

journalistes



Le dossier

La première radioscopie nationale des journalistes

Une vaste enquête nord-sud menée par les universités de Bruxelles et de Gand dessine le profil d'une profession qui s'interroge.

Qui sont les journalistes, comment travaillent-ils et comment abordent-ils les changements récents dans le paysage médiatique ? Ces questions constituent le point de départ de la première enquête nationale sur le profil des journalistes belges. Elle a été lancée en décembre dernier par une équipe de chercheurs du Centre de recherche en Information et Communication (ReSIC) de l'ULB, conjointement avec le Center for Journalism studies de l'Université de Gand (UGent).

Avec le soutien de l'AGJPB (AJP/VVJ) et de l'Association de la presse périodique (AJPP/VJPP), un questionnaire anonyme, imprimé ou en ligne, a été distribué à l'ensemble des journalistes professionnels (ceux des médias d'information générale) et des

journalistes de profession (ceux de la presse périodique spécialisée). Entre décembre 2012 et février 2013, vous êtes 1.683 journalistes à avoir participé à l'enquête, soit un excellent taux de réponse de 33%. Rédigé par les chercheurs de l'ULB, notre dossier spécial de quatre pages présente les principaux résultats de cette enquête.

Elle confirme des constats que de précédentes études – comme l'enquête AJP de début 2013 – avaient établis, notamment en matière de diversité, genre et sensibilité politique des journalistes. Elle donne des informations moins connues sur les durées de travail (44 heures semaines en moyenne !), les salaires ou le jugement des professionnels sur l'évolution du métier. A ce propos, les différences entre les journalistes du nord et du sud du pays sont marquantes. Ce n'est pas le moindre intérêt de cette enquête nationale de les avoir mises au jour.

Suite et dossier pages 4 à 7

J.-F. Dt

Sommaire

Document

Une histoire des journaux belges à la RTBF 2

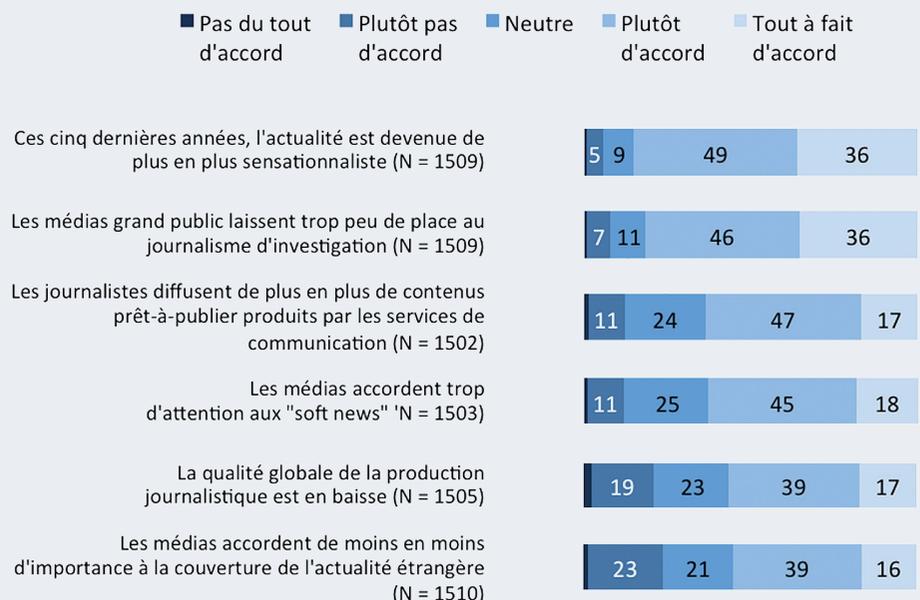
Fonds pour le journalisme

4 ans et 88 bourses pour l'enquête journalistique 3

Sortie de presse

Un manuel pour faire parler les données 8

Opinions sur des tendances récentes de la couverture médiatique (en %)



Dans les graphiques de cette enquête, N indique le nombre de personnes qui ont répondu à la proposition.

Une enquête sur l'ensemble des journa

L'ULB et l'université de Gand dressent une image de la profession désormais complète. Où l'on voit que le journaliste ne se réduit pas à un profil-type et que les différences ne sont pas seulement communautaires...

