

Portrait
des
journalistes
belges
en **2018**

Academia Press
Ampla House
Coupure Rechts 88
9000 Gent
Belgique

www.academiapress.be

Éditions Academia Press est une division de Uitgeverij Lannoo nv.

ISBN 9789401462723
D/2019/45/367
NUR 810

Sarah Van Leuven, Karin Raeymaeckers, Manon Libert, Florence Le Cam, Joyce Stroobant, Joke D'Heer,
Sylvain Malcorps, Antoine Jacquet, Francois Heinderyckx, Sara De Vuyst & Bart Vanhaelewyn
Portrait des journalistes belges en 2018
Gent, Academia Press, 2019, 126 pp.

Mise en page: Keppie & Keppie

© Les auteurs & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt

Aucune reproduction de cet ouvrage, par impression, photocopie, microfilm ou par quelque procédé que ce soit,
ne peut être effectuée sans l'autorisation écrite et préalable de l'éditeur.

Portrait des journalistes belges en 2018

SARAH VAN LEUVEN, KARIN RAEYMAECKERS,
MANON LIBERT, FLORENCE LE CAM,
JOYCE STROOBANT, SYLVAIN MALCORPS,
ANTOINE JACQUET, JOKE D'HEER,
FRANÇOIS HEINDERYCKX, SARA DE VUYST
& BART VANHAELEWYN

Table des matières

Table des matières	i
Introduction	1
1 Qui est « le journaliste belge » ?	7
1.1 Profil sociodémographique	7
1.1.1 Âge	7
1.1.2 Genre	7
1.1.3 Origine nationale	8
1.1.4 Situation familiale	8
1.2 Formation et diplôme	10
1.3 Adhésion à des associations de journalistes	11
1.4 Orientation politique	12
1.5 Carrière	13
1.5.1 Ancienneté	13
1.5.2 Mobilité professionnelle	14
1.6 Situation de travail	14
1.6.1 Statut professionnel	14
1.6.2 Secteur médiatique	15
1.6.3 Temps plein/temps partiel	16
1.6.4 Fonctions	17
1.6.5 Spécialisations	18
2 Comment travaillent les journalistes ?	21
2.1 Organisation et conditions de travail	21
2.1.1 Principaux lieux de travail	21
2.1.2 Temps de travail moyen	22
2.1.3 Horaires de travail en soirée, le week-end et les jours fériés	22
2.1.4 Compensation des heures supplémentaires	23
2.1.5 Revenu net	24
2.1.6 Promotion	25
2.2 Quelle pratique journalistique au quotidien ?	26

2.2.1	Compétences professionnelles.....	26
2.2.2	Le journalisme au quotidien.....	27
2.2.3	Polyvalence pluri-médias	29
2.2.4	Publication sur les blogs et les réseaux sociaux	30
2.2.5	Autonomie professionnelle.....	31
2.2.6	Discrimination et intimidation.....	32
2.3	Utilisation des sources journalistiques	33
2.3.1	Utilisation des canaux d'information par les journalistes.....	33
2.3.2	Utilisation des sources d'information par les journalistes.....	36
2.3.3	Protection des sources	38
2.3.4	Loi sur la publicité de l'administration.....	38
2.3.5	Les journalistes face aux risques de poursuites judiciaires.....	38
3	Les opinions des journalistes belges	40
3.1	Éthique et déontologie.....	40
3.1.1	Éthique professionnelle dans la collecte de l'information.....	40
3.1.2	Respect de la vie privée et protection de l'anonymat.....	42
3.1.3	Instances d'autorégulation des médias.....	44
3.2	Opinions concernant les tendances récentes du journalisme	45
3.2.1	Évolution de la couverture médiatique	45
3.2.2	Usage professionnel des médias sociaux, des données et des nouveaux formats	47
3.2.3	Participation des citoyens, protection de la vie privée et respect des codes.....	49
3.2.4	Conditions de travail.....	50
3.3	Perception des rôles professionnels.....	53
	Conclusion.....	57
	Remerciements.....	59
	Références.....	60

Introduction

Qui fabrique l'information ? Quelles sont les trajectoires des journalistes ? Combien gagnent-ils ? Comment perçoivent-ils leurs conditions de travail ? Que pensent-ils du journalisme ? Sont-ils politiquement orientés ? S'arrêter un instant pour dessiner le portrait des journalistes belges permet de mieux comprendre les profils sociodémographiques, les situations familiales, les niveaux de formation, les situations professionnelles, la gestion des carrières, le vécu et les opinions de celles et ceux qui œuvrent au quotidien à la production d'information d'actualité.

En Belgique, il est difficile de déterminer avec exactitude le nombre de journalistes en exercice. La carte de presse est l'une des voies pour appréhender ce groupe professionnel¹, mais tous les journalistes ne souhaitent pas ou ne parviennent pas à l'acquérir² en raison des conditions de précarité ou des difficultés à vivre des conditions de travail compliquées³. Étudier les membres des associations professionnelles de journalistes constitue une voie alternative, bien que proche. En 2018, l'Association des journalistes professionnels (AJP) et la Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) sont les organismes qui regroupent le plus grand nombre de journalistes. Ils en répertorient 5 192, dont 4 485 journalistes professionnels, travaillant de ce fait dans des médias de type généralistes ; 436 journalistes stagiaires (qui débute dans le métier) et 271 journalistes de presse périodique et spécialisée⁴. Les bases de données des associations rassemblent l'ensemble des membres, ainsi que celles et ceux qui demandent le renouvellement de leur carte de presse. Bien entendu, certains journalistes en exercice ne sont ni membres de ces associations, ni demandeurs de cartes de presse, et demeurent dès lors en dehors du champ de cette étude. Nous l'avons déjà perçu lors de la réalisation de la première enquête nationale que nous avons menée en 2013⁵. Cinq ans plus tard, nous avons renouvelé l'enquête dans des conditions similaires. Entre-temps, les journalistes de profession ont rejoint les journalistes professionnels dans les mêmes associations. Et dans la nouvelle enquête, nous avons aussi pris en compte les stagiaires des deux associations. Les partenariats avec l'AJP et la VVJ permettent, d'une part, d'avoir accès à un nombre considérable de journalistes, dont nous sommes assurés qu'ils assument des fonctions journalistiques dans ou pour des entreprises médiatiques ; et, d'autre part, de vérifier la représentativité de notre échantillon, puisque nous disposons des données plus générales sur la population ciblée.

Les résultats que nous vous présentons dans ce livret sont donc le fruit d'une enquête nationale, *Portrait des journalistes belges*, menée par un collectif de chercheurs du Laboratoire des pratiques et identités journalistiques de l'Université libre de Bruxelles (ReSIC-ULB), de l'Université de Mons et du Center for Journalism Studies de l'Université de Gand. Elle s'insère dans une tradition longue des enquêtes sociodémographiques des

¹ Le Cam, Florence et Cédric Tant (2018), « Premiers pas de la carte de presse en Belgique francophone (1885-1966) », *Le Temps des médias*, n° 30, p. 200-226.

² Standaert, Olivier et Benoît Grevisse (2013), « Veulent-ils encore une carte de presse ? Les jeunes journalistes de Belgique francophone », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 1, n° 1, p. 52-63.

³ Libert, Manon (2017), *Mutations des trajectoires professionnelles et des conditions d'emploi et de travail des journalistes de la presse écrite quotidienne en Belgique francophone*, thèse de doctorat, Bruxelles, Université libre de Bruxelles.

⁴ Ces chiffres datent d'octobre 2018.

⁵ Raeymaeckers, Karin, François Heinderyckx, Sara De Vuyst, Manon Libert, Juliette De Maeyer, Rebeca De Dobbelaer, Florence Le Cam, Annelore Deprez et Jeroen De Keyser (2013), *Le journaliste belge en 2013 : un autoportrait*, Gand, Academia Press, disponible sur <http://difusion.ulb.ac.be/vufind/Record/ULB-DIPOT:oi:dipot.ulb.ac.be:2013/150324/Holdings>.

journalistes américains, canadiens, français, etc., et, plus spécialement, du travail mené en 2003 à l'Université de Gand⁶ et publié sous le titre *De journalist van de 21ste eeuw*⁷. Cette dernière enquête réalisée en Flandre a alors été mise à jour en 2008⁸. Le questionnaire, réalisé à destination des journalistes néerlandophones, a ensuite été retravaillé collectivement et adapté en 2013 pour une première étude d'ampleur nationale, puis à nouveau revu pour l'enquête menée en 2018.

Suivant les principes canoniques de cette méthodologie, le questionnaire aborde la formation, l'orientation politique, la situation professionnelle, l'organisation et les conditions de travail, la pratique quotidienne, les relations avec les sources d'information, les positionnements déontologiques et la perception des journalistes vis-à-vis de l'évolution de la couverture médiatique et de la profession. Il conserve depuis 2003 des questions récurrentes afin de suivre l'évolution du groupe (moyennant les réserves énoncées ci-dessus), mais intègre, à chaque vague, de nouvelles questions portant sur des éléments émergents (en 2018, des items sur le datajournalisme, par exemple).

Ainsi, entre janvier et avril 2018, une version ajustée du questionnaire a été envoyée, en ligne, aux 5 307 journalistes répertoriés dans les bases des données des associations professionnelles au moment du lancement de l'enquête, afin de proposer une photographie de la configuration du groupe professionnel en 2018, à partir du discours déclaratif des journalistes. Au total, 24,5 % des journalistes ont accepté de participer à l'enquête.

	Journalistes néerlandophones	Journalistes francophones	Journalistes belges
Nombre total de journalistes contactés	3 019	2 288	5 307
Nombre de répondants	681	621	1 302
Taux de réponse	22,6%	27,1%	24,5%

Tableau 1 : Population et taille de l'échantillon, en ce compris les journalistes stagiaires

Pour des raisons de comparabilité avec les enquêtes précédentes, les journalistes stagiaires – qui représentaient 6 % des répondants – ne sont pas inclus de façon systématique dans ce rapport. Cependant, dans certains cas, la mention des résultats des stagiaires nous a semblé particulièrement pertinente, nous l'avons clairement indiqué dans le texte.

⁶ Notons que, dès 1983, Els De Bens avait dressé un premier portrait des journalistes professionnels flamands à partir d'un échantillon représentatif de 250 répondants (De Bens, Els. [1983], *Het profiel van de beroepsjournalist in Vlaanderen*, Bruxelles, VUB Uitgaven).

⁷ Voir notamment De Clercq, Mieke et Steve Paulussen (2003), « De Journalist Van De 21ste Eeuw: Een Portret Van De Vlaamse Beroepsjournalisten En Hun Werk », *Instructiepagina Mediagids Boek En Pers*, vol. 13, p. 57-75.

⁸ Paulussen, Steve et Karin Raeymaeckers (dir.) (2010), *Journalisten: Profiel van een beroepsgroep*, Leuven, Lanoo Campus.

Ce rapport se fonde ainsi sur les résultats suivants :

	Journalistes néerlandophones	Journalistes francophones	Journalistes belges
Nombre total de journalistes contactés	2 726	2 081	4 807
Nombre de répondants	637	586	1 223
Taux de réponse	23,4 %	28,2 %	25,4 %

Tableau 2 : Population et taille de l'échantillon, les journalistes stagiaires exclus

Qui a répondu à l'enquête dont nous présentons les résultats ? 84,6 % des répondants se présentent comme journaliste professionnel, 5,8 % de la presse périodique, 7 % de journalistes retraités et toujours actifs, 1,4 % en recherche d'emploi et 4,7 % des répondants exercent le métier de journaliste comme activité secondaire. Les répondants reflètent le déséquilibre en genre dans le groupe professionnel des journalistes belges. Ainsi, 35,9 % des répondants sont des femmes (elles sont 33 % à exercer le métier en Belgique, et ce pourcentage diminue à 31,4 % lorsque les journalistes stagiaires ne sont pas comptabilisés). Les résultats ont montré une surreprésentation des femmes journalistes dans les répondants. Ils ont donc été pondérés, dans la suite du rapport, afin que les caractéristiques du groupe professionnel et des répondants à l'enquête soient similaires. L'enquête a d'ailleurs suscité la participation de plus de femmes journalistes francophones (39,8 %) que néerlandophones (32,3 %). Les répondants sont par ailleurs 96,6 % à détenir la carte de presse, ce qui est le reflet des bases de données utilisées pour rejoindre les journalistes belges et donc des partenariats avec l'AJP et la VVJ.

Une carte de presse ?

Tout journaliste ayant pour activité principale un travail de production journalistique, et ce depuis deux ans, peut demander à être reconnu comme journaliste professionnel ou journaliste de profession. Ces titres, protégés par les lois (1963 et 1965), requièrent de remplir un certain nombre de conditions, et notamment de pouvoir prouver que la majeure partie de son salaire provient du fruit d'activités journalistiques. L'octroi de la carte de presse est décidé par des commissions d'agrément et le document est ensuite délivré par le Service public fédéral Intérieur (ministère).

Le statut de journaliste stagiaire a été créé par les associations professionnelles, AJP et VVJ, pour permettre aux journalistes ayant moins de deux ans de carrière dans le journalisme de bénéficier des services des associations.

Ce rapport présente les principaux résultats de l'enquête. Il ne détaille pas l'ensemble des données, mais esquisse un portrait le plus complet possible des journalistes belges en 2018. Nous pouvons ainsi mieux comprendre qui œuvre dans les médias, appréhender les ressemblances et les dissemblances entre journalistes francophones et néerlandophones, entre journalistes femmes et hommes, entre journalistes salariés et

indépendants, etc. Les résultats ont en effet été croisés afin que l'origine linguistique, les statuts, le genre et parfois les fonctions puissent être isolés et nous montrer des différences ou des similitudes entre les profils.

En résumé

L'enquête révèle de grands traits identitaires de la population journalistique belge en 2018.

De façon générale, le groupe des journalistes belges détenteurs de la carte de presse, est majoritairement de sexe masculin, diplômé de l'université, très peu diversifié du point de vue des origines, et qui se considère plutôt à gauche sur l'échiquier politique. Il travaille majoritairement sous contrat à durée indéterminée, même si le statut d'indépendant est plus fréquent qu'en 2013, et il est généralement spécialisé dans au moins une matière, très fréquemment la culture, la société, l'actualité nationale ou politique (avec une différence marquée selon le sexe du journaliste).

Travaillant pour la plupart dans des salles de rédaction, les journalistes estiment aller régulièrement sur le terrain, et travailler en moyenne un peu moins de 43 heures par semaine. Les horaires de travail sont perçus comme changeants, et les soirées et week-ends sont souvent mobilisés. Les heures supplémentaires sont peu compensées et l'obtention de promotions varie selon l'âge. Le salaire moyen d'un journaliste belge de 2 341 euros nets varie notamment selon le sexe et le statut.

Malgré des disparités entre les tranches d'âge et les groupes linguistiques, les pratiques journalistiques en lien avec internet se développent. Les journalistes participent aussi grandement à la vie numérique de leur média (production de contenus pour les sites web ou les applications mobiles, publication sur les réseaux sociaux, etc.). De façon générale, les journalistes belges travaillent ainsi de plus en plus à la publication sur plusieurs canaux d'informations et soulignent l'importance des compétences multimédias dans la pratique quotidienne du journalisme.

Les journalistes interrogés sont majoritairement satisfaits de leur degré d'autonomie individuelle et collective dans la rédaction, même si des différences existent entre communautés linguistiques et selon les âges. Ils sont tout de même près d'un quart à affirmer avoir subi des formes de discrimination dans le cadre de leur métier, des discriminations liées à l'âge, au genre, aux origines, à l'orientation sexuelle, etc. Et ils sont plus d'un répondant sur cinq à indiquer avoir été confrontés à des formes d'intimidation dans le cadre professionnel. Discrimination et intimidation touchent ici particulièrement les femmes.

