Juillet-août 2015 - n°172

journalistes



Sommaire

Point de vue

Autoriser la relecture d'une interview c'est perdre un peu d'indépendance 3

Multimédia

Google présente ses nouveaux outils pour les journalistes 4

Indépendants

160 pigistes européens se sont réunis 48 heures à Strasbourg

International

Visite du musée de la presse de Washington D.C.

10

En supplément :

- le dernier numéro de
 « DéontoloJ », le trimestriel
 du Conseil de déontologie
 journalistique
- le folder «Les jeunes dans la presse quotidienne»

N° d'agréation : P101017 Bruxelles X - seizième année ISSN : 0770-9986



Dossiei

A quand des journaux qui nous ressemblent?

L'AJP vient de publier sa deuxième étude sur la diversité en presse quotidienne. Et une première sur l'image et la présence des jeunes.

Prenez un journal, observez-le : vous y trouverez 82 % d'hommes. Les femmes ont quasi disparu de l'actu. Mais ce n'est pas tout : les quotidiens n'offrent que peu de diversité d'origine ou de professions, l'espace y est monopolisé par les cadres et les sportifs. Ce n'est ni une caricature, ni un constat intuitif : ce sont les chiffres de la dernière étude de l'AJP qui porte sur 6 journaux, 2.200 articles, près de 10.000 intervenants. Une étude qui, hélas, confirme les précédentes. En télévision, les baromètres du CSA l'avaient déjà montré : nos écrans souffrent de carences en diversité.

Mais pour la presse quotidienne, c'est encore pire. Particulièrement pour ce qui concerne les femmes. On note un seul progrès, par rapport à la première étude identique menée par l'AJP en 2011: la diversité d'origines a doublé. Une belle évolution. Mais rien de tel pour les personnes handicapées, les ouvriers, les employés, les inactifs : tous sont absents de nos pages. Et quand ils sont présents, leur traitement médiatique est différent : moins identifiés, la plupart du temps cantonnés dans des rôles passifs.

La diversité a bien du mal à se frayer un chemin dans la presse, qui reste très majoritairement blanche, masculine et cadre.

Notre dossier est également consacré à une deuxième étude, centrée sur la présence et l'image des jeunes de 3 à 30 ans. Là également, le bilan quantitatif comme qualitatif pourrait être meilleur. Mais pour ne pas se limiter à ces constats de carence, une troisième publication tente de (re)créer du lien entre la presse et les jeunes, en pointant les « bonnes pratiques » : oui, les jeunes lisent la presse, oui, ils la comprennent et s'y intéressent. Et les journaux, soucieux de rajeunir leur lectorat, développent aussi des opérations pour eux.

Martine Simonis

Dossier pages 6 à 9

Union Européenne

Pas de secret économique pour la liberté de presse!

La FEJ et le collectif « Informer n'est pas un délit » poursuivent la lutte contre un texte inadmissible.

« On ne désarme pas. Il faut tenter de prolonger les négociations. Nous poursuivons les contacts, y compris avec des députés européens conservateurs...» Directrice à la Fédération européenne des journalistes (FEJ), Renate Schroeder commentait récemment les suites du dossier « secret des affaires » dont l'Union européenne s'est faite l'avocate, au risque d'attenter gravement à la liberté d'infor-

Résumé des épisodes précédents. Depuis la fin 2013, la Commission européenne élabore une proposition de directive pour mieux protéger les entreprises contre la divulgation de leurs secrets économiques. De nombreuses PME, notamment, pâtissent effectivement des vols de secrets, soulignaient des avocates spécialisées lors d'une après-midi de débat à la RTBF, le 29 mai. A partir des législations nationales existantes, l'UE a voulu clarifier et harmoniser la définition du secret des affaires. Elle l'a fait en considérant qu'il s'agit « des techniques ou des informations commerciales ayant une valeur économique pour l'entreprise ».

Jean-François Dumont

Suite page 2

Diversité, égalité, jeunesse: les quotidiens sous la loupe

L'AJP a analysé les contenus de 6 quotidiens. Déjà réalisée en 2011, cette étude confirme les carences en diversité et en égalité.