Qui êtes-vous ?

La moyenne d'âge de l'ensemble des répondants est de 44 ans. L'âge moyen des femmes tourne autour de 40 ans alors que celui des hommes atteint 45 ans. Les journalistes professionnels (43 ans) sont également plus jeunes que les journalistes de profession (49 ans). Une comparaison avec les enquêtes sur le profil des journalistes néerlandophones en 2003 et 2008 met en évidence que l'âge moyen des journalistes professionnels néerlandophones est passé, au cours des dix dernières années, de 39 à 43 ans.

Une profession encore majoritairement masculine

Le métier de journaliste est encore loin de la parité, les femmes représentant seulement un tiers (34%) des interrogés. Toutefois, un pourcentage de plus en plus grand de femmes trouvent leur place dans la profession : ainsi, seulement 20% des plus de 54 ans sont des femmes, mais elles constituent la moitié des effectifs chez les moins de 35 ans.

Davantage de diversité en Belgique francophone

Ainsi que l'enquête de l'AJP sur la diversité (lire *Journalistes* n°147) l'avait souligné, la grande majorité des journalistes interrogés sont belges (94%). Ce pourcentage est un peu plus élevé pour les néerlandophones (96%) que pour les francophones (91%). La plupart des journalistes nés en dehors de la Belgique sont originaires de pays limitrophes partageant la langue (France ou Pays-Bas). La diversité des origines est plus importante en Belgique francophone : 15% des répondants francophones ont au moins un de leurs parents né dans un autre pays de l'Union européenne, alors qu'ils ne sont que 5% en Flandre. De même, la proportion de journalistes dont au moins l'un des deux parents est né dans un pays extérieur à l'UE est plus forte parmi les francophones (7%) que parmi les néerlandophones (3%).

Une majorité de diplômés universitaires

Près de la totalité (94%) des journalistes interrogés sont diplômés de l'enseignement supérieur : 67% ont un diplôme universitaire et 27% un diplôme de l'enseignement supérieur non universitaire.

Ces statistiques cachent des disparités liées à l'âge : 98% des journalistes de moins de 35 ans détiennent un diplôme de l'enseignement supérieur tandis

qu'ils sont 86% parmi les répondants de plus de 54 ans. Toutes générations confondues, les femmes sont davantage diplômées que les hommes. Près de huit femmes sur dix (79%) ont un parcours universitaire, contre 61% des hommes. C'est également le cas de 72% des journalistes salariés, contre 56% des indépendants. Les journalistes professionnels comptent également davantage de diplômés universitaires (68%) que les journalistes de profession (57%).

Enfin, les journalistes francophones sont plus nombreux (73%) à posséder un diplôme universitaire que leurs confrères néerlandophones (62%). Cette situation s'explique, en grande partie, par l'offre de formation : en Flandre, le journalisme est dispensé, en partie, dans les universités depuis 2004-2005, alors qu'il est apparu dans les programmes de cours des universités francophones dès après la Seconde Guerre mondiale.

Plutôt à gauche sur l'axe politique

La majorité des journalistes interrogés se positionne légèrement à gauche sur l'échiquier politique. En effet, sur une échelle allant de 1 (tout à fait à gauche) à 10 (tout à fait à droite) et considérant les valeurs « 5 » et « 6 » comme le centre, la moyenne pour les répondants est de 4,5. 56% de ceux-ci se situent à gauche, 27% au centre et 17% à droite. Les journalistes francophones et néerlandophones se rejoignent en matière de positionnement politique.

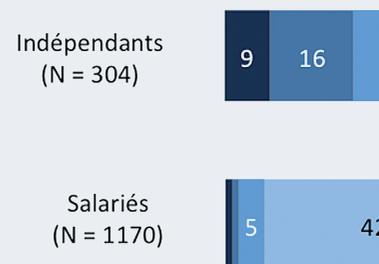
90 % des salariés sous CDI

Près de 80% des journalistes sont salariés à titre principal, 21% sont indépendants. La majorité des salariés a un contrat à durée indéterminée (90%), le statut de fonctionnaire concerne 7% des journalistes, les autres bénéficient de contrats à durée déterminée (3%) et de contrats en tant qu'intérimaire (0,3%). Un tiers des indépendants travaille pour un seul client, une petite moitié pour plusieurs clients fixes (47%) et un bon quart pour plusieurs clients variables (27%).

