

CAMPAGNE

PROMOUVOIR DAVANTAGE D'ÉGALITÉ DANS NOS RÉDACTIONS

Dans le cadre de la campagne « Journalisme Zéro Sexisme » de l'AJP, le dossier de *Journalistes* est consacré à l'égalité femmes-hommes au sein des rédactions des médias belges francophones. Quel pourcentage de femmes dans les médias belges ? Quelles initiatives pour améliorer (et in fine, atteindre) l'égalité femmes-hommes dans les rédactions ? Existe-t-il des obligations légales en la matière ? Peut-on s'inspirer de bonnes pratiques à l'international ? Autant de questions auquel ce dossier apportera un éclairage grâce notamment à des entretiens avec les responsables de rédactions ou de ressources humaines de grands groupes de médias (Rossel, IPM, RTL et la RTBF/p. 2) et une ouverture littéraire et politique pour élargir notre réflexion sur nos pratiques (p. 5).

En Belgique, il n'existe pas d'obligation légale pour les entreprises d'adopter un plan d'égalité femmes-hommes. Dans le secteur médias, seule la RTBF en a l'obligation par son contrat de gestion. Certaines législations s'appliquent à toutes les entreprises pour lutter contre les discriminations de genre. Elles concernent principalement l'écart salarial, la conciliation travail/famille et le plafond de verre (entreprises cotées en bourse et services publics). Quelques chiffres importants : chaque année, l'Institut pour l'Égalité des Femmes et des Hommes (IEFH) publie les chiffres de l'écart salarial femmes-hommes en Belgique. Calculé sur base annuelle, il s'élève à 23,7%. Pour le secteur des médias, il a été chiffré à 13,6% en moyenne et atteint déjà près de 10% dans la tranche d'âge avant 35 ans (« Portrait des journalistes belges », 2018). Cela s'explique notamment par la sur-représentation des femmes dans les emplois à temps partiel : en 2020, 45% des salariées travaillaient à temps



Combien de femmes dans nos rédactions? Photo Belgalmage/Agefotostock.

partiel contre 9,5% des salariés. Dans le secteur médias, 28,5% des femmes travaillent à temps partiel, pour 18,1 % des hommes. Si l'on corrige l'écart salarial en neutralisant la variable « temps de travail », l'écart salarial en Belgique, tous secteurs confondus, est encore de 9,6%. On ne dispose malheureusement pas de cet écart corrigé pour le secteur médias. Les raisons évoquées pour expliquer le temps partiel relèvent principalement d'une conciliation difficile entre vie professionnelle et vie privée. De la difficulté d'être femme, mère et employée, ou journaliste.

Loin de vouloir dresser un constat d'échec, ce dossier a pour but de vouloir inspirer et inciter aux changements. Transparence et comparaison des salaires, horaires flexibles, recrutement ciblé, lutte contre les préjugés et formations spécifiques à destination des femmes : nombreuses sont les entreprises belges ayant entrepris des actions pour plus d'égalité. L'IEFH les liste dans sa base de données « Bonnes pratiques » et c'est aussi ce que nous ferons dans ces quelques pages consacrées.

Suite en pages 2 à 5

Camille Loiseau

LES CHIFFRES, INDICATIFS, PAS IMPÉRATIFS

Dans le cadre de notre campagne « Journalisme zéro sexisme », nous avons posé trois questions à quatre responsables de rédactions francophones à propos de la place des femmes journalistes dans leur rédaction et de la manière dont sont abordés les problèmes liés au sexisme. Les questions posées étaient les suivantes :

1. Comment expliquez-vous la relative faible présence des femmes journalistes dans votre rédaction ? Avez-vous une attention particulière à cette question lors du recrutement ou pendant la carrière (on sait que les femmes quittent massivement les rédactions vers 35 ans) ?

2. Y a-t-il dans votre entreprise un plan spécifique pour les questions d'égalité entre les femmes et les hommes, particulièrement dans les rédactions ?

- Si oui : que contient-il ? Peut-on le consulter ? Est-ce que les employé-e-s le connaissent ? Est-il évalué périodiquement ?

