

Recommandation

**La couverture des  
campagnes électorales  
dans les médias**

Adoptée par le Conseil de déontologie  
journalistique le 15 décembre 2010  
Mise à jour le 7 juillet 2023

Recommandation

# La couverture des campagnes électorales dans les médias

Adoptée par le Conseil de déontologie  
journalistique le 16 novembre 2011

Mise à jour le 7 juillet 2023

3<sup>ème</sup> édition  
Septembre 2023

Les carnets de  
la déontologie

11

cdj<sup>o</sup>

3<sup>ème</sup> édition - Septembre 2023

# Introduction

En 2011, deux ans après sa naissance, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) était amené à formuler un avis sur les considérations déontologiques qui régissent les dispositifs d'information en période de campagne électorale dans les médias. Quelques campagnes, un **Code de déontologie journalistique (2013)** et plusieurs cas de jurisprudence plus tard, dans un contexte informationnel (médias alternatifs, *fake news*, réseaux sociaux, infobésité) et politique (montée des extrémismes) en pleine évolution, le CDJ a décidé de revoir et de compléter – en 2019 d'abord, en 2023 ensuite – cet avis, rebaptisé « Recommandation » par souci de clarté.

Renvoyant désormais au **Code de déontologie journalistique**, dont elle éclaire l'application dans le cadre spécifique des campagnes électorales, cette Recommandation rappelle la valeur fondamentale de l'indépendance de l'information et du journalisme : dans un système démocratique garantissant la liberté de la presse, il est essentiel que tous les choix éditoriaux soient de la responsabilité des rédactions, lesquelles doivent pouvoir décider en toute autonomie et sans ingérence, en assumant cette responsabilité face au public.

La Recommandation s'articule autour d'un préambule et de six principes cumulatifs et indissociables. Elle concerne ainsi l'ensemble de l'information journalistique organisée et présentée par les rédactions en période de campagnes électorales, qu'il s'agisse de productions spécifiques ou de la couverture habituelle de l'actualité. Les diverses formes de publicités électorales, auxquelles les journalistes n'ont pas à participer, ne sont pas concernées, sauf lorsqu'une confusion possible avec l'information est en jeu. Le CDJ a ajouté à la présente publication une série de précisions à propos de la mise en œuvre des six principes de la Recommandation.

Ce texte s'inscrit dans le champ de compétence du CDJ, à savoir la déontologie journalistique dans l'ensemble des médias, sans préjudice de la réglementation applicable aux seuls médias audiovisuels ou des règles spécifiques au service audiovisuel public. Si son usage principal concerne la couverture d'élections, cette Recommandation trouve à s'appliquer – en raison des principes déontologiques sur lesquels elle repose – bien plus largement dans l'information générale et politique en particulier.

# Préambule

Les principes de cette Recommandation sont fondés sur la **Convention Européenne des droits de l'Homme**, qui rend contraignant pour les États membres du Conseil de l'Europe le respect de certains droits énoncés dans la Déclaration universelle des droits de l'Homme<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> On consultera un aperçu de la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'Homme relatifs à la couverture des campagnes électorales à l'adresse : <https://rm.coe.int/factsheet-on-media-and-elections-july2018-pdf/16808c5ee0>.

# Principes généraux

**1.** La responsabilité des choix éditoriaux et des dispositifs d'information en période de campagne électorale incombe aux rédactions.

**2.** Les rédactions tiennent compte dans leur mission d'information de la totalité des contributions au débat politique, en ce compris celles des tendances émergentes ou réputées extrêmes, en fonction de leur pertinence journalistique.

**3.** Le choix d'inviter un candidat ou un représentant d'un parti, d'une liste ou d'un mouvement à prendre part à un débat ou à s'exprimer de toute autre manière dans un média relève de la seule responsabilité de la rédaction du média, dans le cadre de la ligne éditoriale de celui-ci et des valeurs dont cette ligne est garante.

Être candidat à une élection n'implique aucun droit d'accès automatique à l'expression dans un média.

**4.** Les rédactions sont invitées à ne pas donner d'accès direct à l'expression des candidats, listes, partis, mouvements... qu'elles identifient comme liberticides ou antidémocratiques, ou dont elles constatent que leur programme ou leur discours entre en contradiction avec les lois réprimant le racisme, le sexisme, la discrimination ou le négationnisme, et à soumettre cette expression à un traitement journalistique<sup>1</sup>.

