

# GUIDE

PRATIQUE DU  
JOURNALISTE  
EN PÉRIODE  
ÉLECTORALE

Édition 2015

**REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES**  
POUR LA LIBERTÉ DE LA PRESSE

ORGANISATION  
INTERNATIONALE DE  
**francophonie**





<b>Préface</b>	<b>4</b>
----------------	----------

<b>Introduction</b>	<b>7</b>
---------------------	----------

## **1. LES RÈGLES APPLICABLES AUX JOURNALISTES 9**

<b>1.1</b> Le droit à la liberté d'opinion et d'expression	<b>11</b>
<b>1.2</b> Le devoir d'informer les électeurs	<b>15</b>
<b>1.3</b> L'exactitude et la vérification	<b>17</b>
<b>1.4</b> L'équilibre, la neutralité et l'honnêteté	<b>19</b>
<b>1.5</b> L'indépendance et la probité	<b>22</b>
<b>1.6</b> La responsabilité sociale	<b>26</b>

## **2. LES SPÉCIFICITÉS DU PROCESSUS ÉLECTORAL 29**

<b>2.1</b> Le cadre juridique de l'élection	<b>31</b>
<b>2.2</b> Le recensement des électeurs	<b>33</b>
<b>2.3</b> L'administration électorale	<b>35</b>
<b>2.4</b> Les candidats et les partis politiques	<b>37</b>
<b>2.5</b> L'accès équitable aux médias	<b>40</b>
<b>2.6</b> La phase électorale	<b>44</b>
<b>2.7</b> L'annonce des résultats électoraux	<b>46</b>
<b>2.8</b> Les autres acteurs de l'observation électorale	<b>47</b>
<b>2.9</b> La conduite à tenir en cas de fraude électorale	<b>49</b>

## **3. LA COUVERTURE DE LA CAMPAGNE ÉLECTORALE 51**

<b>3.1</b> La préparation d'un plan de couverture	<b>53</b>
<b>3.2</b> La gestion éditoriale de la couverture électorale	<b>58</b>
<b>3.3</b> Le traitement du discours électoral	<b>62</b>
<b>3.4</b> Le journalisme citoyen	<b>64</b>
<b>3.5</b> L'entrevue électorale	<b>65</b>
<b>3.6</b> Les médias sociaux	<b>69</b>
<b>3.7</b> Les sondages d'opinion	<b>72</b>
<b>3.8</b> La couverture électorale en zone de conflit	<b>74</b>
<b>3.9</b> La couverture électorale dans les contextes sensibles	<b>76</b>

<b>Synthèse : les règles applicables aux journalistes en période électorale</b>	<b>79</b>
---	-----------

## Préface

L'élection libre et transparente est au fondement-même de la démocratie représentative. Or il n'y pas de démocratie représentative sans citoyens bien informés. Le scrutin, dans un État démocratique, ne se limite pas uniquement à l'acte de voter, autrement dit, au fait d'introduire un bulletin dans une urne. L'élection dépend aussi, en grande partie, des informations dont disposent les électeurs sur les questions techniques, institutionnelles et logistiques liées au déroulement du processus électoral ainsi qu'à la connaissance, par le public, de ceux qui sollicitent les suffrages de leurs concitoyens et des programmes qu'ils proposent.

Or, seuls des journalistes libres et indépendants peuvent pleinement assurer la responsabilité d'informer. Cela suppose qu'eux-mêmes soient à la hauteur de l'évènement du point de la pratique du journalisme, qu'ils aient été, au préalable, dûment formés à cette fin, et, enfin, qu'ils puissent exercer leur métier en toute sérénité.

Dans la plupart des pays, l'alternance est devenue la règle, les traditions démocratiques sont bien ancrées et les élections ne font plus l'objet de contestations violentes. Il reste que dans certains pays francophones du Sud notamment, la question électorale demeure extrêmement sensible et le vote reste encore synonyme de tensions, de crises et de conflits. Dans ces pays, couvrir une élection devient une gageure.

L'objectif principal de ce Guide pratique du journaliste en période électorale est précisément de mettre à la disposition des professionnels un outil de travail didactique, concis, capable de préparer ceux qui le souhaitent à une couverture objective des élections. Une première version de ce Guide avait été éditée conjointement par l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) et Reporters sans frontières (RSF), en 2010.

Cette nouvelle version a été enrichie, complétée et réactualisée, à la lumière des mutations observées ces dernières années dans le domaine des nouveaux médias - sites web, blogs, médias sociaux- qui occupent désormais une place centrale dans la couverture des élections.

Ce Guide, qui passe en revue toutes les étapes d'une bonne couverture électorale, s'adresse aux professionnels des médias, et, singulièrement aux jour-

nalistes de la presse écrite -qu'elle soit imprimée ou sur écran- mais aussi à ceux de la radio, de la télévision, des agences de presse, aux médias privés ou publics, à dimension locale, nationale ou internationale.

Le Guide vise un autre objectif : il revisite les principes de base du métier de journaliste. Car s'il se concentre essentiellement sur la question électorale, il vise aussi à améliorer la formation professionnelle des journalistes.

Cet outil, enfin, répond aux objectifs que poursuivent l'Organisation internationale de la Francophonie et Reporters Sans Frontières, qui, dans le même élan et avec la même conviction, militent en faveur de la liberté de presse et le droit, pour chaque citoyen, d'être informé, surtout durant les périodes électorales. C'est le mandat premier de RSF. C'est aussi le rôle de l'OIF, qui, conformément à la Déclaration de Bamako adoptée en 2000, texte de référence de la Francophonie dans le domaine de la démocratie et des droits de l'Homme ainsi qu'aux engagements réitérés des Chefs d'Etats et de Gouvernements francophones, œuvre en faveur du pluralisme médiatique et de la pacification de la vie politique.

Puisse cette nouvelle version du Guide aider à atteindre davantage ces nobles objectifs ■

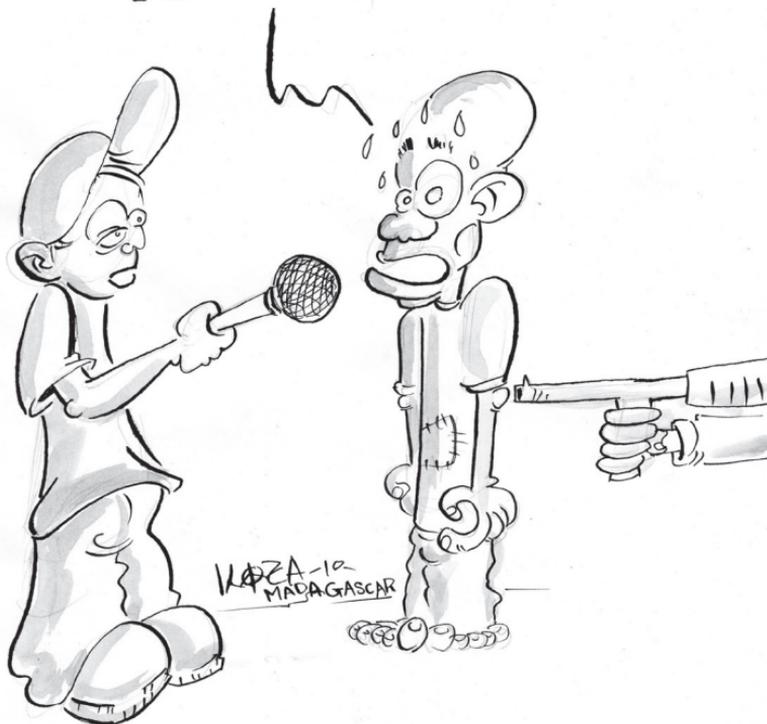
**Christophe Deloire**

*Secrétaire général de Reporters sans frontières*

**Christophe Guilhou**

*Directeur de la paix, de la démocratie et des droits de l'Homme  
Organisation Internationale de la Francophonie*

# NOUS VOTONS DE NOTRE **PLEIN GRÉ**



## Introduction

**U**ne démocratie repose toujours sur la possibilité d'exprimer librement des opinions diverses et sur le vote de citoyens bien informés. Les médias et les journalistes jouent par conséquent un rôle primordial dans les processus électoraux en assurant la circulation des informations ainsi que des opinions et leur confrontation. Ils permettent une meilleure connaissance des candidats, des partis et des programmes. Ils contribuent à la participation effective des citoyens au débat démocratique, notamment en plaçant au cœur de la campagne les thèmes d'intérêt général. Garants de la démocratie, les journalistes ont également un rôle déterminant dans la légitimation et l'acceptation des résultats des élections, en particulier dans les pays en transition démocratique ou en sortie de crise.

Ces responsabilités confèrent aux journalistes des droits et des devoirs. Le droit de pouvoir informer librement, sans être l'objet de pressions ou d'intimidations, a pour corollaire le devoir de délivrer aux électeurs une information responsable, c'est-à-dire objective, instructive et constructive. C'est un travail complexe, avec des défis à relever et des pièges à éviter. Nombreux sont en effet les journalistes qui se sont laissés détourner de leur mission d'information neutre et impartiale au profit de prises de position partisans, qui finissent par générer de la violence.

Le Guide pratique du journaliste en période électorale a été conçu pour aider les professionnels à aborder cette période aussi passionnante que délicate dans les meilleures conditions. Il s'adresse aux journalistes des médias francophones évoluant dans des contextes politiques, démocratiques, culturels et sociaux différents, quelles que soient leurs spécialités (radio, télévision, presse écrite, presse électronique), leurs tailles, l'étendue de leur zone de couverture (locale, nationale, internationale) ou leurs statuts (public, privé ou communautaire).

Ce Guide est une boîte à outils qui apporte des réponses précises aux multiples questions relatives à la couverture médiatique d'un processus électoral et présente des exemples inspirés de cas réels ■

LES JOURNALISTES SONT CLAIRS DÈS LE DÉPART

SI APRÈS LE RERORTAGE IL N'Y A RIEN POUR NOUS  
MOUILLER LA GORGE ON GARDE

NOS IMAGES



PAHÉ® / CARTOONING FOR PEACE

# 1.

# LES RÈGLES APPLICABLES AUX JOURNALISTES

9

**D**n période électorale, le journaliste peut être soumis à de multiples pressions. Elles peuvent être le fait d'un gouvernement, notamment dans les pays où le processus de démocratisation est encore fragile, des partis politiques, qui usent de moyens divers et variés pour obtenir une couverture médiatique favorable, mais aussi parfois d'un employeur, actionnaire ou propriétaire d'un média, proche d'un candidat, qui veut imposer une certaine ligne éditoriale.

Le journaliste doit aussi résister aux pressions de sa propre opinion qu'il pourra exprimer comme tout autre citoyen dans le secret de l'isoloir. Le public attend de lui qu'il se place « au dessus de la mêlée » des partis et qu'il les traite avec la même impartialité, quelle que soit la sympathie ou l'antipathie que peut lui inspirer un candidat.

10

Pour résister à ces pressions et être à la hauteur de l'enjeu, le journaliste doit s'en remettre au principe de base de son métier : la déontologie. Celle-ci est composée d'un ensemble de règles morales - ou éthique - qui gèrent la conscience professionnelle d'un journaliste. Aucune charte universelle n'existe juridiquement. Il y a néanmoins des codes de déontologie similaires dans bon nombre de pays. Tous affirment que le journalisme est une discipline en quête permanente de vérité et d'objectivité. Pour être considérée comme « professionnelle », une information doit être exacte, vérifiée, équilibrée, neutre et respectueuse de la dignité humaine. Cela suppose une grande probité morale, un sens aigu des responsabilités et une capacité à comprendre les différents points de vue, y compris ceux que le journaliste ne partage pas. Dans tous les cas, et quel que soit le contexte sociopolitique dans lequel il évolue, le journaliste doit privilégier l'intérêt supérieur des citoyens.

Le « quatrième pouvoir » attribué aux médias ne doit s'exercer ni en faveur d'un gouvernement, ni en faveur d'un parti politique ni en faveur d'une personne en particulier. La loyauté doit s'exercer uniquement envers les citoyens, pris dans leur ensemble, que le journaliste a le devoir d'informer et qui exercent, en grande partie à travers lui, leur droit à la liberté d'expression.

# 1.1 LE DROIT À LA LIBERTÉ D'OPINION ET D'EXPRESSION

Les journalistes bénéficient de certains droits garantis par l'article 19 de la *Déclaration universelle des droits de l'Homme de 1948* et par l'article 19 du *Pacte international relatif aux droits civils et politiques de 1966*, signé et ratifié par 154 Etats. Ces droits sont aussi protégés par les trois grandes Conventions régionales - Afrique, Amériques, Europe - relatives aux droits de l'Homme. Ils reconnaissent aux journalistes le droit de rechercher, de recevoir et de transmettre librement de l'information sans immixtion du gouvernement. Les autorités ne peuvent ni les harceler, ni les intimider ou entraver leur travail de quelque manière que ce soit, pas plus qu'elles ne peuvent les censurer ou tenter de les influencer par des avantages quelconques.

11

## Un droit et un devoir

En période électorale, le journaliste a donc le droit de parler de tous les partis et candidats, y compris les plus hostiles au gouvernement en place, et de tous les thèmes de campagne qu'il estime importants pour les citoyens et l'avenir de son pays.

Le Pacte de 1966 reconnaît cette liberté d'expression à tout individu. Il doit donc également garantir la possibilité à tous les partis et candidats, mais aussi à tous les citoyens, de s'exprimer librement pendant la campagne électorale :

- En leur donnant un accès à son média pour qu'ils présentent leur programme et/ou expriment leur opinion.
- En dénonçant les entraves posées à l'exercice de leur liberté d'expression. Exemples : un candidat est empêché par les autorités de tenir un meeting électoral ou un citoyen subit des pressions d'un parti pour ne pas dénoncer une tricherie électorale qu'il a constatée.

## Légalité et légitimité des restrictions

Le Pacte de 1966 reconnaît qu'il existe un nombre limité de motifs légitimes pouvant justifier certaines restrictions à la liberté d'expression, notamment lorsque sont mis en cause le respect des droits ou de la

réputation d'autrui et la sauvegarde de la sécurité nationale, de l'ordre public, de la santé ou de la moralité publiques. Toutefois, ces restrictions doivent être expressément fixées par la loi du pays où se déroulent les élections et leur contenu délimité très précisément. Une formulation trop vague peut en effet donner une très grande marge de manœuvre à un gouvernement ou à un candidat déjà au pouvoir pour censurer des journalistes dont il juge la couverture défavorable à son égard.

La loi elle-même peut aussi comporter des restrictions illégitimes. Il arrive, par exemple, que les lois répressives héritées des anciens régimes soient toujours en vigueur dans un pays en transition démocratique. Si une entrave est posée à son travail en raison d'une restriction légale, le journaliste doit donc vérifier que celle-ci est légitime au regard du droit international :

- **Exemple de restriction légitime** : être censuré pour incitation à la haine raciale.
- **Exemple de restriction illégitime** : interdire toute forme d'information et de débat sur des thèmes mettant en difficulté le candidat à sa propre succession ou interdire l'accès à des informations publiques sous prétexte de sauvegarder la sécurité nationale.

De manière générale, les dispositions légales relatives à l'information et à la communication ne doivent en aucun cas entraver la capacité de la presse à présenter la pluralité des idées et des opinions d'une campagne électorale.

## Protection des sources d'information

Il est universellement admis que le journaliste a le droit de ne pas divulguer au public (ni aux autorités) la source d'une information, quand cette source ne veut pas être identifiée publiquement. Il doit néanmoins se prémunir contre les risques de manipulation qui entraîneraient la diffusion d'informations inexacts. Il faut donc s'assurer de la fiabilité de cette source en corroborant l'information transmise par d'autres sources. Pour se couvrir, le journaliste peut aussi révéler, à un responsable de sa rédaction, l'identité de sa source et ainsi garantir son sérieux.

## Sécurité des journalistes

La sécurité du journaliste est fondamentale pour travailler dans de bonnes conditions sans faire l'objet de pression. Dans le cas contraire, il doit informer rapidement, dans la mesure du possible, les instances d'autorégulation et de régulation des médias, les organisations de défense des droits de l'Homme et/ou les pouvoirs publics de toutes menaces, agressions et atteintes à la liberté de la presse dont lui-même ou ses confrères sont victimes.

Dans les Etats fragiles, un journaliste ne doit pas travailler et s'exposer seul durant les périodes électorales. Les réseaux professionnels associatifs nationaux ou internationaux peuvent l'accompagner et être alertés en cas de problèmes sérieux.

### Un exemple de restriction illégitime à la liberté de la presse

Un général d'armée ayant fait un coup d'État est soumis à de fortes pressions internationales pour réinstaurer la démocratie dans son pays. Il décide d'organiser une élection présidentielle à laquelle il se porte lui-même candidat ainsi qu'une élection législative avec un mode de scrutin garantissant aux militaires un certain nombre de sièges. Des médias se font l'écho des protestations de certains partis politiques qui contestent ce système. La junte adopte alors une loi interdisant à la presse toute forme de discussion au sujet des forces armées sous prétexte de sauvegarder la sécurité nationale. Des journalistes décident de ne pas respecter cette restriction estimant qu'elle est illégitime au regard du droit international. Ils sont arrêtés et emprisonnés pour atteinte à la sûreté de l'Etat. Dans les jours qui suivent, l'Organisation régionale à laquelle le pays appartient suspend toutes relations avec la junte et menace ses dirigeants de sanctions individuelles.