- Si non : pourquoi un tel plan n'existe pas.

Suite en page 2.

N°235

SOMMAIRE

06 Va et vient et Nouvelles agrégations \

06 Prochaines formations AJPro \

07 Rue de la déonto : le droit n'est pas la déontologie. Ni l'inverse \

08 Journaliste à la Une : Philippe Leruth

AJP

LES CHIFFRES, INDICATIFS, PAS IMPÉRATIFS

Quatre responsables répondent à nos questions. Si le 50/50 est le but commun de chaque rédaction, toutes n'en font pas une priorité. Elles s'appuient en revanche sur les chiffres pour démontrer leurs progrès en matière d'égalité hommes-femmes.

Début en page 1

3. L'étude (ULB/UMons) sur les femmes journalistes rapporte de très nombreux témoignages relatifs à des comportements sexistes dans les rédactions de la FWB (propos sexistes, harcèlement, discriminations...). Les directions par contre disent être peu ou pas au courant de ces faits. Qu'en est-il dans votre entreprise ? Comment sont traités ces cas ? Pensez-vous qu'il y a des procédures ou autre chose à mettre en place pour que ces comportements soient mieux rapportés, traités ?

1. FAIBLE PRÉSENCE ?

Jean-Pierre Jacqmin, Directeur de l'Information et des Sports à la RTBF (J.-P. J.) : Le pourcentage de femmes journalistes est de 46% si on considère la rédaction au sens strict. Le pourcentage augmente si l'on tient compte des fonctions de support et il diminue si l'on prend en considération les métiers techniques, bien qu'il y ait chez nous de plus en plus de monteuses et des cadreuses. Ces métiers ne sont par ailleurs pas exclusivement attachés aux rédactions mais aussi au divertissement par exemple.

Je n'explique donc pas une « faible » présence, mais une présence importante qui tend vers la parité, que nous voulons atteindre. Nous faisons attention à l'équilibre des genres mais nous ne pratiquons pas la discrimination positive : à compétences égales, nous en tenons compte. Et c'est le cas pour toutes les fonctions, y compris de rédaction en chef, même si dans ce cas, il s'agit, le plus souvent, d'évolution de carrière et non de recrutement.

Il n'est pas non plus exact que les femmes quittent massivement la rédaction de la RTBF vers 35 ans. Je constate des ralentissements de carrière dans certains cas mais par d'arrêt parce qu'il serait trop compliqué de conjuguer la maternité et le travail. Une série de mesures sont en place pour faciliter ces situations. Nous disposons par exemple d'une crèche, « Baby média » qui déménagera fin d'année vers des locaux flambants neufs. Pour info, le turn over à la RTBF n'est que de 0,5% par an là où la moyenne des entreprises belges tourne autour de 7-8%.

Gwenaëlle Leclair, Responsable RH Rossel & Cie pour l'entité *Le Soir* plus précisément, depuis fin 2017 (G.L.) : il s'agit avant tout d'un reliquat historique. Cette proportion (NDLR : 25% de femmes journalistes) correspond à la tranche supérieure de notre pyramide des âges. Dans la tranche « - de 40 ans », la proportion de femmes augmente considérablement et tend vers les 50%. Notre stratégie RH s'oriente depuis plus de 3 ans vers le sur-mesure et la flexibilisation afin de permettre à chacun-e de s'épanouir pleinement professionnellement. A titre d'exemple, la création de postes pour permettre aux talents de se développer pleinement, les mobilités internes, la mise en place d'entretiens de briefing/debriefing, les plans de formations, le plan bien-être avec ses ateliers, etc.

Stéphane Geerts, Responsable des ressources humaines et des services généraux RTL Belgium (S.G.) : Si nous nous basons sur le nombre de cartes de presse délivrées à nos collaborateurs-rices, ce sont 38,5% de femmes qui en disposent. Parmi ceux-ci figurent également des métiers issus non pas des études de journalisme mais bien des « Arts de la diffusion », du spectacle et de l'audiovisuel (caméra, cadre, montage, multimédia).