Étant donné l'absence d'études scientifiques irréfutables ou de textes juridiques répertoriant des partis, listes ou mouvements comme liberticides ou antidémocratiques, il relève de la seule liberté éditoriale des rédactions de ne pas donner d'accès direct à l'expression à ceux qu'elles identifient comme tels, pour autant qu'elles étayent cette décision et se basent pour ce faire sur des faits avérés et des sources crédibles, dont, le cas échéant, des décisions de justice ou des avis d'experts ou d'organismes ayant pour objet la protection des droits humains.

---

<sup>1</sup> On consultera sur cette question la note « La "clause de responsabilité sociale et démocratique" - 10 questions et un peu d'histoire pour comprendre le "cordon sanitaire médiatique" » à l'adresse : <https://www.lecdj.be/fr/deontologie/textes-de-reference/>.

Les rédactions veilleront à informer le public des raisons qui motivent toute exclusion.

En tout état de cause, cette décision étant inhérente à la responsabilité sociale des seules rédactions, elle ne peut être déléguée à des tiers, qu'il s'agisse de juges, d'experts, de mandataires politiques ou d'organismes ayant pour objet la protection des droits humains.

**5.** La diffusion de sondages la veille ou pendant le déroulement du scrutin est susceptible de peser sur les résultats de ce dernier. Les rédactions peuvent décider de diffuser des sondages ou des résultats partiels avant la fin d'un scrutin, après avoir mis en balance, en toute responsabilité, l'intérêt public de leur divulgation (pour contrer par exemple les tentatives de désinformation et de manipulation en matière de sondages qui peuvent œuvrer dans le même temps sur le web et les réseaux sociaux) et le souci de ne pas influencer l'issue du scrutin.

**6.** Les journalistes candidats aux élections doivent éviter tout conflit d'intérêts et toute suspicion de conflit d'intérêts entre leur activité journalistique et leur engagement politique, qui constitue un droit citoyen. Les responsables des médias sont invités à prendre les mesures de nature à éviter ces conflits d'intérêts.

# Mise en œuvre

## 1. Rôle des instances internes

La Déclaration (internationale) des devoirs et des droits des journalistes (1972) prévoit que ceux-ci doivent refuser toute pression et n'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction (Devoir n° 10). Le **Code de déontologie journalistique (2013)** exige des journalistes qu'ils ne cèdent à aucune pression (art. 11). La mise en œuvre de ces textes implique que les choix rédactionnels ne soient opérés que par les rédactions.

Il est légitime que le législateur, répondant à un souci démocratique, fixe dans le champ strict de ses compétences des règles précises pour les périodes électorales, notamment dans le but d'assurer l'indépendance de l'information, l'équité entre les candidats, le libre choix de l'électeur ou la régularité d'un scrutin... Toutefois, des règles allant à l'encontre des valeurs démocratiques ou de l'indépendance rédactionnelle ne seraient pas acceptables.

Afin notamment de garantir leur opposabilité, il est également légitime que dans un média, les instances de décision internes (conseil d'administration, direction) souhaitent, dans les mêmes circonstances, contribuer à fixer de telles règles, dont l'objectif est et doit rester l'indépendance de l'information. Du point de vue de la déontologie journalistique, l'initiative de ces règles doit revenir aux rédactions, dans le respect de leur indépendance et de leur déontologie.

## 2. Les rédactions « tiennent compte »...

La déontologie journalistique prescrit la recherche de la vérité (art. 1 du **Code de déontologie journalistique**), exclut la suppression d'informations essentielles (art. 3) et réproouve la confusion entre information et propagande (art. 13). Appliquées aux campagnes électorales, ces règles proscrivent tout favoritisme ou toute partialité dans le traitement journalistique des candidats et des listes.



Pendant une campagne électorale, comme en tout temps, le traitement journalistique de l'actualité politique doit tenir compte de l'ensemble des faits pertinents pour une information correcte. Il relève de l'essence même du travail journalistique de chercher l'information la plus complète possible, de la vérifier, de la trier, de la mettre en perspective avant de la diffuser. L'axe qui doit guider ce travail est la pertinence pour le public, sans partialité, exclusion d'office ou droit automatique à la parole.

Il ne s'agit donc pas, dans l'esprit de cette Recommandation, de passer sous silence l'existence de candidats, partis, listes, mouvements ou opinions liberticides ou antidémocratiques, pas plus que l'existence ou l'émergence d'acteurs ou de groupes moins représentatifs ou réputés extrêmes. Il s'agit de leur appliquer le même traitement journalistique, défini ci-dessus, qu'à tous les autres éléments et acteurs de la vie politique.

