يتعين على الصحفي الامتناع عن استعمال عبارات تتضمن تمييزا أو تحريضاً على العنف او الكراهية لأي سبب من الأسباب سواء كان العرق أو الجنس أو التوجه الجنسي أو اللغة أو الدين أو المواقف السياسية أو التوجهات الفكرية أو الأصول أو المكانة الاجتماعية أو الانتماء الجهوي، كما يتوجب على الصحفي الحرص على فرض احترام هذا الواجب من قبل الأشخاص المستجوبين.

- يتعين على الصحفي تصحيح الأخطاء التي قد تقع أثناء تغطيته للعملية الانتخابية، وذلك في أسرع وقت ممكن لضمان عدم التأثير على حسن سير الانتخابات أو على توجهات الناخبين،
- يتعين على الصحفي التزام الحياد والوقوف على نفس المسافة من جميع المتنافسين في الانتخابات، والنأي بنفسه عن الشبهات والتحيز، بما في ذلك ما يقوم بتدوينه أو نشره على حساباته الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي،
- يتعين على الصحفي احترام الحياة الخاصة للأشخاص ما لم يتعلق الأمر بمسألة لها علاقة بخدمة الصالح العام.

واجبات المنشأة الإعلامية

- وضع خطة متكاملة لتغطية الانتخابات في مراحلها المختلفة قبل الانتخابات بفترة كافية ومعقولة مع تشريك العاملين بالمنشأة الإعلامية في بلورة الخطة من خلال الاجتماعات التحريرية بمستوياتها المتعددة، ومن ثم تحديد الفريق المكلف بتنفيذ الخطة ومتابعتها،
- الحرص على التزام كافة صحفييها بالقانون، وبالقواعد الأساسية لتغطية الانتخابات، ويفضل وضع مدونة سلوك خاصة بتغطية الانتخابات التشريعية والرئاسية لسنة 2019 تستلهم الدروس المستفادة من الانتخابات السابقة،
- تأهيل الصحفيين من خلال عقد الدورات التكوينية اللازمة في كافة مستوياتهم، وكذلك للطاقم المصاحب لهم خاصة من المصورين والمخرجين لما قد تؤدي إليه الصورة من الإخلال بالمبادئ العامة للتغطية،
- تأمين حصول فرقها الصحفية على بطاقات الاعتماد اللازمة للتغطية الميدانية للانتخابات من الهيئة العليا المستقلة للانتخابات،
- تأمين صحفييها أثناء اداء عملهم والدفاع عنهم في حالة وقوع أي اعتداء ضد أي منهم،

- المتابعة الدقيقة لعمل صحفييها طوال الفترة الانتخابية لضمان الالتزام بمبادئ التغطية الحرة والنزيهة، والاستفادة من الأخطاء او التجاوزات التي قد تقع وذلك بعد تصحيحها،
- وضع آلية واضحة لمتابعة الشكاوى التي ترد بشأن التغطية سواء من المترشحين أو من الجمهور،
- وضع القواعد والمبادئ المنظمة لعمل كافة العاملين بها أثناء فترة الانتخابات من خلال صياغة مدونة سلوك، بشكل يضمن عدم الوقوع في تضارب المصالح والتزامهم باحترام ما يجب أن تتسم به التغطية من موضوعية وحياد وإنصاف.

ثالثاً: المبادئ الأساسية للتغطية الإعلامية للانتخابات

1. الحياد

ويعني الحياد الوقوف على نفس المسافة من كافة الأطراف وعدم الانحياز الى طرف دون الأخر. وقد يتم الانحياز من خلال المفردات المستخدمة أو اختيار زوايا المعالجة أو اختيار الضيوف أو المقاطع الصوتية في التقارير او باستخدام الصورة كتركيز الكاميرا على لافتات لمترشح بعينه او طبيعة الأسئلة والصياغة. كما قد يكمن الانحياز في لهجة الصحفي كأن تكون حادة مع بعض المترشحين وأكثر رحابة وليونة مع مترشحين آخرين، وكل ما من شأنه أن يعكس رأياً وموقفاً للصحفي وللمنشأة الإعلامية.

وعلى الصحفي الامتناع عن إبداء رأيه بأي صورة سواء في سياق الأخبار أو التقارير أو أثناء ادارة الحوار والبرامج النقاشية الحوارية.

ومن المهم التأكيد على أن التزام الحياد لا يعني أن يتسم اداء الصحفي بالجمود أو السلبية، فعلى الصحفي القيام بعمله من خلال طرح الاسئلة الواجب طرحها

ومناقشة الأطراف المختلفة على أن يتسم ذلك بالتعامل المماثل للجميع.

2. الموضوعية والدقة

ويقتضي ذلك عرض كافة جوانب الموضوع الايجابية منها والسلبية، وعرض كافة مختلف الآراء في القضايا الخلافية، وتمثيل كافة مكونات المجتمع التونسي بما في ذلك فئاته الاجتماعية والثقافية والجهوية.

كما تقتضي الموضوعية التدقيق فيما يقدمه الصحفي من معلومات مع مراعاة أن تكون هذه المعلومات متكاملة وغير منقوصة.

3. التوازن أو المساواة

يُراعى مبدأ المساواة بين المترشحين في الانتخابات الرئاسية. ويعني مبدأ المساواة التعاطي مع كل مرشح باعتماد قاعدة المساواة في زمن البث وتوقيته، بمعنى مراعاة التساوي في التغطية أثناء الفترات الأكثر مشاهدة أو الأكثر استماعاً خلال اليوم وكذلك خلال الأسبوع.

ويفضل مراعاة مبدأ المساواة داخل البرنامج الواحد، فان لم يكن ذلك ممكناً، ففي أقرب فرصة مع مراعاة التنويه بالفترة المخصصة للمترشحين الأخرين في نهاية بث البرنامج للتأكيد لدى المشاهدين والمستمعين على توخي الوسيلة للمساواة التامة بين كافة المترشحين.

4. الإنصاف

يراعى مبدأ الإنصاف في حالة تعدد القائمات المترشحة للانتخابات التشريعية لصعوبة تطبيق مبدأ المساواة.

وفي هـذه الحالـة يـوزع زمـن التغطيـة بشـكل منصـف بـين القائمـات المترشـحة الحزبيـة والائتلافيـة والمسـتقلة. ويُحـدد لـكل صنـف نسـبة زمنيـة تتناسـب مـع حجـم تمثيليتـه وعـدد قائماتـه المترشـحة في الدوائـر الانتخابيـة.

5. خدمة الصالح العام

يعـد الصالـح العـام المعيـار الـذي يتبعـه الصحفـي أو المنشـأة الإعلاميـة في كل مـا يُقـدم مـن برامـج وتغطيـة أثنـاء الفـترة الانتخابيـة وحتـى قبـل الإعـلان عـن بدئهـا رسـمياً. فخدمـة مصالـح المواطنـين هـو الأسـاس الـذي تقـوم عليـه الصحافـة، وعـلى الصحفـي أن يضـع مصلحـة المواطنـين في المرتبـة الأولى.

رابعا: مبدأ عدم تعارض المصالح والأمانة الصحفية

يتمتـع الصحفـي كأي مواطـن آخـر بكافـة حقـوق المواطنـة مثـل حـق الترشـح في الانتخابـات أو الانضـمام الى حـزب مـن الأحـزاب، غـير أن الأمانـة الصحفيـة تقتـضي في مثـل هـذه الحـالات الإفصـاح عـن الـدور الخارجـي الـذي يقـوم بـه والتخـلي عـن عملـه الإعلامـي ان كان هنـاك تعـارض بـين ممارسـته لحقوقـه السياسـية وبـين تأمينـه لتغطيـة عادلـة وموضوعيـة وحياديـة لكافـة أطـراف العمليـة الانتخابيـة. وينطبـق ذلـك أيضـا عـلى الصحفيـين الذيـن ينخرطـون للعمـل في حمـلات المترشـحين ولـو بصفـة وقتيـة.

ومـا ينطبـق عـلى الصحفـي ينطبـق كذلـك عـلى كل العاملـين في المنشـأة مـن مخرجـين ومصوريـن وغيرهـم إن تعـارض مـا يقومـون بـه مـن أدوار خارجيـة مـع واجـب توخـي الحيـاد والموضوعيـة والإنصـاف.

يسـاعد إعـداد خطـة مسـبقة للتغطيـة الإعلاميـة للانتخابـات كلاً مـن المنشـأة الإعلاميـة والعاملـين بهـا عـلى الالتـزام بالمبـادئ السـابق الإشـارة إليهـا، ويعـزز مـن قـدرة المنشـأة عـلى اسـتخدام امكانياتهـا البشريـة والفنيـة بأفضـل طريقـة ممكنـة بمـا يحقـق لهـا التميـز ورفـع معـدلات المشـاهدة والاسـتماع.

الجزء الثاني
إعداد خطة تغطية إعلامية

تساعد الخطة الصحفيين على اداء عملهم بكفاءة عالية وتعزيز انتمائهم للمنشأة حيث يصبح الصحفي واعياً بالتغطية التي تقدمها المنشأة الإعلامية بصورتها الكلية ولا تجعلها مقتصرة فقط على ما يقدمه هو من تقارير أو أخبار أو برامج. كما تتيح الفرصة للصحفي مشاركة زملائه مهاراته وخبراته المهنية.

ويعتبر إعداد خطة تغطية إعلامية عملاً جماعياً ليس فقط بين الصحفيين ولكن أيضا بمشاركة الفنيين من مصورين وتقنيي صوت وتركيب ومصممي جرافيك وكافة عناصر العمل الإعلامي في المنشأة الإعلامية. ويستلزم تنفيذها توفير موارد بشرية وإمكانيات مادية.

وتشمل الخطة كيفية تغطية كل مرحلة من مراحل العملية الانتخابية على النحو المبين أدناه. غير أنه يستحسن أن تتسم كذلك بالمرونة الكافية حتى يتسنى تعديلها في حال وجود مستجدات طارئة على الشأن الانتخابي تقتضي ذلك. ومن المهم إعلام كافة العاملين مسبقا بالخطة لضمان تنفيذها على النحو الأفضل.

أولا: مكوّنات إعداد خطة التغطية الإعلامية

1. البرمجة

تتضمن الخطة كافة البرامج والتقارير والومضات المقرر بثها، ويراعى أن تغطي الأهداف الثلاثة من توفير المعلومة للناخبين حول المرشحين وبرامجهم، ومناقشة

القضايا الأساسية التي تهمهم ثم تزويدهم بالمعلومات اللازمة لقيامهم بالإدلاء بأصواتهم بيسر وعن قناعة.

وتختلف خطة تغطية الانتخابات التشريعية عن خطة تغطية الانتخابات الرئاسية نظراً للاختلاف الكبير في عدد المترشحين، والاختلاف في طبيعة وظيفة النائب ووظيفة رئيس الجمهورية.

ومن المهم مراعاة هذه الاختلافات في الأشكال البرامجية المختارة لكل خطة، إذ قد يصعب على سبيل المثال تنظيم مناظرات في الانتخابات التشريعية، لكنها عنصر هام في تغطية الانتخابات الرئاسية إن أمكن الاتفاق على تنظيمها مع المترشحين.

كما يجب أن تتضمن التغطية مساحات كافية لاتاحة نقل آراء المواطنين وفقاً لمجال التغطية الجغرافية لكل وسيلة إعلام مع مراعاة عدم إهمال المناطق النائية أو الفئات التي لا تستطيع هي بنفسها التواصل مع وسائل الإعلام، وذلك بأن تهتم التقارير الميدانية بهذه الفئات في أماكن وجودها وعدم الاكتفاء بالمشاركات عبر الهاتف لأنها تكون مقتصرة على عدد محدود من المواطنين ممن يستطيعون الاتصال بالوسيلة الإعلامية دون سواهم وذلك لضمان تشريك المواطنين في العملية الديمقراطية.

ويراعى الإعلان بشكل واضح وكافٍ للمشاهدين والمستمعين عن مواعيد بث هذه البرامج أو الومضات الخاصة، وتوفير معلومات كافية عنها على صفحات التواصل الاجتماعي التابعة للمنشأة الإعلامية لضمان وصول الرسالة الى أكبر عدد ممكن من المواطنين.

2. تحديد أهداف التغطية وتنظيم الفريق ورصد الامكانيات

- قد تلجأ المنشأة الإعلامية الى تكوين فريق من ضمن العاملين بها تكون مهمته الأساسية وضع وتنفيذ ومتابعة خطة تغطية الانتخابات، وقد

يشارك كافة العاملين في تنفيذ الخطة وذلك وفقا لحجم المنشأة وحجم مواردها البشرية،

• في كل الأحوال لابد من تحديد المسؤوليات صلب فريق العمل بدقة لضمان التنفيذ والمتابعة على أكمل وجه،

• تعقد المنشأة الإعلامية اجتماعا أو سلسلة اجتماعات لمناقشة الخطة حتى تتمكن من تشريك جميع العاملين بخبراتهم وآرائهم. ويُراعى تمثيل كافة مكونات العمل الإذاعي والتلفزي في الاجتماعات التحضيرية، من المصورين وفنيي المونتاج والمخرجين ومصممي الجرافيك، وذلك لأهمية هذه العناصر وتكاملها مع العمل الصحفي ولتأمين فهم كافة العاملين بالمنشأة للقيم المطلوبة في التغطية،

• تراعى الدقة في تحديد وتوزيع المهام، وقد يكلف فريق بعمل تحقيقات مسبقة لاستخدامها طوال العملية الانتخابية، او تكليف فريق بإنتاج سلسلة حلقات من برنامج خاص أو توزيع الصحفيين على المترشحين لمتابعة أنشطتهم المختلفة عن قرب بينما يتولى فريق آخر إعداد التقارير المكتبية بمساعدة الجرافيك وهكذا...