Si nous faisons un focus sur les « journalistes rédacteur-riche-s », nous ne comptons alors pas moins de 49,2% de femmes au sein de nos rédactions. Compte tenu de la grande portée du secteur audiovisuel, nous avons pleinement

conscience de l'importance de promouvoir l'égalité des genres. C'est pourquoi, les visages d'antenne de notre rédaction RTL Info (13h et 19h) atteignent la parité (3 femmes et 3 hommes).

Il reste cependant, au-delà de la parité, de nombreux enjeux et défis à relever.

La couverture de l'actualité nécessite une grande flexibilité en termes d'horaires et ceux-ci peuvent s'avérer contraignants pour l'équilibre vie professionnelle-vie privée. Nous travaillons donc sur l'aménagement du temps de travail, notamment au sein de nos rédactions radios.

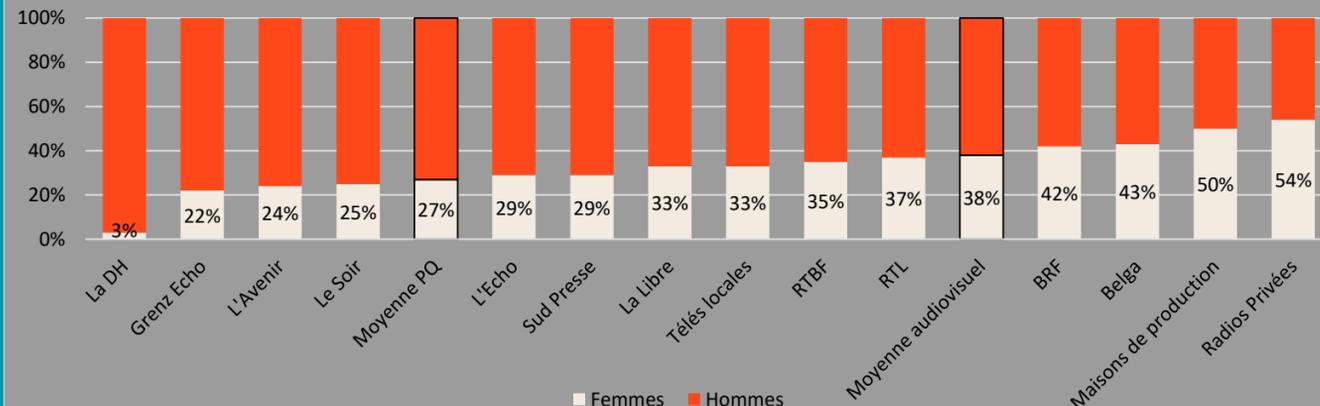
Nous constatons malheureusement encore des différences salariales. Nous en avons conscience et travaillons depuis plusieurs années à supprimer ces écarts.

Arllette Pommier, Directrice des ressources humaines IPM (A.P.) : Pour *La Libre* et *La DH*, dont je m'occupe depuis bien plus longtemps, les explications sont « historiques ». *La DH* (NDLR : 3% de femmes journalistes) est un journal dans lequel les sports ont toujours occupé une grande place et c'est un domaine vers lequel les journalistes femmes commencent à peine à se tourner. Mais cela commence à venir et quelques indépendantes sont passées par le site pour y suivre l'actu sport, foot en particulier. A *La Libre*, on vient d'encre plus loin. C'était une rédaction tellement masculine que cela a été un événement quand une femme a été engagée en tant que téléphoniste. La première femme engagée en tant que journaliste travaille encore chez nous, cela ne date donc pas de si longtemps...

Je ne peux en revanche répondre concernant *L'Avenir*, qui n'est dans le groupe IPM que depuis quelques mois.