La même pertinence s'applique à la forme des débats ou forums d'information, au choix des personnes invitées à y intervenir et à la manière dont les échanges y sont organisés. Toutes ces décisions relèvent de la liberté rédactionnelle, s'exerçant en toute responsabilité, comme l'indique explicitement l'art. 9 du **Code de déontologie journalistique**.

### **3. Quelle liberté pour les ennemis de la liberté ?**

**3.1.** Le principe 4 de cette Recommandation invite les rédactions à éviter de donner un accès direct à l'expression des candidats, partis, listes, mouvements... dont elles considèrent le programme ou le discours comme liberticide, antidémocratique ou en contradiction avec les lois interdisant le racisme, le sexisme, la discrimination ou le négationnisme. Par « accès direct à l'expression », il faut entendre tout mode de diffusion qui, par sa nature, ne peut pas être soumis au contrôle de la rédaction en temps réel.

En journalisme audiovisuel, la diffusion en direct est fréquente et se prête à l'expression incontrôlable d'opinions illégales, liberticides ou antidémocratiques. En presse imprimée ou en ligne, un accès direct à l'expression peut prendre la forme de « cartes blanches », de tribunes libres, voire d'interviews. En outre, tous les médias peuvent diffuser des contenus sonores et/ou des vidéos sur leur site Web : le refus de l'expression en direct s'y applique.

Refuser l'expression directe de ces partis, listes, mouvements ou candidats n'empêche pas d'en faire état ni de leur consacrer des articles, des reportages ou des émissions en différé, où ces sources font l'objet d'un traitement journalistique.

Lorsque les rédactions donnent la parole à des intervenants dont elles peuvent légitimement supposer qu'ils appartiennent à une mouvance liberticide ou antidémocratique, elles veillent à en informer clairement le public. Le cas échéant, et si cette précision est utile à la bonne compréhension de l'information par le public, elles veillent également à l'informer des raisons qui sous-tendent le choix de ces interlocuteurs

**3.2.** Par ailleurs, la distinction doit clairement être faite entre les opinions liberticides ou antidémocratiques et les opinions exprimées par des partis, listes ou mouvements démocratiques nouvellement apparus, ou absents ou peu représentés dans les assemblées élues sortantes. Pas question d'exclusion à l'égard de ces derniers, mais plutôt d'une participation décidée par chaque rédaction en fonction des sujets, du nombre de participants aux débats ou forums et de la pertinence de leur expression en termes d'information du public.

#### **4. Une atteinte à la liberté d'expression ?**

Par principe, la liberté d'expression est reconnue à tous (art. 10 § 1 de la **Convention européenne des droits de l'Homme** et art. 19 de la Constitution), quelles que soient les opinions exprimées. Comment justifier, dès lors, qu'un texte déontologique y fixe des limites ?

**4.1.** La liberté d'expression ne doit pas être confondue avec l'obligation, pour les médias, de diffuser toutes les opinions. Les rédactions ont seules la responsabilité d'ouvrir leurs colonnes, leur site ou leur antenne et doivent, dans ce cadre, respecter des règles déontologiques spécifiques à l'activité journalistique. Ces règles n'abolissent pas la liberté d'expression : celui qui n'a pas eu la parole dans un média reste libre de s'exprimer en dehors de celui-ci.

**4.2.** Ceux qui expriment certaines opinions se mettent eux-mêmes hors-jeu en transgressant des lois interdisant l'expression d'opinions

racistes, discriminatoires, négationnistes... D'autres utilisent les espaces d'expression libre pour tenir des propos qui sapent les fondements de la démocratie et de la liberté qui leur permettent pourtant de s'exprimer. Les journalistes et les médias n'ont pas à faciliter l'expression de ces opinions illégales, liberticides ou antidémocratiques.

**4.3.** La liberté d'expression n'est pas absolue et s'accompagne d'une responsabilité envers la société. Les limites peuvent être fixées par la loi qui s'impose à tous et, pour les activités journalistiques, par la déontologie.

## **5. Quels partis, listes, mouvements et candidats ?**

Sont visés dans cette Recommandation des partis, listes, mouvements... dont le programme est connu ainsi que des personnes dont on connaît les opinions. Il peut arriver que des personnes extérieures à ces partis, listes ou mouvements liberticides ou antidémocratiques expriment des propos litigieux. Par définition, c'est imprévisible et il n'y a pas lieu d'assimiler ces dérapages à des programmes préétablis. Toutefois, la prudence impose de soumettre les propos tenus à cette occasion à un examen journalistique, en vue d'une décision sur une expression ultérieure de ces mêmes personnes.