• تستمر الاجتماعات التحريرية طوال فترة العملية الانتخابية بوتيرة مناسبة لايقاع الانتخابات. ويُراعى أن تكون هذه الاجتماعات فضاءً حراً لمناقشة التغطية بحرية وتقييمها بصورة مستمرة،

• يظل الاجتماع التحريري اليومي ضرورياً لمناقشة الأمور اليومية والعملية المتعلقة بتنفيذ الخطة، ولمناقشة الصعوبات التي قد تقابل فرق التنفيذ وكيفية ايجاد حلول سريعة لها حتى لا تؤثر سلباً على جودة التغطية،

• من المفيد أن يُعهد لفرد أو لمجموعة من الافراد بالإعداد المسبق لدليل يتضمن وسائل الاتصال وآلياتها بما في ذلك أرقام الهواتف الخاصة لكافة المترشحين والناطقين الرسميين باسم الأحزاب السياسية، والائتلافات الانتخابية، ومنظمات المجتمع المدني خاصة تلك التي تعتني بملاحظة الانتخابات وكذلك الناطقين الرسميين باسم الهيئات والمؤسسات الحكومية

والهيئات العامة بما في ذلك في الجهات، وكذلك قائمة باسماء الخبراء في المجالات التي قد تتعرض لها التغطية مع توضيح اختصاص كل خبير بدقة وكذلك ميوله السياسية إن كان معروفاً عنه تأييد طرف من الأطراف وأي معلومات تفيد في حالة الاستعانة به في التغطية. ومن المهم مراعاة التنوع بما في ذلك التنوع الجغرافي والتنوع «الجندري». وعلى رئيس التحرير إتاحة هذه القائمة لكافة العاملين على التغطية لتسهيل مهمتهم خاصة في حالة الأخبار العاجلة.

المراحل المختلفة للفترة الانتخابية وخصائصها

يتعين على الصحفيين أن يكونوا على علم بكافة تفاصيل روزنامة الانتخابات المعلن عنها من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات. ومن هذه التفاصيل: تواريخ بدء وانتهاء تسجيل الناخبين وفتح وإغلاق باب الترشحات، وتقديم الطعون وتاريخ البت فيها، وتواريخ بدء الحملة الانتخابية ونهايتها، وفترة الصمت الانتخابي، وموعد بدء الاقتراع بما في ذلك تصويت التونسيين بالخارج، ثم موعد إغلاق مراكز ومكاتب الاقتراع، وبدء ونهاية فرز الأصوات وإعلان النتائج، ثم ما يتبع ذلك من تقديم الطعون والبت فيها واعتماد النتائج النهائية.

ويتعين وُضع خطة خاصة بالفترة الانتخابية يتم فيها خاصة مراعاة المراحل الثلاث الرئيسية وخصوصيتها وهي: مرحلة ما قبل الحملة الانتخابية ثم مرحلة الحملة الانتخابية، فمرحلة الصمت الانتخابي ويوم الاقتراع، ثم تكون مرحلة ما بعد إغلاق مكاتب الاقتراع وحتى إعلان النتائج النهائية.

مرحلة ما قبل الحملة الانتخابية

إن العملية الانتخابية عملية مستمرة. وعلى الرغم من أن مرحلة ما قبل الحملة الانتخابية لا ينظمها الإطار القانوني الخاص بالانتخابات بدقة إلا أنها مرحلة هامة ولها تأثير على مسار العملية الانتخابية ومجريات التصويت، فالقوى السياسية تستغل هذه الفترة لتهيئة الرأي العام لقبول مرشحيها. لذلك يجب على الصحفي

وعلى المنشأة الإعلامية التعامل مع هذه المرحلة بوعي وبحس صحفي من أجل ضمان نزاهة المسار الانتخابي برمته.
(انظر توصيات الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري بخصوص التغطية الاعلامية لفترة ما قبل الحملة الانتخابية).

مرحلة الحملة الانتخابية

يتعين على الخطة الخاصة بتغطية هذه المرحلة أن تشمل:

1. التعريف بالمترشحين المتنافسين وبرامجهم.
2. مناقشة القضايا الأساسية التي تهم الناخب والحلول المطروحة من مختلف المترشحين بما يسمح للناخب بفهمها وإدراك ما هو مشترك بينهم وما هو مختلف، وذلك حتى يتمكن من تكوين رأي مستقل وواعٍ بشأنها
3. التعريف بالإجراءات الخاصة بالمسار الانتخابي مثل كيفية التصويت، أماكن الاقتراع وحقوق الناخب أثناء الإدلاء بصوته. الخ...

هذا، وتلعب وسائل الاعلام دوراً مهماً خلال الحملة الانتخابية لكونها تمثل المصدر الأول للمعلومة بالنسبة للناخبين. لذلك يسعى الفاعلون في الحملة الانتخابية من قائمات مترشحة ومترشحين الى التأثير على الصحفيين لتأمين تغطية اعلامية تخدم مصالحهم. وتتخذ هذه المحاولات أشكالاً مختلفة مثل تنظيم الاجتماعات الدعائية، وارسال بيانات صحفية تستجيب لقواعد الكتابة الصحفية حتى يستسهلها الصحفي ويقدمها كما هي دون بذل الجهد الضروري للتحليل والاستقصاء، وتوجيه الدعوات المدفوعة للصحفيين وللمنشأت الإعلامية، وقد يلجأ البعض منهم ممن يتولى مسؤوليات عامة الى تكثيف أنشطته الوظيفية غير المرتبطة بالانتخابات بشكل مباشر على أمل أن يحظى بتغطية إعلامية أكبر.

ولذا وجب على الصحفي وعلى الطاقم الفني:

- الوعي بمثل هذه الأساليب المشار إليها أعلاه، حتى لا يتحول الصحفي أو الفني إلى أداة تنفذ الحملة الدعائية لقائمة مترشحة أو مترشح ما،
- عدم الاكتفاء بالمعلومات التي يقدمها الحزب أو المترشح وإعادة نشرها كما هي، بل عليه التحقق منها ووضعها في السياق العام بشرح الأبعاد المختلفة للقضية،
- يُراعى استخدام المعلومات والاحصائيات المتعلقة بالقضايا الأساسية للمجتمع من مصادر موثوق بها ومواجهة المترشحين بها عند استضافتهم، كاستخدام معلومات واحصائيات عن نسب البطالة أو التعليم أو نصيب الأفراد من الصحة. الخ...ومن الأفضل اللجوء الى الجرافيك في حالة البرامج التلفزية لعرض مثل هذه البيانات بصورة مبسطة مع ضرورة الإشارة إلى مصدرها لإضفاء المصداقية عليها،
- يُراعى وضع المعلومات والاحصائيات في سياقها العام، فالتفسير والشرح مهمة أساسية من مهام الصحفي،
- تجنب بث نصوص البلاغات الصحفية للأحزاب والمترشحين في الصورة التي أُرسلت بها الى الصحفي، ولا يُشار إليها إلا في حال احتوائها على قيمة خبرية أو معلومة تهم الناخب مع وضعها في السياق العام،
- تشريك خبراء مشهود لهم بالكفاءة والحياد في تقييم مقترحات الأحزاب والمترشحين وفقا لاحتياجات المجتمع التونسي، مع مراعاة تعريف هؤلاء الخبراء تعريفاً أميناً لا يفصح عن أي ميول سياسية لأي منهم وفي حالة استضافة خبير له ميول سياسية، يُراعى عدم الاكتفاء به واستضافة مختص يمثل وجهة نظر مختلفة،
- وضع مشاغل المواطنين صلب التغطية لبرامج الأحزاب والمترشحين وذلك باعتماد مختلف التقنيات الصحفية (سرد سير ذاتية لأشخاص، انجاز تحقيقات حول مواضيع يطرحها المواطنون أنفسهم، اعطاء الكلمة للمواطنين مع مراعاة التنوع من حيث المستوى التعليمي والاجتماعي

والجهوي والنوع الاجتماعي مع الاهتمام بممثلي المجتمع المدني من ممثلي الأقليات والنقابات المهنية والجمعيات النسائية وجمعيات حقوق الانسان، الخ...)

• توخي الحذر عند نقل معلومات عن حزب ما أو مترشح ما من خلال الحزب أو المترشح نفسه، كنقل عدد المشاركين في تجمع للحزب أو للمترشح من مصادر الحزب أو المترشح،

• ضرورة نسب التصريحات والمعلومات التي يضمنها الصحفي في تقاريره الى مصادرها وتجنب المصادر المجهولة قدر الإمكان إلا في حالات الضرورة القصوى إن كان الأمر يتعلق بالصالح العام ولا يوجد مصدر معلوم بديل للمعلومة -مع التنصيص على ذلك- أو اذا كان الإفصاح عن المصدر قد يعرضه للخطر،

• في حالة نقل تصريحات مسؤول ما أو مترشح ما يُراعى نقل التصريح كما قيل مع نسبته الى مصدره بوضوح. ويراعى عدم اجراء عمليات مونتاج للتصريح بشكل قد يخل بمعناه ومقصده. وفي حالة اجراء المونتاج، يُراعى الفصل بين المقاطع بوضوح بعبارات من الصحفي كأن يقول: «وأضاف» بما يسمح للمشاهد أو للمستمع بأن يفهم بوضوح أن العبارات قد تعرضت للمونتاج،

• التفاعل مع المصادر خاصة منهم المترشحين وعدم الاكتفاء بالاستماع بالتلقي، وذلك بطرح الاسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن المستمع أو المشاهد كطلب توضيح نقطة ما، أو طلب تقديم دليل على ما يُقال، أو الاستشهاد بمعلومة مضادة أو بتصريح سابق للمترشح نفسه. الخ...

• تتسم كامل الفترة الانتخابية عموما والحملة الانتخابية تخصيصا بتأجج النعرات والانتماءات، وهو ما قد تلجأ بعض القوى لاستغلاله. وعلى الصحفي إدراك ذلك، والتمييز بين ما يمكن نقله من تصريحات وتلك التي تتضمن حثّا على التمييز أو الكراهية والعنف والتي يجب أن يتعامل معها بمسؤولية وبما يتطلبه الصالح العام. وتجنب الانخراط في الاثارة،

• في حالة نقل تصريحات فيها اتهامات موجهة لأحد المترشحين، من الضروري إتاحة حق الرد له وذلك في سياق التقرير أو البرنامج نفسه. وإذا تعذر ذلك، فيكون حق الرد في أقرب فرصة ممكنة مع قيام الصحفي أو المنشط بالتنويه بذلك،

• التمييز بين تغطية الوقائع بكل تفاصيلها ووضعها في السياق العام وبين ابداء الرأي بخصوصها والتعليق عليها ضمانا لعدم الخلط بين الخبر والرأي،

• تجنب الإشارات التي تحيل إلى دين أو عرق أثناء تقديم البرامج أو أثناء النقاشات في المواد الإخبارية والبرامج الحوارية مثلاً حتى لا يُقحم الدين في الشأن السياسي القابل للجدل وحتى لا يقع توظيفها لصالح طرف او مترشح ما،

• عدم قبول أي مقابل مالي أو عيني أو أي هدايا أو عطايا بأي عنوان كمقابل أو بمناسبة تناول مستجدات حزب أو مترشح أو أي شخص معني بالعملية الانتخابية. والانتباه والحذر من التسهيلات التي قد تقدمها الأطراف السياسية (وسائل النقل، دعوات الغداء أو العشاء، هدايا...). وعلى الصحفي الامتناع عن قبول مثل هذه التسهيلات الا في حالات الضرورة القصوى على أن يتم الحرص بألا تؤثر على نزاهة عمله، وعليه أن يُعلم الجهة المعنية بذلك بوضوح وألا يقدم أي وعود بشأن ما يعتزم كتابته أو بثه،

• عدم الاعتماد على ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار أو صور أو فيديوهات إلا بعد التحقق منها بوسائل متعددة. وعلى الصحفي أن يتأكد من هوية الحسابات المنسوبة للشخصيات السياسية والمترشحين قبل النقل عنها نظرا لانتشار الصفحات المزيفة في فترات الانتخابات،

• ضرورة الانتباه عند التغطية الإعلامية الى عدم التداخل بين تغطية الحملة الانتخابية التشريعية والحملة الانتخابية الرئاسية، والانتباه خاصة الى الحملة المقنعة للانتخابات التشريعية أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية لتجنب بعض مثالب النقائص التي شابت تغطية انتخابات 2014.

فترة الصمت الانتخابي

تشمل فترة الصمت الانتخابي يوم الصمت الانتخابي ويوم/أيام الاقتراع وحتى غلق آخر مكتب اقتراع في كامل الجمهورية.

وتعني هذه المرحلة التزام وسائل الإعلام كافة بالصمت في علاقة بكل ما من شأنه أن يؤثر على عملية الاقتراع، وذلك بهدف توفير بيئة هادئة للناخبين تمكنهم من تحديد خياراتهم الانتخابية دون تأثير خارجي.

وتقتصر مهمة وسائل الإعلام خلال فترة الصمت على الوظيفة الثالثة فقط أي على وظيفة إمداد الناخبين بالمعلومات اللازمة لكي يدلوا بأصواتهم دون الوظيفتين الأوليين أي دون الرجوع الى تقديم المترشحين أو مناقشة القضايا المختلفة وحلولها في برامج القائمات المترشحة والمترشحين.

ويتعين على الصحفي:

- الامتناع التام عن نشر وبث نتائج سبر الآراء ونوايا التصويت،
- الامتناع عن سؤال الناخبين عن هوية المترشح الذي سيصوتون/صوتوا لصالحه،
- الامتناع عن بث ونشر اي تعليقات من مواقع التواصل الاجتماعي لصالح أو ضد أحد المترشحين،
- الامتناع عن بث ونشر اي لقاءات مع المترشحين،
- الامتناع عن بث ونشر اي مضامين عن البرامج الانتخابية لأي من المترشحين،
- في حالة ترشح شخصيات تشغل مناصب رسمية في الدولة، الامتناع عن إذاعة أي أخبار عنها أو تصويرها،
- في حالة قيام أحد المترشحين خاصة ممن يتولون مهاماً رسمية في الدولة

بالإدلاء بتصريحات أثناء إدلائهم بصوتهم تجنب إذاعة هذه التصريحات،

• يقوم المراسل بتغطية يوم الاقتراع من خلال تقديم المعلومات الأساسية عن مراكز الاقتراع، سبل الوصول إليها، توقيت فتحها وغلقها، وكيفية الاقتراع وكذلك من خلال التذكير بأرقام المرشحين وأعداد المقاعد موضوع التنافس بكل دائرة انتخابية وصلاحياتهم ومهامهم وما إلى ذلك من المعلومات العامة. كما يتولى وصف المشهد كما يراه من موقعه خاصة في حالة رصد تجاوزات،

• الاعتماد في نقل نسب التصويت طوال اليوم استنادا الى بالبانات والمعلومات الرسمية التي تقدمها الهيئة العليا المستقلة للانتخابات وتجنب قيام المراسل بتقديرها بنفسه،

• في حالة وقوع تجاوزات من أحد الأطراف، يقوم المراسل بنقل التجاوزات من خلال المصادر الرسمية أو من خلال ما شاهده بنفسه مع تجنب ذكر اسم المترشح المتهم بارتكاب تجاوزات. وعلى الصحفي التعامل بحذر شديد مع هذه التجاوزات بالامتناع عن التعميم أو التضخيم، والاقتصار فقط على وصف ما شاهده أو ما عرفه نقلا عن مصادر أصلية وليست ثانوية،

• من الممكن أن يقوم المراسل بإجراء لقاءات مع الناخبين حول ظروف الاقتراع. ويفضل ألا تكون على الهواء المباشر تجنبا لما قد تنزلق إليه هذه اللقاءات التصريحات أحيانا بعفوية من ذكر مترشح ما،

• من الممكن إجراء لقاءات مع الملاحظين بما في ذلك الملاحظين الاجانب في حال تواجدهم عند رصدهم لسير العملية الانتخابية دون ترديد اسماء مترشحين أو قائمات مترشحة بعينها مع احترام جميع الإجراءات والضوابط التي تضعها الهيئة العليا المستقلة للانتخابات،

• الالتزام باحكام القانون والنصوص الترتيبية التي تضعها الهيئة العليا المستقلة للانتخابات فيما يتعلق بإجراءات الدخول الى مراكز الاقتراع واجراء الحوارات في محيطها.