Près de la moitié (47%) des journalistes de profession interrogés sont indépendants, contre 18% des journalistes professionnels. L'enquête révèle aussi que le statut d'indépendant se retrouve davantage chez les journalistes de moins de 35 ans (26%) et chez les plus de 54 ans (30%) que chez les 35-44 ans (18%) et les 45-54 ans (16%).

Satisfaction relative au statut des journalistes salariés (en %)

■ Pas du tout satisfait ■ Plutôt pas satisfait



Dans les graphiques de cette enquête, N indique le nombre de personnes interrogées.

Indépendant : un choix ou une obligation ?

Par ailleurs, l'étude met en évidence que les journalistes indépendants sont, en général, moins nombreux (54%) à se dire satisfaits de leur statut professionnel que les journalistes salariés (93%). 42% des journalistes indépendants déclarent avoir opté pour ce statut par obligation. Les autres (58%) affirment avoir choisi ce statut principalement pour gagner en liberté et en indépendance (82%) ou pour raisons financières (32%).

Les journalistes professionnels (46%) indiquent plus souvent que les journalistes de profession (25%) ne pas avoir délibérément opté pour ce statut. La moitié (53%) des femmes sont dans ce cas, contre 37% des hommes. Les répondants des classes d'âge les plus jeunes sont particulièrement concernés : près de 70% d'entre eux disent être indépendants par obligation, contre 34% des 35-44 ans, 37% des 45-54 ans et seul un quart des plus de 54 ans.

Les journalistes de profession davantage spécialisés

Plus de 80% des journalistes se déclarent spécialisés dans au moins un domaine. L'actualité régionale, la culture, la société, la politique, l'actualité nationale, l'actualité internationale et l'économie constituent les domaines les plus souvent cités.

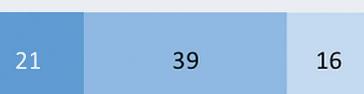
Peu de différences apparaissent entre les journalistes francophones et néerlandophones. Le seul domaine dans lequel les seconds sont plus nombreux à se spécialiser est le *lifestyle*.

L'enquête montre également que les journalistes de profession sont davantage spécialisés (93%) que les journalistes professionnels (80%). En revanche, plus le journaliste est jeune, moins il est susceptible d'être spécialisé. En effet, entre la classe d'âge la plus jeune et la plus âgée, la proportion de journalistes qui déclarent au moins une spécialisation augmente de 76% à 88%.

Journalistes belges

Statut pour les indépendants et les salariés (en %) (N = 1474)

■ Neutre ■ Plutôt satisfait ■ Très satisfait



Nombre de personnes qui ont répondu à la proposition.

Comment travaillez-vous ? **Beaucoup !**

Les journalistes (à temps plein) travaillent en moyenne 44 heures par semaine. Les femmes travaillent 41 heures par semaine en moyenne, tandis que les hommes en prestent 45. Les deux groupes linguistiques montrent aussi des différences : les journalistes néerlandophones travaillent en moyenne deux heures de plus par semaine que les francophones. Un écart de temps identique sépare les journalistes professionnels (44 heures par semaine) des journalistes de profession (42 heures par semaine). À l'inverse, il est également intéressant de souligner que le statut professionnel ne semble pas jouer un rôle déterminant dans le temps de travail moyen des journalistes.

► Il n'est pas rare que les journées de travail des journalistes se poursuivent après 18 heures : plus de la moitié (56%) des journalistes travaillent (presque) toujours en soirée et 30% le font régulièrement. Seuls 8% des néerlandophones ne travaillent jamais ou rarement après 18 heures, contre 16% de leurs confrères francophones. En outre, une large majorité (82%) de journalistes travaille toujours ou souvent les week-ends et jours fériés.