## Cogestion de l'espace médiatique

La cogestion de l'espace médiatique se caractérise, selon les pays, par l'intervention dans la gestion du secteur médiatique de plusieurs institutions : les ministères en charge de la Communication et de la Justice, les instances de régulation de la communication qui sont des

institutions étatiques et les instances d'autorégulation qui relèvent du statut d'organisation non gouvernementale (ONG), mises en place par la corporation des professionnels de médias.

En période normale, électorale ou de crise, une passerelle de collaboration peut s'établir entre les instances de régulation et d'autorégulation : que ce soit pour la gestion de l'aide de l'Etat à la presse privée, des prises de position pour dénoncer ou pour condamner et/ou sanctionner des manquements à des règles d'éthique ou de déontologie.

### Des exemples de cogestion de la régulation de la campagne électorale médiatique

14

Pour assurer la neutralité et le professionnalisme dans la gestion des campagnes électorales, une stratégie de veille et de concertation se développe d'abord au niveau de chaque régulateur de médias puis entre instances de régulation et d'autorégulation.

- L'instance de régulation met en place un service de monitoring qui doit enregistrer toutes les émissions des stations de radio et de télévision et recevoir le dépôt légal de tous les journaux. Elle se dote d'une structure juridique nommée Secrétariat d'instruction, chargé de recevoir les plaintes, de les analyser et de proposer des sanctions, s'il en a le pouvoir, à l'attention de l'assemblée plénière des conseillers. L'instance de régulation organise et supervise la répartition des temps d'antenne et peut organiser des formations à l'attention des journalistes pour la couverture des élections.
- L'instance d'autorégulation, qui prend parfois le nom d'Observatoire de l'éthique et de la déontologie dans les médias, peut envoyer ses représentants au sein des commissions spéciales mises sur pied par l'instance de régulation comme la Commission de déontologie, la Commission de vigilance et de l'éthique électorales dans les médias.

Les partenaires internationaux au développement appuient les instances de régulation et d'autorégulation dans le cadre de leurs programmes d'assistance aux pays qui organisent des élections libres, honnêtes, crédibles et démocratiques.

# 1.2 LE DEVOIR D'INFORMER LES ÉLECTEURS

L'article 19 du *Pacte international relatif aux droits civils et politiques* de 1966 garantit à tous les citoyens le droit de recevoir de l'information. En période électorale, cela signifie que l'État est tenu de s'assurer que les électeurs sont dûment informés des modalités de vote et de l'enjeu du scrutin.

Les autorités s'acquittent en général de cette tâche en organisant des campagnes de sensibilisation (affichage, tracts, spots publicitaires, etc.) et en octroyant des temps d'antenne à tous les partis et candidats dans les médias audiovisuels publics. Mais cette obligation d'informer les électeurs ne concerne pas seulement les journalistes du service public. Tous les journalistes ont un devoir professionnel et moral d'informer les citoyens en période électorale.

15

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

## Contribuer à l'éducation électorale

Le journaliste doit fournir aux citoyens des informations sur les modalités de l'élection :

- Qui a le droit de voter et qui a le droit de se présenter ?
- Où, quand et comment s'inscrire sur les listes électorales ?
- Où, quand et comment voter ?
- Quel est le type de l'élection ? (législative, présidentielle, municipale, etc.)
- Quels sont les postes à pourvoir et quels pouvoirs et responsabilités donneront-ils aux élus ?

Ces informations sont importantes dans tous les pays, mais encore plus essentielles dans les pays où la démocratie est apparue très tardivement et/ou qui abritent des pans importants de population faiblement alphabétisée. Elles peuvent contribuer, par l'éveil des consciences civiques des

citoyens, à une large participation du public aux scrutins. Par exemple, expliquer dans le détail les procédures garantissant le secret du vote (qui évite les repréailles éventuelles) peut rassurer certains électeurs.

Ces informations pratiques peuvent être transmises par des reportages :

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

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

## **Informer efficacement**

Transmettre une information n'a de sens que si cette information peut être comprise par son destinataire. Le journaliste doit garder à l'esprit qu'un processus électoral soulève des problèmes et des enjeux très complexes. La présentation doit toujours être accessible au plus grand nombre. Un journaliste n'est pas un universitaire. C'est une personne capable d'expliquer des problèmes complexes avec les formes de langage les plus simples, une sorte de médiateur en quelque sorte :

- Un bon journaliste peut dire beaucoup de choses avec très peu de mots alors qu'un moins bon journaliste a besoin d'utiliser beaucoup de mots pour dire très peu de choses.
- Faire des phrases courtes avec une seule idée par phrase.
- Etablir un plan avant de commencer l'écriture d'un reportage. Le plan permet de définir la logique d'un événement (ou d'un problème) et la manière la plus dynamique de le raconter (ou de l'expliquer). Il permet aussi d'identifier les informations les plus importantes (la hiérarchie de l'information). Se poser ensuite la question suivante : dans quel ordre utiliser ces informations pour que le récit soit le plus logique et le plus clair possible ?

## Quand le manque d'éducation électorale génère des violences post-électorales

Un pays où le taux d'analphabétisme est très élevé organise des élections législatives avec des procédures de vote très complexes. Les électeurs doivent déposer deux enveloppes, une noire et une blanche, dans deux urnes différentes. L'enveloppe blanche doit contenir le bulletin du parti pour lequel l'électeur veut voter et l'enveloppe noire doit contenir les bulletins des partis pour lesquels l'électeur ne veut pas voter. Le gouvernement, la société civile et les médias ont consacré très peu de temps et de moyens à l'éducation électorale des citoyens. Le jour du scrutin, de multiples irrégularités sont constatées en raison de la méconnaissance des procédures de vote par un grand nombre d'électeurs. Le résultat des élections, qui donne la victoire au parti au pouvoir, est contesté par l'opposition. Cette contestation plonge le pays dans une impasse politique et génère un cycle de violences post-électorales.

# 1.3 L'EXACTITUDE ET LA VÉRIFICATION

Toute information se trouvant dans un reportage doit être vérifiée et totalement exacte. C'est un principe de base du journalisme. Cela requiert en toutes circonstances, et particulièrement en période électorale, une très grande rigueur professionnelle. Le journaliste doit chercher la vérité et en rendre compte de la manière la plus complète possible en exerçant son esprit critique, qui impose de tout vérifier méthodiquement. Pour être considérée comme fiable, une information doit remplir les conditions suivantes :

### Une information fondée sur des faits vérifiés

- S'assurer que l'information n'est pas fabriquée, fautive ou mensongère. Manipulation, désinformation et propagation de rumeurs sont des pratiques courantes en période électorale. Ne jamais supposer que l'information qui a été donnée est véridique. Il faut toujours la vérifier en la recoupant avec d'autres sources.

- En cas de doute, de préférence rester prudent et s'abstenir. Ne jamais utiliser de conditionnel qui est la négation d'un fait.
- L'exigence d'exactitude s'applique à tous les éléments du reportage : les faits, les dates, les lieux, les citations, etc. Une erreur grossière sur une seule information de base peut remettre en cause la fiabilité de l'ensemble d'un reportage aux yeux du public.
- Si le journaliste se rend compte, ou s'il est informé par le candidat concerné qu'une information qu'il a utilisée est inexacte, il doit la rectifier rapidement et dans les mêmes conditions que celles de sa diffusion.

## Une information dont l'origine est connue

- Mentionner ses sources autant que possible. Il s'agit simplement de répondre à la question : « Qui parle ? » et d'indiquer le nom et le titre de la personne (candidat, chef de parti, militant responsable associatif ou simple citoyen) à l'origine de l'information relatée.
- Un reportage électoral construit uniquement sur des sources anonymes sera considéré comme suspect et peu crédible. Il est à proscrire dans tous les cas.
- Demander toujours les raisons pour lesquelles une personne réclame l'anonymat, en particulier chaque fois qu'il s'agit d'une nouvelle à caractère délicat ou susceptible de porter atteinte à la réputation d'un individu, d'un candidat ou d'un parti. Évaluer avec pertinence ses motifs. S'ils paraissent légitimes (exemple : la sécurité de l'informateur peut être menacée), il est nécessaire de prendre l'information en compte. Mais le journaliste doit obtenir confirmation auprès d'autres sources indépendantes avant de l'utiliser. Protéger une source ne doit jamais aboutir à rapporter des rumeurs ou des accusations infondées.

## Une information précise et relativisée

- Être précis. Si le journaliste couvre un rassemblement, il convient de décrire le lieu, l'organisation, les thèmes abordés dans le discours et les réactions du public.
- La règle de base de toute information doit répondre aux questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ?
- L'approximation peut être une source de déformation des faits. Par exemple, si le journaliste dit ou écrit « Le discours du candidat X a été

très applaudi », cette phrase n'a pas le même sens selon que le public est composé de militants du candidat ou bien de simples citoyens venus s'informer. Dans le premier cas, les applaudissements étaient prévisibles alors que dans le second cas, cela peut signifier que le candidat a convaincu des électeurs indécis.

- La fiabilité ne peut jamais être garantie à 100%. Une erreur reste toujours possible. Il est donc nécessaire, lorsque que le journaliste effectue un reportage, d'être toujours très nuancé et de ne jamais porter de jugement définitif. Aborder son travail avec modestie et rigueur est le meilleur moyen de ne pas commettre d'erreurs.
- Conserver ses enregistrements sonores ou visuels, notamment pour apporter les preuves de ce qui est rapporté.

### Une rumeur qui perturbe l'élection

Une élection se déroule dans un pays où un mouvement rebelle a appelé au boycottage du scrutin. Le jour précédant le vote, un journaliste apprend d'une source anonyme qu'une grenade a été lancée contre le bureau de vote d'une localité située dans une zone reculée du pays. Le journaliste diffuse cette information sans l'avoir vérifiée et sans préciser que sa source est anonyme. La nouvelle est reprise le lendemain par tous les médias à l'exception d'une radio locale qui, après s'être rendue dans le village en question, annonce qu'aucune attaque n'y a été perpétrée. Mais le mal est déjà fait. Un climat de peur s'est répandu dans tout le pays et conduit de nombreux électeurs à ne pas aller voter.

## 1.4 L'ÉQUILIBRE, LA NEUTRALITÉ ET L'HONNÊTÉTÉ

Le journaliste doit rendre compte des programmes et des débats entre les partis ou candidats pour que les électeurs puissent comparer leurs positions. Mais le compte-rendu professionnel d'une campagne ne doit jamais dire aux électeurs quel est le meilleur choix. Le journaliste doit laisser cette tâche aux éditorialistes et aux commentateurs.

## Distinction entre faits et commentaires

Le commentaire et l'éditorial comportent d'évidentes marques de subjectivité, dans lesquels un journaliste (souvent une plume reconnue par la profession ou le public) propose une analyse ou une interprétation des faits qui n'engage que lui ou son média. Sa fonction n'est plus de rapporter les faits – même s'il reste soumis aux normes d'exactitude et de responsabilité – mais d'en proposer une lecture, parfois orientée politiquement. Tout journaliste est soumis à un devoir de recherche de l'objectivité. Il peut poser des questions, présenter les différents points de vue et ajouter des informations de fond et des éléments de contexte. Il doit toujours le faire dans un souci constant d'équilibre et de neutralité. Cela suppose qu'il traite tous les partis et candidats de manière équitable, impartiale et neutre.

## Egalité de traitement et impartialité

Le journaliste doit donner la parole de manière équilibrée à tous les partis et candidats. Par exemple, si la construction de nouvelles routes est un enjeu soulevé au cours de la campagne et qu'il décide d'y consacrer un reportage, celui-ci doit mentionner les propositions de tous les principaux partis ou candidats dans ce domaine.

L'impartialité peut s'effectuer par une recherche d'égalité de volume accordée aux candidats sur des sujets de campagne ou à travers des thèmes dans lesquels chaque opinion est complétée par d'autres.

**Exemple 1 :** Si le journaliste effectue le compte-rendu d'un rassemblement durant lequel un parti a présenté les grandes lignes de son programme, il doit mentionner les réactions de ses principaux concurrents, dès qu'elles sont formulées.

**Exemple 2 :** Si un candidat porte une accusation contre un autre candidat et que le journaliste décide d'utiliser cette information, il doit contacter la partie visée et inclure sa réaction dans son reportage. Si elle se refuse à toute déclaration, il doit le mentionner.

## Intégrité et neutralité

Le journaliste doit s'abstenir de laisser transparaître directement ou indirectement ses opinions, autant dans ses reportages que dans son comportement.

- Il est important de respecter fidèlement le sens des propos rapportés. Les extraits de propos tenus par des candidats et responsables de partis doivent être reproduits de façon intégrale en respectant le contexte dans lequel ils ont été prononcés. Si le journaliste n'est pas sûr de lui, il doit recontacter la personne pour avoir des précisions.
- Lorsqu'une traduction est nécessaire (le candidat s'est exprimé dans une langue locale), il faut être extrêmement rigoureux et attentif afin de ne pas altérer le sens des propos.
- Une information ne doit jamais être utilisée pour faire l'apologie d'un parti ou candidat.
- Le ton des reportages doit être neutre. Relater ce qui distingue les partis les uns des autres, mais sans porter de jugement sous quelque forme que ce soit.
- Une information ne doit jamais être utilisée pour présenter un point de vue personnel. Le journaliste a un devoir de réserve sur les thèmes dont il rapporte les faits. Son avis sur le sujet ne doit pas constituer une partie de l'histoire ni être mentionné dans le reportage.
- Ne jamais porter publiquement de vêtements, de badges, d'autocollants ou tout autre support véhiculant les sigles et les slogans d'un parti ou d'un candidat.
- S'abstenir d'exprimer toute forme d'opinion sur un parti ou un candidat lors d'un rassemblement, d'une enquête ou d'une entrevue. N'exprimer ses opinions politiques qu'en privé, de préférence dans le cadre social le plus intime.

## Objectivité et honnêteté

Le journaliste est un citoyen dont la personnalité et la conscience ont été forgées par son passé, sa culture, ses croyances et son éducation. Il doit cependant faire preuve d'objectivité dans sa démarche technique et sa pratique professionnelle. Et à défaut d'être totalement objectif, il doit s'efforcer d'être rigoureux et honnête.

- Le journaliste, dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information doit agir avec le maximum d'objectivité possible. Il doit se refuser à tout subjectivisme par rapport aux traitements journalistiques des différents candidats et partis.
- Le style rédactionnel, la mise en page et en particulier le choix des

photos ne doivent pas se faire de manière inégalitaire ou biaisée, ce qui pourrait favoriser un candidat plutôt qu'un autre.

- Les extraits de propos, les angles de prise de vue, l'alignement et les conditions de diffusion doivent se faire de manière objective, ou à tout le moins honnête.
- Le journaliste doit, en toutes circonstances, et quelles que soient ses propres convictions personnelles, agir en son âme et conscience avec honnêteté.

### Une erreur d'inattention peut coûter cher

Un journaliste est envoyé par sa radio au rassemblement de campagne électorale du parti au pouvoir. A l'entrée, des militants distribuent des casquettes à l'effigie de leur parti. Le journaliste accepte d'en prendre une pour se protéger du soleil. Le soir, il fait un compte-rendu très équilibré du programme politique présenté durant le rassemblement. Mais le lendemain, un journal proche de l'opposition publie une photo de lui portant la casquette du parti au pouvoir et accuse son média de servir les intérêts du gouvernement.

## 1.5 L'INDÉPENDANCE ET LA PROBITÉ

Les citoyens attendent des médias qu'ils relatent des faits exacts et précis. Pour cela, le journaliste doit garder son indépendance éditoriale et résister aux pressions politiques, sociales ou financières susceptibles d'infléchir sa rigueur dans le traitement de l'information. Il n'accepte d'autres directives que celles des responsables de sa rédaction, de sa morale ou de son éthique personnelle lorsqu'il travaille seul.

### Indépendance

En période électorale, l'indépendance du journaliste peut être menacée de multiples manières :

**Exemple 1 :** le propriétaire d'un média est proche d'un certain candidat et demande à ses journalistes d'assurer une couverture favorable à ce candidat.

**Exemple 2 :** le gouvernement demande aux journalistes d'un média public d'assurer une couverture favorable au parti au pouvoir.

**Exemple 3 :** un journaliste travaillant pour un média privé est soumis à des pressions des autorités pour une enquête très critique sur le gouvernement.

Le journaliste se doit de résister autant que possible à ces pressions en invoquant autant son droit à exercer son métier « en toute conscience » que son devoir de vérité et d'objectivité envers les citoyens. Au besoin, il peut se tourner vers les associations nationales ou internationales de journalistes dont l'une des principales responsabilités est de garantir cette indépendance.