Un dossier réalisé par Martine Simonis

Les femmes disparaissent de l'info

e Soir, La Libre, La Dernière Heure, L'Avenir, Sudpresse, Metro: les articles de ces 6 quotidiens ont été passés au crible pour cerner la diversité de leurs contenus, entendue selon 5 critères: le sexe, l'origine, la profession, l'âge, le handicap. Déjà réalisée une première fois en 2011, cette édition a, cette fois, été enrichie d'un « baromètre de l'image et de la présence des jeunes en presse quotidienne » ainsi que d'un Guide de bonnes pratiques (lire en page 9). Les études livrent des centaines de résultats, parfois étonnants, souvent décevants, qui révèlent de réels déficits en diversité. En voici les plus saillants.

Une majorité invisible

Les femmes, qui forment 51% de la population belge, ne représentent que 17,31 % des interve-

La méthodologie

'échantillon porte sur les six mêmes titres de

presse que ceux analysés en 2011. Il s'agit

des principaux quotidiens de la Fédération

Wallonie Bruxelles, à savoir : Le Soir, La Dernière

Heure/Les Sports, La Libre Belgique, Metro, l'Ave-

nir et Sudpresse (dont nous avons sélectionné

les éditions paraissant à Tournai, respectivement

L'Avenir - Le Courrier de l'Escaut et Nord Eclair).

Pour l'étude « **Diversité** ». l'échantillon s'étend

sur trois jours de la semaine (le mardi, le jeudi et

le samedi), répartis aléatoirement de septembre

2013 à août 2014 Pour le Baromètre Jeunes ces

Toutes les pages ont été analysées, à l'exception

des éléments non-pertinents pour cette étude : la

nants dans les journaux. Autrement dit, les articles sont à plus de 80 % consacrés à des hommes.

Il y a en outre un traitement médiatique différencié en matière d'**identification**: là où les hommes sont souvent bien identifiés (ils forment 84% des identifications complètes – nom, prénom et profession), les femmes ne bénéficient pas de ce traitement: c'est dans l'identification par le seul prénom que la part de femmes est la plus importante (41%).

Les rôles médiatiques sont également différenciés. On retrouve le plus de femmes dans des rôles de figurantes individualisées (28 %), soit des rôles passifs. Par contre, dans les rôles d'expertes ou de porte-parole, elles sont quasi absentes : ces rôles sont à 86 % occupés par des hommes.

La parité de présence hommes/femmes se retrouve dans une seule catégorie d'âge, les 13-18 ans.

publicité, les rubriques nécrologiques, le carnet

familial, les chiffres de la bourse, la météo, les

petites annonces, les programmes télé, les jeux

ou la loterie, ou encore les dessins de presse. Les

suppléments « magazine » des quotidiens n'ont

pas été pris en compte, cette analyse se concen-

trant sur l'information quotidienne au sens strict.

Chaque « intervenant » est encodé. Par inter

venant, on entend les personnes citées, inter-

viewées, dont on parle, dont on rapporte la

parole montrées en photo et enfin les signataires

des articles. 9.574 intervenants ont été encodés,

apparaissant dans 2.142 articles, selon 26 cri-



Le dessinateur Kanar a apporté sa touche d'humour aux études de l'AJP..

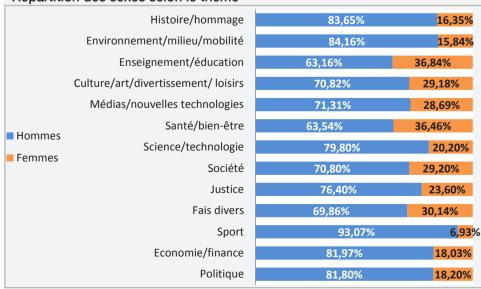
Partout ailleurs, les femmes disparaissent de l'info, à l'exception de la catégorie « victimes », dont 55 % sont des femmes...

Elles ne font pas de sport

Le sport reste le domaine où les intervenants de sexe masculin sont les plus présents, avec 93,07% d'hommes en 2014 (en 2011, ils étaient 93,18%). Mais les hommes dominent en présence dans tous les thèmes de l'actu (voir graphique ci-dessous), même en santé ou dans l'enseignement, deux secteurs où l'on trouve pourtant une majorité de femmes actives.

La presse quotidienne présente donc des chiffres bien en dessous de ceux que l'on retrouve dans un autre média : la télévision. En effet, les intervenants de sexe féminin y étaient 36,88% en 2012. Ce qui est mieux, mais encore loin de la parité...