L'usage des sources par les répondants est relativement diversifié. À côté des sites web et des informations publiées par d'autres médias belges, les réseaux sociaux sont devenus en 2018 le troisième canal d'information le plus utilisé par les journalistes de l'enquête. En parallèle, leurs collègues journalistes, les citoyens, les experts et les membres des institutions publiques demeurent les sources qu'ils déclarent le plus fréquemment contacter afin de produire leurs contenus.

Être payé par une source ou accepter des cadeaux de sa part sont des pratiques critiquées et dans lesquelles une très grande majorité de répondants ne se reconnaissent pas. Toutefois, les opinions sont plus mesurées lorsqu'il s'agit de dissimuler son identité ou de s'infiltrer. Par contre, de nombreuses pratiques telles que payer des sources ou utiliser des documents personnels sans autorisation divisent clairement les répondants qui ne se montrent pas du tout unanimes dans leurs réponses. De façon générale, ils reconnaissent tous de façon que les instances d'autorégulation des médias (le Conseil de déontologie journalistique et le Raad voor de Journalistiek)

sont importants pour garantir les principes déontologiques et éthiques de la profession. Les francophones sont d'ailleurs plus nombreux que les néerlandophones à le considérer.

Si le journaliste belge de 2018 demeure très critique par rapport aux évolutions de la couverture médiatique (le sensationnalisme, l'importance accordée aux soft news, la place dédiée au journalisme d'investigation, etc.), le regard qu'il porte sur ces éléments semble cependant moins négatif qu'il ne l'était lors des enquêtes précédentes. En somme, les répondants apparaissent en quelque sorte plus positifs, même si de nombreux problèmes persistent.

Et pourtant, les conditions de travail sont perçues comme difficiles : les journalistes belges expriment avoir vu leur charge de travail augmenter ces dernières années. Ils sont une écrasante majorité à penser que la sécurité de l'emploi dans leur secteur ne fera que diminuer à l'avenir, avec des organisations médiatiques les contraignant davantage à travailler sous le statut d'indépendant ou d'intérimaire et à renforcer la polyvalence.

Enfin, fournir des informations fiables, objectives, et formulées d'une manière compréhensible reste les objectifs professionnels que les journalistes belges considèrent comme les plus importants à atteindre. Analyser et interpréter les phénomènes complexes et défendre un rôle de chien de garde de la démocratie sont ensuite les rôles professionnels les plus plébiscités. Les moins considérés étant notamment de créer un environnement favorable aux annonceurs.

Concrètement, ce livret est organisé, comme en 2013, en trois chapitres afin de favoriser une lecture en miroir pour celles et ceux qui le souhaiteraient. Dans le premier chapitre, nous décrivons le profil global des journalistes. Dans le deuxième chapitre, nous revenons sur les conditions de travail des journalistes et, dans le troisième chapitre, sur leurs opinions concernant la pratique professionnelle et les transformations du métier. Au cours de chaque chapitre, des comparaisons avec l'enquête de 2013 permettent de révéler des éléments en évolution, d'autres stables. Alors que l'introduction a présenté une courte synthèse du portrait des journalistes en 2018, la conclusion du rapport tracera les grandes lignes des évolutions entre 2013 et 2018.

Les deux équipes de chercheurs, francophone et néerlandophone, ont travaillé conjointement tout au long du processus. Le rapport est rédigé dans les deux langues, mais il n'est pas le fruit d'une traduction littérale. Dans le respect des résultats collectifs, chaque équipe a cependant ajusté l'écrit à son environnement.

Précisions méthodologiques

Tout au long de notre analyse, nous avons veillé à vérifier, à l'aide de tests statistiques, si les différences ou les associations observées dans notre échantillon étaient statistiquement significatives et pouvaient dès lors être extrapolées à l'ensemble de la population ciblée par notre étude. Afin de ne pas alourdir inutilement le texte, nous avons pris le parti de ne mentionner que les différences statistiquement significatives (dont la valeur- $p \leq 0,05$), mais nous tenons à disposition les résultats détaillés de ces analyses.

Les médianes sont mentionnées seulement lorsqu'elles sont significatives d'une différence forte par rapport à la moyenne : dans ce cas, le texte explicite la différence.

Enfin, les comparaisons des résultats en pourcentages entre l'enquête de 2013 et celle de 2018 doivent être lues avec précaution : conformément au rapport de 2013, les pourcentages de cette enquête sont systématiquement arrondis à l'unité alors que, pour les résultats de l'enquête de 2018, nous avons conservé une décimale.

1 Qui est « le journaliste belge » ?

Ce chapitre détaille les caractéristiques des 1 223 journalistes qui ont complété le questionnaire au début de l'année 2018. Toutes ces réponses permettent de dresser un portrait général : de l'âge au genre, en passant par la formation ou le positionnement politique. Elles indiquent aussi la répartition des répondants selon leur statut, leur fonction, leur secteur médiatique ainsi que leur spécialisation.

1.1 Profil sociodémographique

1.1.1 *Âge*

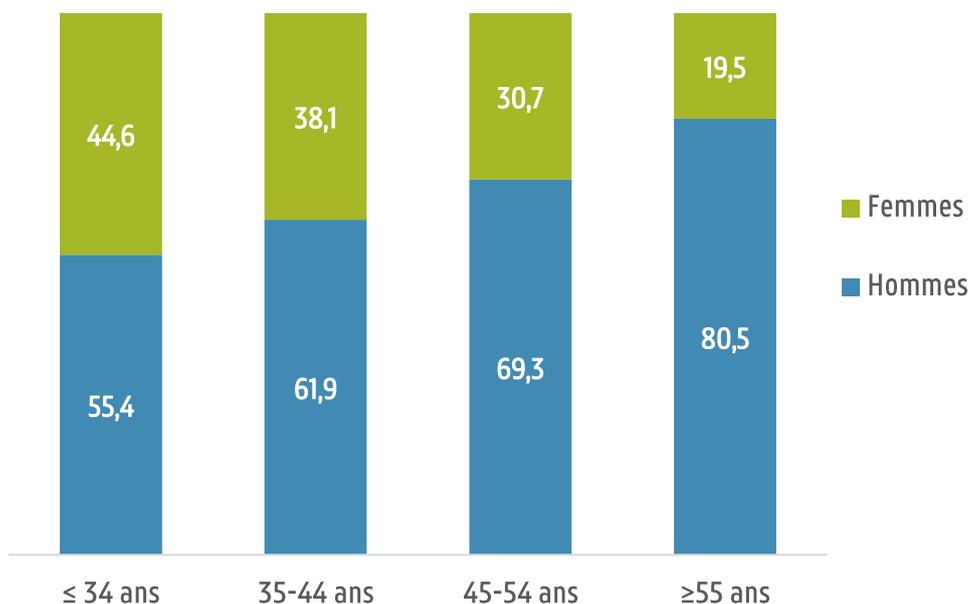
La moyenne d'âge de l'ensemble des répondants est de 47,6 ans. Cette moyenne est un peu plus élevée que celle de 2013, puisque l'âge moyen était alors de 44 ans. Les répondantes sont en moyenne plus jeunes (43,5 ans) que les hommes (49,5 ans). Les journalistes de la presse périodique spécialisée présentent, quant à eux, un âge moyen plus élevé : il est de 50 ans, contre 45,7 ans pour les journalistes professionnels. Enfin, l'âge moyen varie également selon le statut professionnel : l'âge moyen des répondants indépendants est de 48,8 ans, pour 45,8 ans en ce qui concerne les répondants salariés. De manière générale, les tendances longitudinales se renforcent puisque les moyennes d'âge tendent à augmenter, tant dans l'ensemble du groupe, que séparément parmi les femmes et les hommes. Ainsi, en 2013, les femmes avaient en moyenne 40 ans, par contre, l'âge moyen des hommes semble stable, autour de 49 ans.

1.1.2 *Genre*

La parité est encore loin d'être atteinte parmi les journalistes belges titulaires de la carte de presse : les femmes ne représentent que 31,4 % des répondants ; les hommes, 68,6 %. Ce déséquilibre est encore plus marqué du côté néerlandophone : 28,0 % des répondants néerlandophones sont des femmes, pour 35 % parmi les répondants francophones.

Le ratio hommes-femmes dépend, par ailleurs, très fortement de l'âge des répondants. Le début de carrière des journalistes montre une présence plus forte des femmes. Ainsi, elles sont presque à parité (44,6 % de femmes) parmi les 34 ans ou moins, mais plus l'âge avance, plus le pourcentage de femmes diminue. Elles représentent 38,1 % des 35-44 ans, 30,7 % des 45-54 ans et seulement 19,5 % des 55 ans ou plus. Tout comme en 2013, la déperdition du nombre de femmes avec l'âge est forte dans le métier.

Répartition des hommes et des femmes par tranche d'âge (en %) (n=1223)



Graphique 1 : Répartition des hommes et des femmes par tranche d'âge

1.1.3 Origine nationale

La grande majorité (92,9 %) des journalistes de notre échantillon sont nés en Belgique. Ils étaient 94 % en 2013. Les autres sont principalement nés dans des pays limitrophes (3,3%). Dans son ensemble, notre échantillon rassemble des journalistes nés dans 17 pays différents extérieurs à l'Union européenne, parmi lesquels l'Irak, l'Inde, la Corée du Sud, le Burundi, l'Australie et les États-Unis. Les répondants néerlandophones sont proportionnellement plus nombreux (95,8 %) à être nés en Belgique que les francophones (89,7 %).

La diversité des origines est, par ailleurs, plus importante en Belgique francophone : ainsi, 16,9 % des répondants francophones ont au moins un de leurs deux parents qui est né dans un autre pays de l'Union européenne, alors qu'ils ne sont que 4,7 % en Flandre. De même, 7,6 % des répondants francophones ont au moins un de leurs deux parents qui est né dans un pays extérieur à l'Union européenne.

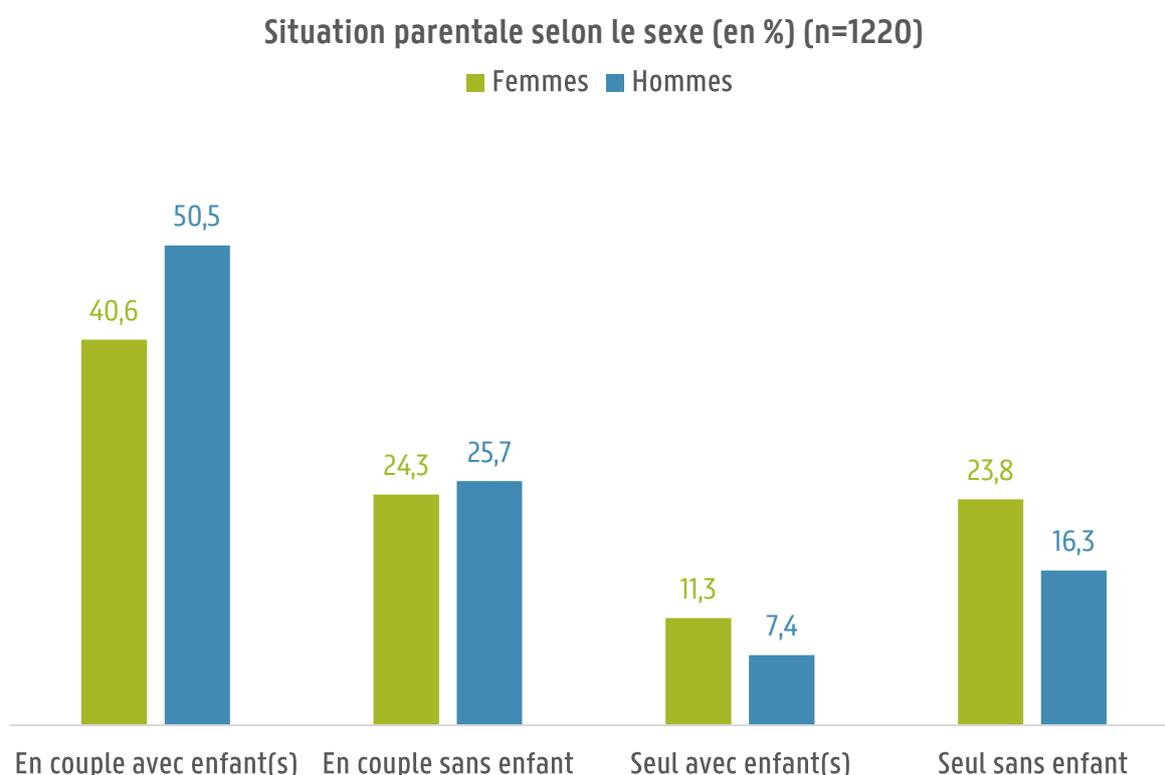
En somme, les journalistes nés en Belgique constituent la majeure partie du groupe professionnel. Le groupe est donc peu diversifié du point de vue du pays de naissance. Elle l'est un peu plus quand on regarde l'origine des parents. Il n'empêche que 83,1 % des répondants francophones et 95,3 % des répondants néerlandophones ont des parents nés en Belgique.

1.1.4 Situation familiale

Les répondants vivent majoritairement en couple avec enfant(s) (47,4 %) ou en couple sans enfant (25,3 %) ; et ils sont près d'un sur cinq (18,7 %) à vivre seuls sans enfant et 8,6 % à être parent célibataire. La comparaison de la situation avec celle de 2013 ne fait pas apparaître de changements majeurs. Le pourcentage de répondants vivant en couple avec enfants est un peu moins important (49 % en 2013), tout comme celui des personnes célibataires aussi (17 % en 2013), mais les différences ne sont pas majeures.

Par contre, tout comme en 2013, la situation familiale diffère significativement selon le statut professionnel : les journalistes indépendants sont 40,3 % à vivre en couple avec enfant(s) ; ce pourcentage s'élève à 54,3 % pour les répondants salariés. Les répondants indépendants sont proportionnellement plus nombreux à vivre seuls sans enfant (24,2 %, pour 16,0 % des salariés) ou en couple sans enfant (27,8 %, pour 20,8 % des salariés). Ces résultats peuvent potentiellement s'expliquer par le fait que le statut d'indépendant concerne prioritairement les journalistes les plus jeunes et les plus âgés comme nous le verrons dans la suite de ce rapport.

Le sexe intervient également comme un élément distinctif : être en couple avec enfants concerne plus fréquemment les hommes (50,5 %) que les femmes (40,6 %). Les répondantes, par contre, sont plus nombreuses à vivre seules sans enfant (23,8 % des femmes, pour 16,3 % des hommes) ou être parent célibataire (11,3 % des femmes, pour 7,4 % des hommes).



Graphique 2 : Situation parentale selon le sexe

Plus de trois quarts des répondants (77,9 %) indiquent avoir un ou plusieurs enfants ; 22,1 % n'ont pas d'enfant. Sur ce point, le sexe apparaît comme le principal facteur de différenciation : près de 30 % des répondantes (29,8 %) n'ont pas d'enfant, contre 18,7 % des hommes. Ces différences s'expliquent, en partie, par le fait que les répondantes sont globalement plus jeunes que les répondants. Cependant, cela ne peut constituer la seule explication car, dans presque chacune des catégories d'âge, les femmes sont proportionnellement plus nombreuses que les hommes à ne pas avoir d'enfant.