2. UN PLAN ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES ?

J.-P. J. : Il existe un plan « genre et diversité » pour toute la RTBF qui s'applique naturellement dans la rédaction, porté par le comité exécutif et validé par le CA. Il vise le recrutement et le contenu. Il est disponible en trois clics sur notre Intranet. Nous avons également mis en place un baromètre, qui était d'abord annuel mais qui est devenu trimestriel qui nous sert à mieux suivre les



Ce graphique compare la proportion d'hommes et de femmes journalistes (au 5-3-2021). Il concerne les journalistes salarié-e-s, professionnel-le-s ou stagiaires. Pour les journalistes freelances francophones et germanophones, la proportion de femmes est de 36% (stagiaires + professionnels) mais de 50% dans le seul groupe des stagiaires.

évolutions et besoins. L'objectif est d'atteindre, dans les deux ans, le 50/50 à l'antenne mais aussi dans les rédactions.

G. L. : Il n'existe pas de plan de GPEC (Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences) à 5 ans. Nous pilotons sur base des analyses et prévisions de rotation, de besoin de développement et de l'évolution de notre écosystème. Aucune discrimination positive ne sera appliquée. Cette approche serait antinomique à notre souhait de ne pas discriminer sous quelque forme que ce soit. Le genre, l'origine ethnique ou encore la personnalité ne seront jamais pris en considération lors d'un processus de sélection. Les compétences transposables et l'adhésion à nos valeurs fondamentales seront quant à elle déterminantes. La question est par ailleurs présente et vit à travers de nombreuses rencontres entre la SJPS (Société des Journalistes Professionnels du Soir) et le rédacteur en chef, à la fois sur la question d'égalité et sur le traitement de ces sujets par la rédaction. Ces rencontres ont déjà abouti à toute une série de décisions communiquées à l'ensemble de la rédaction et appliquées depuis des mois. Et de nouvelles discussions sont en cours.

S. G. : RTL Belgium n'applique pas de politique de « quotas » en termes de recrutement. Si les chiffres peuvent avoir le mérite de mettre des inégalités en évidence, les quotas ne s'avèrent pas, selon plusieurs études, être une solution mais bien un outil. Nous accueillons autant de femmes que d'hommes parmi nos stagiaires, mais notre politique de recrutement est basée sur les compétences.

A.P. : Il n'y a pas de plan de ce type dans l'entreprise, pas d'objectif de rééquilibrage en tant que tel, et, en réalité, peu d'engagements car nous sommes toujours dans une période de compressions de coûts. Et ces engagements sont souvent proposés à des indépendant-e-s qui travaillent déjà avec nous. Nous engageons autant de femmes que d'hommes, sans discrimination mais aussi sans favoritisme. Favoriser une catégorie revient un peu à discriminer une autre. Engager pour d'autres raisons que les qualités intrinsèques, ce serait aussi discriminer... Chez IPM, on regarde les compétences, le profil, le potentiel... Mais on ne

porte pas d'attention particulière au genre. On essaie de retenir les journalistes femmes de valeur comme nous le faisons avec les hommes, ni plus, ni moins. Enfin, nous appliquons aux femmes comme aux hommes la grille barémique négociée en son temps avec l'AJP même si cette grille n'a officiellement plus d'existence. Et les avantages résultant du paiement en partie en droits d'auteur sont également appliqués aux unes comme aux autres.

3. LUTTER CONTRE LE SEXISME ?

J.-P. J. : Un : le sexisme n'a pas sa place à la RTBF. Deux : dire qu'il est inexistant n'est pas vrai. Nous nous attachons donc à comprendre le phénomène, car ce n'est nécessairement toujours facile à cerner. Et ensuite, nous agissons. Et cela est déjà allé jusqu'au licenciement. Une procédure existe et elle est disponible via l'intranet, il existe des personnes de confiance à qui s'adresser et une adresse, discr@rtbf.be, qui aboutit directement au service juridique, chez la DRH et au Service interne de Prévention et de Protection du Travail. Nous travaillons aussi avec un service externe, Cohezio, dont l'intervention peut être activée à la demande du travailleur.