Répartition des sexes selon le thème



Une meilleure diversité d'origines

es intervenants (voir page 6 « Méthodologie ») ont aussi été encodés, lorsque c'était possible, sur base de leur origine perçue. Comme pour les études similaires, les catégories « blancs » et « non-blancs » ont été utilisées. Et c'est la (seule) bonne surprise de cette étude : nos journaux proposent davantage de diversité qu'en 2011, près du double, avec 33,3 % de « non-blancs » (contre seulement 17,37 % en 2011). Mais il faut relativiser cette percée.

C'est logiquement l'information internationale qui médiatise le plus de « non-blancs » : ils y représentent 44 %. Par contre, ils ne sont que 22 % dans l'information nationale, mais 26 % dans l'information locale. Ces deux derniers pourcentages sont néanmoins en forte progression par rapport à notre étude de 2011.

Cette progression se confirme dans les rôles d'experts et de porte-parole également : on passe de 16% à 29% de porte-paroles perçus comme non-blancs, et de 6% à 14% d'experts perçus comme non-blancs. À noter

qu'à nouveau, c'est grâce à l'information internationale. Ces pourcentages retombent à 7 % en info locale ou nationale.

C'est dans les pages sportives que l'on trouve les plus forts pourcentages de « non-blancs » (44 %), puis dans les faits divers et la politique (39 %) et enfin dans la thématique justice (31 %).

Délinquants, mais rarement victimes

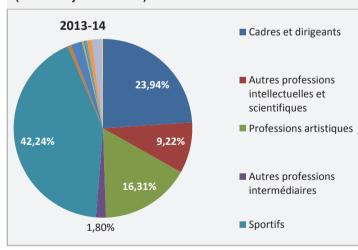
Si en 2011, on notait une quasi-parité entre blancs et «non-blancs» dans les catégories « auteurs d'actes répréhensibles » (51% - 49%) et « victimes » (55% - 45%), ce n'est pas le cas dans cette analyse. La majorité des auteurs d'actes répréhensibles dont l'origine est identifiable sont des individus perçus comme «non-blancs» (56%, contre 44% de blancs). Dans la catégorie des intervenants présentés en tant que « victimes », 75% sont blancs, contre 25% de «non-blancs».

Les élites, les sportifs et les quelques autres...

'analyse s'est également intéressée à la diversité de professions (ici appelées catégories socio-professionnelles, ou CSP). Comme en 2011, il y a une répartition déséquilibrée entre les CSP supérieures (49%), les CSP intermédiaires (44%) et les 8 autres catégories de professions (toutes ensemble : 5%). La représentation des professions dans la presse quotidienne reste donc de type « élitiste ». La présence d'artisans, d'étudiants, de personnel des services et vendeurs, d'ouvriers est quasiment insignifiante.

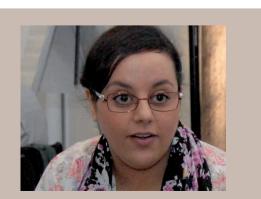
Le peu de diversité de professions est un point commun à tous les journaux, mais ils se partagent en deux groupes : ceux qui accordent le plus de place aux cadres et dirigeants (36 % des intervenants dans *Le Soir*, 32 % dans *La Libre*) et ceux qui font la part belle aux sportifs (63 % des intervenants de *Nord Éclair*, 59 % de *La Dernière Heure* et 46 % du *Courrier de l'Escaut*). Dans *Metro*, ce sont les professions artistiques qui sont les plus présentes (32,05 %).

Répartition des CSP sur l'ensemble des articles (sans les journalistes)



La chercheuse

es deux études, ainsi que le Guide de bonnes pratiques, ont été réalisées par Halima El Haddadi, la coordinatrice diversité de l'AJP. Auparavant, Halima avait réalisé pour le CSA des études comparables portant sur la télévision. Elle travaille également sur le GMMP (voir encadré « Les soutiens ») qui sera publié au dernier trimestre 2015. Elle sera ensuite en charge du répertoire d'expert-e-s.



journalistes - juillet-août 2015 - n°172 - 6

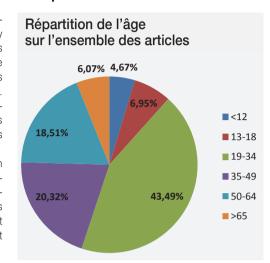
mêmes trois jours, plus trois autres.