ما بعد انتهاء التصويت وحتى إعلان النتائج

تبدأ هذه المرحلة بعد إغلاق آخر مكتب اقتراع في آخر دائرة انتخابية، وهي مرحلة تطغى عليها الشائعات مع ترقب الاعلان عن النتائج، لذا من المهم أن يتعامل الصحفي معها بقدر كبير من المسؤولية. ويتعيّن عليه:

- الامتناع عن نشر أو اعتماد النتائج المعلن عنها من غير الجهات الرسمية المخول لها ذلك،
- الامتناع عن نشر تصريحات المترشحين بخصوص فوزهم أو خسارتهم. وفي حال التصريحات الهامة التي تحمل قيمة خبرية، يتم الحرص على وضعها في سياقها العام والتأكيد على عدم إعلان النتائج رسميا بعد،
- التعامل بحذر مع نتائج سبر الآراء التي يتم القيام بها بعد غلق مكاتب الاقتراع مع التأكيد على أنها نتائج لسبر الآراء وليست نتائج أولية للتصويت.

ثانيا: متابعة التنفيذ والرصد وتصحيح الأخطاء

قد يكون من المفيد تكليف شخص بإعداد سجل مفصل للحملة الاعلامية للانتخابات صلب وسيلة الإعلام حيث يتعين تسجيل كل التغطية الاعلامية للمترشحين: نوع التدخلات، والمدة الزمنية والتوقيت بالنسبة للإذاعة والتلفزة، وعدد الكلمات والصور فيما يتعلق بالموقع الالكتروني الملحق بالوسيلة الإعلامية وكذلك صفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي. ويضم هذا السجل كذلك التدخلات عبر الهاتف بحيث يساعد هذا السجل وسيلة الإعلام على تقييم أدائها بصورة مستمرة بغية تحقيق تغطية محايدة وشاملة ومستقلة للانتخابات.

ومن المهم أن تتفاعل المنشآت الإعلامية بطريقة بناءة مع الشكاوى التي تردها بخصوص التغطية سواء من الجمهور أو من المترشحين، وذلك حرصاً على

مصداقيتها وصورتها العامة في المشهد الإعلامي، وذلك من خلال النظر في الشكاوي في حيز زمني معقول، وتصحيح الأخطاء إن وقعت وبالصورة التي تضمن وصول التصحيح الى العدد الأكبر من المستمعين والمشاهدين.

ثالثا: التعاون مع الهيئات المختصة

تعد الانتخابات عملية معقدة تتداخل فيها أطراف عديدة بالإضافة الى الأحزاب والمترشحين. ومن هذه الأطراف الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري، ووزارة الداخلية، والمسؤولين في الجهات. وعلى المنشأة الإعلامية الاتصال مبكرا بهذه الجهات والتنسيق معها. وقد يكون من المفيد تعيين «منسق التغطية» من بين الصحافيين او المسؤولين عن التحرير بكل منها تكون مهمته الأساسية التواصل بصورة دائمة مع المؤسسات المعنية للحصول على الأخبار، والتأكد من المعلومات وكذلك حل أي إشكاليات قد تقع أثناء التغطية. على أن لا يتحول هذا التنسيق والتواصل المستمر إلى تبعية للجهة أو أن يؤثر على عمل الصحفي أو استقلالية المنشأة الإعلامية. ففي النهاية، العلاقة بين وسائل الإعلام وهذه الجهات هى علاقة تفاعلية: فهذه الجهات تحتاج إلى الوسيلة الإعلامية، والوسيلة الإعلامية تحتاج إلى ما تقدمه هذه الجهات من معلومات.

رابعا: البرامج والمضامين غير الإخبارية وغير السياسية

قد يلجأ المرشحون الى محاولة استغلال البرامج غير السياسية أو غير الإخبارية لزيادة حيز التغطية الممنوح لهم. لذا فمن المهم التنبه لهذا الأمر، فالبرامج غير الإخبارية وغير السياسية هى أيضا مشمولة بقواعد تغطية الانتخابات ومبادئ المساواة والانصاف والموضوعية والحياد. ولذلك من المهم تجنب استضافة المترشحين في مثل هذه البرامج إلا في حالات الضرورة القصوى ووفقا لأهمية الفائدة التي يمكن أن تتحقق من مثل هذا الاستثناء ومراعاة التقيد بعدم التطرق إلى الشأن الانتخابي.

خامسا: التغطية الإخبارية لأنشطة المسؤولين المؤسساتيين أثناء الفترة الانتخابية

في حالة لجوء بعض المترشحين المتولين لمناصب رسمية في الدولة الى تكثيف أنشطتهم بغرض ضمان تغطية إعلامية أوسع مما هو محدد لهم، على الصحفي اتخاذ القرار التحريري سواء بتغطية الحدث أو عدم تغطيته وفقا لقيمة الحدث الخبرية ومدى أهميته للمواطن مع مراعاة التدقيق في اللغة المستخدمة، والحرص على الحذر في استخدام المقاطع الصوتية أو المغالاة أو التضخيم بما يتجاوز الحجم الحقيقي للحدث وأخذ رأي الاطراف الأخرى إن اقتضى الأمر ذلك. وبإمكان الصحفي أو الوسيلة الإعلامية عدم تغطية الحدث إن كانت قيمته الدعائية تطغى على قيمته الخبرية وأهميته للمواطن وهو الخيار الأفضل.

وفي حالة التغطية، يراعى أن تقتصر على الأخبار دون البرامج الحوارية أو المتابعات أو برامج النقاش.

سادسا: التوازن في ما يتعلق بالنوع الاجتماعي ومراعاة ذوي الإعاقة

1. حافز نحو الديمقراطية

تعتبر التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية التي تراعي التوازن فيما يتعلق بمقاربة النوع الاجتماعي حافزا نحو الديمقراطية وتحقيقاً لمبادئ المساواة والعدل لكافة المواطنين. فإلى غاية اليوم، تعاني النساء عموماً من نقص في التمثيلية في وسائل الاعلام ومن تقديمهن غالبا في صورة لا تطابق الواقع. فمن ناحية، هن لسن ممثلات بما فيه الكفاية في مواقع أخذ القرار. ومن ناحية أخرى، نادراً ما

يتـم اللجـوء اليهـن للاسـتعانة بخبراتهـن أو لـلإدلاء بآرائهـن حـول المسـائل السياسـية والقضايـا التـي تهـم الشـأن العـام.

وينتـج عـن نقـص أو سـوء تمثيـل النسـاء كمكـون هـام للكتلـة الانتخابيـة، الاحسـاس بـأن صوتهـن غـير مسـموع، وهـو مـا يـؤدي في الغالـب إمـا إلى امتناعهـن عـن المشـاركة في التصويـت أو إلى اسـتغلالهن مـن جانـب القـوى السياسـية المختلفـة.

ولـذا، يُنصـح بضـمان التمثيـل المتسـاوي والعـادل للنسـاء مـن سياسـيات وصحفيـات في الحـوارات التلفزيـة، وكذلـك في مشـاركات الجمهـور، ليـس فقـط عنـد مناقشـة الاشـكاليات المتعلقـة بوضعيـة المـرأة بـل في كافـة الموضوعـات والقضايـا المطروحـة للنقـاش ذات العلاقـة بالشـأن العـام.

2. مراقبة مدى مراعاة التوازن

في سـياق الحملـة الانتخابيـة، تتجـه وسـائل الاعـلام عادة لدعوة المترشـحين والمترشـحات الأكـثر فصاحـة وقـدرة عـلى التواصـل أو المعروفـين أكـثر مـن غيرهـم خـلال الحـوارات التلفزيـة التـي تتـولى ادارتهـا وجـوه صحفيـة لامعـة غالبـاً مـا تكـون رجاليـة، بحيـث لا تكـون الصحفيـات حـاضرات بالقـدر المطلـوب. وبالتـالي تكـون المترشـحات ضحيـة المعايـير المتبعـة المذكـورة في اختيـار الضيـوف. ولإصـلاح هـذه النقائـص، يُعتـبر مـن الـضروري مراقبـة التغطيـة الاعلاميـة للحملـة الانتخابيـة في العلاقـة بالنـوع الاجتماعـي وتقييـم مـدى مراعـاة ومـدى احـترام التـوازن بـين الجنسـين.

ولتحقيق ذلك، من الممكن أن يتم:

- تعيـين صحفـي أو صحفيـة صلـب كل هيئـة تحريـر يتـولى أو تتـولى تسـجيل عـدد الصحفيـات التـي تـم اشراكهـن في أخـذ القـرارات المتعلقـة بتغطيـة الحملـة الانتخابيـة وكذلـك في إعـداد التقاريـر،

- تسجيل عدد المدعوات الى البرامج الحوارية والتحقق من أن ادارة الحوار يؤمنها صحفيان: امرأة ورجل،
- تسجيل مدة اعطاء الكلمة للنساء صلب البرامج والتقارير،
- تسجيل مواقف النساء التي أدلين بها أثناء التقارير وصفاتهن (خبيرات، مترشحات، مناضلات، ضحايا، شاهدات، الخ...)،
- العمل على تحقيق تمثيلية أكبر للنساء،
- وإذا ما تمت عملية الرصد والتسجيل هذه، فيمكن التعديل والسعي إلى مزيد من تشريك النساء في الحملة الانتخابية وتمكينهن من تمثيلية أكبر في الحوارات ومن الأفضل أن يتجلى ذلك في التوازن بين الحضور النسائي والحضور الرجالي عند أخذ القرارات التي تسبق إنتاج البرامج الاخبارية، وفي إدارة الحوارات التلفزية بحضور مذيعة تلفزية ومذيع تلفزي على الشاشة في نفس الوقت كلما أمكن ذلك، وفي اختيار الضيوف من مترشحين أو مترشحات أو ممثلين عن الأحزاب السياسية، وفي التحقيقات المنجزة بهذه المناسبة (استجوابات، حضور في الصورة، الاحصائيات التي تطلبها هيئات التحرير...).

3. الاعتناء بالخطاب

يتعين على الصحفي أو الصحفية خلال تغطيته للحملة الانتخابية أن يأخذ بعين الاعتبار كل المعايير الموضوعية التي يختارها والتي ستحدد طريقة تناوله للمستجدات. ومن الأفضل أن تضم التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية في العلاقة بالنوع الاجتماعي:

- مراعاة التناصف عند إعطاء الكلمة بقدر الإمكان،
- تجنب التعابير الشعبية السلبية ضد المرأة التي تقلل من شأنها وجدارتها،

- تجنب الإشارة إلى الخصائص ذات العلاقة بالجنس،
- استعمال عبارات دقيقة: الحديث عن «ناخبة»، «مواطنة»، «مترشحة» للتأكيد على صفتها وتجنب الاستعمال الفضفاض والمتكرر لكلمة «امرأة»،
- تخصيص مجال للأسئلة المتعلقة بالنوع الاجتماعي في محتويات البرامج.

وتعتبر إشكالية مراعاة التوازن في النوع الاجتماعي مسألة اعلامية من شأنها أن تثير جدلا بين المترشحين والمترشحات الباحثين عن استقطاب الأصوات وأن تدفعهم لوضع مقترحات في هذا السياق، فتكون بذلك الحملة الانتخابية فرصة لإعداد تحقيقات تتعلق بالنوع الاجتماعي تثير اهتمام المواطنين. فيمكن إثارة مواضيع مختلفة في هذا الإطار، ومنها مثلا:

- اللامساواة في فرص التعليم والعمل،
- اللامساواة على المستوى الاقتصادي: الأجور، الوضعية الهشة، الخ...
- اللامساواة على الصعيد الاجتماعي والقانوني،
- اللامساواة في السياسة: التناصف، نفاذ المرأة الى مراكز أخذ القرارات.

4. مراعاة ذوي الإعاقة الجسدية

يتعين الأخذ بعين الاعتبار احتياجات ذوي الإعاقة الجسدية في تغطية الحملة الانتخابية وتحقيق مبدأ المشاركة في التغطية على النحو المشار إليه مع النوع الاجتماعي، والتعامل معهم باعتبارهم مواطنين يتمتعون بالحقوق السياسية والمدنية نفسها ومن واجب وسائل الإعلام تيسير حصولهم على المعلومة، والمشاركة في النقاش العام. وضمان حقهم في التغطية وفق المبادئ نفسها.

لذلـك يتعـين عـدم إغفـال هـذه الفئـة في البرامـج أو الحـوارات التـي يشـارك فيهـا الجمهـور أو ممثلـون عـن المجتمـع المـدني.

كـما يتعـين عـلى الوسـيلة الإعلاميـة اعتـماد النقـل بلغـة الإشـارة لأهـم مضامـين الحملـة وخاصـة منهـا الإخباريـة.