G. L. : De nombreux exemples prouvent une réelle évolution : femmes promues aux postes de management/direction, engagements de femmes de + de 35 ans à des postes de direction, promotion de femmes enceintes, réflexion sur l'écriture inclusive dans les communications, adaptation des documents internes H-F-X, mais aussi les sensibilisations aux façons de s'exprimer au sujet des gens, etc. Au sein de la rédaction du *Soir*, aucune procédure d'harcèlement sur le lieu de travail n'a été adressée au service externe de prévention depuis 2015. La procédure qui permet à chacun d'exprimer des faits ou situations qui lui semblent inappropriés vers une personne externe et neutre est disponible pour toutes et tous sur notre intranet. De plus, nous rappelons régulièrement la possibilité de faire appel aux RH ou au conseiller en prévention si une personne souhaite se confier.

En cas de problèmes liés à des propos sexistes, à du harcèlement ou à des discriminations, une série d'organes ou de personnes sont en place pour écouter et réagir : nos deux personnes de confiance (une femme et un homme), notre Conseiller en Prévention, les Représentant-e-s du Personnel, la Société des Journalistes et le Département des Ressources Humaines.

Qu'il s'agisse de propos sexistes ou toute autre forme de harcèlement, physique ou moral, en présentiel ou sur les réseaux sociaux, RTL Belgium condamne toutes les formes de harcèlement dont ses collaborateurs-rices peuvent faire l'objet dans le cadre de leurs missions et les accompagne au mieux dans les différentes situations qu'ils ou elles peuvent rencontrer.

A.P. : Il y a très peu de cas qui nécessitent un traitement conséquent. Nous ne laissons pas traîner les dossiers si et quand ils se présentent. Je dirais même que nous avons tendance à agir trop vite plutôt que trop tard. Quand la situation dépasse nos compétences internes, nous faisons appel à Mensura, qui propose une prise en charge par un psychologue et a l'avantage de faire intervenir un tiers à l'entreprise, ce qui libère la parole et offre une vue extérieure. De tels dossiers, nous n'en avons connu qu'un depuis un an et demi, « remontent » via l'information d'un responsable hiérarchique ou via un délégué syndical qui interroge la direction, mais compte tenu du caractère « familial » de l'entreprise, il est aussi possible que de tels dossiers arrivent directement chez moi.

Martine Simonis et Gilles Milecan

« A QUAND L'ÉGALITÉ DANS LA PROFESSION ? »

POUR DES RÉDACTIONS ZÉRO SEXISME

A NOS FRONTIÈRES, DES RÉDACTIONS PLUS ÉGALITAIRES?

Tour d'horizon des bonnes pratiques pour une meilleure égalité femmes-hommes au sein des rédactions

En matière d'égalité et de diversité, la BBC est souvent citée comme exemple. Comment devient-on « bon élève » de l'égalité femmes-hommes ? Pour la BBC, l'égalité se joue autant au niveau des contenus médiatiques (« 50:50 Policy ») qu'au sein des rédactions. C'est ce deuxième point qui nous intéresse.

En 2018 paraissait le rapport « Making the BBC a great workplace for women ». Il énonce des pistes d'actions basées sur 5000 commentaires récoltés auprès de 800 employé·e·s et sur l'analyse de bonnes pratiques de 30 organisations externes. Le but : améliorer la représentativité, les conditions de travail et la progression des femmes au sein de l'entreprise médiatique. Parmi ces recommandations, on trouve : une flexibilisation des heures



de travail pour tou·te·s (un temps partiel ni réservé aux femmes, ni pénalisant), un encouragement au congé paternel, un accompagnement pour le retour au travail après un congé maternité ou une longue absence (« Maternity returners workshops » et « Back to Business programme »), une mobilité accrue entre les postes pour encourager l'acquisition de nouvelles compétences, du mentoring et des groupes de parole entre femmes pour faire émerger des role models (« BBC Global Women in News »), la mise en place d'une ligne sécurisée et anonyme pour lutter contre le harcèlement au sein des rédactions, un processus de recrutement allongé dans le temps, réévalué régulièrement et avec une parité au niveau des membres du jury comme des candidat·e·s sélectionné·e·s, etc. Ces actions s'articulent autour de trois mots d'ordre : « support, develop and lead » – soutenir, développer et guider.