## Probité

Le journaliste doit aussi savoir rester indépendant des partis et candidats à l'élection. Certes, il est important qu'il soit proche d'eux. Cela l'aidera à mieux cerner leur personnalité et à bien comprendre leur programme. Mais une trop grande connivence peut le mettre dans un rapport de dépendance morale. Les politiciens peuvent être habiles et séducteurs. Ils peuvent traiter parfois le journaliste en « ami », mais il convient de garder à l'esprit que le journaliste n'est, *in fine*, qu'un moyen à utiliser pour relayer favorablement leur message et leur image dans l'opinion. Il faut donc éviter tout rapport de « copinage » et établir des rapports strictement professionnels. C'est pourquoi le journaliste ne doit :

- Jamais accepter ni argent, ni cadeau de valeur, ni privilège susceptible d'influencer son jugement, de le placer en conflit d'intérêts ou de nuire à sa crédibilité.
- Jamais percevoir quelque avantage que ce soit pour la publication ou la non-publication d'une information. Par exemple, le journaliste devient complice de tricheries électorales s'il ne dénonce pas les cas avérés commis par un parti en échange d'une faveur.

## Les transports à emprunter et autres offres de commodités

Il est courant que les partis politiques proposent aux journalistes de les transporter sur les lieux de leur rassemblement où ils leurs fournissent aussi boisson et nourriture. Il convient de n'accepter ces offres que si elles sont ouvertes à tous. Le mieux est, si les moyens le permettent, de voyager seul ou de partager les frais de transport avec des confrères. De même, c'est le média qui emploie le journaliste qui doit couvrir les frais de logement et de repas lors des reportages. Le transport organisé par un parti n'est acceptable qu'à de très strictes conditions :

- Il doit être autorisé par la Commission électorale.
- Les principaux partis doivent y avoir recours. Si un seul le pratique, par exemple, car il est le seul à en avoir les moyens financiers, il convient de refuser l'offre.
- Le journaliste ne doit jamais être seul à en bénéficier. Tous les médias, de toutes les sensibilités, doivent avoir été invités dans les mêmes conditions. Il est nécessaire de consulter ses confrères pour être sûr qu'un grand nombre d'entre eux seront présents. Si ce n'est pas le cas, il convient de refuser l'offre.
- Le parti ou candidat ne doit rien exiger en contrepartie. C'est au journaliste, et à lui seul, de décider de faire ou non un reportage sur l'évènement ou le rassemblement vers lequel on l'a convié. Il est aussi le seul à décider de l'angle et du contenu de son reportage.

Quel que soit le statut de son média, le journaliste doit refuser catégoriquement toute proposition financière d'un candidat ou d'un parti politique.

L'une des solutions peut consister à prévoir dans le budget général des commissions électorales indépendantes un chapitre concernant les transports des équipes de reportage pour les médias qui ne peuvent pas supporter les coûts de voyage de leurs équipes. Les instances de régulation, de concert avec les médias et les programmes de tournées des candidats, peuvent ensuite prendre en charge les déplacements.

## Autres règles de probité

- Le journaliste s'interdit d'utiliser des moyens déloyaux pour obtenir des informations (exemple : enregistrer une entrevue d'un candidat sans son autorisation).
- Le journaliste ne verse ni ne reçoit d'argent en échange d'informations.
- Le journaliste informe les personnes peu familières avec la presse que leurs propos pourront être diffusés et donc portés à la connaissance d'un large public.
- Le journaliste s'interdit tout plagiat et cite les confrères dont il reprend les informations.
- Le journaliste signe les photos illustrant son article ou fait clairement référence à leur source.

### Règles déontologiques et médias sociaux

Le journaliste peut utiliser les médias sociaux comme un outil de promotion ou de diffusion de ses propres reportages, par exemple, en postant sur sa page Facebook les liens renvoyant au média qui les a publiés ou diffusés. Le journaliste peut aussi tenir un blog ou intervenir sur Twitter pour diffuser une information ou exprimer un point de vue sur tel ou tel événement de la campagne. Mais ces pratiques ne vont pas sans quelques précautions. Dans de nombreux pays, les médias et les instances d'autorégulation édictent des recommandations et des guides de bonnes pratiques à destination des journalistes utilisant des blogs ou leurs comptes privés Facebook ou Twitter pour diffuser ou commenter de l'information. De manière générale, ces préconisations précisent que le journaliste se comporte en ligne comme il se comporterait ailleurs et avec la même éthique professionnelle, qu'il vérifie systématiquement les informations collectées, se méfie des conflits d'intérêts, observe un devoir de confidentialité envers son employeur, réserve la primeur de l'information à son média et s'identifie toujours comme journaliste.

## 1.6 LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

La liberté de la presse ne peut s'exercer sans responsabilité. Le rôle du journaliste, qui est d'abord un citoyen, peut être, tout en veillant à préserver sa capacité d'information, d'apaiser les crises politiques et institutionnelles aiguës ou les conflits. Le journaliste n'est pas un citoyen comme les autres en ce sens que sa parole est attendue et entendue.

Le journaliste doit toujours avoir conscience des conséquences, positives ou négatives, des informations qu'il diffuse. Cela implique qu'il utilise en toutes circonstances, et quelle que soit l'actualité qu'il couvre, les formes de langages (mots et ton) les plus neutres et les plus sobres possible. Cela suppose aussi qu'il traite toujours, avec la pondération et la rigueur indispensables, les sujets susceptibles de nourrir des tensions au sein de la population ou d'entraîner, envers certaines personnes, certaines communautés ou certains groupes, des attitudes de rejet ou de stigmatisation. A ce titre, le journaliste doit :

- Respecter la dignité de la personne humaine et la présomption d'innocence. Il veille à ne pas mettre en cause, sans information crédible et vérifiée, la réputation et l'honneur d'autrui.
- Respecter la vie privée et les données personnelles et ne diffuser d'informations dans ce domaine que si elles sont nécessaires à la compréhension d'un événement ou d'une situation de la vie publique.
- Refuser d'alimenter et d'amplifier une rumeur, même si d'autres médias s'en font déjà l'écho.
- S'abstenir de tout discours ou de toute incitation à la haine, à la violence, aux destructions, au vol, à l'intolérance, au racisme, à la xénophobie et aux préjugés.

Les journalistes ne respectant pas ces règles s'exposent à des sanctions judiciaires. Dans les cas les plus sérieux, comme celui de la Radio Télévision Libre des Mille Collines au Rwanda, une chaîne de radio qui a prôné le génocide, des journalistes ont été reconnus coupables de crimes contre l'humanité et condamnés par un tribunal international ■

## Que faire lorsqu'un parti ou un candidat utilise un langage haineux ou diffamatoire ?

Il arrive souvent, au cours d'une campagne électorale, que les partis et candidats utilisent les uns contre les autres un langage virulent et parfois même injurieux. La propagation de rumeurs et d'allégations est un procédé qui est aussi couramment utilisé pour affaiblir ses adversaires politiques.

Le journaliste n'a souvent pas d'autre choix que de les diffuser car ils sont des éléments de la campagne qui peuvent aider les électeurs à mieux comprendre la personnalité des candidats. Le journaliste ne peut pas être tenu responsable des propos haineux ou diffamatoires émis par les politiciens qu'il reprend et cite dans ses reportages.

Le journaliste est néanmoins soumis à de strictes obligations :

- Retranscrire le propos avec exactitude (« mot pour mot ») et l'attribuer clairement à son auteur.
- Donner la parole à la personne visée par le propos afin d'équilibrer le reportage.
- N'émettre aucun jugement, ni positif ni négatif, autant sur le propos lui-même que sur la réponse de la personne visée. Toutefois, le journaliste peut faire intervenir des personnalités indépendantes reconnues et/ou des organisations de défense des droits de l'Homme pour souligner le risque que font courir à la communauté des politiciens utilisant un langage haineux, injurieux ou diffamatoire.

NB : Toutefois, le sens de la responsabilité sociale commande que le journaliste prenne en compte tous les paramètres du contexte dans lequel il se trouve. Ainsi, dans les situations sociopolitiques extrêmement explosives, si le fait de relayer des propos haineux peut faire encourir injustement de graves dangers à des individus, des communautés ou à la Nation, il peut, dans une option éthique, s'abstenir d'amplifier de tels propos. Pour autant, il peut, dans d'autres formes de pratiques professionnelles comme les éditoriaux ou les commentaires, tout en prenant à témoin l'opinion nationale, attirer l'attention des acteurs politiques et citoyens sur les dangers menaçant la paix sociale et les dérives génératrices de fractures sociales et nationales violentes.



DAMIEN GLEZ® / CARTOONING FOR PEACE

# 2. LES SPÉCIFICITÉS DU PROCESSUS ÉLECTORAL

29

**L**es pays de tradition démocratique bien établie ne sont pas à l'abri des fraudes électorales. Les exemples des « électeurs fictifs » recensés dans plusieurs arrondissements de Paris aux élections municipales de 1997 ou les contestations concernant le contrôle de certaines machines à voter lors du scrutin présidentiel aux Etats-Unis en 2000 en témoignent.

Les irrégularités sont néanmoins devenues moins fréquentes, tant les partis, les citoyens, les tribunaux, l'administration et les forces armées semblent avoir intégré la tenue d'élections libres et honnêtes comme une donnée structurelle de la vie politique. Dans les « vieilles démocraties », la couverture d'une élection par les médias se concentre donc essentiellement sur la campagne des candidats, sur l'évolution des intentions de vote dans les sondages et sur l'analyse des résultats. Les autres aspects du processus électoral, tels que le recensement des électeurs ou les procédures garantissant la transparence du scrutin, sont rarement évoqués, à l'exception notable du redécoupage des circonscriptions électorales lorsque le parti majoritaire est suspecté d'en redessiner les contours pour influencer les résultats des scrutins futurs.

30

La situation est par nature très différente dans les démocraties en phase de consolidation, de transition ou de reconstruction après un conflit armé ou une longue période d'autoritarisme politique. Les institutions électorales, établies pour garantir la fiabilité des scrutins et la légitimité de leurs résultats, sont souvent plus fragiles et plus vulnérables aux pressions politiques et aux stratagèmes de fraude. Les accusations de fraudes et de malversations, tant dans le cadre des opérations électorales elles-mêmes que de la campagne des candidats, sont très souvent formulées au lendemain de scrutins contestés et dégènèrent quelquefois en émeutes post-électorales.

Dans ce contexte, le journaliste a un rôle important à jouer. Il doit s'assurer, tout au long du processus électoral, que les conditions d'une élection libre, fiable et transparente sont réunies, sans se substituer à la police, aux tribunaux ou aux instances officielles de contrôle des élections. Toutefois, son devoir d'informer lui impose de divulguer au public les erreurs, les irrégularités et les abus qu'il a constaté et surtout qui lui ont été signalés ou rapportés par des sources crédibles ou autorisées au cours de ses

reportages. Le suivi des élections suppose une bonne connaissance des lois électorales qui s'imposent à tous les acteurs du processus.

## 2.1 LE CADRE JURIDIQUE DE L'ÉLECTION

La plupart des pays en transition démocratique ont introduit dans leur Constitution les normes internationales en matière d'élections, définies par les Nations unies dans la Déclaration universelle des droits de l'Homme et dans le Pacte international relatif aux droits civils et politiques. Ces textes édictent que chaque citoyen a le droit de participer aux élections en tant qu'électeur et/ou comme candidat, par le biais d'une procédure de vote universelle, égale, libre et secrète. Mais certains Etats usent parfois d'une marge d'interprétation qui peut dénaturer l'esprit de ces principes et dissimuler des motivations de leurs dirigeants politiques lorsqu'ils les transcrivent dans les lois électorales. Une attention particulière doit être accordée aux deux points suivants, tout en rappelant que le journaliste n'est ni un juge, ni un policier, mais le témoin et le relais des propos et commentaires des acteurs politiques, économiques et sociaux du pays en période électorale.

### Conditions d'éligibilité des candidats

Les critères d'éligibilité semblent-ils raisonnables ? On considère, par exemple, comme raisonnable de fixer un âge minimum pour être candidat. De même, la candidature de personnes occupant certaines positions sera écartée si on estime que leur élection peut entraîner un conflit d'intérêts (exemple : des officiers des forces armées ou un magistrat appelé à se prononcer sur une affaire judiciaire impliquant la personne détentrice du siège auquel il aspire). En revanche, aucun candidat ne peut être écarté en raison de son appartenance ethnique, de son sexe, de sa religion, de son éducation ou de ses opinions politiques. Autres questions à soulever :

- Tous les candidats, notamment indépendants, peuvent-ils se présenter aux élections ?
- La procédure d'éligibilité comporte-t-elle des conditions de délais ou

d'exigences financières risquant d'avantager indûment certains candidats au détriment des autres ?

- Le code de la nationalité a-t-il été opportunément révisé pour écarter certains candidats ?
- Les personnes inéligibles en raison d'une condamnation judiciaire ont-elles été jugées au terme d'un procès équitable ou bien leur condamnation a-t-elle été dictée de manière évidente par des motifs politiques destinés à les écarter de la vie publique ?

## Équité du découpage électoral

Le découpage électoral consiste à définir les limites des circonscriptions électorales. Celles-ci doivent être révisées périodiquement pour refléter les changements démographiques et éviter les grands écarts de population d'une circonscription à l'autre. Mais le découpage peut être aussi utilisé pour biaiser une élection, notamment lorsque cette tâche est confiée au Parlement au sein duquel le parti au pouvoir est par définition majoritaire. Jouer sur la carte électorale pour favoriser son camp est un phénomène courant.

Trois techniques généralement utilisées peuvent mettre le journaliste en alerte :

- **Diviser les bastions électoraux** en de multiples petites circonscriptions de manière à faire élire un grand nombre de ses candidats avec un minimum d'électeurs.
- **Constituer de grandes circonscriptions** dans les régions considérées comme acquises aux partis d'opposition pour réduire au maximum leur nombre de députés.
- **Découper les circonscriptions** pour qu'elles soient gagnées avec une très courte majorité, mais en très grand nombre. On construit une circonscription en intégrant une certaine proportion d'électeurs présumés acquis à l'adversaire, insuffisante pour qu'il gagne l'élection mais suffisante pour qu'un grand nombre de voix soient « gelées » et ne puissent pas faire gagner les circonscriptions voisines aux candidats de l'opposition.

## Une loi électorale pour écarter un opposant

Le responsable d'un parti politique d'opposition d'un pays gouverné depuis plusieurs décennies par un régime autoritaire a cédé la présidence de son parti pour mieux se préparer à la prochaine élection présidentielle. Quelques mois avant le scrutin, le Parlement vote un amendement à la loi électorale restreignant « la possibilité de dépôt de candidature à la présidence de la République [uniquement au] premier responsable de chaque parti ». L'amendement précise que seuls les chefs de partis, exerçant déjà ces fonctions au moment de l'adoption de l'amendement, pourront se présenter à la prochaine élection présidentielle.

## 2.2 LE RECENSEMENT DES ÉLECTEURS

33

L'inscription des électeurs consiste à recenser tous les citoyens d'un pays en droit de voter afin de dresser les listes électorales qui seront utilisées le jour du scrutin. Selon l'interprétation faite du Pacte international relatif aux droits civils et politiques de 1966, les procédures d'inscription doivent être aussi simples que possible et les lieux d'inscription doivent être facilement accessibles à tous les citoyens. Dans les sociétés multilingues, cela suppose aussi que l'information soit disponible dans toutes les langues officielles mentionnées dans la Constitution mais aussi dans les langues des minorités.

La constitution des listes électorales, l'inscription ou la réinscription des électeurs peuvent parfois poser de réelles difficultés techniques, notamment dans les pays ayant traversé une crise qui a occasionné des mouvements de population importants. Il faut en effet radier des électeurs des listes de leur précédent domicile et les inscrire sur les listes de leur nouveau lieu de résidence.

La mise à jour régulière du fichier électoral est aussi un moyen de lutter contre les risques de fraudes telles que le vote multiple d'électeurs inscrits sur plusieurs listes ou le vote par procuration de personnes décédées. Ces abus sont en général le fait du parti au pouvoir qui peut trouver au sein de l'administration locale les complicités nécessaires

pour établir des listes irrégulières. Le journaliste peut donc évaluer avec soin le recensement des électeurs. Il doit vérifier, avec le concours des autorités en charge de cette tâche, si l'opération est transparente et régulière, tant au niveau de la définition du corps électoral que de la mise à jour des listes.

## Corps électoral

- Tous les citoyens d'un pays ont le droit de voter, à condition qu'ils aient atteint l'âge requis et qu'ils n'aient pas été déclarés mentalement ou juridiquement inaptes par les juridictions électorales.
- Dans le cas où un pays interdit le vote des binationaux ou celui des expatriés, le journaliste doit s'assurer que les règles de citoyenneté ou de résidence n'ont pas été modifiées avant le scrutin pour éliminer un corps d'électeurs supposés opposants.
- Le cas d'une incarcération, après avoir été déclaré coupable d'un crime, peut parfois être considéré comme un critère de restriction.
- En revanche, sont toujours déraisonnables et illégitimes les restrictions fondées sur le sexe, la race, l'origine ethnique, l'opinion politique, la religion, la langue, l'analphabétisme, la propriété ou l'incapacité à payer des frais d'inscription.

34

## Mise à jour des listes électorales

Le journaliste doit porter une attention particulière sur les éléments suivants constitutifs d'une liste électorale fiable :

- Tous les noms des citoyens aptes à voter figurent sur les listes électorales
- Les personnes décédées sont radiées des listes.
- Les électeurs ne peuvent figurer sur plusieurs listes.
- La loi électorale doit prévoir une liste des omis permettant aux électeurs ne figurant pas sur les listes de participer au scrutin sur simple présentation d'une pièce d'identité.
- Les modalités et les délais d'inscription sur les listes sont les mêmes dans toutes les régions du pays.
- Des unités mobiles de recensement sont déployées dans les zones les plus reculées des régions.
- La proportion de nouveaux inscrits anormalement élevée dans certaines régions peut révéler un cas de fraude.