الجزء الثالث
توصيات للصحفي

أولا: الإعداد الجيد

• تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الاحزاب والقائمات المترشحة والمترشحين: الهيكلة، طريقة العمل، الموارد المالية، الانتشار الجغرافي، الوزن السياسي على المستوى الوطني و/أو المحلي، التحالفات الحالية والسابقة، أهم محاور الحملة والبرامج الانتخابية، الخ...

• تجميع أكبر قدر من المعلومات والاحصائيات عن القضايا الرئيسية والدوائر الانتخابية في حيز البث: كعدد الناخبين وتقسيمهم وتوزيعهم الجغرافي والعمري ومن حيث الجنس، كذلك نسبة العاطلين عن العمل، مستوى الدخل الخ...فالتغطية المميزة هي التي تنبني على المعلومة الدقيقة عوضاً عن الكلام العام المرسل، خاصة وان هذه المعلومات ستساعده على مناقشة البرامج الانتخابية بدقة وبنجاعة،

• ربط علاقات مميزة مع الناطق الرسمي لكل حزب أو مع شخصية تحتل موقعا هاما في هيكلة الحزب و/أو في تنظيم حملته الانتخابية وكذلك مع المشرفين على الحملة الانتخابين للمترشحين للرئاسة حتى يتسنى الاتصال بهم للحصول على المعلومات بالسرعة المطلوبة (مثال: تاريخ ومكان وساعة انعقاد اجتماع عام)، أو لتنظيم لقاء مع مترشح، او للحصول على ردود الفعل الفورية حول تظاهرة أو حدث معين يتعلق بالحملة على ألا تؤثر هذه العلاقة على استقلالية عمل الصحفي. وعلى الصحفي أن يجعل حدود العلاقة واضحة لمصدره بما تفرضه عليه الأمانة الصحفية،

- اعداد قائمة تتضمن القضايا الرئيسية التي يود الناخبون أن يتم حلها من طرف المترشحين والقائمات المترشحة،
- اعداد قائمة تتضمن أسماء الخبيرات والخبراء لاستشارتهم والحصول على تعاليق حول الحملة. وإذا كنت صحفياً تنتمي الى وسيلة اعلام وطنية، كون شبكة من العلاقات التي تمكنك من الحصول على المعلومات والأخبار المحلية،
- التأكد من صلاحية البطاقة المهنية والاستعلام حول اجراءات الاعتماد أو الأذون بمأمورية التي قد تكون مطلوبة حتى يخول للصحفي تغطية الحملة، وذلك قبل موعد الانتخابات بوقت كافٍ،
- استقاء المعلومة من الهيئة العليا المستقلة للانتخابات ومن الهيئة العليا المستقلة للإعلام السمعي والبصري حول القواعد الخاصة الواجب تطبيقها من طرف وسائل الاعلام أثناء الفترة الانتخابية،
- الإلمام ولو في الحد الأدنى بالإجراءات المتصلة بالانتخابات، من ذلك مراحلها: التسجيل، الترشحات، الاقتراع، الفرز، وكذلك بأهم المفاهيم والمصطلحات المستعملة مثل: مكتب الاقتراع، مركز الاقتراع، تصويت على القائمات، مترشح، نظام الاقتراع، دائرة انتخابية، العتبة، اجتماع انتخابي... ومن المهم لتحقيق ذلك حضور الندوات العلمية والورشات التكوينية والاطلاع على مختلف النصوص والمنشورات وخاصة أدلة الإجراءات التي تنشرها كل من الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري والهيئة العليا المستقلة للانتخابات.

ثانيا: العمل الميداني

يعد العمل الميداني خلال فترة الانتخابات بما في ذلك يوم الاقتراع ركيزة هامة في متابعة مجريات العملية الانتخابية وفي تحفيز المواطنين على المشاركة الإيجابية.

وعلى الصحفي أثناء عمله الميداني مراعاة:

- ذكر موقعه الجغرافي والزمني من الحدث بدقة، فمثل هذه التفاصيل هي التي تضفي مصداقية على التقرير الميداني وتؤكد للمشاهد وللمستمع يقظة المراسل ومتابعته للحدث بمختلف تطوراته،
- التروي في اجراء اللقاءات مع شهود العيان، فالكثير من الأفراد قد يدلون بمعلومات مغلوطة من أجل الظهور أمام الكاميرات. ولذا، يتعين على المراسل التأكد من الروايات من خلال سؤال عدد معقول من الأفراد ومقارنة ما يقولونه وذلك في حالة وصوله بعد وقوع الحدث،
- التأكد من المعلومات التي قد يُدلي بها المترشح أو اعضاء القائمات المترشحة أو المنتمون الى الاحزاب السياسية على عين المكان والأخذ بعين الاعتبار رغبتهم الترويج لأنفسهم. وعلى المراسل مقارنة هذه التصريحات بما يعاينه بنفسه،
- الحرص على عرض الآراء المختلفة للمتواجدين على عين المكان. وإن تعذر ذلك كما هو الحال في صورة تغطية نشاط انتخابي لحزب من الأحزاب. يتعين على القائمين على البرنامج في المنشأة الإعلامية البحث عن طريقة لموازنة رسالة المراسل من المركز،
- في حالة عدم تأكد المراسل من معلومة، عليه إن كان على الهواء مباشرة الإفصاح عن ذلك بوضوح مع التأكيد على أن هناك جهداً مبذولاً من أجل الحصول على المعلومة المؤكدة،
- في حالة نقل عبارات أدلى بها أحد المصادر، من المهم التأكيد على أن ما تم نقله هو رأي المصدر وأن لا الصحفي ولا المنشأة الإعلامية يتبنيان هذا الموقف وذلك باستخدام عبارات واضحة مثل «حسب ما قاله» أو «حسب وصفه»،
- يُفضل التنسيق المسبق مع المنشط في حالة اللقاءات المباشرة على الهواء لتجنب الأخطاء،
- مراعاة معايير وتوصيات السلامة والأمان في حالات تغطية الاحتجاجات او المشاحنات.

ثالثا: مهارات التحقق

أصبحت مهارات التحقق من صحة ومصداقية الأخبار من المهارات الأساسية التي يجب أن يمتلكها الصحفي نظرا لانتشار استعمال شبكات التواصل الاجتماعي وما تتناقله من معلومات وصور ومقاطع فيديو، وللسرعة التي تنتشر بها مثل هذه المواد بغض النظر عن دقتها أو صحتها. ولم يعد في إمكان المؤسسات الإعلامية تجاهل ما يتم تناقله بين الناس عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فأضيفت إلى مهام وسائل الإعلام الرئيسية مهمة التحقق من صحة ومصداقية هذه المواد وإعلام الناخبين حول مدى دقتها وصحتها.

وقد لجأت العديد من وسائل الإعلام في الدول الأوروبية وكذلك في دول أخرى شهدت انتخابات في السنوات الأخيرة مثل البرازيل والهند، والمكسيك إلى تخصيص جزء من برامجها أو على مواقعها الالكترونية للتحقق من صحة ما يتم تداوله من أخبار ورصد الأخبار الزائفة. وبذلك استطاعت أن تكون «الخبير» الذي يلجأ إليه الناخبون للتحقق مما يصلهم من مواد.

ومن الممكن أن تخصص الوسيلة الإعلامية فريقاً يتولى هذه المهمة في مختلف مراحل العملية الانتخابية، غير أنه من المهم كذلك تدريب كافة الصحفيين وخاصة المراسلين على تقنيات التحقق المتطورة لأنهم يعتمدون على مواقع التواصل كمصدر للأخبار.

ومن المهارات التي يتلقاها الصحفيون:

- أساليب التحقق من صحة الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ومنها فيسبوك وتويتر
- أساليب تزييف الصور الفوتوغرافية وتقنيات التحقق من صحتها ومن تاريخ نشرها. على سبيل المثال استخدام محركات البحث الخاصة بالصور مثل TinEye وGoogle image

• أساليب التحقق من صحة المقاطع المصورة – الفيديو مثل التثبت من تاريخ النشر الأصلي على موقع يوتيوب أو باستخدام الأدوات المتخصصة مثل InVid

ماذا تفعل لو أن ....؟

سرت ليلة الاقتراع اشاعة – عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو غيرها – حول تهديدات تستهدف بعض مكاتب الاقتراع.

أ) تقوم بنشر «المعلومة» دون التثبت منها ودون ذكر أنها مجهولة المصدر؟

ب) تتثبت من مدى صحة المعلومة، وفي غياب تأكدها، تنشرها مبينا مصدرها؟

ت) تمتنع عن نشرها نظرا لعدم تأكدك من صحتها؟

• يتعين على الصحفي اولا محاولة التأكد منها، فإن لم يتسنى ذلك الامتناع عن النشر

رابعا: آراء الجمهور وسبر الآراء واستطلاعات نوايا التصويت

يمنع على الإعلاميين والمؤسسات الاعلامية إجراء سبر الآراء واستطلاعات اتجاهات نوايا التصويت، خاصة وأنهم غير مؤهلين للقيام بمثل هذه الدراسات.

ويشمل ذلك استطلاعات اتجاهات التصويت على المواقع الالكترونية التابعة للمنشأة الإعلامية وكذلك الصفحات التابعة لها على مواقع التواصل الاجتماعي.

آراء الجمهور أو اللقاءات السريعة Micro-Trottoir

ومن المهم مراعاة عدم تقديم اللقاءات السريعة مع المواطنين micro-trottoirs على أنها نتائج لنوايا التصويت.

ويُراعى عند اللجوء الى هذه اللقاءات السريعة:

- عـدم السـؤال عـن اتجاهـات التصويـت والتركيـز عـلى القضايـا الأساسـية التـي تهـم المواطن،
- عـرض هـذه الآراء بصـورة متوازنـة بغـض النظـر عـن العـدد بمعنـى تقديـم كافـة الآراء بشـكل متسـاوٍ، ذلـك أن قيمتهـا في المضمـون وليـس في الاتجـاه. كـما أن قيـاس الاتجاهـات يتطلـب عينـات ممثلـة للمجتمـع وهـو مـا لا يتحقـق في هـذه اللقـاءات السريعـة،
- يُراعـى اسـتخدامها في سـياق نقـاش أكـبر عـن الموضوعـات المطروحـة وتجنـب اسـتخدامها كـمادة منفصلـة دون المزيـد مـن التوضيـح والـشرح والنقـاش،
- يُراعـى تجنـب اذاعتهـا عـلى الهـواء مبـاشرة لضـمان خلوهـا مـن أي انتهـاكات اخلاقيـة كالتعـرض لمترشـح مـا بالثلـب والشـتم، وأيضـا لضـمان خلوهـا مـن أي دعايـة لأحـد المترشـحين أو لقائمـة مترشـحة دون غيرهـا.

سبر الآراء في الفترات الانتخابية

- تلتـزم وسـائل الإعـلام بعـدم نـشر نتائـج سـبر الآراء أثنـاء الفـترة الانتخابيـة برمتهـا حسـب القوانـين والتراتيـب الجـاري بهـا العمـل،
- تُمنـع تمامـاً الإشـارة إلى نتائـج سـبر الآراء يـوم الصمـت وأثنـاء يـوم الاقـتراع وذلـك حتـى موعـد إغـلاق آخـر مكتـب اقـتراع، وذلـك لتجنـب أي تأثـير محتمل عـلى اتجاهـات مـن لم يصوتـوا بعـد،
- تجنـب تقديـم نتائـج سـبر الآراء وقيـاس نوايـا التصويـت عـلى أنهـا تعكـس الواقـع بصـورة قاطعـة مثـل اسـتخدام كلـمات «أثبتـت» أو «تؤكـد»، بـل تُصـاغ بمـا يتناسـب مـع طبيعتهـا كاسـتطلاعات تحتمـل الصـواب أو الخطـأ.

خامسا: العناصر المرئية في برامج التلفزة والمواقع الإخبارية

تلعب الصورة سواء في التلفزة أو في المواقع الإخبارية وصفحات التواصل الاجتماعي دورا مهما مكملا للمضمون الصحفي المصاحب لها سواء كان ذلك تعليق المراسل أو النص المكتوب في الموقع.

ولذا، على المؤسسات الإعلامية التأكد من أن الصورة تستجيب للمبادئ والضوابط التي يفترض الالتزام بها في التغطية الإعلامية للانتخابات.

ويتعين:

- تشريك المصورين والمخرجين في دورات التدريب لضمان فهمهم وإلمامهم بالمبادئ والضوابط المشار إليها،
- مراعاة أن لا تتناقض الصورة مع المضمون المحكي أو المكتوب كأن تركز الصورة على لافتات لمترشح ما دون غيره من المترشحين، أو اتخاذ إطار أو زوايا تصوير توحي بما يخالف الواقع كالإطار الضيق الذي قد توحي بأعداد أكبر أو الإطار الواسع الذي قد يوحي بأعداد أقل،
- الانتباه أثناء التصوير في الشارع إلى الأصوات المحيطة وما قد تحمله من مضامين لا تتناسب مع التغطية المهنية، كوجود هتافات تستهدف مترشح أو قائمة مترشحة أو حزبا ما،
- الحرص أثناء التصوير الخارجي بأن لا تظهر في الصورة بشكل عفوي ما قد يتناقض مع قيم قواعد التغطية كأن ينتهك مبدأ احترام الحياة الخاصة والمعطيات الشخصية مثلا أو تقدم معلومات قد تتسبب في تعرض شخص ما للإساءة أو للخطر كالإفصاح عن عنوان السكن الشخصي لأحد المترشحين خاصة في السياقات التي تتسم بالتوتر،
- الحرص في حال استخدام الصور من الأرشيف على تجنب الإيحاء بأنها حديثة، من ذلك في حال استخدام صور من انتخابات سابقة يجب الإشارة إلى كونها أرشيفية.

سادسا: الأخبار المضللة والزائفة

تعد فترات الانتخابات بيئة مناسبة لانتشار الأخبار المضللة والزائفة خاصة مع إتساع نطاق إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ولم يعد الأمر قاصراً على «فيسبوك» و«تويتر» حيث باتت مواقع المحادثات مثل «واتساب» هى الأخرى وسائل لنشر الأخبار.

وقد لعبت الأخبار الزائفة والمضللة دوراً هاماً في انتخابات شهدتها دول مختلفة مؤخرا كالدور الذي لعبته في الانتخابات الرئاسية الأمريكية وفي البرازيل وفي الهند.