Les répondants francophones sont, par ailleurs, plus nombreux (26,2 %) à mentionner qu'ils n'ont pas d'enfant que les répondants néerlandophones (17,6 %). Un écart persiste également entre salariés et indépendants : 27,7 % des indépendants déclarent ne pas avoir d'enfant, pour 20,7 % des salariés.

Plus de la moitié (57,4 %) des répondants de notre enquête ont un ou deux enfants ; et ils sont 20,6 % à avoir plus de deux enfants. Parmi les parents, près de 60 % (59,9 %) ont des enfants encore mineurs et 20,9 % ont des enfants de moins de 5 ans.

1.2 Formation et diplôme

Le niveau de formation des répondants montre toujours une population journalistique très diplômée, dont l'écrasante majorité (93 %) détient un diplôme de l'enseignement supérieur.

64,4 % des répondants ont obtenu un diplôme de l'enseignement supérieur universitaire et 28,6 % un diplôme de l'enseignement supérieur non universitaire. Ils sont donc 93 % à avoir un diplôme de l'enseignement supérieur. Seuls 7,0 % n'ont pas de diplôme de l'enseignement supérieur.

Les résultats montrent une légère évolution depuis 2013 avec un recul du nombre de répondants ayant un diplôme d'enseignement supérieur universitaire (67 % en 2013 contre 64,4 % en 2018) et de ce fait, une hausse des diplômés de l'enseignement supérieur non universitaire (ils n'étaient que 27 % en 2013 ; ils sont 28,6 % en 2018 chez nos répondants).

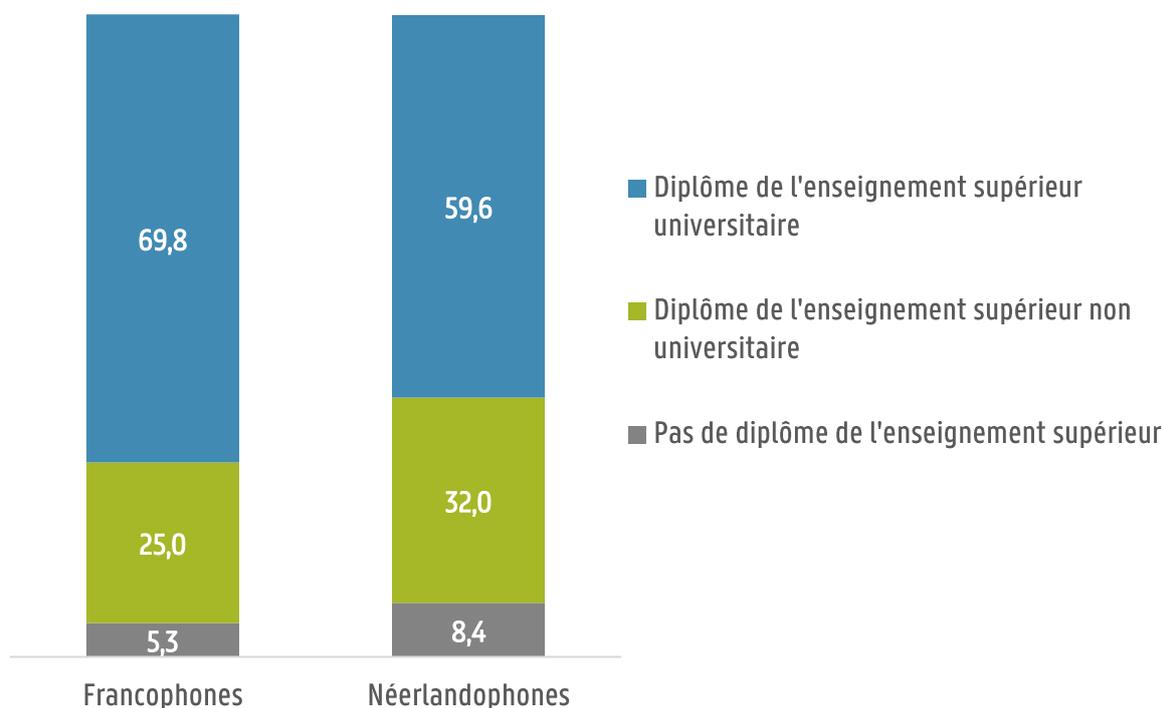
Ces chiffres cachent des disparités liées à l'âge. Les jeunes répondants sont davantage diplômés que les journalistes les plus âgés. Ils sont 97,3 % à avoir obtenu un diplôme de l'enseignement supérieur (dont 68,5 %, un diplôme universitaire) alors qu'ils sont 89,3 % parmi les répondants âgés de 55 ans ou plus (dont 62,1 % qui ont un diplôme universitaire). Le taux de diplôme est d'ailleurs stable depuis 2013 (alors qu'il avait eu tendance à fortement augmenter lors des enquêtes précédentes du côté néerlandophone) : ainsi 98 % des répondants de moins de 35 ans avaient un diplôme de l'enseignement supérieur en 2013.

Le sexe intervient, par ailleurs, comme un facteur de différenciation important. Les répondantes présentent un niveau d'éducation plus élevé que les répondants : 76,9 % d'entre elles ont un diplôme universitaire, pour 58,9 % des hommes. Ces chiffres ne s'expliquent pas seulement par le fait que les femmes sont plus nombreuses dans les générations les plus jeunes qui apparaissent plus diplômées. En effet, dans chaque catégorie d'âge, les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à avoir un diplôme universitaire. La comparaison avec 2013 qui montrait une baisse du nombre de répondants détenteurs d'un diplôme universitaire se perçoit aussi dans la différence entre femmes et hommes : les femmes étaient 79 % à détenir un diplôme universitaire et les hommes 61 %.

Des différences séparent également les répondants salariés et indépendants, mais dans une moindre mesure : 69,9 % des salariés ont un diplôme universitaire, pour 57,5 % des indépendants. Ces derniers sont plus fréquemment diplômés de l'enseignement supérieur non universitaire (32,6 %) que les salariés (26,0 %).

Enfin, comme dans l'enquête de 2013, le pourcentage de diplômés de l'enseignement universitaire est plus élevé parmi les journalistes francophones (69,8 %) que parmi les répondants néerlandophones (59,6 %). Ces derniers ont davantage suivi une formation non universitaire (32 % pour les néerlandophones et 25 % pour les francophones), ce qui reflète bien l'organisation du paysage de la formation au journalisme et aux médias.

Niveau de diplôme des journalistes selon le groupe linguistique (en %) (n=1207)



Graphique 3 : Niveau de diplôme des journalistes en fonction du groupe linguistique

1.3 Adhésion à des associations de journalistes

Comme prévu – puisque le questionnaire a été diffusé à partir des données des membres des associations professionnelles AJP et VVJ – la quasi-totalité (96,6 %) des journalistes interrogés sont membres d'une association professionnelle de journalistes. 92,2 % ont adhéré à l'AJP/la VVJ (en ce compris les membres des anciennes associations AJPP/VJPP).

Par ailleurs, 9,9 % sont membres d'une autre association professionnelle, dont Sportpresse, la Fédération internationale des journalistes ou encore la Société des auteurs journalistes. Les femmes sont proportionnellement moins nombreuses (6,0 %) que les hommes (11,7 %) à faire partie d'une autre association que l'AJP/VVJ. Un léger écart sépare également les journalistes néerlandophones et francophones : seuls 7,4 % des répondants néerlandophones ont adhéré à une autre association, contre 12,4 % des francophones.

Par ailleurs, plus d'un quart des répondants (28,4 %) ont indiqué être membres d'un syndicat ou d'une association professionnelle non liée au journalisme. Le pourcentage de journalistes néerlandophones concernés est plus élevé (34,7 %) que parmi les francophones (22,5 %).

La grande majorité des répondants ont, par contre, déclaré qu'ils ne sont pas membres d'une association ou d'un parti politique (91,0 %). Une légère différence sépare également les répondants francophones et néerlandophones : 8 % des francophones indiquent être membres et 3,3 %, apporter un soutien ponctuel ; seuls 4,6 % des répondants néerlandophones sont membres de ce type d'associations et 1,8 % leur apportent un

soutien ponctuel. Enfin, 93,9 % des répondants disent ne pas être membres d'une association religieuse ou philosophique.

1.4 Orientation politique

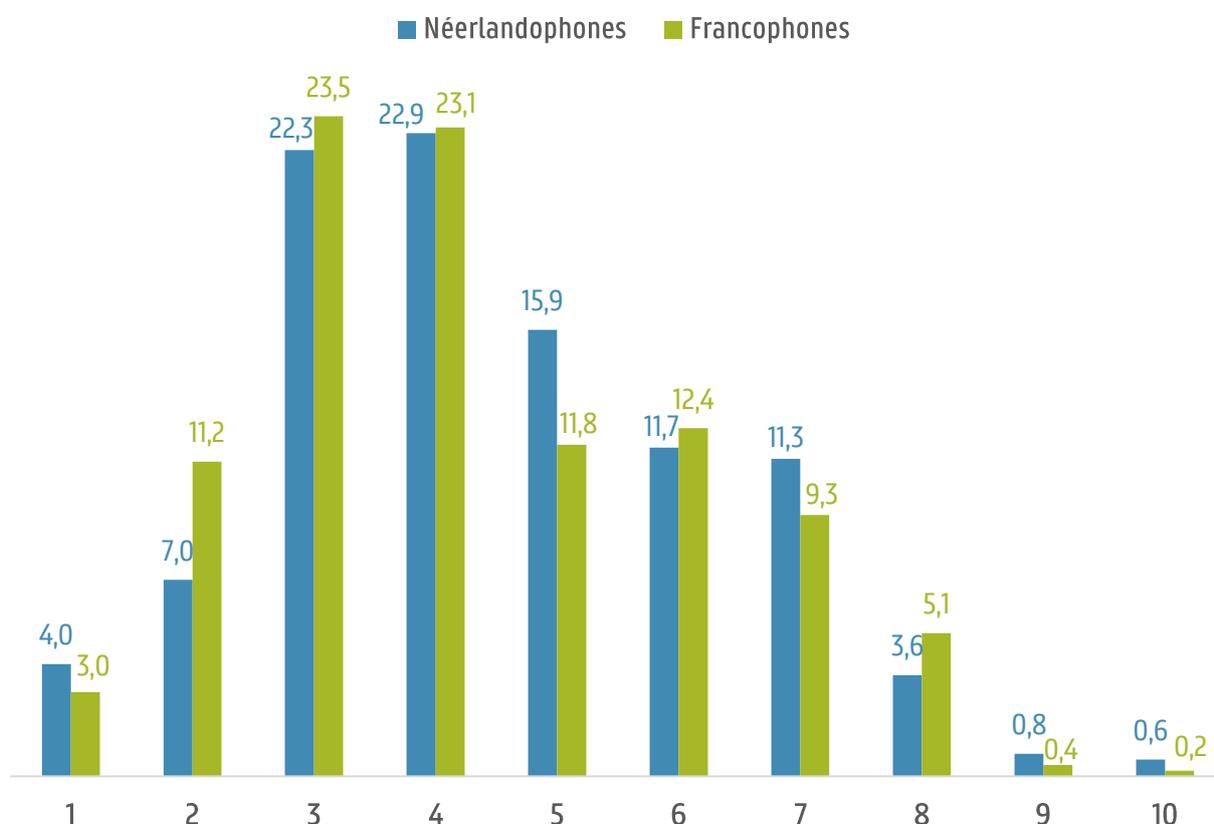
Comme en 2013, les résultats de 2018 montrent que la majorité des journalistes belges se positionnent plutôt à gauche sur l'échiquier politique. Sur cette échelle allant de 1 (tout à fait à gauche) à 10 (tout à fait à droite), et considérant les valeurs 5 et 6 comme étant le « centre », les répondants apparaissent en effet comme étant plutôt à gauche : 58,4 des répondants se situent à gauche de l'échelle (1 à 4), 26 % au centre (5 et 6) et 15,6 %, à droite (7 à 10).

Le statut professionnel apparaît comme un facteur de différenciation, les journalistes salariés s'inscrivant légèrement plus à gauche sur l'échiquier que les indépendants : 61,4 % des répondants salariés se situent à gauche, 26 % au centre et 12,6 % à droite ; tandis que 50 % des répondants indépendants se positionnent à gauche, 26,5 % au centre et 23,5 % à droite.

Un léger écart sépare également les hommes et les femmes. Ainsi, 54,3 % des hommes se placent plutôt à gauche de l'échelle, 27,8 % au centre et 17,9 %, à droite ; en ce qui concerne les femmes, 67,6 % se situent à gauche, 22 % au centre et 10,4 % à droite.

En revanche, les répondants francophones et néerlandophones présentent peu de différences en termes de positionnement politique, comme le montre le graphique ci-dessous.

Positionnement politique des répondants par groupe linguistique (en %) (n=1010)



Graphique 4 : Positionnement politique des répondants par groupe linguistique

Par contre, les journalistes stagiaires, qui ne sont pas pris en compte dans l'analyse, présentent des résultats différents. Ils sont proportionnellement plus nombreux à se situer à gauche de l'échiquier (71,9 %) ; 22,8 se situent au centre et seulement 5,3 % à droite.

1.5 Carrière

1.5.1 *Ancienneté*

L'ancienneté professionnelle en journalisme des répondants est, en moyenne, de 21 ans. Elle semble s'allonger au vu des résultats de 2013 qui présentaient une ancienneté moyenne de 17 ans.

Les femmes présentent une ancienneté de carrière plus courte que les hommes puisqu'elle est de 17 ans tandis qu'elle s'élève à 23 ans pour les hommes. Ces résultats peuvent s'expliquer par deux facteurs : soit les femmes auraient intégré tardivement les rédactions en Belgique, soit elles auraient tendance à se retirer de la profession plus tôt que les hommes ; il est également possible que ces deux facteurs se combinent.

Un peu moins de la moitié des répondants (45,7 %) ont indiqué avoir exercé un autre métier avant de devenir journalistes. Les journalistes les plus jeunes sont nettement moins nombreux que les répondants plus âgés à être concernés : 24,4 % des 34 ans ou moins, 39,2 % des 35-44 ans, 44,2 % des 45-54 ans et 63,0 % des 55 ans ou

plus ont exercé un autre métier que le journalisme. Une différence sensible, qui pouvait déjà être observée dans les résultats de 2013, sépare également les journalistes néerlandophones et francophones : plus de la moitié (55,1 %) des répondants néerlandophones ont commencé leur carrière par un autre métier que le journalisme, pour 35,9 % des francophones. Enfin, cela concerne également 51,5 % des répondants indépendants pour 41 % des salariés.

1.5.2 Mobilité professionnelle

L'enquête met en évidence que la mobilité professionnelle externe des répondants est relativement faible puisqu'ils travaillent depuis 15 ans en moyenne auprès de leur(s) employeur(s)/client(s) actuel(s). Par ailleurs, depuis le début de leur carrière dans le secteur des médias, les répondants ont travaillé, en moyenne, pour 4,5 employeurs/clients différents. Cette moyenne étant fortement influencée par la présence de valeurs extrêmes, la médiane est ici plus représentative : la moitié des répondants ont travaillé pour trois employeurs/clients différents ou moins depuis le début de leur carrière et l'autre moitié, pour plus de trois employeurs/clients.