## Des mineurs ont-ils voté ?

Le fichier électoral révisé d'un pays révèle une progression substantielle de nouveaux inscrits qui représente environ 10% d'électeurs supplémentaires par rapport au précédent scrutin. 45% d'entre eux sont originaires du nord du pays, un bastion politique du parti au pouvoir, et 30% de la région centre, un autre fief électoral de ce parti. Les 25% restants sont localisés dans le sud où l'opposition a fait ses meilleurs scores lors des précédents scrutins. Ce déséquilibre est d'autant plus surprenant que la population du sud est environ trois fois supérieure à celle du centre et du nord réunies. Les partis d'opposition suspectent le parti au pouvoir d'avoir enregistré des mineurs sur les listes électorales du nord et du centre avec la complicité de l'administration. Aucune preuve n'est apportée à ces allégations mais les observateurs électoraux déployés dans les bureaux de vote le jour du scrutin notent un très grand nombre de cas de votants ressemblant à des adolescents dans le centre et le nord du pays.

## 2.3 L'ADMINISTRATION ÉLECTORALE

La plupart des pays en voie de transition démocratique ont créé des commissions électorales nationales indépendantes dont le rôle est d'assurer la transparence et la régularité des élections. Cette formule doit permettre de soustraire les résultats d'un scrutin à la suspicion d'illégitimité qui pesait sur les élections organisées auparavant par le seul pouvoir étatique.

Les commissions électorales indépendantes gèrent, avec les institutions nationales impliquées, l'ensemble du processus électoral. Elles vérifient les critères d'éligibilité des partis et candidats et supervisent le travail des agents électoraux et le personnel chargé d'administrer les bureaux de vote et de dépouiller les bulletins. Elles édictent aussi les règles de la campagne électorale (*voir page suivante*) et disposent en général, pour les faire respecter, d'un arsenal de sanctions pouvant aller jusqu'à la disqualification d'un candidat.

Ces pouvoirs très étendus imposent aux commissions un devoir de neutralité absolue. Elles sont souvent composées de personnalités issues de la société civile, mais certains pays ont des commissions paritaires mixtes incluant des membres désignés par les partis politiques. Aucune formule ne constitue en soi une garantie d'indépendance. De l'intimidation à la corruption, les abus sont toujours possibles. Le journaliste doit donc s'assurer que la composition et le fonctionnement de la Commission électorale ne faussent pas le jeu démocratique. Le journaliste peut ainsi :

- **Effectuer des reportages sur la Commission et sur ses membres.** Quel est le mandat de la Commission ? Quelles sont les qualifications des membres ? Ont-ils eu des activités politiques dans le passé ? Ont-ils des liens de famille avec des membres du gouvernement ou de partis politiques ? Ont-ils des intérêts économiques pouvant les conduire à avantager un parti plutôt qu'un autre ?
- **Scruter l'attitude de la Commission à l'égard des candidats et des partis.** Des candidats ont-ils été disqualifiés au terme de la procédure de vérification des critères d'éligibilité ? Si oui, cette décision avantage-t-elle le parti au pouvoir ou le président sortant ? Les règles de la campagne électorale sont-elles appliquées équitablement à tous les partis ? Les plaintes de l'opposition sont-elles traitées aussi vite

### Indépendance de façade

La Commission électorale indépendante d'un pays organisant des élections est composée de la manière suivante : 1 magistrat, 5 membres du parti au pouvoir, 5 membres de l'opposition parlementaire, 3 membres de partis non représentés au Parlement et 3 membres de la société civile. Mais les membres des partis extra-parlementaires et de la société civile sont élus par l'Assemblée nationale dans laquelle le parti au pouvoir détient la majorité absolue. Celui-ci peut donc exercer un contrôle de fait sur la Commission électorale, et par conséquent sur le processus électoral, puisque la Commission a le pouvoir de régler les litiges en les soumettant au vote de ses membres.

que celles du parti au pouvoir ? La Commission saisit-elle les hautes juridictions compétentes en cas de violation de la loi électorale par le gouvernement ?

- **Vérifier que la Commission dispose de moyens financiers et logistiques suffisants.** Les budgets et la comptabilité de la Commission sont-ils accessibles au public ? Le personnel électoral est-il suffisamment formé ? Ce point est important car toutes les irrégularités constatées lors d'un scrutin ne sont pas nécessairement des fraudes commises dans le but de biaiser le résultat de l'élection. Il peut s'agir aussi d'approximations liées au manque de formation des agents électoraux.

Les médias doivent investiguer sur la fiabilité de tous ces mécanismes pour prévenir et empêcher les manipulations des politiques, surtout du parti au pouvoir. Exemple : un pays qui a mis au point une liste électorale permanente informatisée, biométrique, infalsifiable avec un renfort de publicité pour organiser des élections en principe honnêtes, justes et crédibles, s'est retrouvé lors de la transmission des résultats, le jour du scrutin, en panne d'électricité dans les zones où l'opposition était en passe de gagner.

## 2.4 LES CANDIDATS ET LES PARTIS POLITIQUES

Les droits et les devoirs des partis et des candidats en lice à une élection sont en général régis par un code de bonne conduite. Ces codes fixent dans les moindres détails les règles du jeu de la campagne électorale : durée, modalités de financement, genre de publicité et lieux d'affichage autorisés, éthique du langage et des comportements, procédures de règlement des litiges, etc.

Le contenu du code de bonne conduite peut varier sensiblement d'un pays à un autre en fonction des spécificités historiques, politiques ou sociales de chacun, mais il doit être conforme au Pacte international relatif aux droits civils et politiques de 1966 qui garantit le droit de chaque parti et candidat à faire campagne librement sous réserve de ne pas troubler l'ordre public.

Un code de conduite est en général élaboré par les partis eux-mêmes, chacun d'eux étant plus susceptible de respecter les règles qu'il a contribué à fixer et auxquelles il a librement souscrit. Si certains d'entre eux refusent d'y adhérer, le journaliste doit tenter d'en comprendre les raisons. Si tous les protagonistes l'ont accepté, son travail se borne à vérifier que les règles sont bien suivies et respectées.

## **Droits des partis et des candidats**

- Le droit à organiser des rencontres politiques et à placarder des affiches électorales, dans les limites fixées par la loi, ne doit pas être entravé.
- Les candidats, ni aucun membre de leur équipe de campagne, ne doivent être victimes de pressions, de harcèlement, d'intimidations ou d'agressions.
- Des électeurs ne doivent pas être incités, sous la menace ou par tout autre moyen illégitime, à ne pas se rendre aux rencontres de certains partis.
- La sécurité de tous les candidats et des lieux de rencontres doit être assurée sans discrimination et de manière impartiale par les forces de l'ordre.
- La Commission électorale doit appliquer les règles électorales équitablement à tous les partis et candidats, notamment dans la suite qu'elle donne aux recours et plaintes éventuels.

## **Obligations des partis et des candidats**

- Ne pas avoir de comportements incitant à la violence ou de nature à troubler l'ordre public.
- Ne pas tenir des propos injurieux contre les autres partis ou contre une partie de la population en raison de son ethnie, de son sexe, de sa religion ou de sa classe sociale.
- Ne pas se livrer à des attaques personnelles dont celles relatives à la vie privée.
- Ne pas perturber les rencontres des autres partis et candidats, ni vandaliser ou dénaturer leurs symboles, hymnes, chansons et affiches.
- Ne pas avoir recours à de la publicité électorale déguisée avant le début de la campagne officielle.
- Ne pas essayer d'acheter les voix des électeurs avec de l'argent ou des cadeaux.

- Prévoir des procédures disciplinaires pour sanctionner leurs partisans qui ne respectent pas les règles de bonne conduite.
- Rendre transparentes et accessibles au public les sources de financement.
- Ne pas utiliser des ressources publiques (voitures de fonction, bâtiments, etc.) pour faire campagne.

## Achat de vote et de conscience

Un pays a décidé d'utiliser le système biométrique à empreinte digitale pour éditor les cartes d'électeurs afin de lutter contre les fraudes électorales. Des machines enregistrant les empreintes digitales numérisées de chaque citoyen en âge de voter ont fait le tour du pays l'année précédant le scrutin. Lorsque la campagne électorale débute, le parti au pouvoir envoie des militants faire du porte à porte dans les zones les plus pauvres et les moins alphabétisées du pays. Ils proposent aux gens de l'argent en échange de leur vote tout en expliquant que le gouvernement aura les moyens de savoir pour qui ils auront voté en utilisant les machines biométriques qui ont servi à fabriquer les cartes d'électeurs. De nombreuses personnes y croient car l'une des procédures de vote est la suivante : les électeurs doivent apposer un doigt trempé dans l'encre sur le visage de l'un des candidats figurant sur le bulletin de vote.

## Utilisation des médias sociaux

La plupart des partis ouvrent des sites internet spécifiques pour la campagne électorale et les candidats utilisent souvent leurs sites personnels dans un but de propagande. Beaucoup d'entre eux font aussi campagne sur les médias sociaux, tels que les blogs, les microblogs (Twitter, Sina Weibo etc.), les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn etc.) ou les sites de partage de vidéos (YouTube, Instagram etc.).

La loi électorale soumet l'utilisation des médias sociaux par les partis et candidats aux mêmes droits et obligations que les autres formes de campagne électorale. En revanche, il est plus difficile de réglementer les activités d'individus ou de petits groupes qui créent, de manière spontanée ou à l'initiative discrète d'un parti ou candidat, des sites Internet

de propagande ou qui font campagne dans les médias sociaux pour tel ou tel candidat. Néanmoins, la loi électorale définit ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas à l'égard des campagnes. Par conséquent, tous les acteurs politiques, y compris ceux qui le deviennent en utilisant les médias sociaux à des fins de propagande, doivent respecter la loi.

## 2.5 L'ACCÈS ÉQUITABLE AUX MÉDIAS

Tous les partis et candidats en lice à une élection doivent avoir un accès équitable aux médias. C'est un principe essentiel pour une élection libre, fiable et transparente que certains pays en voie de transition démocratique réglementent très strictement. C'est en général à la Commission électorale et/ou à l'instance de régulation des médias qu'il revient d'en fixer les modalités d'application et d'en sanctionner, dans certains cas, les manquements. Les journalistes doivent être informés, voire associés, aux lois et règlements relatifs aux médias en période électorale.

40

### Un média public inéquitable

La loi électorale d'un pays imposait à la radio publique d'assurer une couverture équitable de la campagne des trois principaux partis politiques en lice aux élections législatives. La répartition du temps d'antenne entre les partis durant les journaux d'information devait être la suivante : 40% au parti majoritaire, 40% au principal parti d'opposition et 20% au parti arrivé en troisième position lors du précédent scrutin. La chaîne a respecté ce barème mais elle a consacré 50% de ses journaux à la couverture des activités du gouvernement dont les membres appartiennent tous au parti majoritaire. La chaîne a donc finalement octroyé 70% de temps d'antenne au parti au pouvoir, et seulement 20% et 10% aux deux autres partis.

Accès équitable ne signifie pas nécessairement accès égal. Dans le cas où les partis ou candidats sont très nombreux, la répartition de l'espace (presse écrite) ou du temps d'antenne (audiovisuel) peut être calculée proportionnellement à l'importance de chacun. Les critères le plus souvent utilisés sont le nombre de sièges détenus au Parlement, le nombre

de membres au gouvernement, le pourcentage du vote obtenu à l'élection précédente ou le nombre de candidats en lice à l'élection en cours. Mais la répartition peut être aussi négociée par les partis eux-mêmes, par exemple, lorsque les résultats du précédent scrutin ont été contestés.

## Accès aux médias publics

Les médias publics ont un statut de « service public » qui leur impose de respecter très scrupuleusement le principe d'équité. Le journaliste doit donc s'assurer qu'ils sont à l'abri d'ingérences du gouvernement en place. Il peut le faire en prenant en compte les éléments suivants :

- L'équité du temps de parole peut être questionnée lorsque la couverture de la campagne du parti au pouvoir est diffusée à des heures de grande écoute alors que celles des autres partis bénéficient de créneaux horaires de moindre importance.
- Du fait de ses responsabilités gouvernementales, le parti au pouvoir bénéficie souvent d'une plus grande couverture médiatique que ses concurrents. Mais ce déséquilibre doit être raisonnable et être justifié par des éléments objectifs (représentativité...).
- L'équité se mesure aussi au ton. Les médias publics ne doivent exprimer aucune opinion négative ni aucune préférence pour quelque parti ou candidat que ce soit.
- Le principe d'équité doit s'appliquer à tous les programmes : bulletins d'informations, entrevues, débats et émissions en accès direct.

## Accès aux médias privés

Les médias privés ont aussi l'obligation de traiter de manière équitable tous les partis et candidats. Dans certains pays, les règles qui leur sont applicables en période électorale sont les mêmes que celles imposées aux médias publics. Dans d'autres pays, les médias privés ne sont pas régis par la Loi électorale, notamment parce qu'ils souhaitent préserver leur indépendance éditoriale.

Par exemple, il n'est pas déraisonnable qu'un organe de presse privé soutienne un candidat dans sa politique éditoriale et qu'il critique ses adversaires. Il doit néanmoins accorder à ces derniers un droit de réponse qui doit être publié ou diffusé gratuitement.

De plus, les médias privés restent soumis en période électorale à toutes les règles d'éthique du journalisme : ne pas utiliser de langage haineux ou incendiaire, ne pas publier ou diffuser de reportages biaisés ou difamatoires, etc. Cette indépendance peut être aussi assortie de règles spécifiques. Par exemple, si les publicités politiques payantes sont autorisées par le régulateur, les médias privés doivent traiter dans les mêmes conditions tous les partis et candidats sollicitant l'achat d'espace publicitaire (prix, créneaux horaires, visibilité, etc.).

Enfin, le journaliste doit se rappeler que les médias, publics comme privés, doivent tous respecter le « silence de campagne » et les restrictions sur la diffusion de sondages, avant et pendant l'élection, selon le calendrier fixé par la Commission électorale.

## **Accès aux médias en ligne**

Le principe de l'accès équitable de tous les partis et candidats s'applique également aux médias en ligne, qu'il s'agisse de la presse électronique ou des éditions multimédia des médias traditionnels. Néanmoins, la nature de l'Internet, où l'espace de publication est littéralement infini, rend son application plus difficile. Par exemple, un média en ligne ne peut pas décider de la quantité d'informations qu'il fournit chaque jour à ses lecteurs comme peut le faire un quotidien de presse écrite ou un média audiovisuel. En effet, un internaute surfant sur un média en ligne peut accéder très rapidement à un très grand nombre d'informations sur un candidat en cliquant successivement sur les liens le conduisant aux reportages consacrés à ce candidat.

Dans certains pays, des mécanismes d'autorégulation sont mis en place pour atténuer cette faiblesse.

- La page d'accueil du média en ligne doit fournir le même espace et le même format d'illustration visuelle ou audiovisuelle à chacun des partis ou candidats.
- Si le média décide de publier des commentaires de lecteurs à la fin de ces reportages, tous les partis et candidats doivent être traités dans des conditions identiques (même nombre de commentaires et même équilibre entre commentaires favorables et défavorables).

## Les médias étrangers et internationaux

La couverture d'une élection par les chaînes de télévision satellitaires, les radios internationales et les sites Internet de médias étrangers pose un problème de régulation spécifique dans la mesure où ces médias échappent au contrôle de la commission électorale dont les pouvoirs s'exercent dans les limites de la souveraineté et de la compétence territoriale d'un État. Le problème est particulièrement sensible s'agissant des médias dont les programmes ou les pages Internet sont suivis par une partie importante de la population du pays où se déroule l'élection. Tous n'ont pas le réflexe de s'autoréguler pour respecter la réglementation électorale et leur couverture peut être une source de tensions politiques. Les problèmes les plus fréquents sont les suivants :

- Une couverture focalisée sur les principaux partis ou candidats, qui crée une situation d'iniquité à l'égard des autres partis ou candidats, mais également à l'égard des médias nationaux qui sont soumis à des règles de couverture contraignantes.
- Des reportages sur la campagne diffusés ou publiés pendant le « silence de campagne ».
- Des sondages de popularité diffusés ou publiés en dehors du calendrier fixé par la loi électorale.
- Des estimations de résultats (sondages à la sortie des urnes) diffusées ou publiées le jour de l'élection.
- Des résultats partiels diffusés ou publiés avant leur annonce par la commission électorale.

Des mesures de réglementation et des sanctions - telles que l'interdiction de couvrir la campagne des partis et candidats, le blocage de sites Internet, ou le retrait d'accréditation de journalistes, sont parfois appliquées, mais elles ne sont pas satisfaisantes au regard du droit international relatif aux libertés d'expression et de la presse.

D'autres initiatives, axées sur l'autorégulation, sont mises en œuvre par des commissions électorales, des instances de régulation de la communication ou des syndicats de journalistes. Elles visent à sensibiliser les médias internationaux sur leurs devoirs à l'égard de ceux qui, parmi leurs auditeurs ou leurs lecteurs, sont aussi des citoyens du pays dans lequel se déroule l'élection.