La salle de rédaction, épicerie du journalisme

► Près de 70% des journalistes interrogés déclarent exercer leur profession (presque) toujours depuis la salle de rédaction. Seuls 17% d'entre eux ne fréquentent jamais ou rarement la rédaction. Il s'agit en grande partie de journalistes indépendants (60%). Et pourtant, ils sont tout de même presque 40% à se rendre (presque) toujours sur le terrain et 35% à y travailler régulièrement. 88% des indépendants sont

concernés, contre 69% des salariés. Travailler sur le terrain dépend évidemment de la fonction occupée : 39% des managers et 53% des cadres intermédiaires travaillent davantage depuis leur bureau, et ne se rendent jamais ou très rarement sur le terrain.

► Enfin, un répondant sur trois dit travailler souvent à domicile. Sans grande surprise, le lieu de travail et celui de résidence ne font qu'un pour près de deux tiers (65%) des journalistes indépendants. Plus étonnamment, 47% des salariés travaillent souvent ou (presque) toujours hors rédaction, en télétravail.

Des écarts salariaux importants

► Le revenu net moyen approximatif des journalistes (à temps plein) se situe aux alentours de 2.167 euros par mois. Cependant, tous ne sont pas sur un pied d'égalité face au salaire. La différence la plus importante est liée au statut : les salariés gagnent environ 2.266 euros par mois, soit près de 500 euros de plus que leurs confrères indépendants (dont le revenu approximatif s'élève à 1.771 euros). Les femmes, quant à elles, ont un salaire proche de 1.995 euros, contre 2.253 euros pour les hommes. Cette disparité peut toutefois être liée à l'âge, les femmes journalistes étant globalement plus jeunes que les hommes.

► Une différence sépare également les journalistes professionnels, dont le salaire s'élève approximativement à 2.193 euros, des journalistes de profession qui gagnent en moyenne 1.881 euros. Enfin, le revenu progresse évidemment avec la position et le niveau de responsabilité dans l'entreprise : les managers et les managers intermédiaires gagnent en moyenne plus de 2.400 euros par mois, contre 2.049 euros pour le reste des répondants. ►►

Divisés vis-à-vis des règles

Les journalistes professionnels et de profession, les francophones et les néerlandophones, mais aussi les différentes générations, ne sont pas toujours unanimes face aux balises déontologiques et légales.

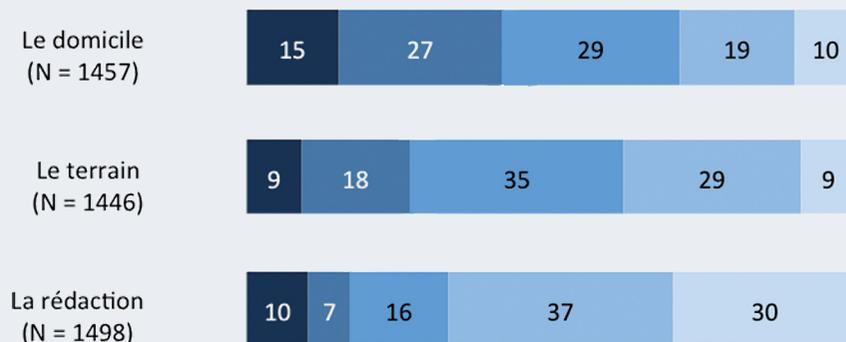
Concernant l'utilisation de micros ou de caméras cachées, 71% des journalistes professionnels considèrent ce procédé acceptable dans certains cas, contre 47% des journalistes de profession. L'âge des répondants induit également des avis divergents : 31% des journalistes âgés de 55 ans ou plus jugent cette méthode totalement inacceptable, contre seulement 8% des moins de 35 ans, 12% des 35-44 ans et 19% des 45-54 ans.

En revanche, près de la totalité (95%) des répondants estime totalement inacceptable d'être rémunéré par une source d'information. Sur ce point, l'opinion des journalistes de profession est moins unanime que celle des journalistes professionnels : si 86% d'entre eux jugent ce type de rétribution totalement inacceptable (contre 96% des journalistes professionnels), 11% soutiennent qu'elle est acceptable dans certains cas (contre seulement 2% des journalistes professionnels).