وتتخذ عملية التضليل باستخدام الأخبار أشكالاً ثلاثة [1]:

1. الأخبار المضللة Disinformation

وهى أخبار كاذبة تنشر بقصد الإساءة إلى مترشح أو إلى قائمة مترشحة بعينها،

2. الأخبار الخاطئة Misinformation

وهى أخبار كاذبة غير دقيقة يتداولها الناس لكن بدون قصد الإساءة الى مترشح أو قائمة مترشحة بعينها،

3. الأخبارالموجهة Malinformation

وهى أخبار صحيحة لكن توقيت نشرها اختير بعناية بغرض الإساءة إلى مترشح أو قائمة مترشحة بعينها.

وعلى الصحفي الوعي بهذه الأشكال والحرص الشديد عند التعامل مع المعلومات على التأكد من صحتها، ويتعين عليه كذلك تنمية قدراته على مهارات التحقق Verification.

1. Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training, UNESCO, November 2018.

الجزء الرابع

التنشيط

تمزج التغطيات الخاصة بالانتخابات بين أشكال برامجية مختلفة، يكون بعضها مسجلاً سلفاً والبعض الآخر مباشراً على الهواء. كذلك تختلف هذه الأشكال وفقاً لطبيعة الانتخابات كاختلاف الأشكال البرامجية للانتخابات التشريعية عن تلك الخاصة بالانتخابات الرئاسية، وأيضا باختلاف المرحلة فقد تتبع الوسيلة الإعلامية أشكالاً برامجية معينة في بداية الحملة الانتخابية وتضيف إليها لاحقا مع اقتراب موعد التصويت أشكالاً أخرى.

ومن ثم يتعين عند التخطيط للتغطية مراعاة:

- التنويع في الأشكال ما بين تلك التي تركز على المترشحين والتعريف بهم، والأشكال التي تتناول قضايا بعينها يشارك في مناقشتها خبراء ومختصون بالإضافة إلى المترشحين، وتلك التي تنطلق من الناخبين أو الجمهور من خلال وجود الجمهور في الاستديو أو مشاركته عبر الهاتف وتحديده للمواضيع التي يرغب في مناقشتها،
- قد ترغب بعض وسائل الإعلام في نقل برامجها من الاستديو إلى مناطق مختلفة من البلاد لضمان تمثيل عادل للجهات ولفئات المواطنين. وهذا الخيار يستلزم حشداً لإمكانيات فنية ومادية كبيرة نوعاً ما، إلّا أنه يعد من أفضل أشكال تغطية الانتخابات خاصة بالنسبة للتلفزات والإذاعات التي تعمل على المستوى الوطني،
- تحديد التغطية الخاصة ليوم الاقتراع وإن كانت تستلزم تغييرا في الخريطة البرامجية أم لا، وكذلك تغطية إعلان النتائج النهائية. وتلجأ بعض وسائل الإعلام الى اعتماد فترات مباشرة مستمرة لمتابعة النتائج أولاً بأول

مـع انتشـار جغـرافي لمراسـليها وكذلـك وجـود اسـتديو تحليـلي يقـوم فيـه الخبراء بتحليـل النتائـج ومـا تعنيـه مـن دلالات سياسـية تهـم المواطـن.

أولا: توصيات عامة

يعـد دور المنشـط أساسـياً في ضـمان حياديـة التغطيـة خاصـة في البرامـج والفـترات المبـاشرة التـي تتطلـب منـه الاسـتعداد الجيـد وامتـلاك أدوات التعامـل مـع المواقـف المفاجئـة عـلى الهـواء.

وأهـم مـا يتعـين عـلى المنشـط الالتـزام بـه هـو العمـل الجماعـي والتنسـيق الجيـد مـع فريـق التنفيـذ مـع الالتـزام باجتماعـات التحريـر قبـل البرنامـج للتنسـيق، وبعـد البرنامـج لرصـد نقـاط القـوة ونقـاط الضعـف ومـن ثـم تـلافي أيـة أخطـاء في المسـتقبل.

كما يتعين عليه:

- الالتزام بدوره في تسهيل الحوار وتبادل الآراء في إطار الاحترام والحرية.
- تأطـير الحـوار مـن خـلال الحـرص عـلى عـدم خـروج المتحاوريـن عـن المحـاور المعـدة سـلفاً.
- لعـب دور الحكـم في حالـة حصـول نـزاع أو سـوء تفاهـم. وهنـا مـن المهـم الإشـارة إلى بعـض الممارسـات الشـائعة التـي تعتـبر احتـداد النقـاش بـين المتحاوريـن وارتفـاع أصواتهـم مقياسـاً لنجـاح البرنامـج غـير أن هـذه الممارسـات لا تصـب في إطـار الصحافـة التـي تضـع المشـاهد أو المسـتمع في صلـب اهتمامها ولا تهتـم إلا بتحقيـق نجـاح زائـف عـلى مواقـع التواصـل الاجتماعـي. وهـذه الممارسـات لا تسـهم في مسـاعدة الجمهـور عـلى تكويـن رأي سـليم واضـح عـن موضـوع الحصـة ولا عـن المتحاوريـن. فمسـؤولية المنشـط الأساسـية هـي ضـمان أن تـدور النقاشـات في جـو مريـح ومفيـد لا في التقليـد الأعمـى لبرامـج «صراع الديكـة» التـي تحقـق الاثـارة ولا تحقـق الفائـدة.

ثانيا: ادارة الحوارات المسجلة والمباشرة

• في حالة إجراء المقابلات أو المناظرات أو البرامج الحوارية من الضروري بيان طبيعة البرنامج ومدته وتوقيت إذاعته، وأسماء مختلف الأطراف المشاركة فيه، وطبيعة مشاركة كل طرف، وتجنب مفاجأة الضيوف على الهواء بمشاركة لم يتم الاعلان عنها مسبقا.

• في حالة تنظيم مناظرات في الانتخابات الرئاسية، من المهم تنظيم البرنامج بشكل واضح بين المشاركين، ومراعاة المساواة التامة في الوقت المحدد بدقة وفي عدد الاسئلة وفي التعقيب، كذلك من المهم التوضيح للأطراف المشاركة قبل التسجيل إذا كان مسموحاً لكل طرف بمناقشة الأطراف الأخرى أم لا أو إذا كان مسموحاً للأطراف المختلفة بالتعقيب أم لا. وعلى المذيع الصحفي المكلف بإدارة المناظرة مراعاة القواعد المتفق عليها بدقة وصرامة خاصة إذا كانت المناظرة على الهواء مباشرة.

ثالثا: إدراة البرامج التي يشارك فيها الجمهور وأشكال المشاركة

• منالمهم بيان طبيعة مشاركة الجمهور لضيوف البرنامج وأخذ موافقتهم المبدئية على مشاركة الجمهور خاصة إذا كان البرنامج على الهواء مباشرة سواء بوجود جمهور في الاستديو أو المشاركات عبر الهاتف.

• قد يلجأ بعض المترشحين أو بعض الأحزاب السياسية الى حشد أنصارهم للمشاركة بكثافة في البرنامج سواء من خلال الاتصالات الهاتفية أو الحضور في الاستديو، ولذا لابد من بذل الجهد الكافي لتجنب مثل هذا الحشد وضمان التنوع في المتصلين أو المشاركين في الاستديو.

• على المنشط أن يوضح بدقة للجمهور نوع المشاركة والمدة وأيضا الضوابط التي يجب أن يلتزم بها كل فرد، ومنها عدم التعرض بالإساءة لضيوف البرنامج.

رابعا: تنشيط الصفحات الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي

تعتبر الصفحات الرسمية التابعة للمنشأة الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي مكملة للبث التلفزي والإذاعي، وتنسحب عليها مبادئ وقواعد التغطية ومنها الدقة والموضوعية والحياد والمساواة ومراعاة الصالح العام، خاصة وأن منشوراتها يتم تداولها من قبل مستعملي شبكات التواصل الاجتماعي.

وتلجأ وسائل الإعلام إلى استغلال هذه الصفحات من خلال تضمينها في الخطة الخاصة بالتغطية وتخصيص صحفي أو أكثر للعمل عليها بطريقة فيها إبداع وتحقيق النجاعة المطلوبة.

ومن الممكن استخدام هذه الصفحات في:

- تشريك الجمهور قبل البرامج من خلال طرح اسئلة معينة أو الطلب من رواد الصفحة توجيه اسئلة إلى الضيوف من مترشحين أو مسؤولين أو خبراء.
- إبراز أهم ما ورد في البرنامج من خلال نشر بعض الأجزاء مع الالتزام بالموضوعية والتوازن.

ويعد تنشيط هذه الصفحات أثناء فترات الانتخابات عملاً صحفياً يتطلب قدرا من الكفاءة وحرصاً شديداً في الصياغات واختيار المقاطع المصورة والصور وتحديد المواعيد المناسبة للنشر.

ومن أبرز الإشكاليات التي تطرح بالنسبة لاستعمال صفحات التواصل الاجتماعي خلال فترات الانتخابات هي كيفية التعامل مع تعليقات رواد الصفحة لما قد تحمله من تجاوزات. لذلك على وسائل الاعلام الاهتمام بصفحاتها الاجتماعية، وعليها أن تتابع بحرص شديد تلك التعليقات وتعتبرها جزءا من تغطيتها، لذا

فهـي تلتـزم بأحـد خياريـن:

- الخيـار الأول: تكليـف صحفـي بمتابعـة التعليقـات وحـذف كل التعليقـات التـي تتضمـن إسـاءة أو تعـد عـلى الحيـاة الخاصـة، أو تلـك التـي تتضمـن معلومـات مغلوطـة بهـدف تضليـل الناخبـين،
- الخيـار الثـاني: غلـق التعليقـات تمامـا في صـورة عـدم إمكانيـة توفـير آليـات المتابعـة.

الملاحق

فهرس الملاحق

1. القانون الأساسي عدد 16 لسنة 2014 المؤرخ في 26 ماي 2014 والمتعلق بالانتخابات والاستفتاء كما تمّ تنقيحه وإتمامه بالقانون الأساسي عدد 07 لسنة 2017 المؤرّخ في 14 فيفري 2017: الفصول المتعلّقة بتعديل الإعلام السمعي والبصري خلال الفترات الانتخابيّة،

2. المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 المتعلق بحرية الاتصال السمعي والبصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي والبصري: الأحكام الخاصة بالانتخابات،

3. القرار المشترك بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري المتعلّق بضبط القواعد الخاصّة بالحملة الانتخابية بوسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري وإجراءاتها، والمؤرخ في 21 أوت 2019،

4. التوصيات الصادرة عن الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري حول التغطية الإعلامية خلال فترة ما قبل الحملة الانتخابية التشريعية والرئاسية السابقة لأوانها لسنة 2019.

ملحق 1

القانون الأساسي عدد 16 لسنة 2014 المؤرخ في 26 ماي 2014 والمتعلق بالانتخابات والاستفتاء كما تمّ تنقيحه وإتمامه بالقانون الأساسي عدد 07 لسنة 2017 المؤرّخ في 14 فيفري 2017: الفصول المتعلّقة بتعديل الإعلام السمعي والبصري خلال الفترات الانتخابيّة

الفصل 52

تخضع الحملة إلى المبادئ الأساسية التالية :

- حياد الإدارة وأماكن العبادة،
- حياد وسائل الإعلام الوطنية،
- شفافية الحملة من حيث مصادر تمويلها وطرق صرف الأموال المرصودة لها،
- المساواة وضمان تكافؤ الفرص بين جميع المترشّحين،
- احترام الحرمة الجسدية للمترشّحين والناخبين وأعراضهم وكرامتهم،
- عدم المساس بحرمة الحياة الخاصة والمعطيات الشخصية للمترشحين،
- عدم الدعوة إلى الكراهية والعنف والتعصّب والتمييز.

الفصل 56

تحجّر كل دعاية انتخابية أو متعلقة بالاستفتاء تتضمن الدعوة إلى الكراهية والعنف والتعصب والتمييز.

الفصل 57

يحجّر الإشهار السياسي في جميع الحالات خلال الفترة الانتخابية.

ويخول للصحف الحزبية القيام بالدعاية خلال الحملة الانتخابية في شكل إعلانات إشهار لفائدة الحزب التي هي ناطقة باسمه والمترشّحين أو القائمات المترشّحة باسم الحزب فقط.

ويمكن للمترشح في الانتخابات الرئاسية استعمال وسائط إشهارية، وتضبط الهيئة شروطها.

الفصل 58

يحجّر في الفترة الانتخابية الإعلان عن تخصيص رقم هاتف مجاني بوسائل الإعلام أو موزع صوتي أو مركز نداء لفائدة مترشّح أو قائمة مترشّحة أو حزب.

الفصل 59

تتمثل وسائل الدعاية المتعلّقة بالانتخابات وبالاستفتاء في الإعلانات والاجتماعات العموميّة والاستعراضات والمواكب والتجمعات والأنشطة الإعلانية بمختلف وسائل الإعلام السمعية والبصرية والمكتوبة والإلكترونيّة وغيرها من وسائل الدعاية.

الفصل 56

تضمن الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري الحق في النفاذ إلى وسائل الاتصال السمعي والبصري لكل المجموعات السياسية خلال مرحلة ما قبل الحملة الانتخابية أو ما قبل حملة الاستفتاء على أساس التعددية.

كما تضمن الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري تعددية الإعلام السمعي والبصري وتنوّعه خلال الحملة الانتخابية وإزالة العراقيل التي تتعارض مع مبدأ النفاذ إلى وسائل الاتصال السمعي والبصري على أساس الإنصاف بين جميع المترشّحين أو القائمات المترشحة أو الأحزاب.

الفصل 66

للمترشّحين والقائمات المترشّحة وللأحزاب بالنسبة للاستفتاء، في نطاق الحملة الانتخابية أو حملة الاستفتاء، استعمال وسائل الإعلام الوطنية ووسائل الإعلام الإلكترونية. ويحجر عليهم استعمال وسائل الإعلام الأجنبيّة.
وبصفة استثنائية، يُسمح خلال الحملة الانتخابية بالنسبة إلى الانتخابات التشريعية للقائمات المترشحة عن الدوائر الانتخابية في الخارج استعمال وسائل الإعلام الأجنبية، ويخضع ذلك إلى مبادئ الحملة الانتخابية والقواعد المنظّمة لها.