Il n'est pas étonnant d'observer que le statut professionnel constitue le facteur de différenciation le plus important en matière de mobilité professionnelle. Ainsi, sur une durée de carrière moyenne de 20 ans, les journalistes salariés travaillent depuis 16 ans, en moyenne, pour leur employeur actuel. Ils ont exercé pour trois employeurs différents en moyenne depuis le début de leur carrière. Les répondants indépendants, dont la durée moyenne de carrière est de 21 ans, collaborent depuis 10 ans en moyenne pour le(s) même(s) média(s). En moyenne, ils ont travaillé pour 9 médias différents (la médiane est ici fort différente : elle s'élève à 5 employeurs, ce qui signifie que la moitié de nos répondants indépendants ont travaillé pour moins de 5 employeurs et l'autre moitié, pour plus de 5 employeurs).

Au moment de l'enquête, 7 journalistes interrogés sur 10 (70,8 %) ne travaillent que pour un seul employeur. En moyenne, les indépendants travaillent actuellement pour 3 médias, contre un seul média pour les salariés.

1.6 Situation de travail

1.6.1 Statut professionnel

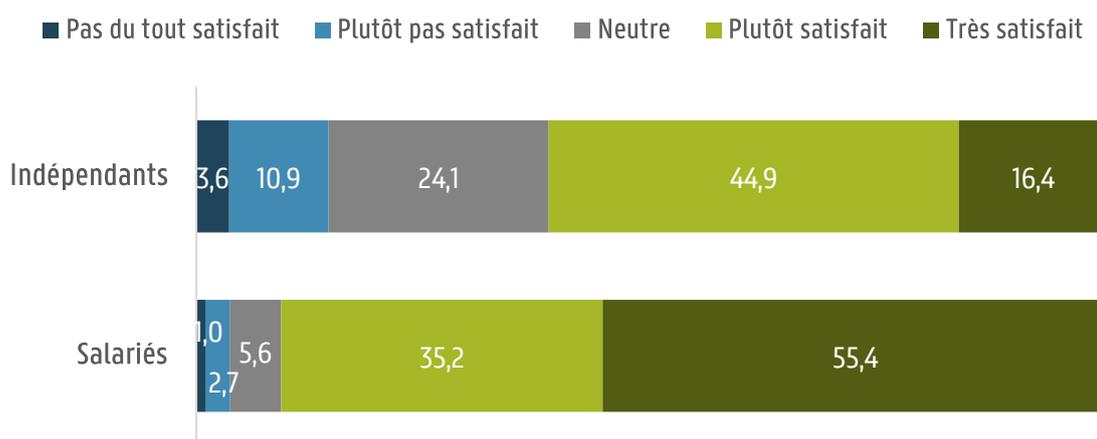
Près de trois quarts des répondants travaillent en tant que salariés (72,7 %), un quart sont indépendants (25,3 %) et 1,9 % ont indiqué avoir un autre statut professionnel (retraité toujours en activité, bénévole, etc.).

Parmi les journalistes salariés, la grande majorité (89,2 %) travaille sous contrat à durée indéterminée, 5,8 % sont fonctionnaires, 3,1 % ont un contrat à durée déterminée et 2,5 %, un contrat d'intérimaire. Quant aux répondants indépendants, la moitié (51,3 %) collaborent avec plusieurs clients fixes, un tiers (33,1 %) ne travaillent que pour un seul client fixe et, enfin, 15,6 % ont plusieurs clients variables.

Le statut d'indépendant tend à être plus fréquent en Flandre : il concerne 31,2 % des répondants néerlandophones, pour 20,6 % des francophones. Enfin, ce statut apparaît également comme une porte d'entrée et de sortie du métier. Ainsi, 29 % des 34 ans ou moins et 31,5 % des 55 ans ou plus sont indépendants, pour 21,4 % des 35-44 ans et 20,9 % des 45-54 ans. Lorsque l'analyse prend en compte les journalistes stagiaires, le pourcentage de répondants indépendants s'élève à 31 % pour les 34 ans ou moins et pour les 55 ans ou plus, pour 21 % des 35-44 ans et des 45-54 ans. Les résultats n'ont, par contre, pas montré de différence entre les hommes et les femmes concernant le statut professionnel.

80,3 % des répondants disent être (très) satisfaits de leur statut professionnel. Seuls 7,9 % indiquent être insatisfaits et 11,9 % ne sont ni satisfaits, ni insatisfaits. Les journalistes indépendants tendent à être moins satisfaits de leur statut que leurs confrères salariés : en effet, 90,6 % des répondants salariés déclarent être (très) satisfaits, pour 61,3 % des indépendants. En 2013, les résultats de notre enquête montraient qu'une large partie des indépendants (42 %) avaient opté pour ce statut professionnel non par choix mais par obligation.

Degré de satisfaction par rapport au statut professionnel des répondants indépendants et salariés (en %) (n=1057)



Graphique 5 : Degré de satisfaction exprimé à l'égard du statut professionnel pour les journalistes indépendants et salariés

La comparaison des résultats des enquêtes 2013 et 2018 semble indiquer une évolution des statuts professionnels : en cinq ans, la part des répondants salariés a diminué au profit du statut d'indépendant. Ainsi, en 2013, notre enquête comptait 78 % de salariés et 20 % d'indépendants ; en 2018, 72,7 % des répondants sont salariés et un sur quatre est indépendant (25,3 %). Les résultats de notre enquête viennent ainsi corroborer une tendance déjà observée dans l'évolution des statistiques compilées par les unions professionnelles AJP-VVJ : la part des journalistes indépendants est en augmentation, or ce statut s'accompagne généralement d'une précarisation de la situation professionnelle.

1.6.2 Secteur médiatique⁹

Un peu plus d'un tiers des répondants indiquent travailler pour un titre de presse quotidienne (35,8 %) ou une entreprise audiovisuelle (35,2 %) et 32,8 % pour la presse périodique. En outre, 8,4 % des répondants exercent pour une agence de presse ou de photographie, 7,7 % pour un média qui n'existe que sur internet (*pure players*), et 3,4 % pour une maison de production.

L'enquête permet d'apporter des résultats plus détaillés en ce qui concerne les secteurs de la presse quotidienne et de l'audiovisuel. 28,3 % des répondants ont déclaré travailler pour la presse quotidienne nationale et 11,8 % pour un quotidien régional. Dans le secteur audiovisuel, les télévisions nationales publiques (14,2 %) et les radios nationales publiques (12,7 %) sont les médias les plus mentionnés par les répondants de l'enquête. Ils sont suivis

⁹ Les répondants pouvant indiquer travailler pour plusieurs médias, les catégories ne sont pas mutuellement exclusives.

par les télévisions privées (8,0 %), les télévisions locales (6,3 %), les radios privées (réseau communautaire, urbain ou provincial) (2,4 %) et enfin, les radios associatives et indépendantes (1,4 %).

Les secteurs médiatiques présentent des différences en ce qui concerne leur taux de féminisation. Afin d'effectuer une comparaison entre les secteurs, nous avons opéré une première analyse prenant exclusivement en compte les répondants qui ne travaillent que pour un seul secteur médiatique (220 répondants, majoritairement indépendants, ont ainsi été exclus de ce volet de l'analyse). Dans cette analyse, ce sont les secteurs de la presse périodique et de l'audiovisuel qui comptent le plus de femmes (respectivement 37,6 % et 36,1 %). Les femmes représentent à peine plus d'un quart des répondants exerçant pour la presse quotidienne (29,8 %), les agences de presse (26,8 %) et les *pure players* (26,9 %).

Les résultats varient légèrement lorsqu'on procède à une seconde analyse incluant cette fois-ci les répondants travaillant pour plusieurs secteurs médiatiques. Dans cette seconde analyse, les femmes représentent environ un tiers des répondants exerçant en presse périodique (34,4 %) et dans le secteur audiovisuel (33,3 %). Le secteur de la presse quotidienne et celui des *pure players* comptent respectivement 29,1 % et 25,8 % de femmes. Les femmes sont, enfin, moins représentées dans les agences de presse puisque seul un répondant sur cinq (21,4 %) travaillant pour ce secteur est une femme.

Enfin, l'enquête met en évidence des disparités entre les secteurs médiatiques concernant les statuts professionnels. Lorsque l'on procède à la première analyse dont sont exclus les répondants travaillant pour plusieurs secteurs médiatiques (majoritairement indépendants), on observe que la proportion de nos répondants qui sont salariés varie selon le secteur : les salariés représentent 92,6 % des répondants travaillant uniquement dans le secteur audiovisuel, 86,8 % dans celui des agences de presse et 83,1 % dans la presse quotidienne. En revanche, les indépendants sont proportionnellement plus nombreux parmi nos répondants travaillant uniquement dans les secteurs de la presse périodique (33 %) et des *pure players* (35,7 %).

La seconde analyse qui inclut les répondants travaillant pour plusieurs secteurs médiatiques présente des résultats quelque peu différents. C'est surtout le cas pour les agences de presse ou de photographie : ce secteur rassemble désormais 38,9 % de répondants indépendants. Dans cette analyse, le pourcentage d'indépendants parmi les journalistes travaillant pour un *pure players* s'élève, par ailleurs, à 44,5 %. Dans le secteur de la presse quotidienne, il atteint 33,8 %.

1.6.3 Temps plein/temps partiel

En Belgique, le droit du travail définit un travailleur à temps partiel comme « un travailleur dont la durée normale de travail, calculée sur base hebdomadaire ou en moyenne sur une période de référence, est inférieure à celle d'un travailleur à temps plein se trouvant dans une situation comparable »¹⁰. Notre questionnaire s'adressait aux journalistes tant salariés qu'indépendants, or parler de temps partiel pour un travailleur indépendant a peu de sens. Nos résultats s'entendent donc non pas au sens de la définition juridique, mais comme reflet de l'appréciation des répondants concernant leur temps de travail.

¹⁰ Direction générale Relations individuelles du travail. (2010), *Clés pour le travail à temps partiel* (en ligne), Disponible sur <http://www.emploi.belgique.be/publicationDefault.aspx?id=3600>, p. 7.

Ainsi, quatre répondants sur cinq (79,5 %) indiquent travailler à temps plein et un sur cinq (20,5 %) à temps partiel. Ces résultats diffèrent de ceux observés en 2013 : 86 % des répondants travaillaient à temps plein et seulement 14 %, à temps partiel. Le temps partiel semble donc être en augmentation.

Plusieurs enquêtes ont montré que le temps partiel tend à concerner davantage les femmes¹¹. Ce constat se vérifie dans nos résultats : 25,8 % des femmes travaillent à temps partiel, pour 18,1 % des hommes. Les répondants indépendants sont, par ailleurs, un peu plus nombreux que les salariés à déclarer travailler à temps partiel : ils sont 21,7 %, pour 14,2 % des salariés. Le recours au temps partiel est, enfin, plus marqué chez les travailleurs les plus âgés : ce régime de travail concerne 37,8 % des répondants âgés de plus de 55 ans, pour 16,1 % des 45-54 ans, 12,8 % des 35-44 ans et seulement 5,7 % des 35 ans ou moins.

1.6.4 Fonctions

La majorité des répondants (62,6 %) indiquent occuper les fonctions de journaliste, reporter ou de rédacteur. Les autres fonctions renvoient à des effectifs inférieurs à 10 % : 8,3 % des répondants sont rédacteurs en chef ou rédacteurs en chef adjoints, 8,3 % sont chefs de rubrique ou éditeurs en chef, 7,3 % sont caméramans, photographes, graphistes, réalisateurs ou techniciens et 4,7 % sont secrétaires de rédaction ou correcteurs.

Nous avons regroupé ces qualifications en trois catégories différentes permettant de distinguer les positions hiérarchiques. Les deux premières positions renvoient à des fonctions à responsabilités. Il s'agit des catégories de « managers » regroupant les directeurs, les rédacteurs en chef et les rédacteurs en chef adjoints, et de « managers intermédiaires » intégrant les éditeurs en chef et les chefs de rubrique. Près d'un répondant sur cinq occupe une position de « cadre » que ce soit en tant que « managers » (9,4 %) ou « managers intermédiaires » (9,2 %). La grande majorité des répondants (81,5 %) sont des journalistes, photographes, techniciens, etc. non-cadres.

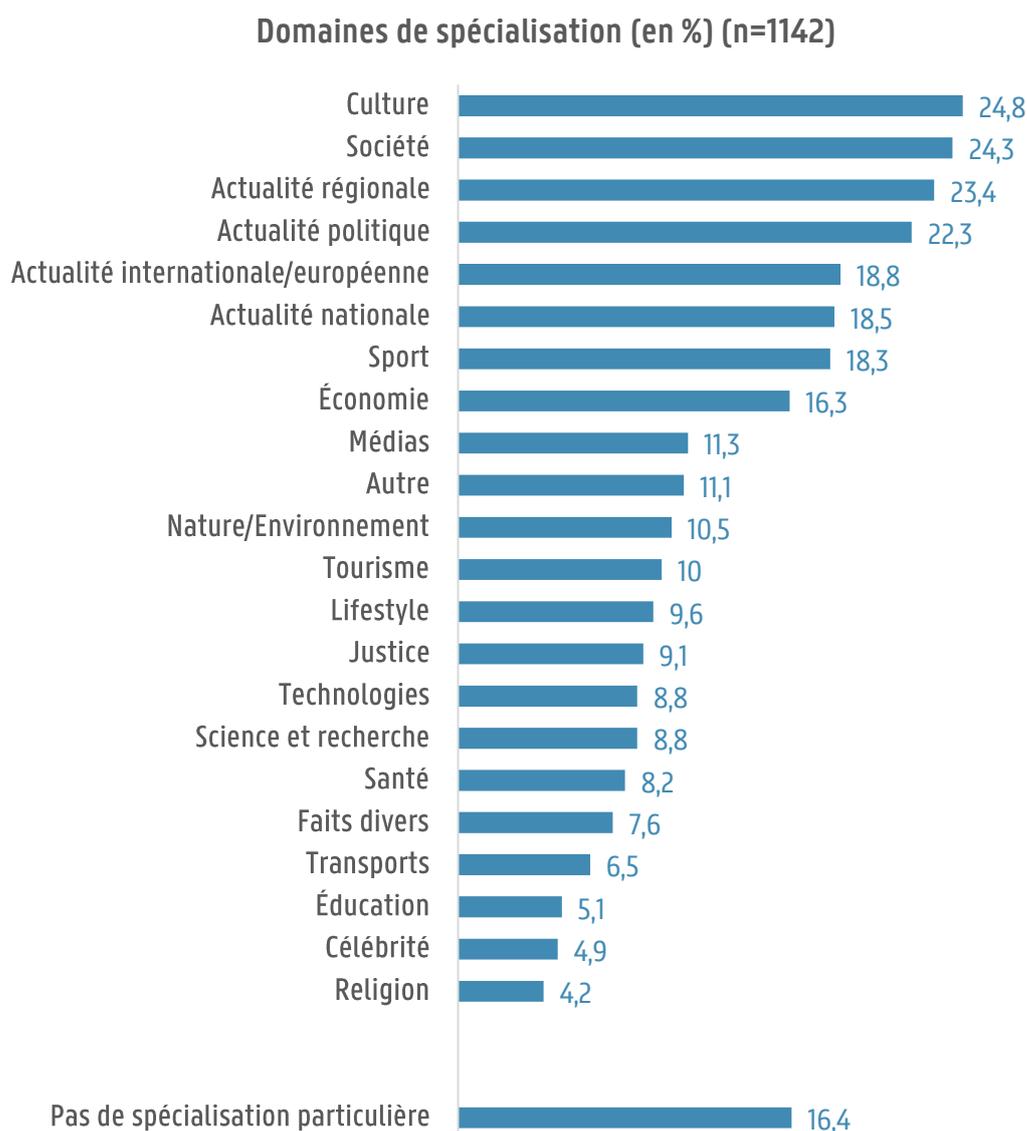
Le statut professionnel constitue un élément distinctif des positions hiérarchiques. En effet, les répondants indépendants accèdent moins fréquemment à des positions hiérarchiques supérieures : un répondant salarié sur cinq (20,4 %) occupe une fonction à responsabilités, pour 13,1 % des indépendants.