Vis-à-vis de la loi cette fois, plus d'un tiers (37%) des journalistes professionnels pensent qu'il peut être acceptable dans certains cas de l'enfreindre pour obtenir des informations, contre 21% des journalistes de profession. Cette position est suivie, plus généralement, par 41% des répondants francophones, contre 29% des néerlandophones. Ces derniers sont plus nombreux (67%) à considérer que violer la loi représente une limite inacceptable (contre 54% des francophones).

Les lieux de travail des journalistes (en %)

■ Jamais ■ Presque jamais ■ Souvent ■ Presque toujours ■ Toujours



Une enquête sur l'ensemble des jo

Suite de la page 5

Polyvalence plurimédias ?

► Seuls 7% des journalistes interrogés travaillent exclusivement sur internet, que ce soit pour le site web d'un média traditionnel ou pour un « pure-player ». Assez curieusement, ce pourcentage est exactement celui qu'avait révélé l'enquête menée côté francophone par Céline Fion en 2008 et dont l'AJP avait largement rendu compte. A l'époque, 7,3% des répondants travaillaient pour une rédaction en ligne.

► L'enquête nationale souligne qu'il est demandé à de nombreux journalistes, dont ce n'est pas l'activité principale, d'être capables de publier sur le support en ligne. Ainsi, plus de la moitié d'entre eux (54%) contribuent à diffuser des informations sur le site internet de leur média.

► Sur base de la dernière enquête flamande, réalisée en 2008, on peut prendre la mesure de l'évolution de la place du site web dans le travail des journalistes : il y a 5 ans, un journaliste néerlandophone sur dix indiquait contribuer au site web ; cela concerne aujourd'hui la moitié d'entre eux. Toutefois, cette polyvalence, au moins bimédias, n'inclut pas nécessairement la diffusion de contenu sur les médias sociaux. En effet, la majorité des journalistes ne publient jamais ni sur les réseaux sociaux (56%), ni sur les sites de microblogging (66%), ni sur un propre blog (91%) ou d'autres blogs (94%).

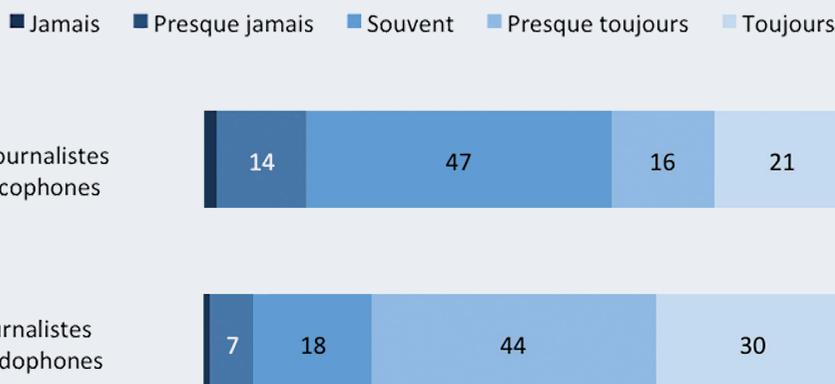
Quels canaux d'informations ?

► Les trois canaux les plus utilisés (presque tous les jours ou plus) par les journalistes pour consulter leurs sources sont les contacts téléphoniques (53%), les autres médias belges (50%) et les communiqués de presse (48%). A l'inverse, les réseaux sociaux, les sites de microblogging, les sites de partage de vidéos et de photos, et les blogs sont, du moins pour l'instant, un peu les parents pauvres des sources d'information : la moitié des journalistes n'y ont jamais recours.

► Les journalistes salariés disent, davantage que leurs confrères indépendants, utiliser presque tous les jours ou plus les communiqués de presse (53% contre 41%) ainsi que les dépêches d'agences de presse nationales (51% contre 20%) et internationales (39% contre 16%). Ils participent aussi plus régulièrement à des conférences de presse (16% des salariés, contre 7% des indépendants).