Diversité, égalité, jeunesse dans les quotidiens

Peu de jeunes, peu de vieux

Comment les âges de la vie sont-ils pré-sents en presse quotidienne ? On y constate une forte présence des classes d'âge actives, comme le montre le graphique ci-après. Par rapport à leur poids réel dans la population, elles sont en surreprésentation. Ce qui a bien entendu une incidence importante sur la place occupée par les seniors ou par les ados et enfants, en relative sous représentation

Le traitement médiatique varie également en fonction de l'âge : il existe une tendance évolutive à l'accès à la parole directe qui est proportionnelle à l'âge. Plus on monte vers les tranches d'âges mûres, et plus l'intervenant est directement cité. De même, plus on est ieune et moins on est identifié



Pas de handicap

Sur les 9574 intervenants en presse quotidienne, seuls 15 présentent un handican soit 0.16% C'est dire si les personnes handicapées sont un « nonsujet média-



Emparez-vous des résultats!

avions fait part de notre perplexité, voire de notre déception, face aux déficits de diversité, sur tous les critères analysés.

Quelques années plus tard, alors que plusieurs initiatives ont été entreprises pour « mettre à l'agenda » la diversité dans le travail journalistique, force est de constater que ces efforts n'ont pas permis d'améliorer la représentation des femmes, des jeunes, des âgés et des personnes handicapées. Le seul progrès engrangé porte sur la diversité d'origines

L'info que nous lisons dans nos quotidiens nous renvoie l'image d'un univers très masculin, où plus de 4 intervenants sur 5 sont

Est-ce à dire que nous vivons dans une so-

Len 2011 en Communauté française, nous tique ? Ou bien cet espace est-il à ce point fermé à l'univers féminin qu'il l'ignore ? Ou encore ces deux facteurs se conjuguent- ils pour gommer les femmes? Ou pour ne leur accorder une visibilité qu'en termes d'actrices passives et peu identifiées ? Même dans les secteurs où, professionnellement, les femmes sont très majoritaires (éducation santé) on ne les retrouve plus qu'à portion congrue. Loin de l'AJP l'idée de juger ou de décerner de bons et mauvais points. Mais il y a là un réel questionnement, que nous renvoyons aux responsables des rédactions mais aussi aux journalistes de terrain, hommes et femmes, qui tous les jours bouclent nos quotidiens : pourquoi si peu - et « si mal » – de femmes dans vos colonnes?

Quant aux autres critères de diversité, et notamment l'âge. l'intérêt de cette étude est de montrer qu'en deciété qui réserve si peu de place aux femmes sonnes âgées. Alors qu'il s'agit sans doute de deux

classes d'âge dont le lectorat devrait être privilégié : la première parce qu'elle constitue l'avenir des «consommateurs » de médias, la seconde parce qu'elle a ce qui fait défaut aux classes d'âge actives : le temps, celui de lire un quotidien. Pour les jeunes (de 3 à 30 ans), nous avons réalisé une étude complémentaire : le baromètre de l'image et de la présence des jeunes en presse quotidienne. Et doublé les constats chiffrés d'une approche qualitative et d'un « Guide de bonnes pratiques » qui pointe les initiatives positives qui recréent du lien entre les jeunes et la presse. (lire ci-dessous)

Nous souhaitons que les journalistes prennent connaissance de ces études, dont nous n'avons ici donné qu'un aperçu. Et s'emparent de leurs résultats. L'AJP proposera d'ailleurs à chaque rédaction concernée une présentation de ses propres chiffres sur tous les critères analysés.

Il y a un réel écart entre la volonté des responsables des

journaux de rajeunir leur lectorat et la place laissée aux

jeunes dans ces mêmes journaux ; l'image souvent peu

valorisante que les quotidiens reflètent de la jeunesse

ne contribue sans doute pas à renforcer les interactions

Souvent victimes ou, à l'inverse, délinquants, les jeunes

sont rarement montrés dans des rôles sociaux positifs

à l'exception du sport. Souvent anonymes, peu ou mal

identifiés, rarement acteurs engagés dans la société,

L'image et la présence des jeunes en presse quotidienne

sujet de l'image et de la présence des jeunes de 3 à 30 ans). Les jeunes de 3 à 30 ans apparaissent en ans dans la presse quotidienne.

Jeunes et sportifs : les jeunes sont présents dans nos quotidiens. Particulièrement dans les pages sportives et dans l'info locale (49 % des intervenants jeunes, alors qu'en info nationale, on ne trouve que 13 % des intervenants jeunes). Ils sont présents dans 1 article sur 4 · si l'on enlève le sport, dans 1 article sur 5.