## 2.6 LA PHASE ÉLECTORALE

Les opérations de vote et de dépouillement peuvent donner lieu à des fraudes massives et flagrantes telles que le bourrage d'urnes ou la falsification des résultats officiels. Ces procédés ont eu tendance à diminuer au cours de la dernière décennie, notamment grâce à la présence accrue d'observateurs électoraux dans les bureaux de vote. Toutefois, le risque demeure et une fraude peut se produire à chaque étape du processus : pression sur les électeurs au moment du vote, destruction ou ajout de bulletins lors du dépouillement, urne remplacée pendant son transport vers la Commission électorale régionale, résultats régionaux falsifiés avant leur transmission à la Commission électorale nationale, etc.

44

**Le journaliste doit se poser les questions suivantes à chaque étape de la phase électorale :**

### **Vote**

- Y a-t-il une trace d'activités ou de matériel de campagne à l'intérieur ou à proximité des bureaux de vote ? Y a-t-il des signes de pression ou d'intimidation sur des électeurs ?
- Des personnes non autorisées (exemple : militaires en uniforme) sont-elles présentes ? Si oui, ont-elles des comportements inopportuns ou interviennent-elles dans le travail des agents électoraux ?
- Les procédures de vote requises sont-elles respectées ? Les agents électoraux vous semblent-ils bien les comprendre ? Le secret du vote (isoloir) est-il garanti ? Les urnes sont-elles correctement scellées ? Y a-t-il des signes de bourrage d'urnes, de votes multiples ou de vote carrousel (électeurs utilisant des bulletins pré-cochés) ?
- Des délégués de partis politiques sont-ils présents ? Leur mission d'observation a-t-elle été entravée ? Se sont-ils ingérés dans le travail du bureau de vote ?

## Dépouillement

- Les bulletins de vote ont-ils été comptés méthodiquement et d'une façon sûre ? Les bulletins en faveur de chaque parti ou candidat ont-ils été correctement séparés et comptés individuellement ? Le nombre des votants correspondait-il au nombre de bulletins dans l'urne ? Les bulletins inutilisés ont-ils été conservés en lieu sûr, invalidés ou détruits ?
- Les agents électoraux ont-ils eu des désaccords ? Ont-ils tous signé le procès-verbal des résultats, sinon pourquoi ? Le procès verbal a-t-il été rempli au crayon ou au stylo (des résultats écrits au crayon peuvent être gommés et modifiés à l'étape suivante du processus). Une copie du procès verbal a-t-elle été remise aux délégués des partis et aux observateurs électoraux ?

## Consolidation des résultats

- Le transport des urnes et des procès-verbaux vers les commissions électorales régionales était-il bien sécurisé ?
- Les délégués des partis et les observateurs électoraux avaient-ils le droit d'être présents lors de la procédure de consolidation des résultats ? Leur travail a-t-il été entravé de quelque manière que ce soit ? Ont-ils reçu une copie du procès-verbal avant sa transmission à la Commission électorale nationale ?

## Proclamation des résultats

- La proclamation des résultats a-t-elle été soumise à des retards anormaux ?
- Les délégués des partis avaient-ils le droit d'être présents lors du calcul des résultats finaux ?
- Y a-t-il des différences entre les résultats enregistrés le jour du scrutin et les résultats officiels à tous niveaux de l'administration électorale ?

## Contentieux post-électoral

- Des candidats ont-ils déposé des recours contestant les résultats ? Le délai pour formuler et déposer des recours était-il suffisant ? Y a-t-il des signes faisant douter de l'indépendance de l'organe chargé de régler le contentieux électoral ? Les motifs avancés pour invalider, rejeter ou accepter les recours vous ont-ils semblé raisonnables ?

## 2.7 L'ANNONCE DES RÉSULTATS ÉLECTORAUX

La divulgation des résultats d'une l'élection est une partie du processus électoral que le journaliste doit aborder avec beaucoup de prudence et de précaution. C'est un domaine très sensible qui, s'il est mal maîtrisé, peut générer des débordements, notamment quand les partis ou candidats se sont accusés mutuellement de vouloir commettre des fraudes durant la campagne électorale. Lorsqu'il s'agit de contestations et de recours, le journaliste doit exposer avec précision les motifs du recours et le déroulement de la procédure.

46

Le principe général est que le journaliste ne doit jamais publier ou diffuser les résultats d'une élection tant qu'ils n'ont pas été proclamés officiellement par la Commission électorale. Dans la plupart des pays, les journalistes et les médias s'exposent à des sanctions judiciaires s'ils ne respectent pas cette règle.

Par exemple, il ne faut jamais diffuser en direct les opérations de dépouillement ni donner d'indications, de quelque nature que ce soit, sur le décompte des bulletins. En revanche, il est possible de faire des reportages sur l'atmosphère qui règne à l'intérieur ou à proximité d'un bureau de vote pendant le dépouillement.

**Exemples :** Combien de personnes sont présentes ? Les procédures définies par la Commission électorale sont-elles bien respectées ? etc.

### Résultats partiels et résultats définitifs

Selon le pays et le système électoral mis en place, les procédures de dépouillement, de consolidation des résultats et de règlement des désaccords (pouvant exiger un recomptage des bulletins) peuvent prendre de quelques heures à plusieurs semaines. Il arrive donc que les résultats puissent être annoncés graduellement, région par région, circonscription par circonscription ou bureau de vote par bureau de vote.

La diffusion de résultats partiels par le journaliste peut contribuer à réduire les risques de fraudes et de falsification lors du dépouillement.

Ces résultats partiels doivent cependant être issus de proclamations officielles effectuées par le président d'un bureau de vote ou par la Commission électorale locale, conformément aux dispositions du code électoral.

## **Sondage et projection des résultats**

Les sondages à la sortie des bureaux de vote sont devenus une pratique courante dans certains pays. Le but est d'obtenir un avant-goût des résultats avant que les résultats officiels ne soient proclamés. Mais cette technique est par nature peu fiable car on ne sait jamais si les gens interrogés ont réellement indiqué comment ils ont voté. La divulgation de ces sondages impose, y compris dans les démocraties les plus avancées, des critères extrêmement stricts de fiabilité et d'indépendance. Dans tous les cas, il convient là encore d'attendre la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire national.

47

La même prudence s'impose pour la technique du comptage par échantillonnage, appelée aussi « projection des résultats », qui consiste à estimer les résultats globaux à partir du comptage des résultats partiels. Les médias utilisant ce procédé doivent toujours expliquer au public ce qui est mesuré et lui indiquer très clairement la marge d'erreur possible.

Il convient aussi de vérifier que la Commission électorale n'interdit pas ces pratiques et, si elle les autorise, qu'elle n'y a pas posé de restrictions.

## **2.8 LES AUTRES ACTEURS DE L'OBSERVATION ÉLECTORALE**

### **Partis politiques**

Les partis politiques se surveillent les uns les autres. Ils ont le droit d'avoir des délégués à l'intérieur des bureaux de vote le jour du scrutin, et dans certains pays, les commissions électorales sont composées à tous les échelons (local, régional et national) de membres désignés par les partis. Chacun d'eux peut mettre le journaliste sur la piste des fraudes qu'il suspecte les autres d'avoir commises ou de vouloir com-

mettre. Le journaliste peut utiliser cette source d'information mais la traiter avec beaucoup de précaution car le risque de manipulation est très élevé. Chaque parti peut en effet tenter de se servir des journalistes pour relayer des rumeurs infondées sur les autres partis dans le but de les affaiblir.

## **Organisations de la société civile**

Des associations et des ONG se mobilisent souvent pour surveiller la transparence du processus électoral ou pour conduire des activités d'information. Le journaliste doit être attentif à leurs communiqués, à leurs rapports et à leurs conférences de presse. Elles peuvent alerter sur de possibles fraudes, irrégularités ou carences de l'administration électorale. Mais là encore, la prudence s'impose. Toutes ne sont pas indépendantes/neutres et certaines peuvent être discrètement affiliées à un parti politique ou au pouvoir en place.

48

## **Observateurs électoraux**

L'observation électorale est devenue un important mécanisme pour assurer l'intégrité électorale dans les pays en voie de transition démocratique. Elle contribue à augmenter la confiance des électeurs et à évaluer la légitimité d'une élection. Les missions d'observations électorales peuvent être nationales, régionales ou internationales. Certaines observent uniquement le jour du scrutin alors que d'autres couvrent l'ensemble du processus électoral. En général, les observateurs ont l'interdiction de communiquer aux médias le contenu de leurs observations pendant les élections. Celles-ci sont compilées dans un rapport qui n'est rendu public qu'au lendemain des élections. Toutefois, certains sont parfois disposés à donner des informations aux journalistes à condition que ceux-ci leur garantissent l'anonymat. Le journaliste doit essayer de nouer des relations de confiance avec eux. Il faut leur garantir que les conversations ne seront jamais enregistrées et que ni leur nom ni celui de l'organisation à laquelle ils appartiennent ne sera cité dans des reportages.

## 2.9 LA CONDUITE À TENIR EN CAS DE FRAUDE ÉLECTORALE

Toutes les irrégularités relevées au cours d'un processus électoral ne sont pas nécessairement des fraudes électorales. Par exemple, le non-respect de certaines procédures dans un bureau de vote le jour du scrutin peut être lié au manque de formation et d'information des agents électoraux. Si tel est le cas, c'est sur cet aspect que le journaliste, s'il en est témoin, orientera son éventuel reportage. Le reportage se justifie si des irrégularités sont constatées dans plusieurs bureaux de vote et qu'elles sont de nature à fausser le résultat de l'élection. Dans le cas contraire, le journaliste peut se contenter seulement de prévenir la Commission électorale.

### Précaution et pondération

Les fraudes électorales sont les irrégularités commises de manière délibérée dans le but de fausser les résultats d'une élection. Le journaliste doit les dénoncer mais il doit le faire avec précaution et pondération car toute inexactitude de sa part peut déclencher les passions. La fraude doit être vérifiée et confirmée par plusieurs sources, et ne pas être sortie de son contexte. Un cas de fraude constaté dans une circonscription n'invalide pas l'ensemble des opérations électorales qui peuvent se dérouler tout à fait normalement dans les autres régions. Le journaliste n'observe qu'une partie infime du processus et doit donc évaluer ses conclusions à la lumière de celles des autres journalistes. C'est en procédant ainsi qu'il peut évaluer au mieux la mesure et l'impact sur le processus électoral ■



KASH® / CARTOONING FOR PEACE

# 3. LA COUVERTURE DE LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

51

**L**e journaliste doit donner aux citoyens les moyens de comprendre les enjeux électoraux. Pour ce faire, il doit présenter tous les partis et candidats en lice en donnant des informations sur leurs programmes (passés et présents) et leurs activités durant la campagne électorale. Le journaliste doit aussi rechercher d'autres sources d'information pour ne pas dépendre uniquement de celles des partis. Conscients du pouvoir des médias sur les électeurs, ceux-ci cherchent souvent à les influencer grâce à des plans de communication conçus pour limiter l'exercice critique des journalistes et permettre une diffusion large et favorable de leurs messages. Les services « relations avec la presse » ou « relations publiques » sont les maîtres d'œuvre de ces stratégies qui intègrent aussi parfois des « conseillers média » que les partis recrutent au sein même des journalistes.

Pour les journalistes couvrant une campagne électorale, l'un des plus grands défis consiste donc à trouver, au-delà des stratégies d'influence des partis et candidats, les informations réellement utiles aux électeurs. Les communiqués, les conférences de presse, les médias sociaux et les sondages d'opinion constituent des sources d'information qu'il faut manier avec prudence et discernement.

Etre compétent en période électorale ne s'improvise pas et nécessite une bonne préparation. Il faut se documenter sur les candidats bien avant le début de la campagne officielle, afin d'être prêt le moment venu à leur poser des questions pertinentes. Celles-ci ne le seront vraiment que si elles reflètent les préoccupations des électeurs. Le rôle du journaliste consiste donc aussi à médiatiser les problèmes auxquels les citoyens sont confrontés au quotidien afin que les candidats s'y intéressent et proposent des solutions concrètes pour les résoudre. Le journaliste doit aller chaque jour sur le terrain mais certains terrains lui imposent de prendre des précautions particulières, autant dans sa façon de traiter l'information que pour sa propre sécurité. C'est particulièrement vrai lorsque l'élection se déroule dans un pays en guerre ou fragile.

La préparation du contenu éditorial de la couverture est importante, mais il est tout aussi important de penser à son organisation pratique. Tous les médias, quelles que soient leurs spécificités, ont besoin de planifier leur couverture, qu'il s'agisse d'organiser une opération à grand déploiement ou d'optimiser l'emploi de ressources limitées.

## 3.1 LA PRÉPARATION D'UN PLAN DE COUVERTURE

La couverture d'une campagne électorale est un moment fort dans la vie d'un média. Elle peut contribuer à renforcer son image de professionnalisme auprès du public ou, au contraire, le décrédibiliser. Une grande part de cette responsabilité repose sur les épaules du journaliste. Celui-ci est un chaînon essentiel puisqu'il va sur le terrain, couvre les réunions publiques, rencontre les candidats, anime des débats, prend le pouls de l'opinion et fait des reportages. Le journaliste doit donc se préparer en conséquence, tant sur le plan éditorial que logistique, mais son travail dépend également des responsables de son média qui doivent concevoir une grille de programmes et une organisation de la rédaction spécifiques et adaptées à la période électorale. La préparation d'un plan de couverture est un véritable travail d'équipe qui mobilise tout le personnel d'un média. Elle doit être effectuée en amont de la période électorale et débiter par la planification des ressources qui pourront être affectées à la couverture de la campagne.

53

### Planification des ressources

Les ressources humaines et matérielles utilisées habituellement par un média pour la couverture de l'actualité peuvent se révéler insuffisantes en période électorale. Les journalistes doivent couvrir simultanément les activités de plusieurs candidats et effectuer de nombreux déplacements, parfois très loin de leur base. Les besoins en moyens techniques, de transport et de communication en sont multipliés.

Les besoins peuvent varier en fonction du type de média ou des spécificités d'une élection. Par exemple, un média ayant l'obligation de traiter de manière égale tous les candidats devra mobiliser davantage de ressources qu'un média opérant dans un pays où la législation permet de privilégier la couverture des candidats considérés comme les plus importants. De même que la couverture d'élections municipales requiert un dispositif très spécifique et souvent plus onéreux que celui nécessaire à la couverture d'une élection présidentielle ou législative, dans la mesure où chaque municipalité est le théâtre d'une compétition électorale à part entière.

S'informer sur la législation et le calendrier électoral est donc essentiel pour budgétiser les coûts de couverture de la campagne. Connaître la durée, les temps forts et la réglementation permet une première évaluation du nombre d'événements à couvrir et partant de là, des ressources humaines et matérielles qu'il sera nécessaire de mobiliser à cette occasion. Ce travail de préparation est initié par les responsables du média - mais tout le personnel doit y être associé : journalistes, photographes, cameramen, preneurs de son, monteurs, infographistes, chefs d'édition. Chacun exerce des fonctions impliquant des besoins spécifiques qui doivent être pris en compte dans la budgétisation de la couverture.

Ce travail doit être effectué plusieurs mois avant le début de la campagne officielle. Un média se donne ainsi le temps de concevoir un dispositif de couverture adapté à ses ressources et à ses contraintes. Par exemple, une radio émettant sur un vaste territoire et disposant de ressources limitées pourra choisir de privilégier les émissions de plateau dont les coûts de production sont moins élevés que la couverture sur le terrain des activités des partis et candidats. Une radio diffusant des programmes en plusieurs langues pourra estimer au contraire qu'il est préférable de donner la priorité aux reportages dont la traduction est moins complexe que celle d'une émission de plateau faisant intervenir simultanément plusieurs journalistes et candidats.

Un média peut aussi choisir d'augmenter ses capacités de couverture pour la durée et les besoins de la campagne. Ceux qui disposent de moyens financiers suffisants peuvent louer des équipements et recourir à des collaborateurs extérieurs, tandis que d'autres, fonctionnant avec de plus faibles ressources, peuvent décider de mettre en commun leurs ressources. La mutualisation des ressources permet en effet de couvrir un territoire plus important et un plus grand nombre d'événements sans entraîner de dépenses supplémentaires puisque les coûts de production sont partagés. Différents types de partenariat sont possibles :

- Des radios établies dans la même région se regroupent pour bénéficier des synergies. Une rédaction centrale est constituée au sein de laquelle les radios membres délèguent quelques uns de leurs journalistes et techniciens. Cette rédaction commune prépare et produit chaque jour des émissions sur la campagne (journaux, entrevues, débats) qui sont

diffusés simultanément sur les ondes des radios membres. La synergie peut aussi fonctionner pour des télévisions mais elle est plus difficile à mettre en place pour des organes de presse écrite en raison d'une tradition d'engagement politique partisan plus marquée que dans le secteur de l'audiovisuel.

- Une radio et une télévision produisent ensemble des programmes sur la campagne qui sont diffusés simultanément sur les deux antennes. Ce type de partenariat associe souvent un organe de presse écrite qui publie des extraits de l'interview ou du débat.
- Des médias de même type - radios, télévisions ou presse écrite - établis dans des régions différentes s'associent pour la couverture d'une élection présidentielle ou législative nationale. Ils font des reportages sur les activités des partis et candidats dans leurs régions respectives et ces reportages sont diffusés ou publiés dans les deux médias.