Le groupe professionnel étant majoritairement masculin, il est logique que les postes à responsabilités soient davantage occupés par des hommes que par des femmes : 70,9 % des managers et 70,3 % des managers intermédiaires sont en effet des hommes. Le test statistique réalisé ne conclut pas à une différence significative entre les hommes et les femmes journalistes quant à l'accès à des postes à responsabilités. Cette observation vaut tant pour les néerlandophones que pour les francophones. Cependant, en Belgique francophone, en comparaison avec le pourcentage de femmes parmi l'ensemble des répondants francophones (35 %), les femmes sont pourtant légèrement sous-représentées dans les positions hiérarchiques supérieures (elles ne représentent que 27,6 % des managers et 27,5 % des managers intermédiaires francophones). Cette sous-représentation n'apparaît pas en Flandre.

¹¹ En Belgique, voir notamment les statistiques du travail à temps partiel sur le site statbel.fgov.be : SPF Économie (2017), *Travail à temps partiel*, disponible sur <https://statbel.fgov.be/fr/themes/emploi-formation/marche-du-travail/le-travail-temps-partiel#figures>.

1.6.5 Spécialisations

La grande majorité (84 %) des répondants indiquent être spécialisés dans au moins une matière. Ce chiffre est très proche de celui de 2013 (82 %). Les spécialisations les plus fréquemment mentionnées par les répondants sont la culture (24,8 %), la société (24,3 %), l'actualité régionale (23,4 %), la politique (22,3 %), l'actualité internationale ou européenne (18,8 %), l'actualité nationale (18,5 %) et le sport (18,3 %). Par ailleurs, environ un répondant sur 10 est spécialisé dans les médias (11,3 %), la nature ou l'environnement (10,5 %), le tourisme (10,0 %), le lifestyle (9,6 %) et la justice (9,1 %).



Graphique 6 : Domaines de spécialisation

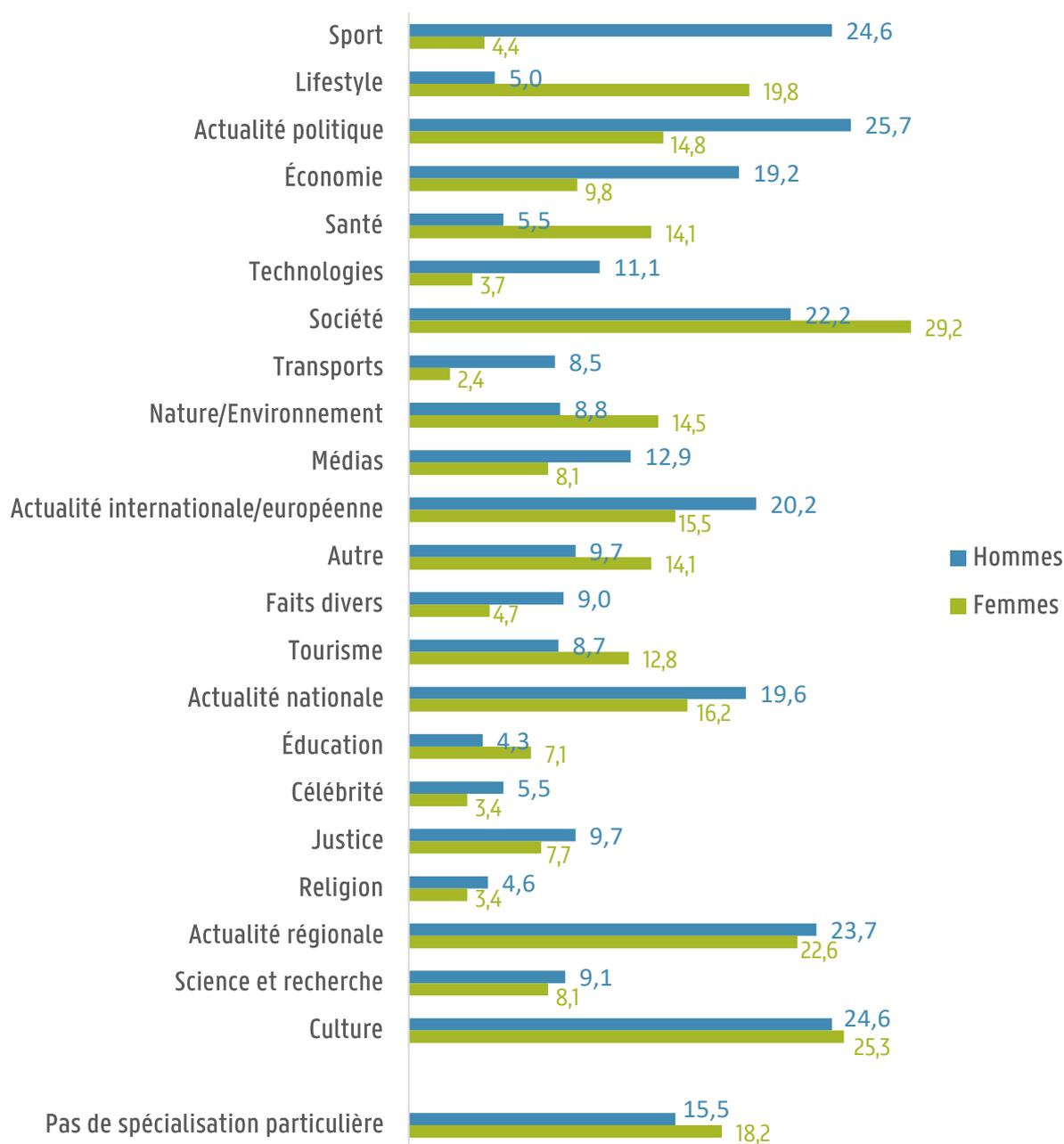
Les répondants francophones sont un peu plus nombreux (86,1 %) à être spécialisés dans un domaine particulier que leurs confrères néerlandophones (81,2 %). Les résultats relèvent, par ailleurs, plusieurs différences entre les deux groupes en ce qui concerne les spécialisations : les répondants francophones sont plus nombreux à déclarer être spécialisés en actualité nationale (23,3 %, pour 13,6 % des néerlandophones) et régionale (28,3 %, pour 18,5 % des néerlandophones), en politique (25,8 %, pour 18,7 % des néerlandophones), en économie (19,2 %, pour

13,2 % des néerlandophones), en justice (11,6 % pour 6,6 % des néerlandophones) et dans les informations relatives à la nature et à l'environnement (12,8 %, pour 8,1 % des néerlandophones). L'écart le plus important concerne la rubrique société : 35,9 % des répondants francophones disent être spécialisés en société, pour 12,5 % des néerlandophones. Ces derniers sont, par contre, plus nombreux à indiquer être spécialisés dans les matières liées à la science et à la recherche (11,1 % pour 6,6 % des francophones).

Certains domaines de spécialisation se révèlent particulièrement genrés. Les hommes sont nettement plus nombreux à être spécialisés en sport (24,6 %, pour 4,4 % des femmes), en politique (25,7 %, pour 14,8 % des femmes) et en économie (19,2 %, pour 9,8 %). Ils sont aussi davantage à avoir mentionné les matières suivantes : la technologie, les médias, les transports et les faits divers. Les femmes sont, par contre, davantage présentes que les hommes dans les domaines suivants : le lifestyle (19,8 % des femmes, pour seulement 5,0 % des hommes), la société (29,2 % des femmes, pour 22,2 % des hommes), la santé (14,1 % des femmes, pour 5,5 % des hommes) et, enfin, la nature et l'environnement (14,5 % des femmes, pour 8,8 % des hommes). Nos résultats mettent donc en évidence des spécialités genrées, et viennent ainsi rejoindre les conclusions de nombreuses études sur les femmes journalistes¹².

¹² Damian-Gaillard, Béatrice, Cégolène Frisque et Eugénie Saitta (2009), « Le journalisme au prisme du genre : Une problématique féconde », *Questions De Communication*, n° 15, p. 175-201 ; Löfgren-Nilsson, Monica (2010), « Le genre en pensées et en actes: le cas des informations télévisées suédoises », dans Béatrice Damian-Gaillard, Cégolène Frisque et Eugénie Saitta (dir.), *Le journalisme au féminin. Assignations, inventions et stratégies*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 119-152 ; Neveu, Erik (2000), « Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession », *Politix*, vol. 13, n° 51, p. 179-212 ; Le Cam, Florence, Manon Libert et Lise Ménalque (2018), *Être femme et journaliste en Belgique francophone* (Rapport de recherche), disponible sur <http://www.aip.be/telechargements/JournalistesFemmes/l-etude.pdf> ; De Vuyst, Sara et Karin Raeymaeckers (2018), « Gender as a multi-layered issue in journalism: A multi-method approach to studying barriers sustaining gender inequality in Belgian newsrooms », *European Journal of Women's Studies*, vol. 26, p. 23-38.

Domaines de spécialisation selon le sexe (en %) (n=1142)



Graphique 7 : Domaines de spécialisation selon le sexe

Enfin, le statut professionnel semble également intervenir comme facteur de différenciation mais dans une moindre mesure. Ainsi, les journalistes indépendants sont un peu plus nombreux à avoir indiqué être spécialisés dans au moins une matière (89,7 % d'entre eux, pour 81,0 % des salariés). Ils sont notamment davantage à être spécialisés en tourisme (18,0 %, pour seulement 7,0 % des salariés), en lifestyle (15,9 %, pour 7,0 %) dans les matières liées à la science et à la recherche (12,7 % pour 7,6 % des salariés). En revanche, les répondants salariés ont plus fréquemment mentionné être spécialisés en économie (18,3 %, pour 11,4 % des indépendants).

2 Comment travaillent les journalistes ?

Ce second chapitre détaille la façon dont les journalistes affirment s'organiser, les conditions de travail dans lesquelles ils évoluent (les horaires, les revenus, les promotions, etc.), mais aussi les représentations qu'ils se font de leurs pratiques journalistiques au quotidien et de leurs rapports aux sources journalistiques.

2.1 Organisation et conditions de travail

2.1.1 *Principaux lieux de travail*

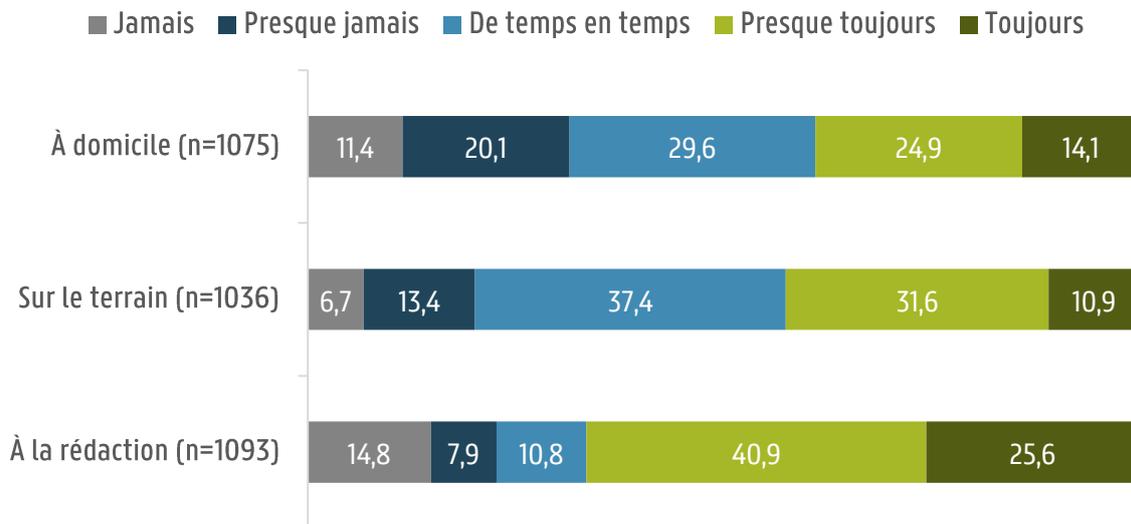
Les journalistes disent travailler principalement dans la salle de rédaction, où deux tiers des répondants (66,5 %) déclarent travailler toujours ou presque¹³. À l'inverse, près d'un quart (22,7 %) déclarent ne jamais travailler ou presque dans la salle de rédaction. Ce chiffre cache une grande disparité selon le statut : près de six indépendants sur dix (58,5 %) disent ne (presque) jamais travailler dans la salle de rédaction, contre seulement 6,5 % chez les salariés.

42,5 % des journalistes déclarent travailler toujours ou presque sur le terrain. Un journaliste sur cinq (20,1 %) affirme ne jamais se rendre sur le terrain ou presque. 37,4 % des répondants affirment s'y rendre de temps en temps. Parmi les indépendants, seuls 10,7 % affirment ne (presque) jamais se rendre sur le terrain, alors que parmi les salariés, cette proportion s'élève à 23,6 %. Cette différence peut en partie s'expliquer par le fait que les journalistes occupant des positions hiérarchiques, moins mobiles, sont presque toujours des salariés. En effet, huit managers sur 10 (79,6 %) affirment travailler (presque) toujours à la rédaction et les managers intermédiaires 86,8 %, quand les journalistes non-cadres sont 62,5 %. À l'inverse, seuls 15,8 % des non-cadres déclarent ne jamais se rendre sur le terrain, alors qu'ils sont plus d'un quart (27,4 %) parmi les managers, et près de la moitié (45,9 %) chez les managers intermédiaires. L'importance du travail de terrain dépend donc fortement de la fonction exercée.

Quatre journalistes sur dix (39 %) disent travailler toujours ou presque à domicile, alors que trois sur dix (31,5 %) affirment ne jamais y travailler ou presque. Sans grande surprise, le lieu de travail et celui de résidence ne font qu'un pour près de trois journalistes indépendants sur quatre (72,7 %). À l'inverse, 42,7 % des journalistes salariés n'expérimentent (presque) jamais cette forme de télétravail. Parmi les salariés, ils sont tout de même un cinquième (20,9 %) à déclarer travailler toujours ou presque de chez eux.

¹³ La juxtaposition des résultats concernant les fréquences de travail selon les trois lieux qui étaient proposés dans le questionnaire peut laisser apparaître un manque de cohérence : il faut préciser qu'il s'agit ici de déclarations de fréquence, qui proviennent de trois questions distinctes. Toutefois, nos résultats livrent des tendances ainsi que des contrastes entre différents groupes qui n'en sont pas moins pertinents.

Les lieux de travail des journalistes (en %)



Graphique 8 : Les lieux de travail des journalistes

2.1.2 Temps de travail moyen

Les répondants pratiquant le journalisme en tant qu'activité principale considèrent travailler en moyenne 42,6 heures par semaine¹⁴ – ce chiffre étant légèrement inférieur à celui de 2013. Les femmes déclarent travailler 40,9 heures par semaine en moyenne, contre 43,4 pour les hommes. Si cette dernière différence est statistiquement significative, il n'en va pas de même concernant la légère divergence observable entre les journalistes indépendants (43,5 h) et les salariés (42,2 h). Le temps de travail hebdomadaire moyen déclaré par les journalistes néerlandophones (42,6 h) est quasiment identique à celui de leurs confrères francophones (42,5 h). Par ailleurs, plus on monte dans la hiérarchie, plus les horaires sont chargés : la moyenne se situe à 41,8 h par semaine pour les journalistes non-cadres, 44,9 h pour les managers intermédiaires, et 45,4 h pour les managers.