وتتولى الهيئة بالتشاور مع الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري ضبط القواعد الخاصة باستعمال القائمات المترشحة عن الدوائر الانتخابية في الخارج لوسائل الاتصال الأجنبية السمعية والبصرية.
وتضبط الهيئة القواعد الخاصة باستعمال القائمات المترشّحة عن الدوائر الانتخابية في الخارج لوسائل الإعلام الأجنبية المكتوبة والإلكترونية.

الفصل 67

تتولى الهيئة بالتشاور مع الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري ضبط القواعد والشروط العامة التي يتعيّن على وسائل الإعلام التقيد بها خلال الحملة الانتخابية.

وتضبط الهيئة قواعد الحملة الخاصة بوسائل الإعلام المكتوبة والإلكترونية.
وتحدد الهيئة والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري بقرار مشترك قواعد الحملة الخاصة بوسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري وإجراءاتها والشروط المتعلقة بإنتاج البرامج والتقارير والفقرات المتعلقة بالحملات الانتخابية. وتحدد الهيئتان المدة الزمنية للحصص والبرامج المخصّصة لمختلف المترشّحين أو القائمات المترشّحة أو الأحزاب وتوزيعها وتوقيتها بمختلف وسائل الاتصال السمعي والبصري على أساس احترام مبادئ التعددية والإنصاف والشفافية، وتراعى بالنسبة إلى المترشحين ذوي الإعاقة الاحتياجات الخصوصية الناجمة عنها.

الفصل 68

تسري كافة المبادئ المنظمة للحملة على أيّ وسيلة إعلام إلكتروني وأي رسالة موجهة للعموم عبر وسائط إلكترونية تهدف للدعاية الانتخابية أو المتعلقة بالاستفتاء.

وتسري أيضاً على المواقع الالكترونية الرسمية لمنشآت الاتصال السمعي والبصري وتقوم الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري بمراقبة ذلك.

الفصل 69

تحجّر جميع أشكال الدعاية خلال فترة الصمت الانتخابي.

الفصل 70

يمنع خلال الحملة الانتخابية أو حملة الاستفتاء وخلال فترة الصمت الانتخابي، بث ونشر نتائج سبر الآراء التي لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بالانتخابات والاستفتاء والدراسات والتعاليق الصحفيّة المتعلقة بها عبر مختلف وسائل الإعلام.

الفصل 73

تتثبت الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري من احترام المترشحين أو القائمات المترشحة أو الأحزاب لتحجير القيام بالدعاية الانتخابية أثناء الحملة في وسائل الاتصال السمعي والبصري الأجنبيّة غير الخاضعة للقانون التونسي والتي تبث في اتجاه الجمهور التونسي.

تُعلم الهيئةُ العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري الهيئةَ بجميع الخروقات المرتكبة والقرارات المتخذة من قبلها طبق أحكام الباب الثالث من المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 في أجل 24 ساعة من اتخاذها. وفي صورة وجود مخالفة من قبل المترشحين، تتخذ الهيئة القرارات اللازمة طبق أحكام هذا القانون.

الفصل 74

تسري أحكام الفصل 46 من المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 والمتعلق بحرية الاتصال السمعي والبصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي والبصري على مراسلي ومكاتب القنوات الأجنبية وعلى الوكالات وشركات الإنتاج المتعاقدة معها داخل الجمهورية التونسية، ولا يمكن أن تكون العقوبة المسلطة من الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري متجاوزة في مداها الزمني يوم الاقتراع.

الفصل 152

كل مخالفة لأحكام الفصل 58 من هذا القانون يترتب عنها خطية مالية قدرها 3 آلاف دينار.

الفصل 153

كل مخالفة لأحكام الفقرتين الأولى والثانية من الفصل 53 والفصل 54 والفقرة الأولى من الفصل 66 من هذا القانون يترتب عنها خطية مالية من ألفين إلى خمسة آلاف دينار.

الفصل 154

كل مخالفة لأحكام الفصل 57 من هذا القانون يترتب عنها خطية مالية من 5 آلاف إلى 10 آلاف دينار.

الفصل 155

كل مخالفة لأحكام الفصل 69 من هذا القانون يترتب عنها خطية مالية من 3 آلاف دينار إلى 20 ألف دينار.

الفصل 156

كل مخالفة لأحكام الفصل 70 من هذا القانون يترتب عنها خطية مالية من 20 ألف دينار إلى 50 ألف دينار.

الفصل 172

إلى حين صدور قانون ينظّم سبر الاراء يحجّر خلال الفترة الانتخابية بثّ ونشر سبر الاراء التي لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بالانتخابات والاستفتاء والدراسات والتعاليق الصحفية المتعلّقة بها عبر وسائل الإعلام

ملحق 2

المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 المتعلق بحرية الاتصال السمعي والبصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي والبصري: الأحكام الخاصة بالانتخابات

الفصل 42

يرخّص للمترشحين في استعمال وسائل الإعلام الوطنية دون سواها لحملاتهم الانتخابية. وتسهر الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي و البصري على تنظيم استعمال وسائل الإعلام على أساس المبادئ المشار إليها بالفصل الأول من هذا المرسوم.

وتتخذ لهذا الغرض التدابير اللازمة.

الفصل 43

تسهر الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري على ضمان تعددية الإعلام وتنوعه خلال الحملة الانتخابية وعلى إزالة كل العراقيل القانونية والإدارية التي تتعارض مع مبدإ النفاذ إلى وسائل الإعلام على أساس الإنصاف بين جميع المترشحين أو القائمات المترشحة. ولا يمكن الحد من حرية التعبير إلا في حالات استثنائية قصوى وعلى أساس معايير دقيقة تتعلق باحترام حقوق الغير وكرامته أو بالأمن الوطني أو بالنظام العام أو بالصحة.

وتحدد الهيئة العليا القواعد والشروط الخاصة بإنتاج البرامج والتقارير والفقرات المتعلقة بالحملات الانتخابية وبرمجتها وبثها التي يتعين على منشآت الإعلام والاتصال بالقطاعين العمومي والخاص التقيد بها.

الفصل 44

تحدد الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري قواعد الحملة الانتخابية بوسائل الاتصال السمعي والبصري وإجراءاتها وبالخصوص تحديد

المـدة الزمنيـة للحصـص و البرامـج المخصصـة لمختلـف المترشـحين وتوزيعهـا وتوقيتهـا بمختلـف وسـائل الإعـلام السـمعية البصريـة بالتشـاور مـع مختلـف الأطـراف المعنيـة عـلى أسـاس احـترام مبـادئ التعدديـة والإنصـاف والشـفافية.

الفصل 45

يحجّـر عـلى كافـة منشـآت الإعـلام السـمعي والبـصري بـث برامـج أو إعلانـات أو ومضـات إشـهار لفائـدة حـزب سـياسي أو قائمـات مترشـحين، بمقابـل أو مجانـا. وتعاقـب كل مخالفـة لهـذا التحجـير بخطيـة ماليـة يكـون مقدارهـا مسـاويا للمبلـغ المتحصـل عليـه مقابـل البـث عـلى أن لا تقـل في كل الحـالات عـن عـشرة آلاف دينـار، وتضاعـف الخطيـة في صـورة العـود.

الفصل 46

تتـولى الهيئـة العليـا المسـتقلة للاتصـال السـمعي والبـصري ، بجميـع الوسـائل الملائمـة، مراقبـة احـترام المترشـحين ومنشـآت الإعـلام والاتصال السـمعي والبصري لأحـكام هـذا البـاب وتتلقـى الطعـون المتعلقـة بهـا.

وعنـد الاقتضـاء تتخـذ الإجـراءات و تسـلط العقوبـات الكفيلـة بوضـع حـد لهـا فـورا وفي كل الحـالات قبـل نهايـة مـدة الحملـة الانتخابيـة.

ملحق 3

الجمهورية التونسية
HAICA
الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري

الهيئة العليا المستقلة للانتخابات
TUNISIE

قرار مشترك بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات
والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري مؤرخ في 21 أوت 2019
يتعلّق بضبط القواعد الخاصّة بتغطية الحملة الانتخابية الرئاسية والتشريعية بوسائل الإعلام
والاتصال السمعي والبصري وإجراءاتها

إن مجلس الهيئة العليا المستقلة للانتخابات ومجلس الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري.

بعد الاطلاع على دستور الجمهورية التونسية وخاصّة الفصول 31 و32 و48 و55 و75 و125 و126 و127 والفقرة 8 من الفصل 148 منه،

وعلى القانون الأساسي عدد 23 لسنة 2012 المؤرخ في 20 ديسمبر 2012 والمتعلّق بالهيئة العليا المستقلّة للانتخابات وعلى جميع النصوص المتممة والمنقحة له،

وعلى القانون الأساسي عدد 16 لسنة 2014 المؤرخ في 26 ماي 2014 المتعلّق بالانتخابات والاستفتاء كما تم تنقيحه وإتمامه بالقانون الأساسي عدد 7 لسنة 2017 المؤرخ في 14 فيفري 2017 وخاصّة الفقرة الثالثة من الفصل 67 والفصل 74 منه،

وعلى المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 وخاصّة الفصول 3 و4 و5 و42 و43 و44 و45 و46 منه،

وبعد التداول، قرّرا ما يلي:

الباب الأول: أحكام عامة

الفصل الأول: يضبط هذا القرار قواعد تغطية الحملة الانتخابية الرئاسية و الحملة الانتخابية التشريعية في وسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري وإجراءاتها، وذلك بالنسبة لكل برامجها سواء الإخبارية منها أو الحوارية أو المناظرات السياسية أو حصص التعبير المباشر أو غيرها، كما يضبط شروط إنتاج البرامج والتقارير والفقرات المتعلّقة بالحملات الانتخابية.

وتنطبق أحكام هذا القرار على وسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري الوطنيّة العمومية والخاصة والجمعياتية وعلى المواقع الالكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي الرسمية التابعة لها، وتنطبق أيضاً على مكاتب ومراسلي القنوات الأجنبية وعلى الوكالات وشركات الإنتاج المتعاقدة معها داخل الجمهورية التونسيّة.

الفصل 2: يقصد بالمصطلحات التالية على معنى هذا القرار:

- **الفترة الانتخابية:** هي المدة التي تضم مرحلة ما قبل الحملة الانتخابية والحملة الانتخابية وفترة الصمت الانتخابي وبالنسبة للانتخابات الرئاسية تمتد حتى الإعلان عن النتائج النهائية للدورة الأولى.
- **الحملة الانتخابية:** مجموع الأنشطة التي يقوم بها المترشحون أو القائمات المترشحة أو مساندوهم أو الأحزاب خلال الفترة المحددة قانونا للتعريف بالبرنامج الانتخابي باعتماد مختلف وسائل الدعاية والأساليب المتاحة قانونا قصد حث الناخبين على التصويت لفائدتهم يوم الاقتراع.

تفتتح الحملة قبل يوم الاقتراع باثنين وعشرين يوما وتنتهي أربع وعشرين ساعة قبل يوم الاقتراع.

- **فترة الصمت:** هي المدة التي تضم يوم الصمت الانتخابي ويوم الاقتراع إلى حد غلق آخر مكتب اقتراع بالدائرة الانتخابية.
- **القائمة المترشحة أو المترشح:** القائمات المترشحة في الانتخابات التشريعية والمترشح في الانتخابات الرئاسية.
- **اتصال سمعي وبصري:** كل عملية وضع على ذمة العموم لخدمات إذاعية أو تلفزية كيفما كانت طريقة تقديمها.
- **بث:** تغطية منطقة جغرافية بالبرامج الإذاعية والتلفزية.
- **برنامج:** مجموعة صور أو أصوات أو الاثنين معا تشكل وحدة في إطار البرمجة التي تركزها منشأة اتصال سمعي بصري بوسائلها الخاصة.
- **المناظرة:** هي لقاء منظم في وسائل الاتصال السمعي والبصري يتم على أساس قواعد مضبوطة مسبقا يتم في اطاره إدارة نقاش مباشر بين المترشحين للرئاسة بهدف إنارة الناخب واطلاعه على أفكارهم وبرامجهم.
- **التعبير المباشر:** هو حق ممثلي القائمات المترشحة في الانتخابات التشريعية والمترشحين في الانتخابات الرئاسية في الاتصال من خلال وسائل الاتصال السمعي والبصري العمومية لعرض برامجهم الانتخابية.

- **وسائل الإعلام السمعي والبصري الوطنية:** هي منشآت الاتصال السمعي والبصري العمومية والخاصة والجمعياتية الحاصلة على إجازة والتي تمارس نشاط البث على نحو ما نظمه المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011.
- **الإشهار السياسي:** هو كلّ عمليّة إشهار أو دعاية بمقابل مادي أو مجانا تعتمد أساليب وتقنيات التسويق التجاري، موجهة للعموم، وتهدف إلى الترويج لشخص أو لموقف أو لبرنامج أو لحزب سياسي، بغرض استمالة الناخبين أو التأثير في سلوكهم واختياراتهم عبر وسائل الإعلام السمعيّة أو البصريّة أو المكتوبة أو الإلكترونيّة، أو عبر وسائط إشهاريّة ثابتة أو متنقلة، مركزة بالأماكن أو الوسائل العمومية أو الخاصة.
- **سبر الآراء:** هو تحقيق إحصائي يهدف إلى عرض مؤشرات كمية في فترة زمنية محددة تتعلق بآراء أو نوايا أو سلوك المواطنين.
- **المساواة في التغطية:** هي قاعدة يتم على أساسها تخصيص نفس المدة الزمنية على مستوى البث أو التعبير لتغطية الحملة الانتخابية الرئاسية ونفاذ المترشحين لوسائل الاعلام السمعي والبصري.
- **الإنصاف في التغطية:** هي قاعدة يتم على أساسها نفاذ القائمات المترشحة للانتخابات التشريعية إلى وسائل الإعلام السمعية والبصرية استنادا الى قاعدة التناسب بين عدد القائمات المترشحة على المستوى الوطني أو الجهوي ونسبة الحضور الزمني في وسائل الإعلام السمعية والبصرية.
- **التناسب على المستوى الوطني:** هو قاعدة التوازن بين نسبة نفاذ القائمات المترشحة لوسائل الإعلام على أساس نسبة عددها في الدوائر الانتخابية أو على مستوى كامل تراب الجمهورية.
- **التناسب على المستوى الجهوي:** هو قاعدة التوازن بين نسبة نفاذ القائمات المترشحة لوسائل الإعلام الجهوية والمحلية على أساس نسبة عددها في الدوائر المعنية
- **الحياد:** هو التعامل بموضوعية ونزاهة مع كافة المترشحين وعدم الانحياز إلى أي قائمة مترشحة أو تعطيل الحملة الانتخابية لقائمة مترشحة، وتجنب كل ما من شأنه أن يؤثر على إرادة الناخب.
- **الثلب:** هو كل ادعاء أو نسبة شيء غير صحيح بصورة علنية من شأنه أن ينال من شرف أو اعتبار شخص معين بشرط أن يترتب عن ذلك ضرر شخصي ومباشر للشخص المستهدف.