## **Programmation et pagination**

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

Le directeur des programmes d'une radio ou d'une télévision doit concevoir des programmes spécifiques qui permettent aux candidats de présenter leurs idées et de répondre aux questions que se posent les citoyens. Selon le contexte, différents types de formats peuvent être produits :

- Le bulletin d'information. Il constitue en règle générale le moyen le plus utilisé pour relater les événements et les faits majeurs d'une élection. Un média peut consacrer une partie de ses bulletins habituels à la couverture de la campagne ou choisir de traiter celle-ci dans des éditions spéciales produites et diffusées durant toute la durée de la période électorale.
- L'entrevue en direct avec un candidat ou un représentant de parti. Elle est conduite par un ou plusieurs journalistes qui interviennent en fonction de leur spécialité (politique, économie, justice ...). Elle peut également inclure des questions posées directement par des citoyens. L'entrevue permet à un candidat de présenter son programme mais elle

l'oblige aussi à se positionner sur tous les enjeux que les journalistes estiment cruciaux pour les électeurs. Un média décidant de recourir aux entrevues en direct doit offrir cette possibilité à tous les candidats et les participants doivent être traités dans les mêmes conditions (même durée, même format et même horaire de diffusion). L'ordre de passage est organisé en fonction de la disponibilité des candidats mais il peut être aussi décidé par un tirage au sort effectué par l'instance de régulation de la communication ou par le média lui-même.

- L'émission-débat entre candidats ou représentants de partis : le débat peut être contradictoire - si les candidats ont la possibilité de se parler directement entre eux - ou non contradictoire, s'ils doivent répondre chacun à leur tour aux questions posées dans les mêmes termes par un journaliste. Les deux formules comportent chacune leurs avantages et leurs inconvénients. Le débat contradictoire permet de confronter les programmes et les idées des candidats mais il doit être animé par un journaliste aguerri aux techniques de modération pour éviter que le débat devienne conflictuel et assurer des temps de parole égaux à tous les participants. Le format du débat non-contradictoire garantit à lui seul une répartition égale des temps de parole mais il ne permet pas de confronter les candidats aux éventuelles erreurs et incohérences contenues dans leurs propositions.
- La table ronde avec des experts et des représentants de la société civile réunit divers acteurs ayant des perspectives différentes sur un thème lié aux élections. Elle permet de donner un éclairage technique et non partisan sur les grands enjeux politiques et programmatiques d'une campagne électorale.
- L'émission interactive donne la parole aux citoyens pour s'assurer que leurs opinions et préoccupations sont entendues et prises en compte. Des auditeurs (ou des téléspectateurs) participent directement aux discussions à l'antenne en posant des questions à des candidats ou des experts par téléphone, via messages-textes ou par l'intermédiaire de Facebook et autres mécanismes en ligne.

Toutes les émissions faisant intervenir des auditeurs doivent avoir un thème prédéfini et être préparées avec soin. Les intervenants ayant la possibilité de s'exprimer en direct doivent être filtrés par téléphone pour écarter les personnes mal intentionnées. Le journaliste peut être amené à interrompre un auditeur si celui-ci s'écarte du sujet, monopolise l'an-

tenne ou s'exprime avec agressivité. Dans ce dernier cas, le journaliste peut clore la conversation ou bien reformuler la question dans un langage respectueux et dénué de jugement afin d'éviter que le débat s'envenime.

## **Organisation de la rédaction**

Pour faire face à la difficulté de suivre seul plusieurs candidats pendant une campagne électorale, il convient, si la rédaction comprend plusieurs journalistes, de répartir leurs tâches. Il est donc recommandé de tenir une conférence de rédaction spéciale avant le début de la campagne pour définir le tableau de bord de la couverture. Le but est d'assurer la complémentarité et la cohésion du travail de toute la rédaction. Qui sera en charge de quoi ? Par exemple, un journaliste peut être affecté à la couverture d'une région ou d'un thème spécifiques. La rédaction peut aussi affecter un journaliste à la couverture d'un seul parti ou candidat. Mais dans ce cas, elle doit le faire pour chacun des principaux partis et candidats dans un souci d'équilibre et d'impartialité.

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

## **Préparation du journaliste**

- Rassembler un maximum d'informations sur les partis et candidats : structures, fonctionnement, sources de financement, implantation géographique, poids politique national et/ou local, alliances actuelles et passées, principaux thèmes de campagne, résultats aux précédents scrutins, etc.
- Identifier et nouer des relations privilégiées avec le porte-parole de chaque parti ou avec une personne occupant une fonction importante dans l'organigramme et/ou l'organisation de leur campagne. L'objectif est de pouvoir les contacter pour avoir rapidement des informations (exemple : date, heure et lieu d'une réunion publique), pour organiser une entrevue avec un candidat ou pour obtenir des réactions à chaud sur un événement particulier de la campagne.
- Dresser une liste des grands enjeux de la campagne et des problèmes importants que les électeurs souhaitent voir traités par les candidats et les partis.
- Etablir une liste d'experts à consulter pour avoir des commentaires sur

la campagne. Si vous êtes journaliste dans un média national, constituez-vous un réseau d'informateurs locaux.

- Vérifier la validité de sa carte de presse et se renseigner sur les accréditations ou ordres de mission qui seront éventuellement exigés pour couvrir la campagne.
- S'informer auprès de l'instance de régulation sur les éventuelles règles spécifiques à appliquer par les médias pendant la période électorale.

## 3.2 LE TRAITEMENT DU DISCOURS ÉLECTORAL

58

La campagne officielle est une période relativement courte durant laquelle le journaliste travaille sous forte pression. Il lui faut quotidiennement choisir parmi des informations très nombreuses afin de traiter celles qui sont les plus pertinentes pour les électeurs. Il doit être capable de déceler rapidement les failles dans l'argumentation d'un candidat, de mettre à jour les contradictions d'un discours ou d'y repérer les éléments vraiment nouveaux. Ce travail d'analyse et de synthèse nécessite beaucoup de rigueur intellectuelle mais il passe également par la participation active du journaliste aux conférences de rédaction dont dépendent en grande part la qualité de construction et la cohérence de la couverture de la campagne par un média. La conférence de rédaction permet de définir collectivement, et donc avec moins de chance de se tromper, l'importance des informations et la hiérarchie qu'il convient de leur donner dans la structure des émissions ou des pages dédiées aux élections. Les conférences de rédaction permettent aussi de gérer plus facilement les aléas de la campagne et les conséquences qu'elles peuvent engendrer sur le plan de couverture mis en place par le média.

### **Analyser et hiérarchiser l'information**

En période électorale, le journaliste doit gérer une très grande quantité d'informations. Les partis et candidats publient des communiqués, organisent des conférences de presse, participent à des réunions publiques, font campagne sur les réseaux sociaux et débattent dans les médias ou par médias interposés. Le journaliste doit aussi consulter les sondages et suivre le développement des plateformes sociales (blogs, wikis, réseaux sociaux, micro-blogs...), que des confrères, des organisations de

la société civile ou des citoyens utilisent pour contribuer aux débats.

Il est donc essentiel pour le journaliste de savoir identifier et hiérarchiser les informations qui, dans ce flot continu d'événements, d'analyses, d'opinions ou de déclarations, doivent être utilisées et traitées pour la réalisation de ses reportages et, plus généralement, pour sa couverture de la campagne. Pour ce faire, il est recommandé au journaliste d'analyser les informations en fonction des trois critères de « fiabilité », « validité » et « pertinence ».

- Déterminer la fiabilité d'une information revient à se demander si l'information est vérifiable. Une information fiable est une information dont on peut identifier facilement la source et dont le contenu peut être vérifié par le croisement avec d'autres sources.
- Déterminer la validité d'une information revient à se demander si l'information est crédible. Le fait que la source d'une information soit connue n'implique pas nécessairement que cette source ait la qualité requise pour être considérée comme crédible dans la façon de présenter les faits ou de les interpréter. Par exemple, une information sur le passé judiciaire d'un candidat sera plus crédible lorsqu'elle émane d'une association de défense des droits de l'Homme plutôt que d'un simple citoyen. La crédibilité d'une information sur un candidat sera aussi questionnée lorsque la source de cette information est une personne dont les sympathies vis-à-vis d'un autre candidat sont connues.
- Déterminer la pertinence d'une information revient à se demander si l'information est utile. En période électorale, une information est pertinente en fonction de son degré d'importance pour les électeurs et les citoyens. Par exemple, les propos tenus par un candidat sont plus importants que les propos de son équipe de campagne car ils engagent directement le candidat. De même qu'une information apportant des éclairages nouveaux sur le programme d'un parti est plus importante qu'une information relative à des aspects déjà traités de ce programme. La pertinence peut aussi s'évaluer par rapport à un besoin. Par exemple, une information concernant un candidat peu couvert par les médias peut être pertinente pour un journaliste au seul motif que celui-ci dispose lui-même de très peu d'informations sur le candidat.

## Les conférences de rédaction

Les conférences de rédaction sont essentielles en période électorale. Cet espace d'échange et de prise de décisions, constitué d'autant de sensibilités que de journalistes, permet de maintenir le pluralisme nécessaire à une couverture complète et équilibrée tout au long de la campagne. C'est un lieu de débat où chaque journaliste peut aussi bénéficier des conseils et de l'expérience de ses confrères et donc réduire au maximum le risque d'erreur lorsqu'il traite un sujet.

En règle générale, les rédacteurs d'un quotidien de presse écrite se réunissent chaque matin pour prévoir le contenu du journal du lendemain. Les trois temps de publication - court, moyen, long terme - des médias en ligne et des versions électroniques de médias traditionnels imposent une gestion du temps beaucoup plus flexible. Mais les journalistes travaillant dans ces médias ont aussi besoin de se réunir au moins une fois par jour pour choisir les sujets à couvrir et leur mode de traitement.

La journée d'une radio ou d'une télévision est rythmée par au moins deux conférences de rédaction : la première a lieu le matin pour déterminer les sujets du jour et la seconde en début d'après midi pour renouveler les « angles » des reportages, ajuster la couverture en fonction de l'évolution de l'actualité et préparer « les matinales » du lendemain.

La plupart des médias organisent également des conférences de prévision et des conférences bilan.

- La conférence prévisionnelle, qui a lieu en général le premier jour de chaque semaine, est destinée à planifier la couverture des événements récurrents ou prévisibles. Ce type de réunion est particulièrement utile en période électorale puisque les dates des activités de campagne des partis et candidats sont connues à l'avance. Le média pourra ainsi déterminer le nombre de journalistes devant être mobilisés pour leur couverture et le nombre de ceux qui pourront travailler sur d'autres aspects de la campagne.
- La conférence bilan, qui se tient à intervalles moins réguliers que la conférence prévisionnelle, permet d'analyser de façon autocritique la production collective de la rédaction et de réfléchir aux améliorations possibles. Il est recommandé d'en organiser une à mi-parcours de la

couverture de la campagne. Elle peut servir, par exemple, à vérifier que tous les partis et candidats sont traités de manière équitable ou que les préoccupations des électeurs sont suffisamment prises en compte dans les différents contenus.

## La gestion des imprévus

Les choix de sujets définis durant la conférence de rédaction ne sont pas nécessairement définitifs. Ils peuvent être remis en cause, durant la journée, en fonction de l'évolution de l'actualité.

Le journaliste doit aussi s'adapter aux aléas de la campagne, qui peuvent contrarier le déroulement normal du dispositif de couverture que le média a mis en place pour garantir un traitement équitable de tous les partis et candidats. Les exemples suivants présentent, de manière non exhaustive, différents problèmes pouvant survenir et des conseils sur la conduite à tenir.

- Un candidat à une élection présidentielle mène une campagne de faible intensité car il ne dispose pas des ressources suffisantes pour organiser autant de rassemblements, de déplacements et de conférences de presse que ses concurrents. Ce candidat ne doit pas être pénalisé en ce qui concerne la couverture médiatique et le journaliste doit faire preuve de créativité pour s'adapter à sa situation. Par exemple, il peut effectuer des reportages dans ses locaux de campagne et réaliser des entrevues avec ses conseillers et ses soutiens politiques.
- Des partis ou candidats à une élection se rétractent au cours de la campagne et appellent au boycott du scrutin. Ce cas de figure se produit souvent quand des partis d'opposition estiment que le parti au pouvoir abuse de son autorité et des moyens de l'Etat pour tenter de fausser le résultat d'une élection. Sauf disposition contraire de la loi électorale, l'esprit du jeu démocratique et l'éthique du journalisme imposent aux médias de continuer de répartir les temps de parole de manière équitable entre tous les partis ou candidats qui étaient en lice au début de la campagne. Ils peuvent continuer à couvrir les activités de ceux qui sont restés dans la course et consacrer des reportages aux raisons qui ont poussé les autres à s'en retirer.
- Une radio (ou une télévision) a programmé un débat contradictoire réunissant des représentants de tous les partis en lice à une élection

mais un des partis refuse d'y participer. Il arrive en effet que des partis ne souhaitent pas voir leur dirigeant entrer dans un débat direct avec d'autres dirigeants. Dans ce cas, le média peut proposer la tenue d'un débat non-contradictoire ou offrir au parti la possibilité de diffuser une entrevue de son représentant durant le débat. En l'absence d'accord, le débat peut être maintenu mais le journaliste chargé de le modérer doit informer ses auditeurs que le parti a décliné l'invitation et en expliquer les raisons.

- Un parti refuse toutes les demandes d'entrevue d'un média. Il n'est pas rare que des partis préfèrent donner la priorité aux médias dont ils se sentent proches politiquement ou qu'ils décident de boycotter ceux dont ils estiment la couverture inéquitable à leur égard. Dans un cas comme dans l'autre, le média doit privilégier le dialogue et rechercher la conciliation. Par exemple, le rédacteur en chef peut demander à rencontrer les responsables du parti pour leur rappeler le rôle des journalistes dans le débat démocratique et le principe d'équité de traitement des candidats auquel les médias sont soumis en période électorale. Si la conciliation échoue, le média doit informer ses lecteurs ou auditeurs que le parti a refusé ses demandes d'entrevue. Il peut aussi le notifier à la commission électorale ou, selon les cas, à l'instance de régulation de la communication.

## 3.3 LE TRAITEMENT DU DISCOURS ÉLECTORAL

Les partis et candidats savent que les électeurs ont tendance à croire ce qu'ils voient et entendent dans les médias. Ils cherchent par conséquent à influencer les journalistes afin de recevoir un traitement médiatique favorable. Leur outil de communication le plus courant est le communiqué. Envoyé directement aux rédactions ou distribué au cours d'une conférence de presse, il est rédigé avec le type de phrases dont les médias ont besoin : des phrases courtes et percutantes qui résument l'essentiel du message et qui sont susceptibles d'être reprises intégralement. Le but est de réduire les possibilités de critiques et de contradictions et de limiter ainsi le travail d'investigation des journalistes. Avec l'avènement de la télévision, en tant que principal média de masse, les

candidats ont aussi de plus en plus souvent recours aux techniques de marketing politique qui leur apprennent à jouer de la séduction, à maîtriser leur gestuelle, à soigner leur apparence et à fabriquer des événements destinés à attirer les électeurs plutôt qu'à présenter dans le détail le contenu de leur programme.

### **Les recommandations suivantes peuvent permettre aux journalistes d'éviter de tomber dans certains pièges :**

- Ne pas se contenter de reprendre les informations fournies par un parti ou un candidat mais essayer d'en expliquer les enjeux.
- Ne jamais retranscrire, même en les paraphrasant, les communiqués et les programmes. Les comparer avec ce que les candidats ont accompli aux responsabilités et aux postes qu'ils ont déjà occupés ou avec les engagements qu'ils ont formulés lors des précédentes campagnes. Faire intervenir des experts pour évaluer l'adéquation de leurs propositions aux besoins du pays ou de la communauté et mettre en évidence les éventuelles contradictions et conflits d'intérêts.
- Mettre toujours entre guillemets et/ou attribuer toujours à leurs auteurs les phrases d'un communiqué ou d'une conférence de presse utilisées.
- Être proactif pendant les conférences de presse. Ne pas se contenter d'écouter. Demander des explications, des précisions, des exemples, des chiffres, des justifications.
- Ne pas se fier aux statistiques fournies par un parti sur le nombre de personnes ayant participé à un rassemblement. Les comparer avec d'autres sources : les journalistes, les habitants du quartier, les forces de l'ordre ou toute autre personne présente sur les lieux.
- Apprendre à reconnaître les événements fabriqués par les candidats pour se mettre en valeur. Être attentif à l'attitude des personnes présentes lors d'une visite d'un candidat dans une école, un hôpital ou une entreprise. Son discours a-t-il suscité des réactions ? Étaient-elles toujours positives ? Les personnes visitées ont-elles posé des questions ? Semblaient-elles spontanées ? Il convient de rester toujours sur les lieux après le départ du candidat pour tenter d'en savoir plus.
- Vérifier que le message véhiculé correspond bien aux convictions du candidat. Par exemple, si un candidat va dans une école pour dire qu'il a toujours considéré l'éducation comme une priorité, recherchez s'il a déjà été à l'initiative de projets dans ce domaine.

