

الإعلام و الانتخابات

HAICA

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

دليل

الصحفيين التونسيين

لتغط

الحملة الانتخابية

الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري
انتخابات 2014

الفهرس

مقدّمة

2

المبادئ العامة

3

.1

واجب إعلام الناخبين

5

.2

حقوق الصحفيين واجباتهم في الفترة الانتخابية

9

.3

10 1.3 حقوق الصحفيين ووسائل الإعلام

12 2.3 واجبات الصحفيين ووسائل الإعلام

16 إعداد خطة تغطية إعلامية

.4

18 1.4 البرمجة

19 2.4 تنظيم هيئة التحرير

20 3.4 العمل التحضيري الذي يقوم به الصحفي

23 توصيات للصحفي خلال الحملة الانتخابية

.5

31 التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية في علاقة بالتوازن

.6

بين الجنسين

32 1.6 حافز نحو الديمقراطية

33 2.6 مراقبة مدى مراعاة التوازن بين الجنسين

34 3.6 الاعتناء بالخطاب

اختيار طريقة التنشيط

.7

42 1.7 تنشيط الصفحات الإعلامية الاجتماعية

42 2.7 توصيات عامة

44 3.7 بعض الوسائل لتيسير التنشيط

45 4.7 عناصر هامة لتنشيط ناجع

خاتمة

46

ملاحق

48

هذا الدليل موجّه للصّحفيّين التونسيين و لوسائل الإعلام التونسية المسموعة منها و المرئية. و هو يحتوي على جملة من القواعد و التوصيات التي يتعيّن اتّباعها أثناء تغطية الحملة الانتخابية. و قد تمّ إعداده لمساعدة الإعلاميين على خوض هذه الحملة الانتخابية الثانية منذ ثورة 14 جانفي 2011 في أحسن الظروف و بأحسن الإمكانيّات، خاصّة و أنّ هذه الانتخابات تندرج في إطار امتداد موجة الحرية و الديمقراطية التي حققتها الثورة على الرّغم من الصعوبات و الضّبابية الحافة بالمسار.

إنّ النصائح المضمّنة صلب هذا الدليل تهّم كلّ وسائل الإعلام السّمعي البصري على تنوّعها (قنوات إذاعيّة أو تلفزيّة)، و مهما كان مجال بثّها أو توزيعها (محلّيّة أو وطنيّة أو دوليّة)، و بغضّ النظر عن طبيعتها (عموميّة أو خاصّة). وهي نصائح مستلهمة في جانب كبير منها من «دليل الصّحفيّ التّونسي في الحملة الانتخابية - 23 أكتوبر 2011» الصّادر عن الهيئة الوطنية لإصلاح الإعلام و الاتّصال، و كذلك من مساهمات أعضاء الهيئة العليا المستقلّة للاتّصال السّمعي والبصري، و فريق الاتحاد الأوروبي للمساعدة التّقنيّة الانتخابيّة و اليونسكو و بي بي سي ميديا أكشن .

1. المبادئ العامة

يتعين أولاً استحضار المبادئ الأساسية التي يجب أن ينبني عليها العمل الصحفي. و تصبح هذه المبادئ حاسمة في ظل حملة انتخابية تقام للمرة الثانية في تونس في كنف الحرية و الشفافية.

انطلاقاً من هذه المبادئ، و من القانون الأساسي المتعلق بالانتخابات و بالاستفتاء الصادر في 26 ماي 2014، و من القرار المشترك الصادر عن الهيئة العليا المستقلة للانتخابات و الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي و البصري بتاريخ 05 جويلية 2014 والمتعلق بالتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية (انظر الملحق)، و نظراً للأهمية التي تكتسيها هذه الحملة الانتخابية، يتعين على كل وسيلة إعلام أن تحدّد لصحفييها المبادئ التوجيهية الكبرى التي يجب اتباعها بدقة و ذلك إذا ما أرادت ضمان مبادئ التعددية و الحيادية و المساواة بين التشكيلات الحزبية المتنافسة و مرشحيها. كما يتعين عليها إعداد خطة تغطية إعلامية للحملة الانتخابية انطلاقاً من الموارد التقنية و البشرية المتوفرة لديها مع الأخذ بعين الاعتبار لمجال بثها (وطني، جهوي، محلي).

2. واجب إعلام الناخبين

في البداية ماهي الانتخابات؟

تمثل الانتخابات طريقة للتعبير الحاسم عن إرادة الشعب في أن يشارك فعلياً في تحقيق التحوّلات السياسيّة عبر اختيار حكام للبلاد بواسطة صناديق الاقتراع. فهي تشكّل إذن ممراً أساسياً نحو الديمقراطية العصريّة وهي أساساً ديمقراطية تمثيلية. و تعتبر الانتخابات جيّدة إذا استجابت لمعايير الحرية و الديمقراطية و الشفافية.

إنّ إعلام المواطنين في الفترة الانتخابية مسؤوليّة و واجب أخلاقي محمول على كل وسائل الإعلام. و من الطبيعي أن لواجب الإعلام علاقة بالرّهانات السياسيّة الكبرى للانتخابات. و يحتاج المواطنون للمعلومة المقدّمة من وسائل الإعلام حتّى يتسنى لهم التّعرف أكثر على المترشّحين المتنافسين، و على برامج مختلف الأحزاب، و على المسائل التي تثير جدلاً.

و لكنّ للصّحفي كذلك دوراً فيما يتعلّق بالتّثقيف الانتخابي للمواطنين. فينبغي عليه تزويدهم بمعلومات حول أساليب الانتخاب: **من يتمتّع بحقّ التّصويت ؟ و من لديه حقّ التّرشّح؟ أين و متى و كيف يتمّ التّصويت؟ ماهي طبيعة الانتخابات و ماهي طريقة التّصويت؟**

بحيث يمكن أن تساهم هذه المعلومات في تحقيق مشاركة واسعة للمواطنين في التّصويت و ذلك عبر إيقاظ الحسّ المدني لديهم. إنّ نقل هذه المعلومات يفترض عملاً تحضيرياً جيّداً من لدن الصّحفيّ.

من أجل ممارسة جيّدة للعمل الصّحفي خلال مدّة الانتخابات في الدّول التي تمرّ بمرحلة الانتقال الديمقراطي، لا يقتصر دور الصّحفي على التّغطية الإعلاميّة للحملة الانتخابيّة للأحزاب و المترشّحين فحسب، بل يتعيّن عليه التّثبّت، على مدى كامل المسار الانتخابي، من توفر شروط انتخابات حرّة و نزيهة و شفافة. كما يتعيّن أيضاً على وسائل الإعلام التّعبير عن آراء النّخبين و انتظاراتهم خلال الحملة الانتخابيّة في حين يتوجّب على المترشّحين و الأحزاب السياسيّة أن يصغوا إلى النّخبين.