Comme nous l'avions déjà noté en 2013, l'emploi du temps des journalistes apparaît extrêmement changeant : deux journalistes sur trois (64,1 %) voient leur horaire modifié de façon hebdomadaire ou mensuelle. Cette forme de flexibilité concerne davantage les journalistes indépendants (88,5 %) que les salariés (56,5 %). Enfin, les horaires sont sensiblement plus réguliers pour les managers (48,2 %) et les managers intermédiaires (44,7 %) que pour les journalistes non-cadres (32,9 %).

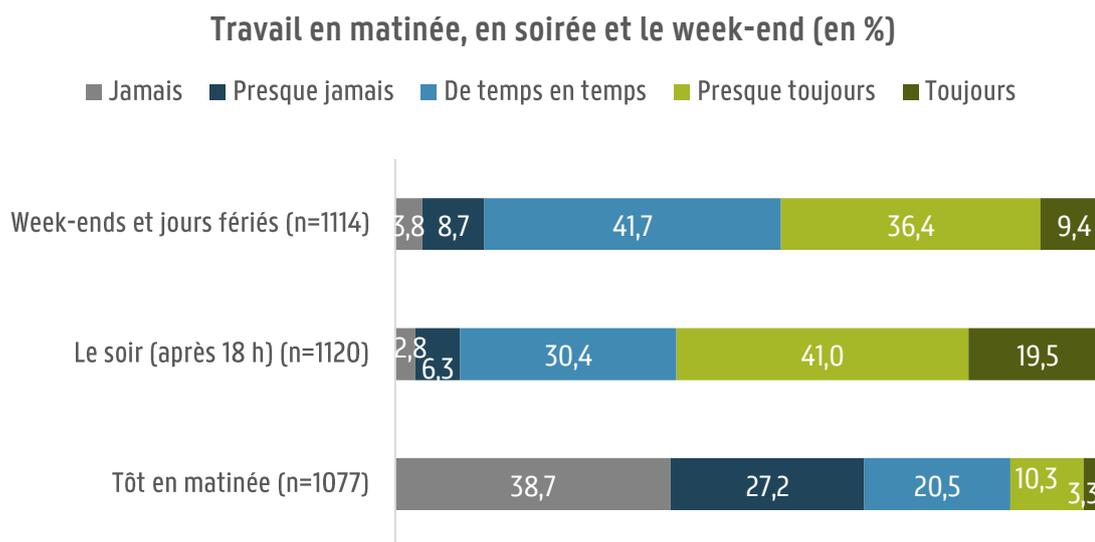
2.1.3 Horaires de travail en soirée, le week-end et les jours fériés

Deux journalistes sur trois (65,9 %) disent ne (presque) jamais travailler avant 7 h. Il en va autrement concernant le travail en soirée. En effet, six journalistes sur dix (60,5 %) affirment travailler (presque) toujours après 18 h,

¹⁴ Afin de mesurer le temps de travail moyen des journalistes et d'étudier leur horaire, il nous a semblé nécessaire d'exclure, pour les analyses qui suivent, les répondants exerçant le journalisme en activité complémentaire, les journalistes actuellement au chômage ainsi que les retraités actifs.

alors que moins d'un répondant sur 10 (9,1 %) dit ne (presque) jamais être dans ce cas. Les hommes sont, par ailleurs, plus nombreux (63,7 %) que les femmes (54 %) à affirmer travailler (presque) toujours après 18 h. Les néerlandophones (73,9 %) sont significativement plus nombreux que les francophones (53,3 %) à affirmer travailler (presque) toujours après 18 h. Si les différences observables selon les fonctions occupées ne sont pas statistiquement significatives, on peut noter que les managers intermédiaires (75 %) sont proportionnellement plus nombreux à travailler le soir que les managers (56,6 %) et les journalistes non-cadres (59,6 %).

Relativement peu de répondants (12,5 %) disent ne (presque) jamais travailler les week-ends et jours fériés, alors qu'ils sont près de la moitié (45,8 %) à déclarer qu'ils travaillent (presque) toujours à ces périodes. Il faut souligner une importante disparité entre les salariés et les indépendants : parmi les salariés, ils sont 38,6 % à affirmer travailler toujours ou presque les week-ends et jours fériés contre 66,2 % parmi les indépendants. Notons également que les hommes (49,2 %) sont plus nombreux que les femmes (38,6 %) à travailler (presque) toujours durant ces créneaux horaires. Ici encore, 60,3 % des journalistes néerlandophones affirment travailler (presque) toujours les week-ends et jours fériés alors que cette proportion est deux fois moins élevée du côté francophone (31,1 %). Enfin, les disparités selon les fonctions ne sont pas non plus significatives concernant le travail pendant les week-ends : les managers ne sont donc pas plus épargnés que les journalistes non-cadres par le travail le samedi et le dimanche.



Graphique 9 : Travail en matinée, en soirée et le week-end

2.1.4 Compensation des heures supplémentaires

Plus de la moitié des répondants (55,6 %) affirment ne jamais percevoir de compensation lorsqu'ils effectuent des heures supplémentaires. Assez logiquement, les salariés (56,9 %) sont nettement plus nombreux que les indépendants (14,4 %) à obtenir des compensations. Il faut néanmoins interpréter ces résultats avec beaucoup de vigilance. En effet, de nombreux journalistes indépendants travaillent à la pige et non pas selon des horaires

déterminés : la question des compensations des heures supplémentaires est donc sans objet pour eux. Or, notre questionnaire ne permet pas de les identifier¹⁵.

Lorsque les heures supplémentaires sont compensées, elles le sont largement sous forme de récupération (34,5 %). En revanche, les compensations financières sont nettement plus rares (9,7 %).

Plus les répondants sont âgés, moins ils affirment recevoir des compensations pour leurs heures supplémentaires : ceux qui affirment obtenir des compensations sont 50,5 % chez les moins de 35 ans ainsi que chez les 35-45 ans, 44,4 % dans les 45-55 ans, et seulement 36,1 % dans les plus de 55 ans. Il est possible de croiser cette observation avec le fait que les managers sont nettement moins nombreux à déclarer recevoir des compensations pour leurs heures supplémentaires (25,8 %) que les managers intermédiaires (44,4 %) et les journalistes non-cadres (46,3 %).

2.1.5 Revenu net

Le revenu net moyen approximatif¹⁶, calculé sur la base des déclarations des journalistes interrogés et qui pratiquent le journalisme comme activité principale¹⁷, se situe aux alentours de 2 341 euros par mois. Ce chiffre représente une augmentation de 174 euros par rapport à 2013 (+8 %), qui correspond à peu près à l'augmentation du coût de la vie au cours de ces cinq années¹⁸. Près d'un journaliste sur 10 (9 %) déclare gagner moins de 1 500 euros par mois quand, à l'autre extrême, près de deux journalistes sur 10 (19,2 %) déclarent toucher plus de 3 000 euros par mois. 14,1 % des journalistes déclarent toucher moins de 1 750 euros nets comme revenu mensuel. Ils sont 12,7 % à gagner entre 1 750 et 1 999 euros, 17,4 % entre 2 000 et 2 249 euros, 14,4 % entre 2 250 et 2 499 euros et 13,2 % entre 2 500 et 2 749 euros. Comparativement à 2013, la proportion de salaires supérieurs à 2 750 euros a augmenté de plus de 10 points de pourcentage, et s'élève en 2018 à 28,2 %.

Si le salaire moyen indiqué par les journalistes néerlandophones (2 303 euros) est proche de celui des journalistes francophones (2 378 euros), les revenus varient significativement selon plusieurs autres facteurs. D'abord, l'écart de revenus entre les salariés (2 451 euros) et les indépendants (1 983 euros), soit 468 euros, est important. Un salarié touche près d'un quart (23,6 %) de plus qu'un indépendant. Ensuite, les femmes gagnent, en moyenne, près de 300 euros de moins (2 147 euros) que leurs confrères (2 439 euros). Le revenu moyen d'un homme est donc 13,6 % supérieur à celui d'une femme. Cette différence est similaire à celle qui avait été observée en 2013. Elle doit évidemment être mise en lien avec les disparités selon l'âge puisque, comme nous l'avons souligné plus haut, la proportion de femmes tend à diminuer avec l'âge. Lorsqu'on se focalise sur les journalistes de moins de 35 ans, le revenu net moyen des femmes s'élève à 1 904 euros quand celui des hommes est de 2 086 euros, ce qui signifie que le revenu des hommes est supérieur de 9,6 % à celui des femmes. Si cette

¹⁵ Il est possible que des répondants indépendants aient indiqué ne pas recevoir de compensations pour leurs heures supplémentaires tout simplement car cela ne les concerne pas.

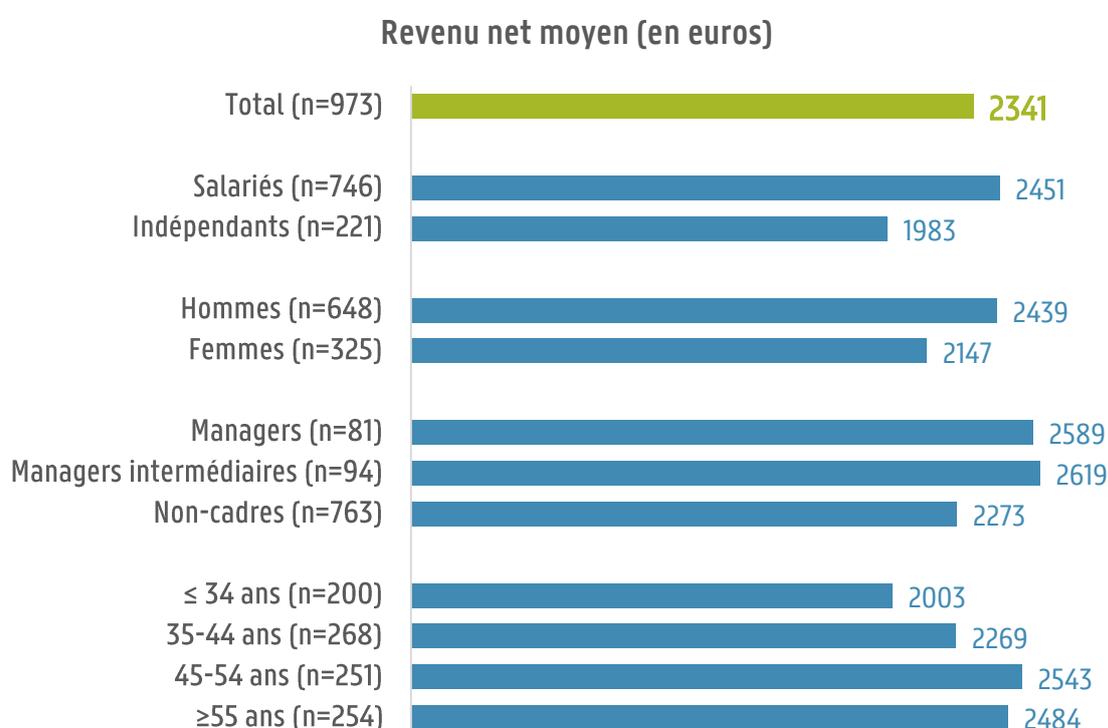
¹⁶ La question du revenu des journalistes a été abordée avec des tranches de salaires. Nous avons pris la valeur centrale de chacune de ces tranches afin d'obtenir un revenu net moyen approximatif.

¹⁷ Il nous a semblé nécessaire d'exclure, pour cette analyse, les répondants exerçant le journalisme en activité complémentaire, les répondants actuellement au chômage ainsi que les retraités actifs.

¹⁸ En effet, l'indice des prix à la consommation a augmenté d'un peu plus de 6 % entre nos deux enquêtes (voir les chiffres de la Banque Nationale de Belgique, disponibles sur <http://stat.nbb.be/Index.aspx?DataSetCode=NICP2013&lang=fr>).

différence est moins grande que sur l'ensemble des journalistes, elle demeure toutefois importante et statistiquement significative.

Le revenu progresse évidemment avec les années, même si l'on constate que le revenu moyen des journalistes de 45 à 54 ans est légèrement supérieur à celui de leurs aînés. Le revenu net approximatif est de 2 003 euros pour les journalistes âgés de 34 ans ou moins, 2 269 pour les 35-44 ans, 2 543 euros pour les 45-54 ans et 2 484 euros pour la tranche d'âge des 55 ans et plus. Enfin, le revenu évolue également avec la position et le niveau de responsabilité dans l'entreprise : les managers gagnent environ 2 589 euros, les managers intermédiaires 2 619 euros et les journalistes non-cadres 2 273 euros. S'il peut sembler étrange que le revenu net moyen des managers soit plus faible que celui des managers intermédiaires, il faut noter qu'il n'en va pas de même pour le revenu médian, moins influencé par les valeurs extrêmes. En effet, celui-ci s'élève à 2 875 euros pour les managers, 2 625 euros pour les managers intermédiaires et 2 375 euros pour les journalistes non-cadres.



Graphique 10 : Revenu net moyen

2.1.6 Promotion

La moitié des répondants (50,6 %) disent avoir reçu une promotion depuis qu'ils travaillent dans le journalisme, ce chiffre étant inférieur à celui de notre étude de 2013 (61 %). Parmi eux, 80,3 % affirment avoir obtenu une promotion en termes de titre ou de fonction et 79,6 % reconnaissent avoir reçu une revalorisation financière.

Évidemment, plus les journalistes sont avancés dans leur carrière, plus ils sont nombreux à avoir obtenu une promotion. Les femmes sont un peu moins nombreuses (45 %) à avoir déjà obtenu une promotion que les hommes (53,1 %). Pour ces derniers, les promotions sont plus souvent accompagnées d'une augmentation de rémunération (81 % des hommes contre 72 % des femmes). Quant aux journalistes salariés, ils sont 64 %, contre

46 % des indépendants, à avoir bénéficié de cet avantage. Enfin, les journalistes francophones (53 %) sont moins nombreux à avoir été promus que leurs confrères néerlandophones (68 %).

2.2 Quelle pratique journalistique au quotidien ?

2.2.1 Compétences professionnelles

Les compétences professionnelles jugées comme les plus importantes par les journalistes répondants se révèlent être les compétences linguistiques (45 %), suivies par les compétences analytiques et critiques (36,4 %). On constate ainsi que la maîtrise de la langue demeure un élément jugé essentiel dans la pratique contemporaine du journalisme, ainsi que le sont les aptitudes liées aux démarches analytiques et critiques.

Parmi les compétences jugées comme plutôt et très importantes, deux résultats attirent notre attention. L'enquête de 2018 montre que 83,1 % des répondants plébiscitent de cette manière les compétences multimédias, alors qu'ils étaient 78 % en 2013. Cette évolution illustre comment les professionnels interrogés donnent davantage d'importance, en 2018, aux compétences qui leur permettent de travailler pour plusieurs supports (presse imprimée, radio, télévision et web). À l'inverse, s'ils étaient 87 % en 2013 à juger comme plutôt et très importantes les compétences technologiques (maîtrise de divers logiciels, etc.), ce pourcentage descend à 73,7 % en 2018.