À défaut d'études scientifiques irréfutables ou de textes juridiques qui identifient et répertorient les partis, listes ou mouvements non démocratiques et liberticides, chaque rédaction est amenée, en vertu de sa responsabilité éditoriale, à trancher en la matière en étayant sa décision et en se basant pour ce faire sur des faits avérés et des sources crédibles dont, le cas échéant, des décisions de justice et des avis d'experts ou d'institutions de référence comme Unia (Centre interfédéral pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme).

D'éventuelles divergences d'analyse, conduisant à des choix éditoriaux différents, sont dès lors possibles et admissibles. En effet, des sources différentes peuvent apporter des informations en sens divers et les experts consultés peuvent eux-mêmes être en désaccord sur l'interprétation du positionnement idéologique des partis, listes, mouvements ou candidats concernés. Chaque rédaction peut librement apprécier la crédibilité, le poids ou la pertinence de ces sources pour étayer son choix, qui ne sera pas nécessairement le même que celui d'une autre rédaction.

Si la décision est prise, en fonction de cette appréciation, de ne pas inviter une personne à s'exprimer par voie directe, la rédaction doit en avertir le public et lui en communiquer les raisons.

## 6. Objection de conscience des journalistes

Les journalistes ne peuvent être contraints d'agir contre leur conscience (Déclaration des devoirs et des droits des journalistes, Droit n° 3). Il est légitime d'attendre d'eux qu'ils respectent les instructions de leur rédaction en chef et la ligne éditoriale de l'organe d'information auquel ils collaborent (**Code de déontologie journalistique**, art. 11), mais s'il s'agit de la diffusion d'opinions illégales, liberticides ou antidémocratiques, le droit à l'objection de conscience leur est reconnu et le fait de l'exercer ne peut entraîner de sanction.

## 7. Éviter l'instrumentalisation

Si les diverses formes de publicités électorales, auxquelles les journalistes n'ont pas à participer, ne sont pas concernées par cette Recommandation, le principe déontologique concernant l'interdiction de confusion entre publicité et information prévu à l'art. 13 du **Code de déontologie** et détaillé dans la **Directive sur la distinction entre publicité et journalisme** consacrée à ce sujet reste d'application.

Les rédactions doivent veiller à éviter toute instrumentalisation par un parti, une liste ou un mouvement par exemple dans le cadre de l'achat d'un espace publicitaire par un donneur d'ordre politique. Une attention particulière doit donc être prêtée à établir une distinction visible entre l'espace acheté et les contenus émanant de la rédaction.

Dans cette optique, le CDJ rappelle qu'il est recommandé aux médias, lorsque les contenus à teneur publicitaire présentent de fortes ressemblances avec les contenus journalistiques, de veiller, d'une part, à renforcer le cadre qui permet de souligner leur nature publicitaire et leur différence avec le contenu rédactionnel et, d'autre part, à consulter la rédaction en chef pour vérifier que les mesures prises empêchent bien toute confusion. ■

## Les Carnets de la déontologie :



**Les forums ouverts sur les sites des médias**  
**Novembre 2011**



**Les journalistes et leurs sources**  
**Guide de bonnes pratiques**  
**Mars 2012**



**Code de déontologie journalistique**  
**Octobre 2013 (mis à jour en septembre 2023)**  
**(Existe aussi en version allemande)**



**L'identification des personnes physiques dans les médias**  
**Décembre 2014**  
**(Existe aussi en version allemande)**



**Informen en situation d'urgence**  
**Juin 2015**



**La distinction entre publicité et journalisme**  
**Décembre 2010 (complétée en février 2015)**



**L'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère**  
**et aux thèmes assimilés**  
**Mai 2016**



**L'obligation de rectification**  
**Juin 2017**  
**(Existe aussi en version allemande)**



**La couverture des campagnes électorales dans les médias**  
**Novembre 2011 (mise à jour en juillet 2023)**  
**(Existe aussi en version allemande)**



**Le traitement journalistique des violences de genre**  
**Juin 2021**  
**(Existe aussi en version allemande)**

Mise à jour en juillet 2023

Conseil de déontologie journalistique  
Editeur responsable : Muriel Hanot, AADJ-CDJ  
155, rue de la Loi, bte 103, 1040 Bruxelles  
Tél 02/280.25.14 - [cdj@lecdj.be](mailto:cdj@lecdj.be)  
[www.lecdj.be](http://www.lecdj.be)