و حتّى يتسنى للإعلاميين تحمّل المسؤولية التي يضطلعون بها على أكمل وجه، ينبغي عليهم أن يكونوا على بينة من حقوقهم و واجباتهم في الفترة الانتخابية، و ذلك على أساس القانون الأساسي المتعلّق بالانتخابات و الاستفتاء الصادر في 26 ماي 2014 و القرار الصادر عن الهيئة العليا المستقلّة للانتخابات

و الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي و البصري بتاريخ 05 جويلية 2014 والمتعلق بالتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية.

تَهْمُ حقوق الصحفيين و واجباتهم في الفترة الانتخابية دور الصحفيين و حقوقهم و مسؤولياتهم فيما يتعلق بالتغطية الإعلامية للمرشحين و للمسار الانتخابي. وهي تمثل بالنسبة لهم أساسا للقيم المرجعية في طريقة ممارستهم لمهنتهم في هذا المجال. وهي تضم مبادئ و قواعد ذات صبغة عامة لمسائل مرجعية - و هي قواعد صحفية تنطبق على كل أنواع التقارير أو التحقيقات (روبورتاج) - وأحكاما خاصة تتعلق بالتغطية الإعلامية خلال الفترة الانتخابية. وإذا ما تم اتباعها و تطبيقها بدقة، فإن من شأن هذه الحقوق و الواجبات أن تساهم في إضفاء مزيد من المصداقية على وسائل الإعلام لدى المواطنين - من ناحية - و ذلك عبر تزويدهم بمعلومات و أخبار صحيحة، و لدى المترشحين - من ناحية أخرى - عبر تمكينهم من النفاذ إلى وسائل الإعلام و تبليغ أصواتهم.

3. حقوق الصحفيين واجباتهم في الفترة الانتخابية

¹يعتبر الحق في الحصول على المعلومة و في حرية التعبير و النقد إحدى الحريات الأساسية لكل كائن بشري. و تنبثق واجبات الصحفيين و حقوقهم عن هذا الحق المخول للعموم في معرفة الوقائع و المواقف. و يكتسي الحق في المعلومة أهمية أكبر اثناء الانتخابات: حيث أن للمواطنين الحق في الحصول على معلومات حول إجراءات الاقتراع و حول برامج مختلف الأحزاب المتنافسة.

و تعد مسؤولية الصحفيين إزاء الجمهور أهم المسؤوليات على الإطلاق فتفوق أهميتها خصوصا مسؤوليتهم تجاه مشغليهم و تجاه السط العمومي. و لمهمة الإخبار أو الإعلام حدود يفرضها الصحفيون على أنفسهم من تلقاء أنفسهم (توطئة إعلان مونيخ 1971). ولكن، لا يمكن احترام هذه الواجبات فعلياً أثناء ممارسة العمل الصحفي إلا إذا توفرت بشكل فعلي شروط الاستقلالية و الكرامة المهنية.

3. 1 حقوق الصحفيين ووسائل الإعلام

1 للصحفيين و وسائل الإعلام الحق في حرية النفاذ إلى جميع المعلومات الرسمية المتعلقة بالانتخابات.

¹ تم استلزام هذا النص مباشرة من «ميثاق واجبات وحقوق الصحفيين» المعروفة بميثاق مونيخ» الذي تمت صياغته و المصادقة عليه في مونيخ في 24 و 25 نوفمبر 1971. و قد تم تبنيته منذ ذلك التاريخ من طرف الاتحاد الدولي للصحفيين ومن طرف أغلب نقابات الصحفيين.

- 2** لهم الحق في حماية كل مصادر معلوماتهم.
- 3** لديهم الحق في حرية التنقل و الحماية ضد الاعتداءات و الإهانات و الهرسلة و ضد كل أشكال العنف الأخرى.
- 4** لديهم الحق في حرية التحري حول كل الوقائع التي من شأنها التأثير على الحملة الانتخابية. و لا يمكن في هذه الحالة الاحتجاج ضد الصحفي بسرية المعطيات العامة أو الشخصية إلا بصفة استثنائية و بناء على أسباب يتم ذكرها بوضوح.
- 5** للصحفي حق رفض كل تبعية من شأنها مخالفة الخط العام لمؤسسته كما تم تحديدها كتابياً صلب عقد تشغيله، وأيضا كل تبعية لم يتم تحديدها بوضوح في إطار ذلك الخط العام.
- 6** لا يمكن إجبار الصحفي على القيام بنشاط مهني أو الإدلاء برأي مخالف لقناعته أو لشرفه أو لسمعته أو لمصالحه الأدبية و ذلك بمقتضى «شرط الضمير».

7 في حالة نزاع ذي علاقة «بشرط الضمير»، يمكن للصحفي أن يفك التزاماته التعاقدية تجاه مؤسسته، وذلك طبقاً لنفس شروط و آثار إنهاء عادي لعلاقة شغلية.

8 لوسائل الإعلام الحق في ضمان أمن و حماية صحفييها، و مصادر معلوماتهم، و أعمالهم. كما تتمتع بالنفاذ بطريقة عادلة للتمويل العمومي في حال توفره.

3.2 واجبات الصحفيين ووسائل الإعلام

يتعين على الصحفي احترام المبادئ الأساسية لمهنته:
و أخلاقيات المهنة.

المعلومة التي يقدّمها يجب أن تكون

- صحيحة و دقيقة
- ثابتة
- متوازنة
- محايدة
- تحترم الحياة الشخصية

واجبات الصحفي عند البحث و التحرير و التعليق تتمثل أساسا
في:

1 الإخبار بدقة و مصداقية و دون أحكام مسبقة.

2 الدّفاع عن حرية المعلومة و التعليق و النّقد.

3 الإخبار بطريقة متوازنة و عادلة. فإذا قدّم أحد المترشحين
تصريحا ضدّ مترشّح آخر، فعلى الصحفي محاولة الحصول
على تعليق من الجانبين إذا ما أمكنه ذلك.

4 نقل تصريحات و آراء المترشّحين، بقدر الإمكان، باستعمال

عباراته الخاصّة و ليس كما تمّ نقلها من طرف صحفيين آخرين.

5 الاكتفاء بنشر المعلومات المنبثقة عن مصدر موثوق. و في غير
تلك الحالة، إرفاق المعلومات بالتّحفظات اللاّزمة؛ إضافة إلى عدم
حذف المعلومات الأساسية و عدم إتلاف النّصوص و الوثائق.