► L'utilisation des canaux d'information varie encore davantage en fonction du groupe de journalistes : les journalistes professionnels sont largement plus nombreux que les journalistes de profession à se servir des dépêches d'agences nationales (47% contre 4%) ou internationales (36% contre 7%). C'est assez logique puisque la plupart des premiers accèdent aux dépêches depuis leur rédaction, abonnée aux agences. Ils sont aussi plus nombreux à assister à des conférences de presse (15% contre 4%), à naviguer sur des sites de microblogging (25% contre 4%) ou de réseaux sociaux (21% contre 8%) et à consulter les autres médias belges (52% contre 23%) ou étrangers (38% contre 19%). En revanche, près d'un tiers

Le travail en soirée en fonction du groupe linguistique (en %) (N = 1541)



des journalistes de profession utilisent la documentation imprimée et les archives, contre seulement 14% des journalistes professionnels.

Le risque de poursuites judiciaires

► Près de 30% des journalistes ont déjà renoncé à publier une information par crainte d'encourir des poursuites judiciaires. La fonction et le niveau de responsabilité jouent un rôle déterminant : plus d'un tiers des managers (37%) et des cadres intermédiaires (38%) ont pris la décision de ne pas courir ce risque, contre 26% du reste des répondants. Par ailleurs, les journalistes néerlandophones sont plus nombreux (33%) à avoir renoncé à une publi-

cation que leurs confrères francophones (25%).
 ► Les craintes de ces journalistes étaient principalement liées aux délits de calomnie ou de diffamation (51%) et à celui d'atteinte à la vie privée (52%). Suivaient la peur de ne pas respecter la présomption d'innocence ou le droit à un procès équitable (33%) et, dans une moindre mesure, celle de violer les droits d'auteur ou les droits de propriété intellectuelle (17%). Parmi ces répondants ayant renoncé à publier, 63% des indépendants contre 48% des salariés ont déjà craint d'être poursuivis pour calomnie ou diffamation. C'est aussi le cas de 70% des managers, de 50% des managers intermédiaires et de 49% des journalistes.

L'autorégulation : bon bulletin pour le CDJ

► Près de deux tiers (65%) des journalistes francophones interrogés estiment qu'il est très important et plus d'un quart (27%) qu'il est plutôt important qu'une instance telle que le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) existe.

L'avis des répondants néerlandophones, en ce qui concerne leur organe d'autorégulation, est également positif, mais dans une moindre mesure : un quart (24%) d'entre eux considèrent l'existence du Raad voor de Journalistiek (RvdJ) très importante et plus de la moitié (54%) plutôt importante. Dans chacun des groupes linguistiques, 42% des répondants déclarent être plutôt satisfaits du fonction-

nement et de l'organisation de leur organe d'autorégulation des médias, tandis qu'un peu moins de la moitié (44% pour les francophones et 45% pour les néerlandophones) se disent neutres indiquant de la sorte qu'ils ne sont ni insatisfaits, ni satisfaits.

Enfin, concernant l'activité du CDJ, de ses avis et recommandations, plus de la moitié (53%) des répondants francophones sont (très) satisfaits et 42% déclarent avoir une opinion neutre.

Les répondants néerlandophones sont un peu plus nombreux (48%) à se dire neutres vis-à-vis de l'activité du RvdJ alors que 46% sont (très) satisfaits.

Comment percevez-vous le **métier** ?

Tous les journalistes interrogés s'accordent pour dire qu'il est (très) important que les journalistes fournissent des informations fiables. C'est d'ailleurs le rôle le plus important pour plus des trois quarts (77%) des répondants. Ils doivent également veiller à présenter l'information de manière compréhensible (98%), fournir des informations objectives (94%) et analyser et interpréter des problèmes complexes (91%).

Inciter à l'action : une spécificité francophone ?

En revanche, les journalistes francophones et néerlandophones adoptent une position différente concernant une série d'autres rôles professionnels : les néerlandophones accordent plus d'importance que leurs collègues francophones à l'idée d'apporter des solutions à des problèmes sociaux (49% contre 33%), à celle d'influencer l'agenda politique (31% contre 17%) ou l'opinion publique (29% contre 22%). Ils sont également plus nombreux à estimer qu'il est important de créer un environnement favorable aux annonceurs (11%, contre 5%) et d'assurer une part de divertissement pour le public (40% contre 27%). En revanche, les répondants francophones considèrent comme plus important le fait d'inciter les gens à l'action et à la participation (40% contre 29% des néerlandophones).