Cela n'a cependant pas empêché la BBC d'essayer quelques scandales liés au différentiel salarial. Samira Ahmed remportait en janvier 2020 une victoire judiciaire majeure face à son employeur après avoir réalisé qu'elle était payée six fois moins que son homologue masculin, Jeremy Vine, pour le même travail.

De même, en 2018, Carrie Gracie, journaliste historique, quittait son poste et écrivait dans la foulée une lettre cinglante aux contribuables de la BBC leur rappelant le « Equal Pays Act » (1970) qui impose des salaires et conditions d'emploi égalitaires entre femmes et hommes. Il semblerait qu'en termes d'égalité, les acquis ne le sont jamais tout à fait.

DES BONNES PRATIQUES À INTÉGRER ?

En 2019, le CSA présidait le groupe de travail « gender diversity » de l'ERGA, plateforme des régulateurs européens de services de médias audiovisuels. Le rapport recensait les bonnes pratiques de la chaîne de production-diffusion audiovisuelle dans 17 états européens. Elles s'appliquent aussi bien :

- aux ressources humaines et au recrutement : en Suède, le « Policy for equality » de Sveriges Television s'engage pour que la diversité de la population suédoise soit reflétée à la fois devant et derrière l'écran;
 - à l'accès aux postes à responsabilités : en Espagne, CRTVE impose un quota de 20% de femmes dans les organes de direction. Ce chiffre atteint les 40% au Danemark à la Danish Broadcasting Corporation;
 - à la lutte contre les inégalités salariales : au Danemark toujours, les écarts de salaires entre hommes et femmes sont mesurés chaque année tandis qu'en Grande-Bretagne, les entreprises de plus de 250 salarié·e·s doivent être transparentes sur les salaires de leurs employé·e·s;
 - à une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie privée : en Irlande, les médias du service public proposent des congés maternité étendus et encouragent le congé paternité;
 - à la lutte contre le harcèlement, les violences et discriminations liées au genre : France Télévisions a publié le « Guide du défenseur des droits » et créé une plateforme de récoltes de témoignages.
- Chartes et codes de conduite, statistiques ventilées par genre, objectifs chiffrés,

monitoring, formations, recrutement éclairé, politiques « family friendly » : nombreuses sont les pistes évoquées et les solutions déjà effectives dans plusieurs pays pour arriver à plus d'égalité dans les rédactions. La pluralité des méthodes existantes nous confirme qu'une marge de progression est possible. Pour rappel, en Belgique, aucun objectif chiffré n'est fixé pour le moment quant à la proportion de femmes journalistes au sein des rédactions, et encore moins des directions de médias.

COMPTER POUR FAIRE COMPTER

S'il n'est pas si simple de transposer des pratiques d'un pays à un autre, d'un contexte social, politique, culturel, financier à un autre, il reste néanmoins possible, et souhaitable, de nous en inspirer. Dans cette optique, l'exemple de l'Agence France-Presse est parlant à bien des égards. Entreprise de plus de 1000 salariées, l'AFP est tenue de publier sa note de l'index égalité femmes-hommes. En 2019, le gouvernement français attribuait la note de 78/100 à l'AFP. Elle est le résultat d'actions et d'engagements pris par l'agence en faveur de cette égalité : mixité des emplois, formation professionnelle, politique de rémunération paritaire, articulation entre vie professionnelle et vie privée, lutte contre le harcèlement et les stéréotypes sexistes...

Ce que l'on souhaite retenir de cet exemple, comme de tous les précédents, c'est cette nécessité de compter, encore et toujours, année après année, et donc de « faire compter », ou prendre en compte. A la fois résultats et objectifs à atteindre, les chiffres sont la pierre angulaire d'une politique d'égalité femmes-hommes efficace et effective. Couplés à une remise en question de nos pratiques, à une réévaluation constante, à un dialogue entre les entreprises médiatiques et les organes de représentation professionnelle, à une déconstruction de nos biais et stéréotypes, ils pavent le chemin vers plus d'égalité au sein de nos rédactions et de nos contenus médiatiques.