6 اجتناب استعمال أو اجتناب السّماح لشخص مستجوب
باستعمال عبارات تتضمّن تمييزا أو تحرض على العنف أو
الكراهية لأيّ سبب من الأسباب سواء كان العرق أو الجنس
أو التّوجّه الجنسي أو اللغة أو الدّين أو المواقف السّياسيّة أو
الأصول أو المكانة الاجتماعيّة.

7 تصويب أيّ معلومة تمّ بثّها أو نشرها و تبين أنّها غير صحيحة.

8 حفظ السّرّ المهني و عدم الكشف عن مصدر المعلومات المستقاة
بصورة سرّية.

9 الامتناع عن سرقة نصوص الغير و الشتم والقذف و توجيه
الاتّهامات الباطلة، وكذلك الامتناع عن تلقّي أيّ حافز مقابل نشر
أو حذف معلومة ما.

10 رفض كلّ الضّغوطات و عدم قبول توجيهات حول طريقة التحرير
سوى من المسؤولين على التّحرير.

للصحفي حق و واجب الحديث أو الكتابة عن كل الأحزاب و المترشحين، كما يلعب دورا في التثقيف الانتخابي للمواطنين.

ويتعين على كل صحفي:

- إطلاع الجمهور على البرامج الانتخابية و على النقاشات بين الأحزاب أو المترشحين عبر إعطاء هؤلاء الكلمة بطريقة عادلة و متوازنة.
- عدم إظهار مرجعيّاته أو مواقفه سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.
- إطلاع الجمهور على ما عاينه من أخطاء و إخلالات و تجاوزات.
- الحفاظ على استقلاليّته و الصمود أمام الضغوطات السياسيّة أو الاجتماعيّة أو الماليّة (بما في ذلك الضغوطات المتأتيّة من مؤسسته الإعلامية).
- الامتناع عن استعمال وسائل غير نزيهة بغاية الحصول على المعلومات، كإعطاء أو أخذ أموال مقابل الحصول على معلومات أو أخبار، أو سرقة المعلومات و الأخبار.
- أن يكون واعيا بالانعكاسات الممكنة، سلبية كانت أم إيجابية، التي قد تترتب عن المعلومات أو الأخبار التي ينشرها.
- الاهتمام بالإطار القانوني للانتخابات.

• تقييم إجراءات إحصاء الناخبين بعناية.

• التّثبت من احترام الأحزاب و المترشحين للحقوق و الواجبات المضمّنة بمدونة السلوك التي تضبط القواعد المتعلقة بالحملة الانتخابية.

• التّثبت من تمتّع كل الأحزاب و المترشحين بنفاذ عادل لوسائل الإعلام، و خصوصا العموميّة منها.

• زيارة مكاتب اقتراع مختلفة يوم الانتخاب بهدف التّأكد من خلوّ عمليّتي التّصويت و الفرز من الغشّ.

• الانتباه و الامتناع عن نشر نتائج الانتخابات طالما لم يتمّ التّصريح بها رسميا من طرف الهيئة الانتخابية.

كما يتعين على الصحفي في صورة وجود اعتراضات أو طعون ذات علاقة بالانتخابات:

- شرح أسبابها و إجراءاتها بدقة و وضوح،
- القدرة على معرفة الإخلالات أو الجرائم الانتخابية،
- القدرة على تمييز حالات الغشّ التي تمت بصورة إرادية بنيّة تدليس الانتخابات،
- القدرة على استعمال مصادر المعلومات حول الإخلالات أو الجرائم الانتخابية و التّعامل معها بحذر لتجنّب مخاطرات التّلاعب.

و يتعين على كل صحفي أن يلتزم باتّباع المبادئ المذكورة أعلاه بدقة.

4. إعداد خطة تغطية إعلامية

في هذا الإطار، تتولّى كلّ مؤسسة إعلامية إعداد مدوّنة سلوك أثناء الانتخابات طبقاً للمعايير المضمّنة صلب القانون الأساسي المتعلّق بالانتخابات و الاستفتاء الصادر بتاريخ 26 ماي 2014، و بالقرار المتعلّق بالتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية الصادر عن الهيئة العليا المستقلّة للانتخابات و الهيئة العليا المستقلّة للاتّصال السمعي و البصري بتاريخ 05 جويلية 2014 ، وطبقاً للمبادئ المذكورة بمدوّنة السلوك و الأخلاقيات الخاصّة بالانتخابات.

و يجب بدء التّغطية الإعلامية للحملة الانتخابية قبل انطلاقها رسمياً. ويمثّل الصحفي حلقة مهمّة في تنظيم تغطية الحملة الانتخابية، فهو الذي يتنقّل إلى الميدان، ويغطّي الاجتماعات العامّة، و يلتقي بالمرشّحين، و يتقصّى نبض الشارع و آراءه، و يعدّ التّحقيقات. كما يرتبط عمله بالمسؤولين في وسيلة الإعلام التي ينتسب إليها والذين يتوجّب عليهم إعداد شبكة برمجية خاصّة و تنظيم خاصّ لهيئة التحرير يتلاءم و الفترة الانتخابية.

و يعتبر إعداد خطة تغطية إعلامية عملاً جماعياً بالأساس يستدعي توفير موارد بشرية هامة (من مصوّرين و تقنيي صوت و تقنيي تركيب و مصممين...) و موارد مادية. و يتعين على الصحفي مشاركة زملائه مهاراته و خبراته المهنية.

1.4 البرمجة

يجب أن يقدم مدير البرمجة في الإذاعة أو في التلفزة تصوّراً خاصاً للبرمجة يتضمّن: مواجهات حوارية بين المترشحين، موائد مستديرة تجمع بين مترشحين و فريقاً من الخبراء، أو برامج تفاعلية تفتح المجال لمختلف المترشحين لطرح أفكارهم و الإجابة عن تساؤلات المواطنين مباشرة بهدف ضمان نفاذ كل المترشحين و الأحزاب المتنافسة إلى القناة بطريقة عادلة و محايدة و في ظروف متماثلة.

في صورة وجود عدد كبير من المترشحين أو الأحزاب السياسية يتعين تغطيته، يجب على وسيلة الإعلام توفير تغطية مناسبة تعكس وزن هؤلاء المترشحين و الأحزاب السياسية و حجم المساندة الشعبية التي يتمتعون بها.

و بهدف تحقيق الحياد، تسهر وسيلة الإعلام على أن تكون

جميع وجهات النظر ممثلة و أن يتم التعبير عنها وذلك عبر مجموعة من البرامج أو الروابط في الصفحات الالكترونية.