الباب الثاني: قواعد التغطية الإعلامية أثناء الحملة الانتخابية

القسم الأول: القواعد العامة المشتركة

الفصل 3: تتمتّع وسائل الإعلام السمعي والبصري بحرية التعبير واستقلالية خطها التحريري في تغطيتها للحملة الانتخابية مع التزامها بمبادئ الموضوعية والنزاهة والحياد.

الفصل 4: تخضع وسائل الإعلام في تغطيتها للحملة الانتخابية للضوابط المنصوص عليها بالتشريع الجاري به العمل ولأحكام هذا القرار وللأحكام الواردة في قرار الهيئة العليا المستقلّة للانتخابات المتعلّق بضبط القواعد والشروط التي يتعين على وسائل الإعلام التقيد بها أثناء الحملة الانتخابية، ولمقتضيات كراسات الشروط الصادرة عن الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري والمتعلقة بإحداث واستغلال قنوات تلفزية وإذاعية.

الفصل 5: لا يجوز القيام بالحملة الانتخابية في وسائل الإعلام السمعية البصرية التي تمارس نشاط البث خارج إطار المرسوم عدد 116 لسنة 2011 و غير الحاصلة على إجازة.

الفصل 6: تلتزم وسائل الإعلام السمعي والبصري بمختلف أصنافها بتأمين تغطية الحملة الانتخابية من خلال صحفيين لهم قدر من الحرفية والتجربة والمام بالقوانين والتراتيب المنطبقة على العملية الانتخابية. وعلى الصحفي أيا كان صنف المنشأة التي يشتغل بها الالتزام بالقواعد المهنية والأخلاقية وعدم الخضوع لأي شكل من أشكال التوجيه أو التهديد أو الابتزاز وإعلاء حق الناخب في تغطية متوازنة وذات مصداقية.

الفصل7: تلتزم وسائل الإعلام بعدم المساس بحرمة الحياة الخاصة للمترشحين، والامتناع عن بث كل خطاب فيه حثّ على العنف أو الكراهية أو التعصب أو التمييز على أساس اللون أو الجنس أو الدين أو الانتماء الجهوي أو على أي أساس آخر وكل ما من شأنه أن يمس من قيم الدولة المدنية الديمقراطية الواردة في الدستور.

الفصل 8: تلتزم وسائل الإعلام عند اختيار مقتطفات من بيانات وتصريحات المترشحين بعدم تحريف معناها ومقاصدها.

ويمنع عليها، عند بث أو إدراج البرامج الإذاعية والتلفزية الخاصة بالحملة أو لجزء منها على مواقعها الالكترونية أو على صفحات التواصل الاجتماعي التابعة لها، إعادة تركيبها أو الاقتطاع من محتواها بما يمس من جوهر مضمونها الأصلي أو يؤدّي إلى تحميله معنى مغايراً.

الفصل 9: تلتزم وسائل الإعلام بتمكين كل مترشح تعرّض للتشويه أو الثلب من حق الرد ومن التصحيح إن وردت في شأنه معلومات خاطئة من شأنها تضليل الناخبين. ويتم ذلك في أجل لا

يتجاوز 24 ساعة من تاريخ إيداع المعني بالأمر لطلب كتابي في الغرض لدى وسيلة الإعلام المعنية.

الفصل 10: تتم ممارسة حق الرد والتصحيح وفقا للضوابط المنصوص عليها صلب كراسات الشروط.

لا يجوز أن يتضمّن حق الرد عبارات مخالفة للقانون أو مسا من شرف الأشخاص أو سمعتهم.

الفصل 11: في صورة رفض الوسيلة الإعلامية المعنية تمكين الطالب من حق الرد أو التصحيح تتولى إبلاغه بمقتضى قرار كتابي معلل. ويعد الصمت بعد انقضاء الأجل المذكور رفضا ضمنيا.

يتمّ الطعن في قرار الرفض أمام الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري في أجل لا يتجاوز 24 ساعة من تاريخه وتبت الهيئة في الطعن في غضون الأربع وعشرين ساعة الموالية

الفصل 12: تلتزم وسائل الإعلام بعدم الخلط بين برامج الحملة الانتخابية الرئاسية وبرامج الحملة الانتخابية التشريعية وأن تكون البرمجة المخصصة لكل منهما مسبوقة بشارة سمعية أو بصريّة خاصّة بها، كما يشار إلى ذلك صراحة خلال البث.

الفصل 13: تُعد وسائل الإعلام قبل انطلاق كل من الحملة الانتخابية الرئاسية والحملة الانتخابية التشريعية مخططين تفصيليين للبرامج المخصصة للتغطية، يتم ضبطهما بالتشاور مع الهيئات التحريرية. ولها حرية تحديد عدد البرامج المخصصة ونوعيتها مع مراعاة أحكام هذا القرار.

ويشمل المخطط البرامج الإذاعية والتلفزية لوسائل الإعلام وما يبث على مواقعها الالكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي الرسمية التابعة لها.

الفصل 14: تلتزم وسائل الإعلام بتسليم المخطّط التفصيلي للهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري، وذلك قبل بداية الحملة الانتخابية بسبعة أيام على الأقل، ونشره على المواقع الالكترونية الخاصة بها.

الفصل 15: تلتزم وسائل الإعلام بتأمين نشرات إخبارية خاصة بالحملة الانتخابية، وفق ما تسمح به إمكانياتها ومواردها البشرية.

وتلتزم بعدم دمج فقرات ترفيهية ضمن البرامج والمجلات الإخبارية الخاصة بالحملة الانتخابية.

كما تلتزم عند اجراء البرامج الحوارية باختيار الضيوف على أساس التنوّع وعدم السعي الى اقصاء أي طرف، و على الصحفي الذي يدير الحوار ذكر المعايير التي تم على أساسها استضافتهم.

الفصل 16: تلتزم كل وسيلة إعلام بتعيين منسّق خاص يكون المخاطب المباشر للتنسيق مع جميع الأطراف والهياكل المعنيّة خلال الحملة الانتخابية.

الفصل 17: تلتزم وسائل الإعلام بعدم الإعلان عن نتائج سبر آراء الناخبين عند خروجهم من مكاتب الاقتراع قبل إغلاق آخر مكتب اقتراع بالدائرة الانتخابية بالنسبة للانتخابات التشريعية وغلق آخر مكتب اقتراع بالنسبة للانتخابات الرئاسية.

الفصل 18: يتعين على وسائل الإعلام، عند الإعلان عن نتائج سبر الآراء وفقا للضوابط المذكورة، الإشارة الى ما يلي:

- أن النتائج المعروضة لا تعكس النتائج النهائية للتصويت.
- الإعلان عن اسم الهيكل الذي أعد عملية سبر الآراء، والمنهجية المعتمدة، وتفاصيل العينة، ونسبة الخطأ، والجهة أو الشخص أو الحزب الذي أُنجز السبر بطلب منه.

الفصل 19: يحجر على وسائل الإعلام الإعلان عن النتائج الأولية أو النهائية للانتخابات قبل الإعلان عنها بصفة رسمية من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات.

القسم الثاني: النفاذ إلى وسائل الإعلام السمعي والبصري

الفصل 20: تلتزم وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية بضمان التنوع من خلال حضور مختلف الحساسيات الفكرية والسياسية، وذلك من خلال توفير تغطية إعلامية تحترم قاعدة المساواة بالنسبة للانتخابات الرئاسية وتحترم قاعدة الإنصاف بالنسبة للانتخابات التشريعية.

تلتزم كافة القنوات التلفزية والإذاعية التي تبث على المستوى الوطني بتحقيق الإنصاف باعتماد التناسب على المستوى الوطني، كما تلتزم القنوات الجهوية بتحقيق الإنصاف باعتماد التناسب على المستوى الجغرافي المشمول بمجال بثها المحدد في اتفاقيات الإجازة، بالنسبة للانتخابات التشريعية.

وإذا اقتصرت التغطية الإعلامية لبرنامج أو جزء منه على دائرة انتخابية محددة أو أكثر، يتم اعتماد التناسب بالنسبة إلى الدائرة أو الدوائر الانتخابية المعنية.

الفصل 21: تعمل وسائل الإعلام على التعريف بالقائمات المترشحة للانتخابات التشريعية أيا كانت نسبة حضورها في الدوائر الانتخابية.

الفصل 22: تحتسب ضمن التغطية الإعلامية للحملة كل تغطية:

- تمّ التعبير فيها من المترشح بصفته تلك، أو بأي صفة أخرى،

- تمّت في البرامج المتعلقة بالحملة أو في غيرها. ويستثنى من ذلك ما يقتضيه حق الرد أو التصحيح.

الفصل 23: تعمل وسائل الإعلام على توفير ظروف بث وإنتاج متماثلة لكل المترشحين للانتخابات.

الفصل 24: تلتزم وسائل الإعلام بعدم دعوة المترشحين في البرامج غير المخصصة للحملة الانتخابية.

الفصل 25: تعمل وسائل الإعلام على مراعاة مبدأ التناصف في مختلف البرامج الإذاعية والتلفزية المخصصة للانتخابات، وعدم التعاطي مع الضيفات والمترشحات وفق خطاب مهين أو فوقي أو ساخر ومراعاة مبادئ مقاربة النوع الاجتماعي.

الفصل 26: تعمل وسائل الإعلام على تشريك الشباب في مختلف البرامج الإذاعية والتلفزية المخصصة للحملة الانتخابية وفي نقاش المواضيع ذات العلاقة بالشأن العام.

الفصل 27: تعمل وسائل الإعلام على تيسير نفاذ المترشحين للانتخابات والضيوف من ذوي الإعاقة إلى البرامج المخصصة للحملة الانتخابية، وذلك بالوسائل الملائمة.

القسم الثالث: الدعاية الانتخابية غير المباشرة

الفصل 28: يمنع خلال الحملة الانتخابية بث كل خطاب رسمي أو تدخل إعلامي صادر عن رئاسة الجمهورية أو الحكومة أو أعضاء مجلس نواب الشعب أو المجالس الجهوية أو البلدية أو عن أي سلطة عمومية أخرى يتضمن دعاية انتخابية بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

الفصل 29: يمنع توظيف المنشآت الإعلامية من قبل أصحابها أو المساهمين فيها أو من قبل ذوي العلاقة الثابتة للدعاية المباشرة أو غير المباشرة للمترشحين منهم أو للدعاية المضادة لمنافسيهم

الفصل 30: تلتزم وسائل الإعلام بمنع ظهور كل من ترشح من المنشطين ومحرري الأخبار ومقدمي البرامج والصحفيين والمسؤولين التابعين لها، صورة أو صوتا، ببرامجها الإذاعية والتلفزية خلال الحملة الانتخابية، وذلك في غير المساحات المخصّصة للقائمات المترشحة.

كما تلتزم بعدم تكليف أعوانها الذين يباشرون مهاماً تحريريّة والذين ترشحوا أو أعلنوا ترشحهم للانتخابات بمهام لها علاقة بالتغطية الإعلامية للحملة.

القسم الرابع: في التزامات وسائل الإعلام السمعي البصري العمومي

الفصل 31: تلتزم وسائل الإعلام السمعي والبصري العمومي بصفتها مرفقا عموميا بتسخير إمكانياتها لضمان تغطية شاملة للانتخابات. وعليها تخصيص جزء من برمجتها قبل بداية الحملة الانتخابية لإنارة الناخبين وتبيان أهمية العملية الانتخابية وتمكينهم من المعلومات الدقيقة التي تدعم إرادتهم الحرة في عملية الاختيار.

الفصل 32: تلتزم وسائل الإعلام السمعي والبصري العمومي بتيسير نفاذ المترشحين ذوي الإعاقة إلى البرامج المتعلقة بالحملة من خلال توفير التقنيات المناسبة وتعمل على تأمين مواكبة النشرات الإخبارية بلغة الإشارة.

الباب الثالث: في قواعد تنظيم المناظرات والتعبير المباشر

القسم الأول: في المناظرات

الفصل 33: لوسائل الإعلام العمومية تنظيم مناظرات بين المترشحين للانتخابات الرئاسية في الدور الأول والثاني تحت اشراف الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري.

ويمكن لوسائل الإعلام السمعية والبصرية الخاصة المشاركة في تنظيم وبث هذه المناظرات بالتنسيق مع مؤسستي الإذاعة والتلفزة التونسيتين.

- ويشترط في هذه المناظرات مايلي:
- خضوع جميع إجراءات تنظيم المناظرة إلى القرعة ،بحضور عدل منفذ، في كل ما من شأنه إعطاء امتياز لمترشح على حساب آخر.
- في الدور الأول، يقع تقسيم المترشحين إلى مجموعات متساوية باعتماد القرعة على أن يكون في كل مجموعة مرشحا على الأقل لحزب ممثلا في البرلمان وتكون أولوية الاختيار للأكثر تمثيلا في البرلمان ويلحق البقية إذ زاد عددهم عن عدد المجموعات بعملية القرعة.
- يجب أن يتم ضبط الخيارات التقنية مسبقا وفق تصور مفصل، يهدف إلى تحقيق مبدأ المساواة بين مختلف المترشحين، ويخضع إلى مصادقة هيئة الاتصال السمعي البصري.