Signaler de nouvelles tendances et idées représente un rôle important pour près

de trois quarts (73%) des journalistes de profession, contre un peu plus de la moitié (57%) des journalistes professionnels. Ils sont aussi plus nombreux (30%) que les journalistes professionnels (6%) à accorder de l'importance au fait de créer un environnement favorable aux annonceurs.

Enfin, la perception des rôles professionnels varie en fonction de l'âge des répondants : 71% des journalistes âgés de moins de 35 ans accordent de l'importance à la fonction de chien de garde de la démocratie contre 56% des répondants de plus de 54 ans.

En revanche, les répondants les plus âgés sont plus nombreux à penser qu'il est important de fournir une tribune aux gens pour qu'ils expriment leur point de vue (41% contre 29% des moins de 35 ans) et d'entretenir le contact avec le public (57% contre 48%).

Trop peu d'investigation

En ce qui concerne l'évolution de la couverture médiatique, la majorité des répondants sont (tout à fait) d'accord avec les sept affirmations suivantes : l'actualité est devenue de plus en plus sensationnaliste au cours des cinq dernières années (85%), les médias grand public laissent trop peu de place au journalisme d'investigation (82%), les journalistes diffusent de plus en plus de contenus prêt-à-publier produits par les services de communication (64%), les médias accordent trop d'attention aux « softs news » (63%), la qualité globale de la production journalistique est en baisse (56%) et les médias accordent de moins en moins d'importance à l'actualité étrangère (53%).

Les citoyens de plus en plus impliqués

Deux tiers des journalistes (65%) sont (tout à fait) d'accord avec l'affirmation selon laquelle la pertinence des commentaires du public est limitée d'un point de vue journalistique.

Malgré tout, la moitié des répondants (49%) sont (tout à fait) d'accord avec l'affirmation selon laquelle, à l'avenir, les informations émaneront de plus en plus des citoyens ordinaires et des amateurs.



Un dossier de :
François Heinderyckx,
Florence Le Cam,
Juliette De Maeyer
et Manon Libert

Deux langues, deux regards

Les spécificités des communautés linguistiques ne se reflètent pas tant dans le profil des journalistes que dans leur façon de percevoir l'évolution du métier.

Comme l'enquête l'a montré, les origines des journalistes francophones interrogés sont légèrement plus diversifiées que celles de leurs confrères néerlandophones. Les répondants francophones sont, par ailleurs, plus nombreux à avoir suivi une formation universitaire. Mis à part ces différences, les profils sociodémographiques et les trajectoires professionnelles des journalistes varient peu entre le nord et le sud du pays. Soulignons néanmoins une particularité du parcours professionnel des néerlandophones : près de la moitié d'entre eux (46%) ont indiqué avoir exercé un autre métier avant d'entamer leur carrière de journaliste, contre 38% des répondants francophones.

Pessimisme francophone ?

Les points de divergence les plus saillants entre les deux groupes linguistiques portent sur les opinions concernant les récents changements du paysage médiatique.

Ainsi, l'évolution de la couverture médiatique est parfois perçue différemment. Les journalistes francophones interrogés sont plus nombreux à être en accord avec les affirmations suivantes : la qualité globale de la production journalistique est en baisse (71% contre 42% des néerlandophones) et les médias accordent trop d'importance aux *soft news* (70% contre 55% des néerlandophones).

Par contre, les néerlandophones sont plus nombreux à être d'accord avec le fait que les journalistes diffusent de plus en plus de contenus prêt-à-publier produits par les services de communication (69% contre 59% des francophones) et avec le fait que les médias accordent de moins en moins d'importance à l'actualité étrangère (58% contre 52% de francophones).

L'intervention du public dans la production de l'information est également appréhendée de manière différente par les journalistes francophones et néerlandophones : si des pourcentages presque équivalents dans les deux groupes s'accordent pour dire que la pertinence des commentaires du public est limitée d'un point de vue journalistique (65%), les francophones sont plus nombreux à être d'accord avec l'affirmation selon laquelle, à l'avenir, les informations émaneront de plus en plus des citoyens ordinaires et des amateurs (57% des francophones contre 40% des néerlandophones).