- Distinguer clairement les activités officielles des responsables gouvernementaux de leurs activités en tant que candidat ou membre de parti.

## 3.4 LE JOURNALISME CITOYEN

En période électorale, les partis et candidats essaient toujours d'imposer aux médias leur ordre du jour pour mettre en avant les points forts de leur programme et passer sous silence les aspects qui le sont moins. Une campagne peut ainsi passer à côté des questions les plus importantes auxquelles un pays est confronté. Le journaliste doit donc identifier et médiatiser ces problèmes pour obliger les partis et candidats à en débattre et expliquer aux électeurs les solutions qu'ils comptent y apporter. Le recours à des experts, des universitaires ou des responsables de la société civile peut aider le journaliste à identifier les grands enjeux qui devraient être abordés durant la campagne dans tous les domaines : économie, gouvernance, aménagement du territoire, santé, éducation, justice, droits de l'homme, politique étrangère, etc. Mais le journaliste doit aussi, et surtout, s'intéresser à la vie des citoyens pour connaître, comprendre et relayer leurs préoccupations. Certains organes de presse réalisent ainsi des sondages thématiques, indiquant les questions qui intéressent le plus l'électorat. D'autres ont recours à des panels - associant citoyens, chefs de quartier et responsables associatifs - pour mieux cibler les attentes des individus et des communautés. Un des moyens les plus simples demeure encore d'aller sur le terrain à la rencontre de la population.

Différentes techniques permettent au journaliste de placer les préoccupations des citoyens au cœur du débat électoral :

- **Raconter des histoires individuelles** pour illustrer l'importance et l'ampleur des grands enjeux de la campagne ou pour mettre l'accent sur les conséquences des solutions proposées par chaque candidat. De plus, le journaliste augmente ses chances d'attirer l'attention des partis sur un thème qui n'a pas encore été abordé pendant la campagne s'il sait l'« humaniser » par le récit vivant et détaillé des problèmes qu'il pose à une personne ou à une communauté.

- **Effectuer des reportages sur les thèmes que les citoyens signalent eux-mêmes** et auxquels ils sont confrontés au quotidien : délestage d'électricité, accès à l'eau potable, réseau routier défectueux, augmentation du prix du carburant, manque de professeurs dans les écoles, absence d'hôpitaux dans une région, etc. C'est grâce aux récits du journaliste que ces problèmes ont une chance d'être mieux pris en compte par les partis et les candidats.
- **Ne rien négliger.** Que le journaliste soit ou non en reportage, il est toujours utile d'interroger les personnes qu'il rencontre sur ce qui se passe dans les rues, les bars, les cafés, les marchés, le bureau, le jardin, la famille, etc., qui sont autant d'espaces publics où se discutent les problèmes vitaux des citoyens. Une conversation entendue par exemple dans une épicerie ou dans une file d'attente de la poste peut aider le journaliste à prendre le pouls de l'opinion et être le point de départ d'un reportage.
- **Donner aussi la parole** aux représentants des minorités, aux syndicats, aux groupements professionnels, aux associations de femmes ou de droits de l'Homme. Ils représentent des intérêts collectifs dont les points de vue et revendications doivent être relayés par les médias.

## 3.5 L'ENTREVUE ELECTORALE

L'entrevue des candidats ou chefs de parti est un moment-clé de la couverture de la campagne électorale. Elle permet au journaliste d'aller dans le détail des programmes et de mieux cerner les personnalités. L'entrevue d'un politicien est un art difficile qui exige un sens aigu des rapports humains, une forte capacité de discernement et une bonne préparation. Etre bien renseigné et préparé permet au journaliste de poser des questions pertinentes et de rester très concentré pendant l'entretien.

### Préparer l'entrevue

#### Se documenter

- Rassembler le plus grand nombre d'informations possibles sur la personne rencontrée. Faire des recherches sur son parcours. D'où vient-

elle ? Qu'a-t-elle dit, écrit ou réalisé auparavant ? Quelles sont ses sources de financement ? Comment est-elle perçue par la communauté ? Que pensent d'elle ses amis et ses adversaires politiques ?

### **Préparer des questions**

- Dresser une liste de questions avec l'ordre des thèmes à aborder et le temps approximatif à consacrer à chacun. Il est possible de s'en détacher pendant l'entretien pour rebondir sur un propos de l'entrevue mais il est plus sûr d'avoir un canevas de questions déjà prêt.
- Hiérarchiser ses questions par ordre décroissant d'intérêt. Si le temps de l'entrevue est moins long que prévu initialement, l'essentiel aura ainsi été abordé.
- Préparer des questions brèves, simples et ciblées. Si une question est trop longue, trop compliquée et trop générale, un politicien habile prendra facilement le contrôle de l'entrevue et ne répondra qu'à une partie (celle qui l'arrange) de la question.

66

### **Types de question à poser**

- Quelles mesures concrètes seront prises pour résoudre les problèmes du pays ? Quelles mesures seront appliquées en priorité ? Avec quels moyens ? En quoi le parti ou candidat se distingue-t-il des autres ? En cas de victoire, des alliances politiques seront-elles conclues ? Si oui, avec qui et pourquoi ? S'il s'agit d'un élu sortant et/ou appartenant au parti majoritaire, questionnez-le sur son bilan et/ou sur les promesses non tenues par son parti.
- Pour un candidat à une élection locale, le questionnaire doit prendre en compte les problèmes spécifiques des communautés des régions concernées par les élections.
- Etablir ses questions en fonction des préoccupations exprimées par les citoyens au cours des reportages pour obtenir des réponses précises sur des problèmes concrets.

## Mener l'entrevue

### Enregistrer l'entrevue

- Demander l'autorisation d'enregistrer l'entretien avec un assistant ou seul. Si l'interlocuteur émet des réserves, expliquer que cela permet de conserver une reproduction fidèle de ses paroles (et ainsi ne pas déformer ses propos). L'enregistrement permet aussi de se concentrer sur les réponses de l'interlocuteur et de réfléchir en même temps à la tournure de l'entretien.
- Si l'entrevue n'est pas enregistrée, le journaliste ne pourra compter que sur sa mémoire et ses notes. Il est donc important d'écrire rapidement les éléments majeurs. Pour cela, il est préférable d'utiliser des abréviations et de relire ses notes immédiatement après l'entrevue.

### Privilégier l'entrevue semi-directive

- Alternier les questions ouvertes à champ large (induisant des réponses détaillées et des explications), les questions semi-ouvertes (exigeant des réponses brèves et précises) et des questions fermées auxquelles on ne peut répondre que par une affirmation ou une négation.
- Poser des questions complémentaires ou les mêmes questions sous d'autres formes pour obtenir plus d'informations. Demander des clarifications et des exemples.
- Être très attentif aux réponses. Il faut être capable de reprendre un mot ou une idée au vol pour faire évoluer l'entretien avec des questions spontanées.

### Garder le contrôle de l'entrevue

- Le journaliste est en principe celui qui dirige l'entrevue. Il ne doit jamais en perdre le contrôle. Un politicien fûté peut amorcer un début de réponse à une question puis poser une autre question à laquelle il a envie de répondre. Exemple : « Oui, effectivement ... mais il y a une question à laquelle il me semble important de répondre ... ». Il convient de le laisser terminer ou de l'interrompre poliment s'il parle trop, puis de reposer sa question jusqu'à obtenir une véritable réponse.
- Être opiniâtre mais rester courtois et poli quelle que soit l'attitude de l'interlocuteur. Avoir aussi conscience de son attitude physique, elle peut avoir une incidence sur le déroulement de l'entrevue. Comment le journaliste est positionné par rapport à son interlocuteur (l'idéal est d'être face à lui) ?

## Utiliser l'entrevue

### Respecter le sens des propos de l'entrevue

- Le problème ne se pose pas si l'entrevue est publiée ou diffusée dans son intégralité. Il se pose en revanche si le journaliste n'en publie ou n'en diffuse que des extraits, s'il en fait une entrevue commentée ou s'il utilise quelques éléments de l'entrevue pour nourrir un reportage. Dans ces cas précis, le journaliste doit, lors de la réécriture ou du montage, opérer une sélection qui reflète le plus fidèlement possible les propos tenus pendant l'entrevue. En cas de doute, ne pas hésiter à recontacter la personne pour lui demander des éclaircissements et précisions.
- Si l'entrevue est utilisée pour rédiger un article, le journaliste doit se mettre à l'œuvre immédiatement après l'entretien, en réunissant ses idées et en rédigeant un plan ou un brouillon d'article. Les notes prises pendant l'entretien serviront également à compléter l'enregistrement (s'il existe), à relever ou vérifier une citation.

68

### Que faire quand une entrevue en face-à-face n'est pas possible ?

#### L'entrevue téléphonique

S'il est impossible de rencontrer la personne, le téléphone peut être un palliatif car il permet d'obtenir un contact assez direct, au travers de la voix. Comme pour le face-à-face, la combinaison de la prise de notes et de l'enregistrement est efficace mais il faut en avertir l'interlocuteur et préparer (et tester !) le matériel adéquat.

#### L'entrevue par courrier

La messagerie électronique est une autre alternative. La liste des questions est envoyée en entier à l'interlocuteur. Vous ne pourrez pas le modifier au cours de l'entrevue. Le résultat risque d'être moins spontané, moins personnel mais peut s'avérer plus précis et moins dangereux.

## 3.6 LES MÉDIAS SOCIAUX

Les partis et candidats ont recours aux médias sociaux pour leur campagne électorale. Leur utilisation varie d'un pays à l'autre - il dépend notamment du taux de pénétration de l'Internet ou du nombre de personnes possédant un téléphone 3G ou 4G - mais aucune région du monde n'y échappe totalement. Les partis et candidats disposent généralement d'un site Internet et d'une page Facebook et de plus en plus souvent d'un compte Twitter. D'autres technologies peuvent aussi servir leur campagne - par exemple, les fichiers audio et vidéo placés sur des sites de partage tels que YouTube ou téléchargeables sur des appareils d'écoute personnels comme des téléphones intelligents. Les citoyens participent également au débat électoral sur la Toile à travers des blogs, des sites participatifs ou des forums de discussion. Les médias sociaux sont donc une source d'informations importante pour les journalistes - qui les utilisent eux-mêmes pour communiquer et faire la promotion de leur média ou de leur travail individuel. Mais ils comportent aussi des risques et des limites qui obligent le journaliste à en faire un usage prudent et raisonné.

69

### **Des outils de campagne électorale**

L'intérêt pour un parti ou candidat de faire campagne sur les réseaux sociaux se situe à différents niveaux :

- Présenter son programme politique. Ce mode de diffusion peut être particulièrement important pour les partis et candidats ne disposant pas des ressources suffisantes pour conduire une campagne de grande ampleur sur le terrain et qui, pour cette raison, bénéficient souvent d'une exposition médiatique plus réduite que d'autres partis ou candidats.
- Séduire de nouveaux électeurs. Les partis et candidats peuvent s'adresser directement aux électeurs en participant à des forums de discussions. Ils peuvent aussi valoriser le soutien que leur apportent des personnalités publiques telles que des intellectuels, des musiciens ou des sportifs de haut niveau sur des plateformes de partage de photos et de vidéos.

- Attirer l'attention des journalistes. Le parti ou candidat mise sur l'effet d'annonce de tel ou tel fait marquant de sa campagne pour susciter la curiosité des médias traditionnels afin qu'ils fassent circuler une information, une photo ou une déclaration. Le parti ou le candidat espère ainsi maintenir une couverture médiatique forte et qui sera visible des électeurs.
- Maintenir les militants et les sympathisants mobilisés. Ils peuvent échanger et débattre entre eux quelles que soient les distances géographiques. Ils trouvent aussi sur le site Internet de leur parti ou candidat tous les outils indispensables pour faire campagne : arguments, tracts et documents officiels à télécharger.
- Toucher une population, dite «connectée». L'objectif est de recruter des «ambassadeurs» ou des «influenceurs», c'est à dire des personnes utilisant beaucoup les réseaux sociaux et qui, une fois convaincues, sauront transmettre le message sur leurs propres réseaux.

### **Une source d'information à manier avec prudence**

Les médias sociaux permettent une couverture plus rapide et plus diversifiée de la campagne électorale en facilitant l'accès du journaliste à une très grande diversité de sources, de personnes et d'opinions.

- Le journaliste peut suivre simultanément et souvent en temps réel les développements majeurs de la campagne des principaux partis et candidats.
- Le journaliste peut traiter une information de manière relativement complète avec une convergence de messages courts et pertinents sur tel ou tel événement de la campagne.
- Le journaliste peut obtenir rapidement des informations sur un rassemblement auquel il ne peut pas assister. Par exemple, l'obtention d'informations visuelles sur des plates-formes comme Facebook et YouTube peut être particulièrement utile pour évaluer l'atmosphère, le nombre de participants ou la teneur des discours pendant ce rassemblement.
- Le journaliste peut observer le positionnement des représentants de la société civile - experts indépendants, associations, groupements professionnels, responsables communautaires ou religieux - sur les grands enjeux de la campagne.
- Le journaliste peut trouver l'inspiration pour des thèmes et des angles

de reportage. Par exemple, la popularité d'un sujet sur un forum de discussion citoyen peut servir d'indicateur pour déterminer si le sujet mérite d'être analysé plus en détail.

- Les médias sociaux peuvent être utilisés pour surveiller les discours de haine ainsi que toute effervescence sociale qui pourrait engendrer ou indiquer une violence électorale.

Les médias sociaux sont un outil important pour couvrir une campagne électorale mais ils ne doivent pas constituer la seule source d'informations du journaliste. Ils doivent s'ajouter aux sources traditionnelles et les informations qu'ils contiennent doivent être vérifiées.

- L'absence de crédibilité et de fiabilité des informations obtenues par le biais des médias sociaux représentent l'un des principaux risques. Le journaliste doit toujours garder à l'esprit qu'une personne peut facilement dissimuler sa véritable identité sur une plateforme ou un forum de discussion. Des groupes d'individus affiliés à un parti peuvent ainsi diffuser des informations négatives sur un autre parti à travers une page Facebook ou des micro-blogs en se faisant passer pour des citoyens lambda.
- Une grande partie des informations diffusées sur les médias sociaux sont des témoignages ou des points de vue exprimés de façon très subjective par des citoyens. Elles ne révèlent le plus souvent qu'une facette d'un problème.
- En règle générale, les informations obtenues par le biais des médias sociaux sont peu approfondies. Le journaliste obtient davantage d'informations d'une personne interrogée par téléphone ou en face à face qu'en communiquant simplement en ligne. Les médias sociaux ne peuvent exprimer l'interaction sociale, les variations vocales et le langage du corps.
- Le développement rapide et perpétuel du contenu des médias sociaux rend plus difficile le tri de l'information. Cette surabondance peut conduire le journaliste à considérer qu'un sujet traité sur un média social est plus important qu'il ne l'est réellement.
- Les médias sociaux ne sont pas représentatifs de l'opinion publique dans son ensemble car ils n'engagent que les personnes qui ont accès aux médias sociaux.

## 3.7 LES SONDAGES D'OPINION

On distingue deux types de sondages d'opinion en période électorale : les sondages thématiques, qui mesurent les aspirations des citoyens sur les enjeux électoraux, et les sondages de popularité, qui indiquent les intentions de vote. Les partis et candidats peuvent en commander eux-mêmes pour mesurer l'impact de leur campagne, mettre leur programme ou leur image en adéquation avec les souhaits des électeurs. Les sondages sont une source d'information à ne pas négliger mais ils doivent être abordés avec prudence. Il est essentiel que le journaliste les étudie de près avant de décider de les utiliser. En effet, les sondages sont de qualité très inégale et certains peuvent être financés et conçus pour manipuler l'opinion et les médias.

72

**Les sondages ont une valeur informative limitée** car ils se fondent sur l'étude d'un échantillon jugé « représentatif ». Or cette technique pose des difficultés dans certaines régions telles que les zones rurales d'Afrique subsaharienne où le langage et l'analphabétisme peuvent agir comme une barrière pour les sondeurs.

**Les sondages peuvent influencer, voire fausser**, le jeu démocratique : des doutes sont régulièrement exprimés sur l'impact qu'un sondage peut avoir sur le comportement électoral : de l'effet de « suivisme » (voter pour le candidat en tête) à l'effet de « révolte » (voter pour le candidat annoncé perdant), tout est possible.

**Un sondage peut être utilisé à des fins illégitimes** au détriment de la démocratie. Ce risque est particulièrement élevé dans les pays en voie de transition démocratique où la pratique des sondages est rarement régulée par un cadre juridique. Des instituts peu scrupuleux peuvent utiliser une méthodologie biaisée (échantillonnage limité à certaines régions, questions posées dans le but d'obtenir certains types de réponses, etc.) pour réaliser des enquêtes avec des résultats conformes aux intérêts de leur client.

Exemples :

- Un parti politique au pouvoir va commander un sondage sur mesure pour

- montrer que la population est satisfaite de son bilan gouvernemental.
- Un candidat à l'élection présidentielle va commander un sondage agressif pour détériorer l'image de ses adversaires.
  - Un groupe d'intérêts privés commande un sondage thématique pour imposer aux partis et candidats un certain programme économique.
  - Un parti d'opposition dénonçant des fraudes électorales commande un sondage pour démontrer qu'il a gagné les élections.