و قد يكون من المفيد تكليف شخص بإعداد سجل مفصل للحملة الإعلامية للانتخابات صلب وسيلة الإعلام حيث يتعين تسجيل كل التغطية الإعلامية للمترشحين: نوع التدخلات، و المدة الزمنية و عدد الكلمات. و يضم هذا السجل كذلك التدخلات عبر الهاتف، و النصوص و التغريدات التي نشرها المترشحون، بحيث يساعد هذا السجل وسيلة الإعلام على تقييم مجهوداتها بغية تحقيق تغطية محايدة للانتخابات.

2.4 تنظيم هيئة التحرير

• تعتبر اجتماعات هيئات التحرير ضرورية في الفترة الانتخابية و تمثل فضاء لتبادل الآراء و الخبرات و لأخذ القرارات يساعد على ضمان التعددية اللازمة لإنجاز تغطية متكاملة و متوازنة طيلة فترة الحملة الانتخابية.

• و ينصح بتنظيم اجتماع استثنائي لهيئة التحرير قبل انطلاق الحملة الانتخابية يتم خلاله تحديد جدول أعمال متعلق بالتغطية الإعلامية بهدف ضمان تكامل عمل كل الفريق و ترابطه. فيجب تحديد مهام كل فرد فيتم، على سبيل المثال، تكليف أحد

الصّحفيّين بالتّغطية في منطقة ما، أو حول محور معيّن. كما يمكن أيضا تكليف صحفيّ بتغطية حملة حزب واحد أو مترشّح معيّن. وفي هذه الحالة، يتوجّب على هيئة التحرير مواكبة أنشطة كلّ الأحزاب الكبرى و المترشّحين المعروفين ضمّانا للتّوازن و الحياد.

• لا تتمتع كلّ وسائل الإعلام بنفس الموارد. و بالتّالي، فإنّ محدوديّة مواردها البشريّة من حيث العدد تحتمّ على كلّ صحفيّ أن يكون متعدّد المهارات. و لكنّ التّشاور و الحوار بشكل يومي يظللان أساسيين.

4.3 العمل التحضيري الذي يقوم به الصحفي

- تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الأحزاب و المترشّحين: الهيكل، طريقة العمل، الموارد الماليّة، التّموقع الجغرافي، الوزن السّياسي على المستوى الوطني و/أو المحلي، التّحالفات الحاليّة و السّابقة، أهمّ محاور الحملة الانتخابيّة، إلخ...؛
- الاستفادة من مساعدة رئيس التحرير في عمليّة تجميع المعلومات و الوثائق؛
- ربط علاقات مميّزة مع المتحدّث الرّسمي لكلّ حزب أو مع شخصيّة تحتلّ وظيفة هامّة في هيكله الحزبي و/أو في تنظيم

حملته الانتخابيّة حتّى يتسنى الاتّصال بهم للحصول على المعلومات بالسّرعة المطلوبة (مثال: تاريخ و مكان و ساعة انعقاد اجتماع عامّ)، أو لتنظيم لقاء مع مترشّح، أو للحصول على ردود الفعل الفورية حول تظاهرة أو حدث معيّن يتعلّق بالحملة؛

- إعداد قائمة تتضمّن القضايا الرّئيسيّة التي يودّ النّخبون أن يتمّ حلّها من طرف المترشّحين و الأحزاب؛
- إعداد قائمة تتضمّن أسماء الخبراء و الخبراء لاستشارتهم و الحصول على تعاليق حول الحملة. و إذا كنت صحفياً تنتمي إلى وسيلة إعلام وطنيّة، كوّن شبكة من العلاقات التي تمكّنك من الحصول على المعلومات و الأخبار المحليّة؛
- التّأكّد من صلاحيّة البطاقة المهنيّة للصحفي و الاستعلام حول إجراءات الاعتماد أو الأذن بمأموريّة التي قد تكون مطلوبة حتّى يخوّل له تغطية الحملة؛
- استقاء المعلومة من الهيئة العليا المستقلّة للانتخابات و من الهيئة العليا المستقلّة للإعلام السّمعي و البصري حول القواعد الخاصّة الواجب تطبيقها من طرف وسائل الإعلام أثناء الفترة الانتخابيّة.

← يجب بدء التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية قبل الانطلاق الرسمي لها و ذلك بتجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول الأحزاب و المترشحين، ويتعين الاتصال بالأشخاص الفاعلين في تنظيم الحملات الانتخابية لتلك الأحزاب أو أولئك المترشحين و إنشاء قائمة تتضمن الرهانات الكبرى للانتخابات و مشاغل الناخبين.

- لا يجب أن يكتفي الصحفي بإعادة المعلومات المقدمة من طرف الحزب أو المترشح، بل يتعين عليه أن يحاول شرح مدلولاتها و انعكاساتها. كما يتعين عليه التمييز بوضوح بين الأنشطة الرسمية للمسؤولين الحكوميين و تلك التي يمارسونها بصفقتهم مترشحين أو أعضاء منتمين لحزب ما.
- إن محاورة رجل السياسة في إطار التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية يمثل عملاً صحفياً صعباً و دقيقاً يتطلب تحضيراً خاصاً بهدف طرح أسئلة دقيقة.

5. توصيات للصحفي خلال الحملة الانتخابية

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً خلال الحملة الانتخابية لكونها تمثل المصدر الأول للمعلومة بالنسبة للناخبين. لذلك يسعى بعض الفاعلين في الحملة الانتخابية من أحزاب و مترشحين إلى التأثير على الصحفيين لتأمين تغطية إعلامية تخدم مصالحهم. و من ذلك تقديم بيانات تستجيب لقواعد الكتابة الصحفية حتى يستسهلها الصحفي و يقدمها كما هي دون بذل الجهد الضروري للتحليل أو الاستقصاء.

لهذه الأسباب، وجب على الصحفي:

عدم الاكتفاء بإعادة المعلومات التي يقدمها حزب أو مترشح ما، بل يجب عليه محاولة شرح الرهانات و الأبعاد المطروحة؛ تجنب إعادة نصوص البلاغات و البرامج و حتى الاقتباس منها؛ عدم النسخ و عدم التأثير بالبرامج الاتصالية للأحزاب و المترشحين التي يتم إعدادها عادة من طرف مكاتب العلاقات العامة أو أحيانا حتى من طرف ملحقين أو مستشارين صحفيين تم اختيارهم من بين الصحفيين؛

إشراك خبراء لتقييم مدى ملائمة مقترحات الأحزاب و المترشحين

لاحتياجات البلاد أو المجتمع و إبراز ما يمكن أن تتضمنه من تناقضات و تنازع للمصالح؛

وضع مشاغل المواطنين صلب المعركة الانتخابية باعتماد مختلف التقنيات الصحفية (سرد سير ذاتية لأشخاص، إنجاز تحقيقات حول مواضيع يطرحها المواطنون أنفسهم، إعطاء الكلمة للمواطنين بالجهات الداخلية أو ممثلي الأقليات و النقابات المهنية و الجمعيات النسائية و جمعيات حقوق الإنسان، إلخ...)