Jeunes actifs: la presse parle donc des jeunes mais particulièrement des ieunes au-delà de 18 ans. Par rapport à leur présence réelle dans la population, il y a une surreprésentation des catégories «actives » et une sous-représentation des moins de 18 ans.

Jeunes hommes : les jeunes en presse sont en majorité de sexe masculin : 70% contre 30% de femmes. Ce qui s'explique en partie par la forte couverture du sport dans la presse quotidienne. La tranche d'âge jeune la plus proche de la parité est celle des 13 à 18 ans (51 de garcons et 49% de filles).

Actifs identifiés : les catégories de jeunes les plus âgés sont les plus souvent identifiées (65% des 19-25 ans et 77% des 26-30 ans) et de manière la plus complète (nom, prénom, profession). Les plus jeunes sont les moins mentionnés (57% des 3-12 ans et 50% des 13-18 ans) et les plus identifiés uniquement par leur prénom.

Sujets passifs: les jeunes dans la presse quotidienne ne sont pas nombreux à s'exprimer. Ils sont en très grande majorité (82%) « passifs ». 78% des 13-18 ans sont les personnages principaux de l'article, mais ce n'est pas pour autant qu'ils sont ceux qui s'expriment le plus. En réalité, plus l'intervenant est jeune et moins il est interrogé. Plus il est âgé, et plus sa parole occupe d'espace rédac-

Dans la foulée de l'étude « diversité » (voir pages 6 tionnel (en moyenne 11% de l'espace rédactionnel occupé par les 3-12 ans, et 48% pour les 26-30 presse surtout comme des suiets (56%) dont on parle ou des figurants (25%) uniquement présents en photo. On trouve finalement peu d'experts et de porte-parole, même dans les catégories les plus âgées (2,31% chez les 26-30 ans).

> Engagés ? Les jeunes sont principalement présentés comme travailleurs pour les intervenants entre 19 et 30 ans, et comme élèves ou étudiants entre 3 et 18 ans. Sinon, ils apparaissent comme usagers ou consommateurs, surtout les 3-12 ans (33%). Ils sont très rarement montrés comme acteurs de terrain ou engagés (membres d'un parti politique ou d'un mouvement de jeunesse).

> Ados connotés négativement : en analysant la manière dont les ieunes sont dépeints dans la presse, on constate que les plus jeunes sont en majorité connotés de manière explicitement négative : les 3-12 ans le plus souvent comme « victimes » et les 13-18 ans le plus souvent comme « auteurs d'actes répréhensible ». Les intervenants entre 19 et 30 ans sont en majorité positivement connotés, la plupart du temps « mis en avant pour leur réussite » principalement dans le domaine

Trois publications

L'étude complète est en ligne sur le site de l'AJP et sur celui du service jeunesse de la FWB. Le folder inséré dans ce numéro de Journalistes sera diffusé à 8000 exemplaires, auprès des maisons et organisations

de jeunes, des étudiants en journalisme et des journalistes. Enfin. le Baromètre est accompagné d'un «Guide de



QUOTIDIENNE

LES JEUNES

bonnes pratiques» qui recense les initiatives en Belgique et en Europe qui permettent de recréer du lien entre les auotidiens et les jeunes (lire ci-contre).



Fonds pour le journalisme

Un 23^e appel riche en projets

L'enveloppe de juin était importante mais elle n'a pas suffi. 57.500 euros distribués.

es 11 projets parvenus au Fonds pour le jour-nalisme avant le 15 juin à minuit étaient tous recevables. Chaque membre du jury a donc reçu un dossier fourni. Après l'étude des projets et l'attribution des cotes. 8 proiets - ceux dont la movenne dépassait 6/10 - ont animé la délibération. 6 portaient sur des matières internationales, 2 seulement étaient entièrement belges

Les délibérations commencent toujours par un échange nourri à propos du fond du projet : est-il qualitatif ? Réalisable ? Intéressant pour le public de la Fédération Wallonie-Bruxelles ? Le budget détaille-t-il bien à quoi servira le soutien du Fonds ? Le média partenaire joue-t-il son rôle d'accompagnateur du projet ? Ensuite seulement, guand les membres du jury sont d'accord sur les projets à soutenir, une discussion s'organise autour des montants