Camille Loiseau

- BBC : en 2020 – 52% d'hommes au sein des rédactions de la BBC. 37% de femmes occupent les postes à responsabilités (une augmentation de 1,6% sur ces 5 dernières années).
- Entre 2015 et 2020, les femmes sont plus nombreuses à avoir quitté la BBC que leurs homologues masculins : un tiers de ces femmes sont parties suite à une maternité, d'autres à cause de défaillances de management ou pour poursuivre de meilleures opportunités ailleurs.
- 40% de femmes : c'est le quota de la Danish Broadcasting Corporation (l'entreprise de radiotélévision publique du Danemark) pour l'occupation des postes de direction
- 18 groupes médiatiques et agences de publicité français.es ont signé la charte « For women in media » rédigée par le ministère de la Culture contre le sexisme et le harcèlement au sein de leurs entreprises.

LIVRE

"LE GÉNIE LESBIEN", LECTURE INDISPENSABLE

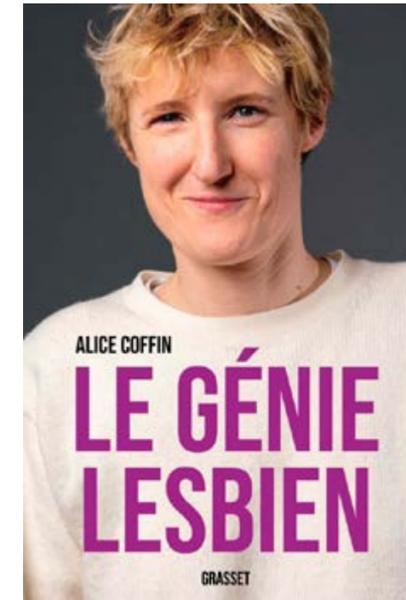
Dans cet essai, Alice Coffin - journaliste, militante féministe, lesbienne et française - décortique le fonctionnement des médias, pointe l'absence de diversité dans les rédactions et dénonce les biais qui en découlent pour couvrir l'actualité. Sous sa plume, la « neutralité » journalistique vole en éclats.

Il y a deux mois, nous vous proposons un dossier consacré au rapprochement inédit entre journalistes et expert·e·s scientifiques, suite à la crise sanitaire qui se prolonge et se prolonge encore depuis février 2020. Au cœur de ce dossier, une petite note de bas de page. L'aviez-vous lue ? Elle disait : « Pour compléter la réflexion sur le manque de diversité parmi les expert·e·s et au sein des rédactions : Alice Coffin, *Le génie lesbien*, Grasset, 230 pages ».

Suggérer une lecture féministe et lesbienne dans un dossier COVID peut surprendre. Mais c'est oublier que « Le génie lesbien » est un essai tout autant consacré à l'analyse de la mécanique des médias (français et américains, surtout) qu'aux luttes féministes et lesbiennes. Alice Coffin est une journaliste média. Elle analyse le fonctionnement des rédactions et raconte le traitement journalistique de l'actualité. Elle estime qu'il est particulièrement nécessaire que les journalistes s'interrogent sur leurs pratiques et leurs réflexes professionnels, et dès lors, que certain·e·s journalistes enquêtent directement sur les médias eux-mêmes. Pourquoi ? Parce que « l'actualité n'existe pas en soi », répond Alice Coffin dans *Le génie lesbien*. « L'actualité est la somme de ce que les journalistes valident. Labellisent. 'Toi t'es une info, toi t'es pas une info'. Ne pas enquêter sur la façon dont ils créent cette information, c'est passer à côté de l'actualité elle-même. » Ne pas s'interroger sur le profil des journalistes, et sur le profil des personnes qu'ils et elles interviewent, revient dès lors également à passer à côté de la compréhension d'une partie de l'actualité.

AO PASSÉE SOUS LE RADAR DES MÉDIAS

Ainsi, dans « Le génie lesbien », Alice Coffin s'appuie sur son expérience, ses observations et son travail de recherche pour dénoncer de façon très frontale le manque criant de diversité dans les médias - que ce soit dans les rédactions, ou parmi les intervenant·e·s et autres expert·e·s. Ces deux constats - étroitement liés - rendent le récit de l'actualité déficitaire, explique Alice Coffin. Autrement dit : les rédactions ne couvrent l'actualité que partiellement, car les journalistes et les expert·e·s sollicité·e·s sont trop homogènes



(l'entre-soi blanc et masculin du monde médiatique).