عدم الاعتماد على تغطية الوعود المقدمة من السياسيين فحسب بل على اهتمامات الناخبين و مشاغلهم كذلك؛

نسبة التصريحات التي تم الإدلاء بها خلال الندوات الصحفية أو العبارات المستعملة في البيانات إلى أصحابها؛

التفاعل أثناء الندوات الصحفية و عدم الاكتفاء بالسماع فقط و ذلك بالاستفسار أو طلب توضيحات أو أمثلة أو أرقام أو براهين؛

توخي الحذر إزاء الإحصائيات التي يقدمها حزب سياسي بشأن

عدد المشاركين في تجمّعه الحزبيّ و مقارنة هذه الإحصائيات بمعطيات تستقى من مصادر أخرى، أو من صحفيين آخرين، أو من سكّان المنطقة، أو من قوّات الأمن أو من أيّ شخص يكون متواجدا على عين المكان؛

عمليات سبر الآراء ممنوعة خلال الفترة الانتخابية؛

التعامل بحذر مع نتائج سبر الآراء التي يتمّ القيام بها بعد غلق مكاتب الاقتراع مع التأكيد على نسبية هذه النتائج و دلالاتها؛ احترام فترة الصمت و عدم نشر نتائج عمليات سبر الآراء خلال الفترة التي يمنع فيها ذلك قانونيا (و تشمل فترة الصمت يوم الصمت الانتخابي و يوم الاقتراع إلى غاية غلق آخر مكتب اقتراع)؛

توخي الحذر إزاء المترشّحين الذين يخلقون أحداثا مستجدة بهدف محاولة الظهور؛

الانتباه إلى تصرفات الأشخاص الحاضرين خلال زيارة مترشّح ما إلى مدرسة أو مستشفى أو مؤسسة، و التّساؤل عن ردود الأفعال التي تلت خطاب المترشّح: هل كانت إيجابية فحسب؟ هل طرح المواطنون الذين تمّت زيارتهم أسئلة على المترشّح؟ هل كانت

هذه الأسئلة تلقائية؟

البقاء دائما على عين المكان بعد انصراف المترشّح بغية محاولة الحصول على مزيد من المعلومات؛

عدم قبول رشوة أو أيّ حافز مقابل التناول الإيجابي لمستجدات حزب أو مترشّح أو أيّ شخص آخر معنيّ بالحملة الانتخابية؛ الانتباه و الحذر من الطّريقة التي يقبل بها بعض التّسهيلات من طرف الأحزاب السّياسية (وسائل نقل، دعوات للغداء أو للعشاء، هدايا...) و الحرص على عدم تأثير ذلك على نزاهة عمله الصحفي؛

عدم تقديم معلومات أو وعود بشأن ما يعتزم كتابته حول نشاط حزب ما أو مترشّح ما؛

التمييز بين تغطية الوقائع و مقالات الرّأي ضمانا لعدم الخلط بين الرّأي و الخبر؛

تقديم الأحزاب و المترشّحين بطريقة متوازنة تتسم بالحياد و الموضوعية بحيث لا يظهر انحياز الصحفي أو ميولاته السّياسية؛

الحصول على تعليق من مختلف الأطراف كلما قدّم أحد المترشحين ادّعاءات أو تجريحا ضدّ مترشح آخر و عدم نقل هذه الادّعاءات و الشّتائم؛

ضمان حقّ الرّدّ لكلّ الأحزاب و المترشحين على قدم المساواة و التّصويب السّريع للخبر إذا ثبت عدم دقّة الوقائع التي تمّ نقلها؛

بثّ موادّ إخبارية توفّر للجمهور فرصة طرح أسئلة مباشرة على قادة الأحزاب و المترشحين، كما توفّر للمترشحين إمكانية التّحاور و المناظرة فيما بينهم؛

تقديم الموادّ الإخبارية الخاصّة بالانتخابات في أوقات محدّدة؛ اجتناب (بقدر الإمكان) كلّ مرجعيّة دينيّة أو عرقية أثناء تقديم البرامج أو أثناء النقاشات في الموادّ الإخبارية و البرامج الحوارية مثلاً؛

تسجيل الحوارات صوتيّاً و الاحتفاظ بالتّسجيل حتّى يتسنى التّثبت من تصريحات المستجوبين في حال طالبوا بتصويبات أو طلبوا حقّ الرّدّ؛

عدم تحريف أقوال المستجوب خلال عمليّة تركيب التقارير أو البرامج.

أمثلة لهواقف يهكن أن تحدث خلال الفترة الانتخابيّة

1 ماذا تفعل لو أنّ....؟

سرت ليلة الاقتراع إشاعة – عبر شبكات التّواصل الاجتماعي أو غيرها – حول تهديدات تستهدف بعض مكاتب الاقتراع.

(أ) تقوم بنشر "المعلومة" دون التّثبت منها و دون ذكر أنّها مجهولة المصدر؟

(ب) تتثبت من مدى صحّة المعلومة، و في غياب تأكّدها، تنشرها مبيناً مصدرها ؟

(ت) تمتنع عن نشرها نظراً لعدم تأكّدك من صحّتها؟

← يتعيّن على الصّحفي عدم نشرها لعدم تأكّده من صحّتها.

2 حول مسألة التَّنَقُّل و غيرها من التَّسهيلات:

عادة ما تقترح الأحزاب السِّياسِيَّة على الصَّحَفِيِّين نقلهم إلى أماكن تجمُّعاتهم الحزبِيَّة أو تمكينهم من الأكل و المشروبات،

(أ) هل يتعيَّن قبول أو رفض هذه المقترحات؟

(ب) متى يمكن قبولها؟

← **يُمكن قبول هذه العروض في حال كانت مفتوحة للجميع.**
ويكون من الأفضل، إذا توفَّرت الإمكانِيَّة لذلك، تنقُّل الصَّحفي بهفرده أو اقتسام مصاريف النقل مع زملائه.

و من الضروري أن تقوم وسيلة الإعلام التي ينتمي إليها الصَّحفي بتغطية مصاريف إقامته و أكله خلال تنقُّلاته على الميدان.

و تلجأ الأحزاب الكبرى عادة لتقديم هذه العروض. وإذا ما قام حزب واحد بذلك لكونه قادر مادِّيًّا على ذلك، فيتعيَّن رفض العرض.