En observant la manière dont les hommes (H) et les femmes (F) journalistes classent les compétences professionnelles qui les concernent, on constate certaines différences. Ainsi, 87,7 % des femmes journalistes jugent les compétences linguistiques comme très importantes alors que les hommes sont 80,5 %. Elles sont aussi plus nombreuses que les hommes à considérer comme très importantes les compétences analytiques et critiques (F = 79,9 % ; H = 71,7 %), les compétences de recherche en ligne (F = 56,1 % ; H = 43,9 %) ou encore les compétences technologiques (F = 26,3 % ; H = 18,1 %). Les autres éléments ne montrent pas de différences statistiquement significatives entre les sexes.

D'autres différences apparaissent cette fois entre les journalistes du nord et du sud du pays. Les répondants flamands sont 87,6 % à considérer les compétences multimédias comme plutôt et très importantes, alors que les francophones sont 78,2 %. Il en va de même pour les aptitudes liées à l'interprétation et à l'usage des statistiques : les journalistes flamands sont plus nombreux (69,4 %) à les considérer comme plutôt et très importantes que les francophones (58,8 %).

La tendance s'inverse si l'on regarde les compétences technologiques : les francophones sont alors plus nombreux (78 %) à juger ce type de compétences plutôt ou très importantes que les journalistes néerlandophones (69,8 %). Les répondants francophones sont aussi plus nombreux (29,6 %) que les journalistes néerlandophones (19,7 %) à qualifier de plutôt et très importantes les aptitudes liées au graphisme. Mais ces contrastes ne doivent pas cacher que les journalistes du nord et du sud du pays jugent de manière similaire l'importance des compétences linguistiques, relationnelles, analytiques et critiques ou de recherche en ligne.

Enfin, le statut du répondant – qu'il soit salarié ou indépendant – apparaît dans certains cas avoir une influence sur la manière avec laquelle il/elle se représente ces compétences. Ainsi, les journalistes salariés sont plus nombreux (84,4 %) que les journalistes indépendants (78 %) à juger les compétences multimédias comme plutôt ou très importantes. Les autres résultats ne sont pas significatifs du point de vue statistique.

On peut supposer que cette différence trouve en partie son origine dans l'évolution des conditions de travail au sein des organisations médiatiques belges. En effet, divers résultats repris dans ce rapport tendent à montrer que la publication de contenus pour les plateformes en ligne de leur média concerne un nombre important de journalistes. Les journalistes salariés pourraient être davantage confrontés à ces demandes que les journalistes indépendants.

	Compétences jugées comme plutôt et très importantes	Compétences jugées les plus importantes
Compétences linguistiques	98,4 %	45,0 %
Compétences relationnelles	96,9 %	12,6 %
Compétences analytiques et critiques	96,7 %	36,4 %
Compétences de recherche en ligne	93,8 %	0,5 %
Compétences multimédias	83,1 %	2,7 %
Compétences technologiques	73,7 %	1,2 %
Compétences en statistiques	64,4 %	0,0 %
Compétences en gestion de données	50,8 %	0,0 %
Compétences graphiques	24,4 %	0,2 %

Tableau 3 : Degré d'importance attribué aux compétences professionnelles

2.2.2 Le journalisme au quotidien

Une grande partie du temps de travail des journalistes en 2018 est consacrée à la mise en mots de l'information et à sa collecte. En effet, une proportion identique de huit répondants sur dix (79,2 %) affirme quotidiennement travailler à la récolte d'informations sans aller sur le terrain ainsi qu'à la rédaction de contenus journalistiques. L'observation de la concurrence et du travail réalisé par d'autres médias occupe également quotidiennement 79 % des journalistes, ce qui représente une légère augmentation par rapport à 2013 (75 %).

Trois quarts des répondants (75 %) s'attellent également chaque jour à trier et sélectionner des informations et ils sont deux tiers (66,1 %) à s'appliquer aux tâches liées à la vérification et au recoupement. On peut dès lors

constater que le travail de « desk » demeure un élément important du travail quotidien des journalistes belges en 2018, même s'ils sont tout de même près de 60,6 % à sortir de la rédaction pour rechercher et collecter des informations sur le terrain.

L'importance accordée au travail quotidien sur le terrain en 2018 est d'ailleurs sensiblement la même qu'en 2013 (60 %). La tendance à tenir à l'œil lors des prochaines enquêtes est celle relative à la consultation des autres médias : en 2018, cette pratique arrive dans le trio de tête des tâches les plus fréquemment réalisées quotidiennement par les journalistes. Elle dépasse désormais de peu les pratiques liées au tri et à la sélection des informations, alors qu'en 2013 la consultation des autres médias arrivait en quatrième position avec 75 % de répondants s'y adonnant tous les jours.

En comparant différents groupes de répondants, on observe que davantage de femmes journalistes (41,5 %) déclarent éditer quotidiennement les textes de leurs collègues que les hommes journalistes (34,1 %). Entre le nord et le sud du pays, d'autres différences apparaissent. La plus importante concerne le développement de nouvelles idées et la participation à des brainstormings : 68,2 % des répondants flamands déclarent s'y adonner tous les jours, contre 44,7 % des francophones. Outre ce résultat, on constate que les journalistes francophones sont plus nombreux que les journalistes néerlandophones à dire que, tous les jours, ils vérifient, recourent et analysent des informations (FR = 72 % ; NL = 60,1 %) ; ils entretiennent des contacts avec leurs sources et leurs collègues (FR = 71,2 % ; NL = 60,5 %) ; ils assurent des tâches d'organisation et de gestion (FR = 34,8 % ; NL = 21,2 %) ou qu'ils font du montage et du mixage de sons, vidéos, etc. (FR = 32,8 % ; NL = 20,9 %).

Enfin, on note quelques contrastes entre les classes d'âge en ce qui concerne la réalisation quotidienne de certaines tâches. Ainsi, les journalistes de moins de 35 ans disent davantage travailler à l'édition de communiqués de presse ou de dossiers de presse (28,6 %) que les journalistes entre 35 et 44 ans (23,6 %), suivis par ceux entre 45 et 54 ans (16 %) et par les répondants de 55 ans et plus (15,8 %). De façon générale, on constate que les journalistes les plus âgés déclarent moins souvent effectuer quotidiennement les tâches proposées dans le questionnaire en comparaison avec les catégories d'âge plus jeunes. Par exemple, ils sont 25,3 % à dire qu'ils filment, font des enregistrements audio, etc. contre 37,7 % des 45-54 ans, 35,1 % des 35-44 ans et 43,8 % des moins de 35 ans. On observe des tendances similaires pour les tâches relatives au montage/mixage de sons et de vidéos ou pour la réalisation de productions multimédias ou transmédias. Les journalistes de 55 ans et plus disent également moins participer au développement de nouvelles idées et à des brainstormings (45,9 %) que les répondants de moins de 35 ans (60,6 %), ceux entre 35 et 44 ans (62,1 %) et ceux entre 45 et 54 ans (61,9 %).

Tâches durant une journée de travail habituelle (en %) (n=1109)



Graphique 11 : Tâches durant une journée de travail habituelle

Les trois tâches que les répondants désignent comme leur prenant le plus de temps sont, par ordre décroissant :

- La rédaction et l'édition de leurs propres textes journalistiques (27,3 %)
- La recherche et la collecte d'informations sans aller sur le terrain (17,6 %)
- La recherche et collecte d'informations sur le terrain (13,5 %).

2.2.3 Polyvalence pluri-médias

10,5 % des répondants de 2018 travaillent exclusivement à la production de contenus journalistiques pour le site web et les médias sociaux de leur média. Ils n'étaient que 7 % en 2013. En parallèle, et même si ce n'est pas leur activité principale, plus de deux tiers des répondants (68,8 %) déclarent également produire du contenu journalistique spécifiquement pour les plateformes en ligne de leur média.

Globalement, il apparaît que les journalistes néerlandophones sont plus nombreux à travailler pour le web à titre principal (12,5 %) que les francophones (8,4 %). Corollairement, on constate que les journalistes francophones sont plus nombreux (25,6 %) que les journalistes néerlandophones (16,3 %) à ne pas produire du contenu pour les plateformes en ligne de leur média. Ces écarts laissent entrevoir une intégration différente entre le nord et le sud du pays des pratiques journalistiques en lien avec le web, avec des journalistes flamands davantage invités à alimenter les plateformes en ligne des médias que les journalistes francophones.

En parallèle, les différentes tranches d'âge ne semblent pas concernées de la même manière par la réalisation de tâches liées au web. En effet, l'enquête montre que les plus jeunes répondants sont plus dédiés à titre principal (16,9 %) à la production de contenus en ligne que les journalistes entre 35 et 44 ans (9,6 %) et entre 45 et 54 ans (5,8 %). Par contre, les répondants de 55 ans et plus sont tout de même 11,3 % à avoir le web comme support d'activité principal.

Le résultat le plus surprenant étant ainsi que les journalistes entre 45 et 54 ans représentent la tranche d'âge la moins investie dans la production d'informations en ligne à titre principal. Par contre, c'est la tranche d'âge la plus concernée (79 %) par la production d'informations pour les plateformes en ligne de leur média à titre non principal, devant les 35-44 ans (73,6 %), les moins de 35 ans (62,3 %) et les 55 ans et plus (61,2 %).

Les différences entre hommes et femmes ne sont pas, ici, statistiquement significatives.

À la question posée sur le datajournalisme, 90 % des répondants déclarent ne pas avoir été impliqués dans des projets de journalisme de données au cours de l'année 2017. Une situation qui peut s'expliquer par le temps que peuvent nécessiter ces projets, la maîtrise de compétences professionnelles en la matière, ou encore l'espace que procurent les organisations médiatiques pour ce type de productions¹⁹. Celles et ceux qui l'ont été ont d'abord et avant tout travaillé sur le contenu journalistique du projet (93,9 %), bien avant la programmation et la collecte des données (29,9 %) ou la création des visualisations (27,3 %).

2.2.4 Publication sur les blogs et les réseaux sociaux

Si un tiers des journalistes belges interrogés (32,9 %) déclarent ne jamais diffuser des informations sur le compte ou la page de leur média sur les réseaux sociaux, ils sont 20,9 % à disséminer quotidiennement (ou plusieurs fois par jour) des informations au travers de ces canaux. L'enquête confirme également le déclin du site web personnel des journalistes (blogs et autres) comme vecteur de diffusion d'informations : plus de trois quarts d'entre eux (76,5 %) affirment ne jamais y poster de contenu, alors qu'ils étaient 66 % en 2013.

Sans trop de surprise, les comptes et pages personnelles des journalistes sur les réseaux sociaux font néanmoins partie des alternatives les plus employées pour la diffusion d'informations. Et ce, même s'ils sont tout de même 28,9 % à ne jamais utiliser leurs comptes personnels à cette fin. Ils sont par contre 9,6 % à le faire plusieurs fois par jour. Le reste des répondants se répartit entre des publications quotidiennes ou presque (10,9 %), quelques fois par semaine (17,9 %), quelques fois par mois (14,4 %) et rarement (18,3 %).

¹⁹ De Maeyer, Juliette, Manon Libert, David Domingo, François Heinderyckx et Florence Le Cam (2015), « Waiting for data journalism: A qualitative assessment of the anecdotal take-up of data journalism in French-speaking Belgium », *Digital Journalism*, vol. 3, n° 3, p. 432-446.

Les hommes et les femmes journalistes en Belgique n'utilisent pas leurs comptes personnels sur les réseaux sociaux avec la même intensité. Ou plutôt, ils n'y diffusent pas des informations avec la même fréquence : 23,1 % des hommes y publient des informations au moins une fois par jour, contre 15,2 % des femmes. L'écart se rétrécit lorsqu'on regarde la pratique hebdomadaire, les femmes sont alors 36,2 % à y publier des nouvelles au moins une fois par semaine, contre 39,5 % d'hommes. Sachant que la fréquence de publication sur ces réseaux est souvent un facteur qui favorise la circulation des messages qui y sont publiés, il importe de poser la question de la visibilité des femmes journalistes belges sur ces plateformes et les raisons de ces écarts.

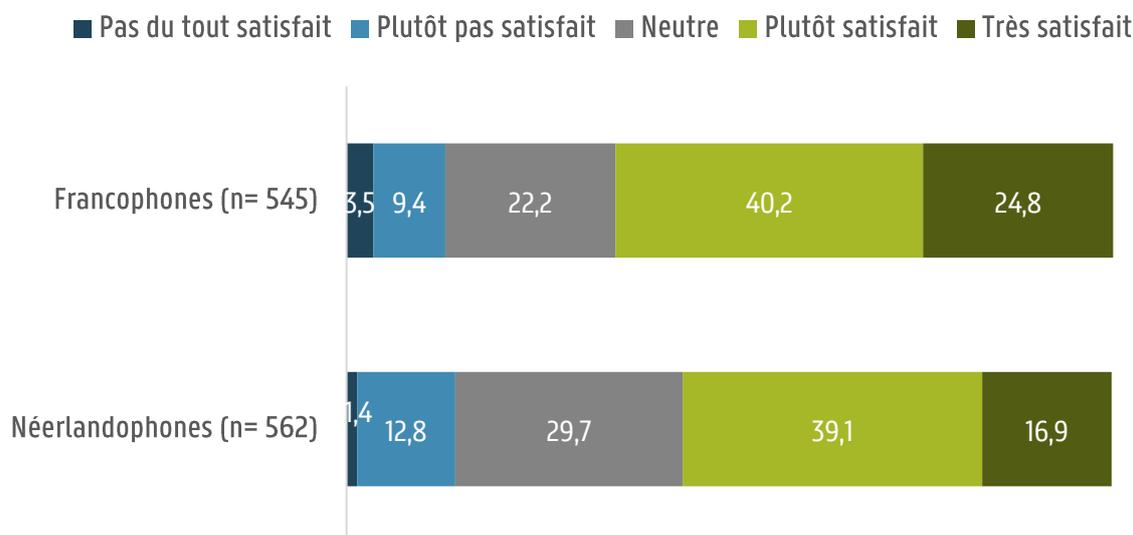
Enfin, les répondants appartenant à la tranche d'âges des moins de 35 ans sont les plus actifs quotidiennement sur les réseaux sociaux (25 %). Les 34-45 ans sont 23,8 % à publier chaque jour ou plusieurs fois par jour du contenu sur leurs réseaux personnels, alors qu'ils ne sont que 15,9 % à le faire chez les 55 ans et plus. L'enquête montre ainsi que, d'une manière générale, les journalistes répondants de moins de 45 ans sont plus particulièrement actifs dans la diffusion de contenus sur leurs comptes personnels que les journalistes plus âgés.

2.2.5 Autonomie professionnelle

C'est à titre individuel que les journalistes interrogés déclarent bénéficier d'un degré d'autonomie le plus élevé : 78,1 % des répondants indiquent être plutôt ou très satisfaits de leur autonomie individuelle au sein de la rédaction (52,6 % sont plutôt satisfaits et 25,5 % sont très satisfaits). On constate à ce sujet une différence entre le nord et le sud du pays : les journalistes francophones énoncent une plus grande satisfaction de leur autonomie individuelle (29,8 % de très satisfaits) que les journalistes néerlandophones (21,4 %).

L'enquête 2018 a également examiné la satisfaction des journalistes belges quant à l'autonomie collective de leur rédaction par rapport aux pressions commerciales et marketing. Ils sont 39,6 % à s'estimer plutôt satisfaits de cette autonomie et 20,8 % à en être très satisfaits. Et ils sont 26 % à se dire neutres par rapport à cette question. À nouveau, les journalistes francophones sont plus nombreux (24,8 %) que leurs collègues néerlandophones (16,9 %) à être très satisfaits de l'autonomie de la rédaction par rapport à ces pressions.