- ضرورة اعتماد مبدأ التناصف في اختيار الصحفيين و أن تتوفر فيهم الكفاءة والالتزام بأعلى قدر من قواعد المهنة وأخلاقياتها.
- يلتزم الصحفيون المكلفون بإجراء المناظرة بما يلي:
  - إطلاع المترشحين والجمهور مسبقا على قواعد إدارة النقاش.
  - الحياد في طريقة طرح الأسئلة و إدارة الحوار بما في ذلك أشكال التعبير غير اللفظي كالحركة و تعبيرات الوجه....
  - المساواة بين المترشحين وعدم الإساءة بأي شكل من الاشكال لأي مشارك منهم.
  - الالتزام بالأسئلة المحددة مسبقا.
  - عدم الانخراط في محاججة المترشحين.
  - فرض التزام جميع المترشحين باحترام الحريات الفردية وبعدم استعمال خطاب فيه ثلب أو تمييز أو تحريض على الكراهية أو توظيف للدين.
  - فرض احترام المدة الزمنية المخصصة لكل مترشح.
  - ضبط زمن أخذ الكلمة مسبقا بين المترشحين بالتساوي وتخصيص نحو ثلث مدة أخذ الكلمة لكل مترشح للتعليق الحر.

الفصل34: يجب إعلام جميع المترشحين بموعد المناظرة مسبقا وبمختلف القواعد التي تحكمها.

في حالة تخلي أحد المترشحين عن المشاركة بعد إبداء موافقته يتم إجراؤها في الموعد المحدد لها مع الحفاظ على التوقيت المخصص لكل مترشح.

وفي حالة امتناع أحد المترشحين عن المشاركة في المناظرة، في الدور الثاني للانتخابات الرئاسية، أو الانسحاب منها بعد موافقته، يتم إلغاؤها.

الفصل 35: لا يمكن لوسائل الإعلام إعادة بث المناظرات خلال فترة الحملة الانتخابية سواء كليّا أو جزئيا.

الفصل 36: في حالة عدم الالتزام بقواعد المناظرة، يمكن التظلم لدى الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري فورا.

يتم النظر في مطلب التظلم في أجل لا يتجاوز 24 ساعة.

الفصل 37: تحدث لجنة مشتركة بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات وهيئة الاتصال السمعي البصري تكلف بالإشراف على عمليات القرعة وحسن تنظيم المناظرات بما يكفل المساواة بين جميع المترشحين

القسم الثاني: التعبير المباشر

الفصل 38: في حال إقرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري والهيئة العليا المستقلة للانتخابات إمكانية اعتماد التعبير المباشر كوسيلة للاتصال من قبل المترشحين للانتخابات الرئاسية والقائمات المترشحة للانتخابات التشريعية يعهد لوسائل الاعلام السمعية والبصرية العمومية تنفيذ ذلك.

الفصل 39: يتمّ انتاج برامج التعبير المباشر وبثها في ظروف متماثلة بين المترشحين و القائمات المترشحة.

الفصل 40: تحدد شروط الإنتاج والعرض بما في ذلك شكل ومدة وتوقيت وترتيب البث وغيرها ضمن مذكرة تفصيلية تضعها الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري بالتنسيق مع مؤسستي الإذاعة والتلفزة التونسية، ويقع نشرها على أقصى تقدير 72 ساعة بعد نشر القائمات المترشحة والمترشحين المقبولين نهائيا.

الفصل41: تتخذ مؤسستا الإذاعة والتلفزة التونسية التدابير اللازمة لرفع جميع العراقيل التي قد تمنع كل مترشح ذي إعاقة من التعبير في برامج التعبير المباشر، بما في ذلك تيسير النفاذ للأستديوهات المعدّة لإنتاج تلك البرامج.

الفصل 42: يتم الإعلان عن البرامج المخصصة للتعبير المباشر بواسطة إشارة تبث قبل وأثناء الحصص المذكورة تتضمّن إعفاء منشأة الاتصال السمعي والبصري من أية مسؤولية عمّا تضمنته تلك الحصص من مضامين.

الفصل 43: لا يمكن بث برامج التعبير المباشر من قبل وسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري الخاصة، ويسمح استثنائيا ببث مقتطفات قصيرة منها في إطار التعاليق الصحفية دون أن يمس ذلك من مضمونها الأصلي أو يؤدّي إلى تحميلها مضموناً مغايراً.

الفصل 44: تضع الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري على موقعها الالكتروني جدولا خاصا يتعلق بالتغطية الإعلامية للحملة.

وتنشر كذلك على موقعها الالكتروني المذكرة التفصيلية لحصص التعبير المباشر والمخططات التفصيلية للتغطية الإعلامية للحملة المعتمدة من قبل وسائل الإعلام والاتصال السمعي والبصري .

الباب الرابع: أحكام ختامية

الفصل 45: تراقب الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري مدى التزام وسائل الإعلام بمبادئ المساواة الإنصاف والتنوع وقواعد أخلاقيات المهنة، وتعد تقريرا دوريا في الغرض يتم نشره للعموم.

الفصل 46: يتمّ تحديد النسب المأوية للمدد الزمنية المتعلقة بحضور القائمات المترشحة في وسائل الاعلام السمعية والبصرية العمومية والخاصة حال ضبط القائمات النهائية في جميع الدوائر وذلك في اطار ملحق لهذا القرار.

الفصل 47: كل خرق لهذا القرار يعاقب عليه وفقا لأحكام التشريع الجاري به العمل. وتتخذ الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري، في صورة معاينتها لإخلال بالمبادئ المذكورة أعلاه، القرارات اللازمة، وعلى وسيلة الإعلام المعنية تدارك الإخلال المرتكب في أجل لا يتجاوز 24 ساعة.

الفصل 48: تلغي أحكام هذا القرار وتعوض القرار المشترك بين الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والهيئة العليا للاتصال السمعي والبصري المؤرخ في 5 جويلية 2014 المتعلق بضبط القواعد الخاصة للحملة الانتخابية وحملة الاستفتاء بوسائل الاعلام والاتصال السمعي والبصري واجراءاتها.

الفصل 49: يصبح هذا القرار نافذا من تاريخه وينشر بالرائد الرسمي للجمهورية التونسية وعلى الموقع الالكتروني للهيئة العليا المستقلة للانتخابات والموقع الالكتروني للهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري.

حرّر بتونس في 21 أوت 2019

رئيس الهيئة العليا المستقلة للانتخابات

رئيس الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري

توصيات بخصوص التغطية الإعلامية لفترة ما قبل الحملة الانتخابية التشريعية والرئاسية لسنة 2019

تضع الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري على ذمة وسائل الإعلام السمعية والبصرية والصحفيين جملة من التوصيات المتعلقة بالتغطية الإعلامية لفترة ما قبل الحملة الانتخابية التشريعية والرئاسية لسنة 2019

وقد تم إعداد هذه التوصيات استنادا إلى المبادئ والقواعد الواردة في القانون الأساسي المؤرخ في 26 ماي 2014 المتعلق بالانتخابات والاستفتاء كما تم تعديله بالقانون الأساسي عدد 07 لسنة 2017 المؤرخ في 14 فيفري 2017 والمرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 02 نوفمبر 2011،

وتكريسا للمبادئ التي تقوم عليها المنظومة القانونية للانتخابات وتلك المتعلقة بأخلاقيات المهنة الصحفية، تتقدم الهيئة بالتوصيات التالية.

تمثل الانتخابات التشريعية والرئاسية لسنة 2019 مرحلة هامة في دعم المسار الديمقراطي وتضطلع وسائل الإعلام فيها بدور أساسي من خلال ضمان نفاذ متوازن لمختلف الفاعلين السياسيين وتوفير فرص متكافئة لممارسة حريّة التعبير والتداول في مختلف الأفكار والآراء والبرامج في فضاء حر، تعددي ومتنوع،

وإعلاء لقيم ومبادئ الدولة المدنية الديمقراطية، والتي من ركائزها التداول السلمي على السلطة،

وباعتبار أنّ الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري تضمن الحق في النفاذ إلى وسائل الاتصال السمعي والبصري لكل المجموعات السياسية أيا كان حجمها خلال مرحلة ما قبل الحملة الانتخابية على اساس التعددية وذلك حفاظا على تنوع المشهد السياسي،

وانطلاقا من المبادئ العامة التي تنظم العملية الانتخابية خاصة تلك المتعلقة بأخلاقيات المهنة الصحفية،

ولتنظيم التغطية الإعلامية لفترة ما قبل الحملة الانتخابية، تضع الهيئة ما يلي من توصيات على ذمة وسائل الإعلام السمعية والبصرية والصحفيين:

في ضبط «فترة ما قبل الحملة الانتخابية»

- بالنسبة للانتخابات التشريعية: تمتد هذه الفترة بداية من تاريخ 16 جويلية إلى غاية يوم 13 سبتمبر 2019.
- بالنسبة للانتخابات الرئاسية السابقة لأوانها: تمتد هذه الفترة إلى غاية يوم 01 سبتمبر 2019.

في التعدد والتنوّع

- تحرص وسائل الإعلام على ضمان حريّة التعبير لمختلف الحساسيات الفكرية والسياسية والحزبية.
- تعمل وسائل الإعلام على اعتماد تغطية متوازنة بين مختلف الفاعلين السياسيين.
- تحرص وسائل الاعلام عند تنظيمها للحوارات على اختيار المشاركين وفقا لمعايير قواعد المهنة وأخلاقياتها، وتحرص على إضفاء التوازن على أساس مقاربة النوع الاجتماعي كما تعمل على مراعاة التنوع على مستوى إعداد وتقديم البرامج المتعلقة بالشأن الانتخابي صلب المؤسسة.
- تعطى الأولوية في تغطية فترة ما قبل الحملة الانتخابية في وسائل الإعلام الجهوية والجمعياتية إلى الشأن المحلي.
- تعمل وسائل الإعلام على تيسير نفاذ ذوي الإعاقة وضمان حضورهم في برامجها كما تحرص على اعتماد لغة الإشارة في نشراتها الإخبارية

• تحـرص وسـائل الإعـلام عـلى تشريـك الشـباب في مختلـف البرامـج الإذاعيـة والتلفزيـة المخصصـة لفـترة مـا قبـل الحملـة وفي مناقشـة المواضيـع ذات العلاقـة بالشـأن العـام.

في المهنية

• تحـرص وسـائل الإعـلام عـلى الالتـزام بمبـادئ حيـاد الإدارة وعـلى أن لا يتـم توظيـف منابرهـا مـن قبـل ممثـلي السـلطات العموميـة بصفتهـم المؤسسـاتية للدعايـة الانتخابيـة.

• تحـرص وسـائل الإعـلام عـلى أن لا تتضمّـن تدخـلات ممثـلي الأحـزاب أو الشـخصيات المترشـحة أو التـي أعلنـت نيـة الترشـح أو التـي سـبق أن وردت في نتائـج سـبر نوايـا التصويـت، دعايـة انتخابيـة في حالـة حضورهـم في البرامـج غـير السياسـية.

• تحـرص وسـائل الإعـلام والصحفيـين عـلى الامتنـاع عـن القيـام بالدعايـة السياسـية لفائـدة حـزب أو مجموعـة سياسـية أو شـخصية سياسـية أو أي جهـة داعمـة لطـرف سـياسي عنـد تغطيتهـا للشـأن الانتخـابي وتجنـب بـثّ التقاريـر الإخباريـة التـي يمكـن أن تشـكل دعايـة سياسـية مقنعـة.

• تحـرص وسـائل الإعـلام في برامجهـا عـلى تفـادي توظيـف مختلـف الفاعلـين السياسـيين للأعيـاد الرسـمية والدينيـة والمناسـبات الوطنيـة للدعايـة الانتخابيـة.

• تحـرص وسـائل الإعـلام عـلى منـع المترشـحين مـن اسـتعمال علـم الجمهوريـة أو شـعارها أو النشـيد الوطنـي في برامجهـا ذات العلاقـة بالشـأن الانتخـابي.

• تحـرص وسـائل الاعـلام عـلى توخـي الدقّـة والوضـوح عنـد تقديمهـا للمعلومـات بهـدف إنـارة الناخـب حـول مختلـف جوانـب العمليـة الانتخابيـة.

• تحـرص وسـائل الاعـلام عـلى عـدم المسـاس بحرمـة الحيـاة الخاصـة للمترشـحين وتمتنـع عـن بـث كل خطـاب فيـه ثلـب أو شـتم أو تحريض عـلى العنـف والكراهية أو دعـوة للتمييـز عـلى أسـاس الـرأي أو اللـون أو الديـن أو الجنـس أو الجهـة أو أي أسـاس آخـر.

• تعمل وسائل الاعلام على عدم الخلط بين الفقرات والبرامج المخصصة لكل من الانتخابات التشريعية والانتخابات الرئاسية حرصا على تفادي اللبس والغموض لدى الناخب.

• تحرص وسائل الاعلام على تفادي ظهور كل من ترشح للانتخابات من صحفيين ومنشطين عاملين لديها وكل متعاون يظهر بصفة متواترة في برامجها طيلة فترة ما قبل الحملة.

• تعمل وسائل الإعلام على إعداد مدوّنة سلوك خاصة بالتغطية الإعلامية للانتخابات التشريعية والرئاسية وتعزيز آليات التعديل الذاتي.

• تحرص وسائل الإعلام على الاعتماد في البرامج المتعلقة بالشأن الانتخابي على صحفيين ملمّين بالنصوص القانونية والترتيبية المنظمة للعملية الانتخابية.

• تحرص وسائل الإعلام على اعتماد الصحافة التفسيرية في البرامج المتعلقة بالشأن الانتخابي والاستعانة عند الاقتضاء، بخبراء من ذوي الكفاءة في مجال اختصاصهم، على أن لا تتضمن تدخلاتهم دعاية سياسية.

• تحرص وسائل الإعلام على الالتزام بالنصوص القانونية المنظمة لبثّ ونشر نتائج سبر الآراء التي لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بالانتخابات والاستفتاء والدراسات والتعاليق الصحفية المتعلقة بها.

عن مجلس الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري

الرئيس

النوري اللجمي

ملاحظات

بدعم من مشروع المساعدة الانتخابية لبرنامج الامم المتحدة الانمائي في تونس

شعوب متمكنة.
أمم صامدة.

الممول من: التعاون السويسري والاتحاد الأوروبي

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Ambassade de Suisse en Tunisie
Division Coopération Internationale

HAICA

الهيئة العليا المستقلة
للاتصال السمعي والبصري

HAUTE AUTORITÉ INDÉPENDANTE
DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

19، نهج بحيرة البيبان – ضفاف البحيرة 1 - 1053 تونس
www.haica.tn

2019