ولا يجب أن تكون وحدك المتمتَّع بذلك العرض، بل يجب أن يتمتَّع به زملاؤك أيضا و في نفس الظروف، و إلاَّ فإنَّه يتعيَّن عليك رفضه.

و مهما كانت طبيعة وسيلة الإعلام أو وضعها، فيجب على الصَّحفي رفض أيِّ عرض مالي مقدَّم من طرف مترشَّح ما أو حزب سياسي ما رفضا قطعيا.

6. التَّغطية الإعلامية للحملة الانتخابية في علاقة بالتَّوازن بين الجنسين

1.6 حافظ نحو الديمقراطية

تعتبر التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية التي تراعي التوازن بين الجنسين حافظا نحو الديمقراطية. فإلى غاية اليوم، تعاني النساء عموما من نقص في التمثيلية في المجال الإعلامي، و من تقديمهن غالبا في صورة لا تطابق الواقع. فمن ناحية، هنّ لسن ممثلات بما فيه الكفاية في مواقع أخذ القرار و إعداد محتويات البرامج كما في المحتويات ذاتها. و من ناحية أخرى، نادرا ما يتمّ اللجوء إليهنّ للاستعانة بخبرتهنّ أو للإدلاء برائهنّ حول مسائل محدّدة. و يبقى دورهنّ مقتصرًا، في أغلب الحالات، على مجرد دور الشاهد أو الضحية أو المتهم.

يولّد نقص تمثيل جانب هامّ من الكتلة الانتخابية أو سوء تمثيله إحساسا بأنّ صوته غير مسموع و هذا ما يؤدي إلى ارتفاع نسبة الامتناع عن التصويت.

بحيث ينصح بضمان إدارة دقيقة للوقت عند إعطاء الكلمة للمرشحات و المناضلات، و المطالبة بمشاركة أكبر للنساء من سياسيات و صحفيّات في الحوارات التلفزيونية، و اعتماد مقاربة تميل إلى تحقيق الحياد و الموضوعية، و إثارة الإشكاليات المتعلقة بوضعية المرأة صلب محتويات البرامج، إلخ...

2.6 مراقبة مدى مراعاة التوازن بين الجنسين

في سياق الحملة الانتخابية، تتّجه وسائل الإعلام عادة لدعوة المترشّحين و المترشّحات الأكثر فصاحة قدرة على التّواصل أو المعروفين أكثر من غيرهم خلال الحوارات التلفزيونية التي تتولّى إدارتها وجوه صحفية لامعة غالبا ما تكون رجالية، بحيث لا تكون الصحفيّات حاضرات بالقدر المطلوب، كما تكون المترشّحات و المناضلات ضحية المعايير المتبعة المذكورة في اختيار الضيوف. و لإصلاح هذه النقص، يعتبر من الضروريّ مراقبة التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية في علاقة بالجنسين وتقييم مدى مراعاة ومدى احترام التوازن بينهما. و لتحقيق ذلك، من الممكن أن يتمّ:

تعيين صحفيّ أو صحفية صلب كلّ هيئة تحرير يتولّى أو تتولّى تسجيل عدد الصحفيّات التي تمّ إشراكهنّ في أخذ القرارات المتعلقة بتغطية الحملة الانتخابية و كذلك في إعداد التقارير؛

تسجيل عدد المدعوّات إلى البرامج الحوارية و التّحقّق من أنّ إدارة الحوار يؤمّنهما صحفيّان: امرأة و رجل؛

تسجيل مدّة إعطاء الكلمة للنساء صلب البرامج و التقارير؛

تسجيل مواقف النساء التي أدلين بها أثناء التقارير،

و التّصريحات المدلى بها، وصفتهم (خبيرات، مترشحات، مناضلات، ضحايا، شاهدات، إلخ...) العمل على تحقيق تمثيلية أكبر للنساء.

و إذا ما تمّت عملية الرّصد و التّسجيل هذه، فيمكن السّعي إلى مزيد إشراك النساء في الحملة الانتخابية و تمكينهنّ من تمثيلية أكبر في الحوارات. و من الأفضل أن يتجلى ذلك في التّوازن بين الحضور النّسائي و الحضور الرّجالي عند أخذ القرارات التي تسبق إنتاج البرامج الإخبارية ، وفي إدارة الحوارات التّلفزيونية بحضور مذيعة تلفزيونية و مذيع تلفزيوني على الشاشة في نفس الوقت كلّما أمكن ذلك، و في الافتتاحيات أو النّشرات السّياسية التي يتمّ بثّها، و في اختيار الضّيوف من مترشّحين أو مترشّحات أو ممثّلين عن الأحزاب السّياسية، و في التّحقيقات المنجزة بهذه المناسبة (استجوابات، حضور في الصّورة، الإحصائيات التي تطلبها هيئات التّحرير...)

3.6 الاعتناء بالخطاب

ليست الصّحافة علما صحيحا فيحدث أن يقوم الصّحفي المختصّ في الشّؤون السّياسية بوصف أشياء واقعية إلّا

أنّه قد يبقى متأثرا بما عاشه، و بقناعاته، و بأفكاره و حتّى بأحكامه المسبقة. فمن حيث جوهره، يعدّ الحكم المسبق في نفس الوقت تمثيلا، و يقينا، و سببا، و كذلك أحد العناصر المكوّنة للشّخصية التي يصعب تجاوزها أو تجاهلها. بحيث أنّ الإعلاميين عند صياغتهم لمحتوى نشراتهم فإنّهم يقدّمون غالبا لا إراديا صورة للواقع تكون متأثرة بما عاشوه.

و بالتّالي، فيتعيّن على الصّحفي أو الصّحفية خلال تغطيته للحملة الانتخابية أن يأخذ بعين الاعتبار كل المعايير المستقلة التي يختارها و التي ستحدّد طريقة تناوله للمستجدّات. و من الأفضل أن تضمّ التّغطية الإعلامية للحملة الانتخابية في علاقة بالتّوازن بين الجنسين:

- إشراك مصادر نسائية، لا حول المسائل ذات العلاقة بالنّساء فحسب، بل وكذلك حول جميع المواضيع
- التّنبّه من عدم ظهور النّساء المستجوبات في وضعيات نمطية: في المطبخ، حاضنة للأطفال، إلخ...
- استعمال لهجة مهنية، لا متعالية و متكبرة ولا هزلية و مرحة، فيها احترام للمستجوبة
- تركيز الكاميرا و تأطير الصّورة بطريقة محايدة