### **Il est donc recommandé au journaliste :**

- D'avoir uniquement recours aux sondages d'instituts travaillant selon des procédures strictes et transparentes.
- D'exploiter les sondages avec une extrême prudence.
- De ne jamais en faire l'élément principal de sa couverture.

### **Questions à se poser au sujet d'un sondage**

- Le sondage mérite-t-il d'être porté à la connaissance du public ?
- Les résultats du sondage sont-ils différents des autres sondages ?
- Qui a payé le sondage et quel organisme l'a réalisé ?
- Quel est l'échantillon de personnes interrogées ? Comment ont-elles été sélectionnées ?
- Quand et selon quelle méthode le sondage a-t-il été réalisé ?
- Quelles étaient les questions posées ? Les résultats sont-ils fondés sur toutes les réponses ou sur certaines seulement ?

### **Informations à mentionner lorsqu'un sondage est porté à la connaissance du public**

- Le nom du parti politique, de l'organisation ou de la personne qui a commandé le sondage.
- Le nom de l'organisme ayant effectué le sondage.
- Le nombre de personnes interrogées et la marge d'erreur du sondage.
- La date et/ou la période durant laquelle le sondage a été réalisé.

## 3.8 LA COUVERTURE ÉLECTORALE EN ZONE DE CONFLIT

Il arrive que des pays en crise ouverte organisent des élections. S'il s'agit d'un conflit opposant des forces gouvernementales à des mouvements en rébellion, on distingue en général trois cas de figure :

- Le mouvement d'opposition veut renverser le pouvoir en place et appelle toute la population du pays à ne pas participer au scrutin afin que le gouvernement qu'il combat ne soit pas légitimé par les urnes.
- Le mouvement veut obtenir l'indépendance ou l'autonomie d'une partie du territoire et demande aux habitants de cette région de boycotter les élections pour soutenir sa cause.
- Les forces gouvernementales et les forces d'opposition ont conclu un cessez-le-feu mais elles ont conditionné la signature d'un accord de paix définitif au déroulement d'une élection libre et régulière sur l'ensemble du territoire ou sur la partie du territoire qui est la cause du conflit.

74

La couverture médiatique d'une élection se déroulant dans ces contextes est un exercice très complexe et comporte de nombreux dangers pour le journaliste. Cela implique qu'il soit particulièrement rigoureux dans l'application des normes d'éthique professionnelle (exactitude, impartialité, responsabilité, etc.) et qu'il respecte un certain nombre de règles de sécurité lorsqu'il est en reportage sur le terrain.

### **Prudence, neutralité et équilibre**

- Etre extrêmement prudent dans le traitement des informations et des sources car le risque de manipulation est très élevé : l'« art de la désinformation » fait partie de l'« art de la guerre ».
- Observer une stricte neutralité. C'est ainsi que le journaliste peut le mieux remplir son devoir et assurer au mieux sa propre sécurité.
- Etre particulièrement attentif à l'équilibre de ses reportages. Par exemple, si l'on fait un reportage sur la participation de la population à un scrutin dans une région où l'opposition a demandé aux habitants de ne pas voter, l'on peut construire son récit sur la base de quatre témoignages :

- une personne qui s'est rendue aux urnes par conviction.
- une personne qui n'y est pas allée par crainte de représailles des autorités.
- une personne qui n'a pas voté pour soutenir la cause des opposants.
- une personne qui est restée chez elle par peur de violences autour des bureaux de vote.

## Règles de sécurité

- Avoir toujours sur soi ses pièces d'identité, cartes de presse, accréditations, laissez-passer et autres documents administratifs nécessaires.
- Ne jamais porter d'arme, ni d'objets ou de vêtements qui pourraient prêter à confusion (treillis, veste de couleur kaki, bottes en cuir, ju-melle, etc.).
- Ne jamais voyager seul. Se déplacer avec des confrères ou des membres d'ONG mais ne pas circuler avec des candidats ou des responsables politiques.
- Etudier avec soin son itinéraire pour éviter les zones de combat et donner régulièrement sa localisation à son rédacteur en chef, à un ami ou à un membre de sa famille.
- Eviter de circuler la nuit et vérifier les heures de couvre-feux.
- Lors de la couverture d'une réunion politique ou d'un rassemblement important, repérer les lieux et identifier les endroits où s'abriter en cas de violence.
- Si des troubles surviennent, ne pas courir car cela augmente les risques d'être pris pour cible. Ne pas traverser un affrontement directement d'un côté à l'autre.

## 3.9 LA COUVERTURE ÉLECTORALE DANS LES CONTEXTES SENSIBLES

Les médias peuvent être un véritable instrument de consolidation de la paix et de la démocratie ou encore jouer un rôle considérable dans le déclenchement des conflits en attisant, par la rumeur et la propagande, la méfiance et la haine entre des personnes ou des communautés. Il arrive aussi qu'une presse moins professionnalisée dérive sans s'en rendre compte vers un langage inapproprié. La campagne électorale est un moment propice à ce genre de débordements dans la mesure où les débats politiques peuvent facilement dériver en violentes joutes verbales. Les risques sont d'autant plus grands quand l'élection se déroule dans les pays sortant d'un conflit ou lorsque le scrutin se déroule dans une atmosphère de tension ou de crise latente. Une consultation électorale peut en effet exacerber les clivages ou transposer les doléances du champ de bataille à la scène politique.

76

### **S'informer et comprendre le contexte**

Si la place du journaliste est centrale dans l'élargissement et l'approfondissement des processus démocratiques et de paix, son rôle est capital dans les contextes sensibles. En effet, le journaliste doit développer un sens aigu de l'observation et de l'analyse qui lui permette d'appréhender la complexité de la situation sociopolitique et des enjeux du scrutin électorale. Il doit tout faire pour éviter de nourrir la crise et tenter au contraire de l'apaiser. Cela passe, là encore, par un respect très scrupuleux des règles d'exactitude, de vérification, d'impartialité, de neutralité et de probité dans la collecte et le traitement de l'information. Cela implique aussi un travail de préparation spécifique et une très bonne connaissance des éventuelles tensions qui pourraient jaillir à l'occasion du processus électoral.

#### **Il est indispensable de se poser les questions suivantes :**

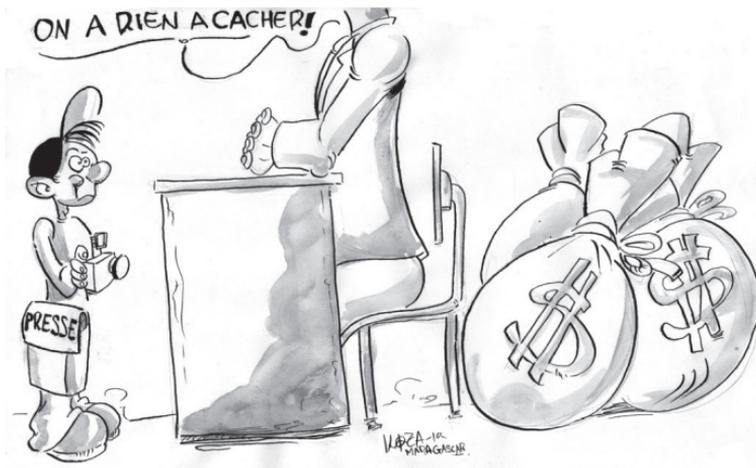
- Quels étaient les acteurs, les motivations et les enjeux du conflit ou de la crise ? Quelles raisons, quels facteurs et quelles personnes ont permis d'y mettre un terme ? Si un accord a été signé, le journaliste

- doit en connaître la structure générale et les points principaux.
- Dans le cas d'une crise ou d'un conflit comportant une composante ethnique ou communautaire, le journaliste doit avoir une connaissance appréciable des réalités sociologiques de chaque communauté et de la manière dont chacune d'elles a été affectée par la crise ou le conflit.

Ce travail de documentation est essentiel car il permettra au journaliste d'identifier les faits et les discours pouvant générer de nouvelles dérives, et par conséquent, de jouer un rôle de veille et d'alerte. Il peut le faire, par exemple, en faisant intervenir des personnalités indépendantes ou des organisations de la société civile pour rappeler aux partis et candidats leurs engagements et le contenu des textes qu'ils ont éventuellement signés.

## Conseils

- Faire des reportages centrés sur les défis majeurs de la société pour sortir des thèmes alimentant la crise ou le conflit. Cela peut être l'accès à l'eau potable, les structures de santé, le système éducatif, etc. L'objectif est de contribuer à restaurer la cohésion nationale en montrant aux citoyens qu'ils ont des problèmes communs en dehors de toute appartenance ethnique, communautaire ou religieuse.
- Donner la parole aux citoyens à travers des rubriques et des formats appropriés. Cela peut être, par exemple, des débats en direct ou des émissions interactives au cours desquelles les auditeurs sont invités à s'exprimer. Prendre garde, toutefois, à ce que ces tribunes libres ne deviennent pas des « défouloirs » véhiculant des propos agressifs et incendiaires.
- Être soi-même particulièrement attentif aux termes employés dans les reportages. Le langage doit être factuel, équilibré et neutre ■



KOZA®

## Synthèse : les règles applicables aux journalistes en période électorale

**P**our se protéger des multiples pressions auxquelles il peut être soumis en période électorale, le journaliste doit s'en remettre aux principes de base de son métier : l'éthique et la déontologie. Son information doit être exacte, vérifiée, équilibrée, neutre, respectueuse de la dignité humaine et privilégier l'intérêt supérieur des citoyens. Par exemple, le journaliste :

- **A le droit et le devoir de parler de tous les partis et candidats**, y compris les plus hostiles au gouvernement en place, et de tous les thèmes de campagne importants pour les citoyens et l'avenir de son pays. Le nombre limité de motifs légitimes, pouvant justifier certaines restrictions à la liberté d'expression, ne doit en aucun cas entraver sa capacité à présenter la pluralité des idées et des opinions.
- **A aussi un rôle à jouer en matière d'éducation électorale des citoyens.** Il doit transmettre ces informations dans les formes de langage les plus simples afin qu'elles soient accessibles et comprises par tous.
- **Doit présenter des informations vérifiées et exactes** afin que son reportage soit considéré comme fiable. Il doit exercer son esprit critique sans porter de jugement définitif et aborder son travail avec modestie et rigueur.
- **Doit rendre compte des programmes et des débats entre les partis ou candidats en leur donnant la parole de manière équitable et équilibrée** et sans laisser transparaître directement ou indirectement ses opinions. Le compte-rendu professionnel d'une campagne ne doit jamais indiquer aux électeurs quel est le meilleur choix.
- **Doit garder son indépendance éditoriale et résister aux pressions politiques, sociales ou financières** susceptibles d'infléchir sa rigueur dans le traitement de l'information. Il suit uniquement les directives des responsables de sa rédaction, et, lorsqu'il travaille seul, de sa morale

et de son éthique. Il s'interdit d'utiliser des moyens déloyaux pour obtenir des informations, ne verse ni ne reçoit d'argent en échange d'informations et s'interdit tout plagiat.

- **Doit toujours avoir conscience des conséquences, positives ou négatives, des informations qu'il diffuse.** Pour cela, il utilise les formes de langage les plus neutres et les plus sobres possibles et traite toujours, avec pondération et rigueur, les sujets susceptibles de nourrir des tensions au sein de la population.
- **Doit utiliser les médias sociaux avec la même éthique professionnelle** que les autres sources d'informations, en vérifiant systématiquement les informations collectées, en se méfiant des conflits d'intérêts, et s'identifiant toujours comme journaliste.

## Les spécificités du processus électoral

Dans les démocraties en phase de consolidation, de transition ou de reconstruction, le rôle du journaliste ne se limite pas seulement à la couverture de la campagne des partis ou des candidats. Il doit aussi s'assurer, tout au long du processus électoral, que les conditions d'une élection libre, fiable et transparente sont réunies. Sans toutefois se substituer à la police, aux tribunaux ou aux instances officielles de contrôle des élections, le journaliste se doit de divulguer au public les erreurs, les irrégularités et les abus qu'il a constatés. Plus largement, le journaliste doit :

- **S'intéresser au cadre juridique de l'élection**, en accordant une attention particulière aux conditions d'éligibilité des candidats et à l'équité du découpage électoral.
- **Évaluer avec soin les procédures de recensement des électeurs** en vérifiant, avec le concours des autorités en charge de cette tâche, si l'opération est transparente et régulière, tant au niveau de la définition du corps électoral que de la mise à jour des listes.
- **Investiguer sur la fiabilité** des commissions électorales indépendantes et de toutes les institutions nationales impliquées dans la gestion du processus électoral.

- **Vérifier que les droits et les devoirs** contenus dans les codes de conduite fixant les règles du jeu de la campagne électorale sont bien respectés par les partis et les candidats.
- **Vérifier que tous les partis et candidats** ont un accès équitable aux médias, en particulier aux médias publics.
- **Visiter plusieurs bureaux de vote** le jour de l'élection pour s'assurer que les opérations de vote et de dépouillement ne donnent pas lieu à des fraudes.
- **Faire attention à ne jamais publier ou diffuser les résultats d'une élection** tant qu'ils n'ont pas été proclamés officiellement par la Commission électorale.
- **Exposer avec précision les motifs du recours** et le déroulement de la procédure, en cas de contestations et de recours concernant l'élection.
- **Savoir distinguer les irrégularités électorales**, qui peuvent être liées au manque de formation et d'information des agents électoraux, des fraudes électorales qui sont commises de manière délibérée dans le but de fausser une élection.
- **Utiliser les partis politiques et les organisations de la société civile comme sources d'information** lorsqu'il enquête sur des fraudes ou des irrégularités électorales, en traitant ces sources avec beaucoup de précaution car le risque de manipulation existe.

## La couverture de la campagne électorale

Pour les journalistes couvrant une campagne électorale, l'un des plus grands défis consiste à rendre compte des informations réellement utiles aux électeurs. Le journaliste doit prendre des précautions particulières, autant dans sa façon de traiter l'information que pour sa propre sécurité.

- **La préparation de la couverture de la campagne électorale commence par la planification des ressources** nécessaires à l'élaboration d'une grille de programmes et d'une organisation de la rédaction spécifiques et adaptées à la période électorale.

- **La couverture médiatique doit s'organiser avant le début de la campagne officielle** en rassemblant un maximum d'informations sur les partis et candidats. Il convient donc de prendre contact avec les personnes occupant une place dans l'organisation de leur campagne et de dresser une liste des grands enjeux et des préoccupations des électeurs.
- **Le journaliste doit savoir identifier et hiérarchiser les informations** qui doivent être utilisées et traitées pour couvrir de manière professionnelle et équitable la campagne électorale.
- **Les médias sociaux ne doivent pas constituer la seule source d'informations du journaliste.** Ils doivent s'ajouter aux sources traditionnelles et les informations qu'ils contiennent doivent être vérifiées.
- **Le recours à des experts, des universitaires ou des responsables de la société civile peut aider le journaliste** à identifier les grands enjeux qui devraient être abordés durant la campagne.
- **Le journaliste ne doit pas se contenter de reprendre les informations fournies par un parti ou candidat** mais essayer de les expliciter et de les mettre en perspective. Il doit aussi savoir distinguer clairement les activités officielles des responsables gouvernementaux de leurs activités en tant que candidat ou membre de parti.
- **L'entrevue électorale d'un homme politique est un art difficile** qui exige une bonne préparation pour poser des questions pertinentes.
- **Les sondages sont une source d'information à ne pas négliger** mais ils doivent être abordés avec prudence, étant donné leur qualité très inégale et les éventuels sondages commandés.

Si la place du journaliste est centrale dans l'élargissement et l'approfondissement des processus démocratiques et de paix, son rôle est capital dans les contextes sensibles. En effet, le journaliste doit développer un sens aigu de l'observation et de l'analyse qui lui permette d'appréhender la complexité de la situation sociopolitique et des enjeux du scrutin

électoral tout en faisant preuve de rigueur dans l'application des règles d'éthique et de déontologie. Il doit tout faire pour éviter d'alimenter la crise et tenter, au contraire, de l'apaiser. Cela passe, là encore, par un respect très scrupuleux des règles d'éthique ■

Ce guide a été conçu avec l'aimable participation de



**Équipe rédactionnelle :** Jocelyn GRANGE (Consultant en journalisme électoral), Lysiane BAUDU (Reporters sans frontières), Tidiane DIOH (Organisation internationale de la francophonie)

**ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE**

19-21 avenue Bosquet 75007 Paris

Site Internet : [www.francophonie.org](http://www.francophonie.org) // Courriel : [oif@francophonie.org](mailto:oif@francophonie.org)

**REPORTERS SANS FRONTIÈRES**

CS 90247 75083 Paris Cedex 02

Site Internet : [www.rsf.org](http://www.rsf.org)

## **REPORTERS SANS FRONTIÈRES**

CS 90247 75083 Paris Cedex 02

Tel (33) 1 44 83 84 84

Fax (33) 1 45 23 11 51

Site internet : [www.rsf.org](http://www.rsf.org)

## **ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE**

19-21 avenue Bosquet 75007 Paris

Tel (33) 1 44 37 33 00

Fax (33) 1 45 79 14 98

Courriel : [oif@francophonie.org](mailto:oif@francophonie.org)

Site internet : [www.francophonie.org](http://www.francophonie.org)