Cette absence de diversité aveugle donc les médias sur l'état du monde et ses enjeux. « Plus une rédaction est diversifiée, moins elle oublie de transformer en information toute une partie du réel », écrit Alice Coffin. L'autrice cite, entre autres exemples, la campagne électorale d'Alexandria Ocasio-Cortez aux Etats-Unis, complètement passée sous le radar des grands médias américains. « Tous les médias généralistes ont ignoré sa campagne. Ignorer, cela veut dire 'ne pas savoir'. Mais aussi 'mépriser'. Ils ne l'ont littéralement pas vue car ils n'avaient pas les yeux pour la voir, dans leur rédaction », écrit-elle dans le troisième chapitre de l'essai.

Tout au long de l'ouvrage, Alice Coffin développe son argumentaire sur base de sa double expérience : journalistique et militante. Deux profils qu'elle estime non seulement compatibles, mais qu'elle revendique fortement. « Je me suis toujours demandé qui avait intérêt à délimiter une si stricte frontière entre journalisme et militantisme », écrit-elle. Mon travail d'activiste à « La Barbe » ou de journaliste média a la même fonction : rendre visible au plus grand nombre ce que certains tentent de dissimuler.

Plus loin, elle ajoute : « Dans mon ancienne rédaction ou depuis que je suis journaliste freelance, je n'ai cessé de recevoir des demandes de contacts, de chiffres, de

sources, d'analyses sur les questions LGBT ou féministes. Il est très hypocrite de refuser à des journalistes militantes d'être publiées sur leur sujet de travail, en tant que journalistes, mais de ne pouvoir se passer d'elles pour construire de bons articles. »

LA VIOLENCE DE LA "NEUTRALITÉ"

Ceci amène Alice Coffin à complètement déconstruire les notions de neutralité et d'objectivité, soi-disant inhérentes au bon déroulé du travail journalistique. Dans une longue interview diffusée le 7 mars 2021 par les Grenades (RTBF) et disponible sur les applications de podcasts (« En tête à tête », par Safia Kessas, Camille Wernaers et Mathieu Neuprez), Alice Coffin déclarait ceci : « Pour moi, la neutralité et l'objectivité, c'est la subjectivité des dominants. Certaines personnes ont le droit de s'appeler 'neutres'. Tout ce qui n'en est pas (ni hommes, ni blancs, ni hétéros), on dit que c'est un parti pris ou un parti biaisé. C'est extrêmement pernicieux comme démarche. Il y a une grande violence dans le concept de neutralité. C'est assurer la prérogative d'un point de vue sur tous les autres. »

Or, en journalisme, poursuit Alice Coffin, détenir la carte de la neutralité est un privilège énorme parce qu'il permet de raconter toutes les histoires. « C'est le pouvoir d'être celui qui peut tout voir, tout dire, qui n'est jamais biaisé puisqu'il n'existe pas, puisqu'il est neutre, évanescant », écrit-elle avec justesse.

La journaliste française se bat dès lors contre une uniformisation du récit journalistique. Elle affirme : « Il faut revendiquer le biais. Le vécu. La chair journalistique. Etre lesbienne fait de moi une meilleure journaliste. Les journalistes ont un corps. Ils devraient se le remémorer lorsqu'ils parlent journalisme. »

On retrouve, derrière cette revendication, la théorie du point de vue (standpoint theory) présente en sociologie. Appliquée au journalisme, elle correspond à une approche plus communautaire, avec des médias spécifiques, à destination de publics particuliers, réalisée par des journalistes concerné·e·s. C'est une dynamique bien différente de l'universalisme en journalisme, aujourd'hui majoritairement enseigné en Belgique et pratiqué dans les rédactions généralistes.

Catherine Joie