- مراعاة التّناصف عند إعطاء الكلمة بقدر الإمكان
- استعمال عبارات محترمة: تجنّب الأفكار المسبّقة حول المرأة
- استعمال عبارات جدّية: تجنّب التّعابير الشّعبيّة التي تقال حول المرأة
- استعمال عبارات محايدة: تجنّب الإشارة إلى الخصائص ذات العلاقة بالأنوثة
- استعمال عبارات دقيقة: الحديث عن «ناخبة»، و «مواطنة»، «مترشّحة» للتأكيد على صفتها و تجنّب الاستعمال الفضفاض و المتكرّر لكلمة «امرأة»
- تخصيص مجال للأسئلة المتعلّقة بالمرأة في محتويات البرامج و تعتبر إشكاليّة مراعاة التّوازن بين الجنسين² مسألة إعلاميّة من شأنها أن تثير جدالا بين المترشّحين أو المترشّحات الباحثين عن استقطاب الأصوات و أن تدفعهم لوضع مقترحات في هذا السّياق. فتكون بذلك الحملة الانتخابية فرصة لإعداد تحقيقات

- تتعلّق بوضعيّة المرأة تثير اهتمام الجمهور المتلقّي و المواطنين بنفس الدّرجة، و تثبت أنّ الرّجال و النّساء قد يكونون معنيّين بصورة مختلفة بنفس المسألة. فيمكن إثارة مواضيع مختلفة في هذا الإطار، و منها مثلاً:
- العنف المسلّط على النّساء
- اللامساواة على المستوى الاقتصادي: الأجور، الوضعيّة الهشّة، إلخ...
- اللامساواة على الصّعيد الاجتماعي و القانوني
- اللامساواة في السّياسة: التّناصف، نفاذ المرأة إلى مراكز أخذ القرارات

²انظر أيضا ما قدّمته اليونسكو حول مؤشّرات المساواة بين الجنسين الموجهة لوسائل الإعلام على الرّابط التّالي:

(http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ipdc28_gsmi_paper_fr.pdf)

بعض النصائح حول تنظيم حوار

ستفيد المعطيات التالية خاصة الصحفيين المنتسبين إلى وسائل الإعلام التي تمّ تركيزها حديثاً و التي ستشهد للمرة الأولى حملة انتخابية، وقد تمّ استلهاً هذه المعطيات من دليل تنظيم وتعبئة و تنشيط حوار انتخابي للويس فيليب ليزوت - معهد العالم الجديد.

تشكّل طريقة التّشيط القلب النّابض لعمل الصحفي. و لا توجد طرق جيّدة و أخرى سيّئة للتّشيط و إنّما لكلّ طريقة نقاط قوّتها و نقاط ضعفها.

و يبقى التّوازن هو المفتاح الذي يجب اعتماده أثناء أيّ حوار حول الانتخابات بين مترشّحين من مشارب سياسيّة مختلفة. و تكتسي إدارة الوقت فيما يتعلّق بإعطاء الكلمة أهميّة بالغة حتّى لا يتمّ ترجيح كفّة حزب على حساب آخر. فننصحكم بالإعداد المسبّق لسير برنامجكم، و اختيار المحاور، و إعداد الأسئلة المتعلّقة بالمحاور المختارة.

7. اختيار طريقة التّشيط

و في ما يلي ثلاث طرق للتنشيط نقترح عليكم اعتمادها:

• «الحوار حول فنجان قهوة» و التفاعل مع المترشحين

الذين تهت استضافتهم

و يتمثل في عملية تبادل للآراء و الأفكار داخل مجموعة تتكوّن من ستة (06) إلى ثمانية (08) أشخاص (من خبراء، و صحفيين، و ممثلين عن النقابات أو عن المجتمع المدني، و أشخاص يمثلون بأقرب صورة ممكنة الجمهور العادي، إلخ...) حول موضوعين أو ثلاثة.

و يدعى المترشحون أو المترشحات للانتخابات للتفاعل حول محتوى الحصة بعد جولتين من التّحاور. و تمكّن هذه العملية المشاركين من النقاش حول المواضيع المطروحة و من الاستماع إلى مواقف و آراء المترشحين و المترشحات حول الأفكار التي تمّ طرحها.

وهذه الطريقة، التي تعدّ تشاركيّة بامتياز، تمكّن المشاركين (ممثلي الجمهور) من التعبير عن آرائهم و تبادل الأفكار حول المواضيع المختارة ممّا يعدّ نقطة إيجابية لا يمكن إنكارها خاصّة و أنّ الهدف من هذه العملية هو جعل الجمهور يهتمّ بالسياسة و تحسيسه بأهميّة الإقبال على التّصويت.

• مائدة مستديرة لتبادل الآراء و المواقف مع المترشحين الذين

تهت استضافتهم

و تتمثل في مائدة مستديرة للتّحاور مع المترشحين حيث يتمّ تناول موضوعين أو ثلاثة. و تمكّن هذه الطريقة المترشحين من تحديد مواقفهم بخصوص المواضيع المطروحة من ناحية، كما تمكّن المشاركين (صحفيين، و خبراء...) من طرح أسئلة على المترشحين بهدف إثراء الحوار و مزيد فهم المحاور المطروحة، من ناحية أخرى.

وبهذه الطريقة، التي تعدّ تقليديّة أكثر من سابقتها، تتوفّر للمترشحين إمكانية مزيد التعمّق في المواضيع المطروحة.

• حوار خاطف مع المترشحين الذين تهت استضافتهم

وهو عبارة عن حوار خاطف مع المترشحين للانتخابات يمكن من تناول ثلاثة مواضيع أو أكثر. و يهدف إلى التعرّف على مواقف المترشحين حول المواضيع المطروحة و إلى تمكين الجمهور من تكوين فكرة أكثر وضوحا حول مميّزات كلّ حزب من الأحزاب السياسيّة.

و تعدّ هذه الطريقة الأقصر قياسا بسابقتها و أكثر حيويّة منهما، حيث يكون نسق الحوار مرتفعا، و يتناظر خلاله المترشحون حول

مختلف المواضيع ممّا من شأنه إبراز تباين مواقف الأحزاب السياسية. غير أنّها طريقة لا تسمح بأيّ مشاركة مباشرة لفاعلين آخرين في الشأن الانتخابي أو للجمهور.

1.7 تنشيط الصفحات الإعلامية الاجتماعية

تتزايد الأنشطة و البرامج التي تبثّ بصفة متزامنة على الانترنت و في وسائل الإعلام، إذ يكفي تشغيل منظومة الواب في نفس الوقت حتّى يستفيد منها مستعملو الانترنت. و يمكن استعمال حسابات فايسبوك و تويتر أثناء الحوار لنقل ما تمّ تداوله خلاله أو للتفاعل مع الجمهور أو مع المشاركين غير الحاضرين على عين المكان.