De nouveaux jeunes

Les demandes financières étaient très largement supérieures au montant disponible pour cet appel soit 53.150 €. Dans pareille circonstance le jury n'aime pas saupoudrer chaque projet pour donner un peu à chacun. Le but est de permettre la réalisation d'enquêtes approfondies et non de faire plaisir à un maximum de demandeurs. Les budgets présentés ont dès lors été analysés au peigne fin en vue de l'attribution de montants équitables. En juin, 57,500 € ont donc été distribués

Pour ce 23^e appel, plusieurs ieunes et nouveaux journalistes sont soutenus par le Fonds. Trois projets sont collectifs quatre sont uniquement portés par des hommes, quatre seront diffusés dans la presse magazine, deux dans un quotidien, un à la radio et sur le web, un autre à la télévision. Plusieurs bénéficieront de multiples diffusions. La part de l'enquête par rapport au reportage est toujours proche du 50%.

Une nouvelle fois, le Fonds soutient aussi des enquêtes innovantes en termes de narration. Il remplit ainsi entièrement sa fonction de stimulateur de proiets d'envergure pour les médias de la Fédération

Jean-Pierre Borloo

Procès gagné pour Résistances.be

a cour d'appel de Liège a débouté, en date du 29 Liuin dernier, l'avocat M.L. qui avait intenté une action contre le site Résistances.be. L'arrêt confirme la décision de première instance : Résistances n'a pas commis de faute en révélant que le tueur de la Place St Lambert (Amrani) avait eu des liens avec l'extrême droite, et notamment avec l'avocat M.L. Le site n'avait pas cité le nom de l'avocat, il s'était basé sur des informations de Paris-Match et du Soir. L'arrêt constate que Résistances.be a donc suffisamment de sources, a agi de manière normalement prudente et n'a pas eu l'intention de nuire à l'avocat. En outre, le site avait pris la précaution d'éviter l'amalgame en précisant : « Les amis politiques d'extrême-droite de Nordine Amrani sont bien entendu étrangers à son geste meurtrier du 13 décembre ».

M.S

hors des classes d'âge de la vie active, les journaux accordent très peu de place aux jeunes et aux per-Jeunes et journaux : recréer du lien!

Les soutiens

nistre Jean-Claude Marcourt (Médias). service jeunesse de la FWB. Cette convention prévoit la réalisation de

signée en 2013 entre l'AJP et la Direction project (étude de genre dans les médias), un outil de l'Égalité des chances de la Fédération pour les enseignants en journalisme et enfin, la Wallonie-Bruxelles. Elle a été présentée création d'une base de données d'expertes et à Bruxelles début juillet, en présence de d'experts issus de la diversité à destination des la ministre Isabelle Simonis (Droit des iournalistes, Le Baromètre Jeunesse, ainsi que le femmes, Égalité et Jeunesse) et du mi- «Guide de bonnes pratiques» sont financés par le



L'étude « Diversité » a été réalisée 4 projets : outre l'étude « Diversité », la réalisation de l'édition 2015 du Global media monitoring

en présence

des ministres

Marcourt.

rarement experts ou porte-parole, les jeunes qui ne sont ni sportifs ni délinquants se reconnaissent sans doute très mal dans les pages Conférence de des journaux. Comment dès lors les intéresser à ces médias ? Comment les journaux le 6 juillet 2015 peuvent-ils approcher autrement la jeunesse, pour en améliorer la représentation collective et interagir davantage avec elle?

entre les jeunes et les journaux.

De nombreuses initiatives sont pourtant menées, qui visent à renouer le lien : le «Guide de bonnes pratiques» qui accompagne cette étude en recense une quinzaine, qu'elles émanent de jeunes, de journaux ou d'associations. Les responsables de rédaction des quotidiens analysés ont prêté leur concours à ce guide : Christophe Berti (Le Soir), Thierry Dupiéreux (L'Avenir), Philippe Miest (Sudpresse), Denis Pierard, (IPM), Jérôme Rombaux (Metro).

Mais il ne suffira sans doute pas de la bonne volonté des acteurs ni de l'action de quelques-uns. Il faudrait - et ceci vaut également pour les autres critères de diversité (sexe.

origine,...) - considérer que la question de la présence et de l'image des jeunes dans les médias est centrale pour leur évolution, voire pour leur survie. Une responsabilité qui incombe aux directions éditoriales et aux rédactions en chef mais également à tous les iournalistes dans leurs choix quotidiens. Cette étude leur donne amplement les constats nécessaires pour stimuler leur action

journalistes - juillet-août 2015 - n°172 - 8 journalistes - juillet - août 2015 - n°172 - 9