و إذا كنت حاضرا على شبكة تويتر، فإنّه من الحريّ إنشاء رابط (هاشتاغ) حتّى يتيسّر العثور على كلّ التفاعلات حول الحوار(مثال: #debatpol2014). و يمكن إعادة استعمال الرابط في حالة قيامك بتنظيم تظاهرات أخرى مماثلة لاحقا.

2.7 توصيات عامة

يتمثّل دور المنشط في تسهيل التّحاور و تبادل الآراء. و يقوم

بتأطير الحوار مع التّأكد من أنّ بإمكان كل المشاركين التّعبير بحريّة. و من المهمّ أن يجد المشاركون منشطا أو منشّطة يقوم بتزويدهم بالأفكار، أو يمثّل مرجعا، أو يلعب دور الحكم في حالة حصول نزاع أو سوء تفاهم حول قواعد الحوار. فيكون المنشط أو المنشّطة سيّد(ة) الموقف. ولكن مسؤوليته الأساسية تكمن في السّهر على ضمان قيام المشاركين بحوار ممتع و مفيد. فيتأكّد من أنّ النقاشات تدور في ظلّ مناخ مريح، كما يفصّل النزاعات التي قد تحصل، و يتعامل مع الحالات الخاصّة و الأشخاص ذو مراس صعب. و يلعب المنشط دورا أساسيا في إنجاح الحوار. كما يسهر على احترام الوقت وحسن سير الحوار عموما.

و يبيّن المنشط منذ البداية انتظاراته من الحوار، فيوجّه النقاشات صوب الهدف المنشود من ورائه (المسألة أو المحور المطروح)، و يقوم بإدارة الوقت المخصّص للحوار و توزيع الكلمة بين المتحاورين، و يتقبّل الإجابات برحابة صدر و دون إصدار أحكام، و يقوم بتنسيب الأحكام المسبقة إذا اقتضى الأمر ذلك، و يطلب من المشاركين التّحلّي بنفس هذا الانفتاح.

3.7 بعض الوسائل لتيسير التنشيط

اللا منطوق

بقاء الصحفي واقفاً مع اختيار موقع مناسب في القاعة يمكن جميع المشاركين من رؤيته، النظر دورياً لجميع المشاركات والمشاركين، النظر إلى المشاركات والمشاركين الذين طلبوا الكلمة، الحديث بصوت واضح وواثق و جهوري بما فيه الكفاية حتى يتسنى سماعه من طرف الجميع.

إدارة مواقف تخلّ بالسير العادي للحوار:

تطراً هذه المواقف غالباً عندما يحتكر بعض المدعوين الكلمة أثناء النقاش. و يجب أن يتم إنقاذ الموقف بسرعة. و في حال تواصل ذلك، فإنه قد يعكّر صفو المناخ و يحول دون سير الحوار بصورة مثمرة و مفيدة.

ما العمل إذن؟

التذكير بقواعد المشاركة، و بالأجزاء الإيجابية و البناءة من التعليقات، و كذلك بالهدف من وراء الحوار، و طرح سؤال على المجموعة.

و إذا تواصل الهموقف:

طلب الاكتفاء بالتعليق على المشكل و حله، و تجنب التعاليق المتعلقة بالأشخاص.

4.7 عناصر هامة لتنشيط ناجع

إقناع المشاركين بأهمية أقوالهم و أسئلتهم وبأهمية استماعهم بانتباه لمختلف الآراء المتبادلة، وتذكيرهم بنسبة المشاهدة للبرنامج بهدف إعطائهم إحساساً أكبر بمدى نجاعة الحوار.

يعتبر نجاح انتخابات خريف 2011 مرحلة هامة في المسار نحو الديمقراطية الذي انطلق في تونس غداة 14 جانفي 2011. و يتعين اليوم أن ترفق تلك الحركية التي تم تركيزها خدمة للشعب، أن ترفق بإرادة صارمة من قبل الجميع، بما في ذلك طبعاً وسائل الإعلام و الصحفيين، لإنجاح هذه المرحلة الجديدة و ذلك يمرّ أساساً عبر نجاح الحملة الانتخابية حيث تتحمل كل الأطراف الفاعلة مسؤولياتها حتى تضمن لكل تونسي و تونسية الحصول على المعلومة الضافية، و النزاهة، والثابتة التي تبقى ضرورية للجمهور حتى يتمكن من الاختيار، أثناء ممارسة حقه الانتخابي، برؤية واضحة.

وإنّ الهيئة العليا المستقلة للإعلام السمعي و البصري على وعي تامّ بالمسؤوليات المهمة المنوطة بعهدتها بمقتضى النصوص التشريعية و الترتيبية. وهي تلتزم تجاه كل من المجتمع و وسائل الإعلام بالقيام بدورها بطريقة مسؤولة و شفافة و منفتحة و دقيقة، همّها الوحيد في ذلك حماية المصلحة العامة و إعلاؤها. كما يلتزم كامل أعضاء الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي و البصري بعدم ادّخار أي جهد أو طاقة لمساعدة وسائل الإعلام في مهامها، حتى تقوم الهيئة بدورها

التعديلي الضروري، وحتى تساهم في حماية قيم الديمقراطية التي تؤسس للمجتمع التونسي الجديد.

و قد برهنت تونس في أكتوبر 2011، عن قدرتها على تنظيم و إتمام حملة انتخابية في ظروف متشعبة، و قد كانت هذه التجربة إيجابية و ناجحة و ثمنها كل من الملاحظين المحليين و الأجانب. و تحت الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي و البصري اليوم كل الصحفيين و المترشحين و المواطنين على إعادة إحياء روح التعبئة المدنية و الوحدة الوطنية التي سمحت للمجتمع التونسي الجديد برفع هذا التحدي ذي الأهمية البالغة.

و سيتمكن احترام المبادئ المضمنة صلب هذا الدليل من تقييم مدى انخراط وسائل الإعلام في التغطية الإعلامية للحملة الانتخابية ومدى مطابقتها للقيم الجوهرية للصحافة و لقواعد الحياد و العدالة و الاستقلالية.

المصادر

دليل المقابلة (Le Guide de l'entretien (RSF))

توجيهات حول التغطية الإعلامية من قبل وسائل الإعلام السمعية و البصرية

للحملة الانتخابية (الفصل 19)

الدليل العملي للصحفي خلال الحملة الانتخابية

(Guide pratique du journaliste en campagne électorale (RSF))

www.haica.tn

الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري

نهج بحيرة وندرمان عمارة AMG الطابق الرابع

الهاتف : 71.656.507

الفاكس : 71.565.232