Degré d'autonomie exprimé par rapport aux pressions commerciales et marketing (en %) (n=1107)



Graphique 12 : Degré d'autonomie exprimé par rapport aux pressions commerciales et marketing

Les résultats montrent que les journalistes les plus âgés sont aussi les plus insatisfaits du degré d'autonomie de leur rédaction par rapport aux pressions commerciales : les répondants de moins de 35 ans sont 64,1 % à être plutôt ou très satisfaits de leur indépendance, proches des 35-44 ans (65,3 %) et des 45-54 ans (62,1 %). Par contre, seulement un peu plus de la moitié des répondants de 55 ans et plus (53,3 %) déclarent être plutôt ou très satisfaits de cette indépendance.

Enfin, 58,1 % des répondants sont plutôt ou très satisfaits de l'autonomie de leur rédaction par rapport à d'autres formes de pression et 29,7 % d'entre eux se disent neutres. La répartition des réponses par tranches d'âge pour cette question suit la même tendance que celle relative aux pressions économiques et commerciales.

Les résultats de l'enquête ne révèlent pas de grandes différences entre les hommes et les femmes sur cette question.

2.2.6 Discrimination et intimidation

Un journaliste sur quatre (24,3 %) estime avoir déjà été confronté à de la discrimination dans le cadre de son métier. Parmi les répondants qui ont affirmé avoir déjà été confrontés à de la discrimination, plus de la moitié signalent de la discrimination liée à l'âge (55,1 %) (soit 13,4 % de l'ensemble des répondants), 47,1 % pointent la discrimination selon le genre (soit 11,4 % de l'ensemble des répondants), 11 % relèvent une discrimination en raison des origines et 2,4 % pour leur orientation sexuelle. 14,9 % des répondants ont indiqué avoir été confrontés à d'autres formes de discriminations, comme celles liées au physique ou encore aux opinions politiques.

En ce qui concerne la discrimination, les femmes et les hommes présentent des résultats très différents : ainsi, 42,7 % des femmes disent avoir déjà dû faire face à de la discrimination dans le cadre de leur métier, pour seulement 15,5 % des hommes. Sur l'ensemble des répondants, une femme sur trois (32 %) affirme avoir déjà été confrontée à une discrimination liée au genre alors que le phénomène est quasi inexistant chez les hommes (1,6 %). Parmi ces femmes, trois quarts (74,7 %) ont déclaré que ces discriminations étaient liées à leur sexe. Il

s'agit de la forme de discrimination la plus rencontrée pour nos répondantes. Elle ne concerne, par contre, que 10,5 % des hommes disant avoir déjà été discriminés.

Par ailleurs, les répondants francophones (30,5 %) sont bien plus nombreux que leurs confrères néerlandophones (17,8 %) à affirmer avoir déjà subi des formes de discrimination. L'enquête ne nous permet malheureusement pas d'expliquer cette observation.

Notre étude aborde également la question de l'intimidation. Plus d'un répondant sur cinq (21,3 %) indique avoir déjà été confronté à une forme d'intimidation dans le cadre professionnel. Près de la moitié des répondants affirmant avoir été victime d'intimidation (46,7 %) avancent une intimidation en lien avec le genre, 30,3 % une intimidation liée à l'âge, 5,7 % affirment avoir été intimidés en raison de leurs origines et 2,5 % à cause de leur orientation sexuelle. Les autres formes de pressions et d'intimidation sont nombreuses : elles concernent 38,8 % des répondants ayant indiqué avoir été confrontés à de l'intimidation, soit environ 10,1 % de l'ensemble de nos répondants. Il s'agit notamment de pressions de la part des sources politiques, des annonceurs, d'entreprises, des éditeurs des médias ou encore des citoyens. Ces pressions concernent donc fréquemment le travail de journaliste en tant que tel.

Les femmes sont cette fois-ci encore plus nombreuses que les hommes à déclarer avoir déjà été intimidées, quelle qu'en soit la raison : c'est le cas de près d'un tiers d'entre elles 30,4 % contre seulement 17 % des hommes. Parmi ces femmes, elles sont deux tiers (67,2 %) à expliquer que le motif de ces intimidations concernait le genre, pour seulement 4,3 % des hommes. Les autres motifs d'intimidation ne présentent, par contre, que peu de différences entre les hommes et les femmes.

Ici encore, les cas d'intimidation semblent être bien moins fréquents chez les journalistes néerlandophones (15,3 %) que chez les journalistes francophones (27,1 %).

2.3 Utilisation des sources journalistiques

2.3.1 Utilisation des canaux d'information par les journalistes

Les répondants utilisent majoritairement les sites web comme canaux d'information. 38,3 % des répondants les utilisent plusieurs fois par jour. Les deux autres canaux les plus utilisés sont les sites de réseaux sociaux (30,2 %) et les informations des médias belges (28,3 %). Afin de repérer les canaux les moins utilisés, nous avons examiné les réponses indiquant « rarement ou jamais ». Celles-ci renvoient principalement au recours aux archives et bases de données électroniques ouvertes (51,3 %), fermées (49,2 %) et aux agences de presse internationales (43 %).

La comparaison avec l'enquête de 2013 est ici particulièrement significative concernant l'usage des réseaux sociaux. À cette époque, 19,5 % des répondants indiquaient consulter quotidiennement les réseaux sociaux pour rechercher de l'information. En 2018, ils sont 56,6 %. Ce chiffre est par contre influencé par notre calcul de la fréquence d'utilisation. Alors qu'en 2013, nous n'avions fait aucune différence entre les fréquences « quotidien » et « plusieurs fois par jour » dans les propositions faites aux répondants, en 2018, nous avons plus clairement proposé cette distinction. Ce faisant, le chiffre de 56,6 % est donc constitué de la somme de la consommation quotidienne (26,4 %) et de la consommation « plusieurs fois par jour » (30,2 %). Cette différence méthodologique ne peut cependant masquer l'augmentation indéniable de l'usage des médias sociaux depuis 2013.

Cette augmentation du recours aux médias sociaux s'applique à la fois aux répondants néerlandophones et francophones, même si le pourcentage est légèrement plus élevé du côté néerlandophone. Ainsi, 27,9 % des répondants francophones ont répondu qu'ils utilisaient les médias sociaux plusieurs fois par jour, pour 32,7 % des répondants néerlandophones. En outre, 22,1 % des répondants francophones exploitent ces réseaux sociaux tous les jours ou presque, pour 30,8 % des néerlandophones.

Par ailleurs, les journalistes du nord du pays semblent consulter davantage les sites web que leurs collègues francophones. Pas moins de 43,7 % des répondants néerlandophones, contre 33 % des francophones, déclarent consulter des sites web plusieurs fois par jour pour trouver des informations. Ils sont aussi 34,4 % à consulter tous les jours ou presque ces sites web, pour 28,7 % des francophones.

Les répondants francophones et néerlandophones utilisent également les documents *open data* selon des fréquences différentes. Les journalistes du nord du pays utilisent plus fréquemment les archives électroniques ouvertes (12,3 % des néerlandophones contre 5,5 % des francophones le font plusieurs fois par jour).

En résumé, l'enquête montre, qu'à l'exception de l'utilisation des bases de données électroniques fermées pour lesquelles les résultats sont très proches entre les deux groupes, les journalistes néerlandophones utilisent plus fréquemment des canaux d'information numériques.

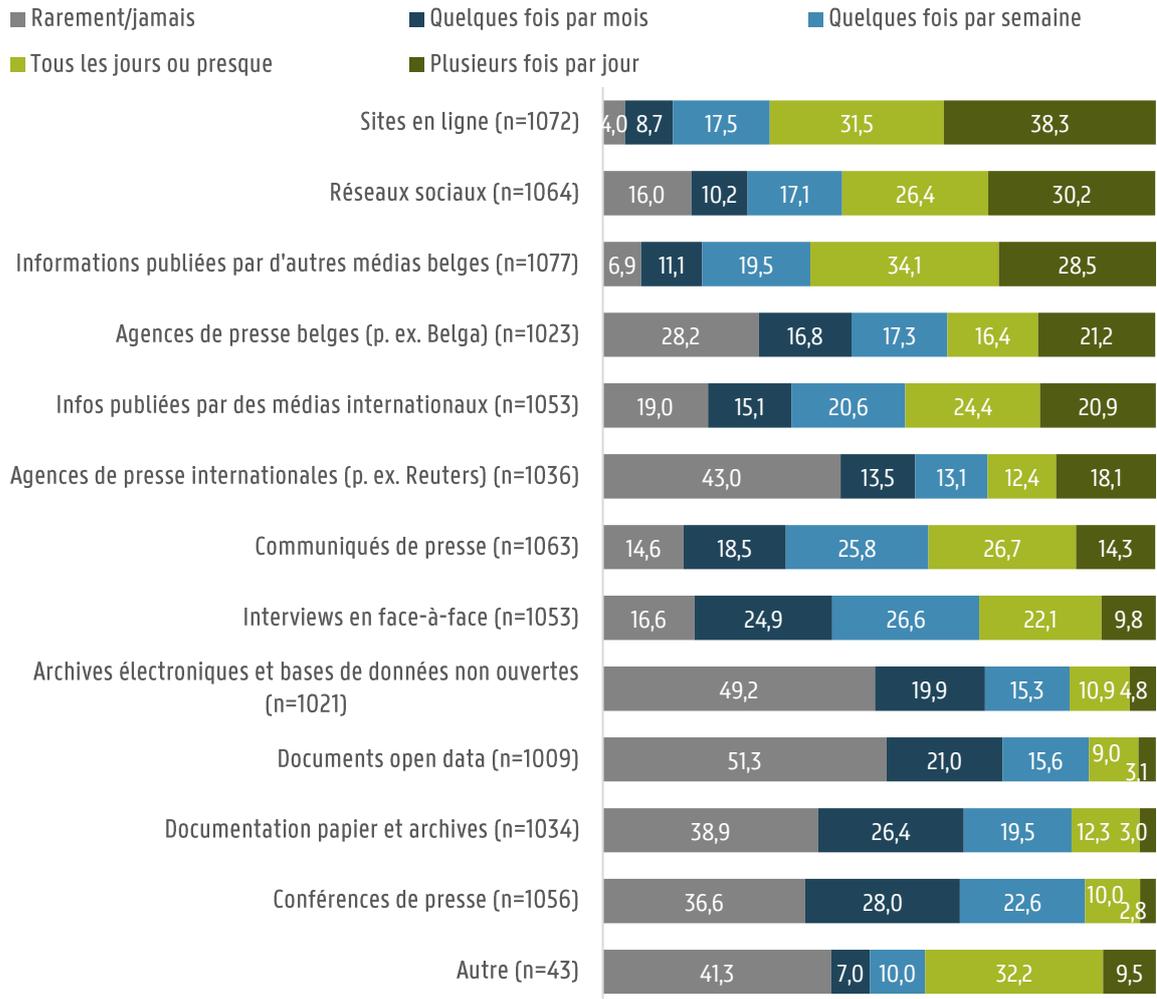
La dernière différence entre les deux parties du pays concerne l'usage des communiqués de presse. Les répondants francophones affirment utiliser nettement moins ces communiqués que leurs collègues néerlandophones. Cette tendance, déjà visible dans les résultats de 2013, s'accroît en 2018. 9,7 % des répondants francophones ont indiqué utiliser les communiqués de presse plusieurs fois par jour et 20,2 %, tous les jours ou presque, tandis que les répondants néerlandophones le font respectivement à 18,9 % et 33,3 %. Ainsi, 20,2 % des répondants francophones déclarent utiliser les communiqués de presse (presque) quotidiennement, 9,7 % le font plusieurs fois par jour. Leurs collègues néerlandophones le font respectivement à 33,3 % et 18,9 %. En général, l'utilisation quotidienne des communiqués de presse a cependant baissé et est passée de 47,9 % en 2013 à 41 % en 2018 (le recours aux dépêches d'agence de presse a, en revanche, augmenté de quelques points de pourcentage).

L'âge des répondants joue fortement sur l'usage des canaux d'information. Le recours aux sites de réseaux sociaux et aux sites web est plus fréquent chez les jeunes journalistes. Alors que plus de 4 répondants sur 10 âgés de moins de 35 ans (43,4 %) ou âgés de 35 à 44 ans (42,3 %) consultent les médias sociaux plusieurs fois par jour (28,8 % des moins de 35 ans et 27,5 % des 35-44 ans le font tous les jours ou presque), ces pourcentages sont beaucoup plus faibles chez les journalistes âgés de 45 à 54 ans (26,1 %) et chez les journalistes de plus de 55 ans (16,3 %) (28,8 % des 45-54 ans et 22,5 % des plus de 55 ans le font tous les jours ou presque). Cette dernière catégorie d'âge compte également la plus forte proportion de personnes qui utilisent rarement ou jamais les réseaux sociaux (32,2 %, contre 15,2 % des 45-54 ans, 5,3 % des 35-44 ans et enfin, 3,5 % des moins de 35 ans). Les répondants les plus âgés sont, par ailleurs, un peu moins nombreux à consulter fréquemment les sites en ligne que les autres répondants. Ces écarts entre les classes d'âge relatifs à l'usage de ressources en ligne (ou *Fracture numérique générationnelle*) peuvent également être constatés, sans surprise, concernant l'utilisation de la documentation papier et des archives. Parmi ceux qui indiquent utiliser rarement ou jamais ce moyen d'information, 47,4 % ont moins de 35 ans ; 51,4 % ont entre 35 et 44 ans ; 35,9 % ont entre 45 et 54 ans et 26,4 % ont 55 ans et plus.

Les différences de génération se remarquent aussi dans l'utilisation de l'information des agences de presse nationales. Les journalistes de plus de 55 ans sont ceux qui utilisent le moins ce canal d'information. Les quatre tranches d'âge (des plus jeunes aux plus âgés) représentent respectivement 31,1 %, 26,7 %, 18,3 % et 13,3 % des répondants consultant les informations des agences de presse nationales plusieurs fois par jour. L'une des explications pourrait relever de la nature du média et de la fonction occupée par le répondant. Les jeunes journalistes, par exemple, sont moins susceptibles d'occuper un poste de direction ou de management et sont plus enclins à devoir produire pour le web qui développe des modes de diffusion sur des rythmes plus denses. Par ailleurs, des différences sont aussi perceptibles par rapport à l'utilisation d'informations provenant des médias belges. L'utilisation de cette ressource tend à diminuer avec l'âge : 34,3 %, 36,9 %, 27,2 % et 19,4 % des répondants (répartis selon les catégories d'âge des plus jeunes aux plus avancées) disent exploiter plusieurs fois par jour les informations des médias belges. Cette situation pourrait trouver ici aussi son origine dans le fait que les journalistes plus jeunes produisent davantage de contenus en ligne que leurs collègues plus âgés.

Enfin, aucune différence significative n'a été constatée entre les hommes et les femmes journalistes concernant la fréquence d'utilisation des canaux d'information, à l'exception du recours aux archives et bases de données électroniques ouvertes et fermées. Ces deux canaux sont un peu plus fréquemment exploités par les hommes. Ainsi, les archives et bases de données électroniques fermées sont utilisées par 5,9 % des hommes plusieurs fois par jour et par 10 % d'entre eux, tous les jours ou presque ; 2,5 % des femmes le font plusieurs fois par jour et 10,8 %, tous les jours ou presque. Un écart similaire est observé en ce qui concerne les documents *open data* : 3,6 % des hommes disent consulter ces documents plusieurs fois par jour et 10 %, tous les jours ou presque ; les femmes sont 2,2 % à le faire plusieurs fois par jour et 6,8 %, tous les jours ou presque.

Fréquence d'utilisation des canaux d'information (en %)



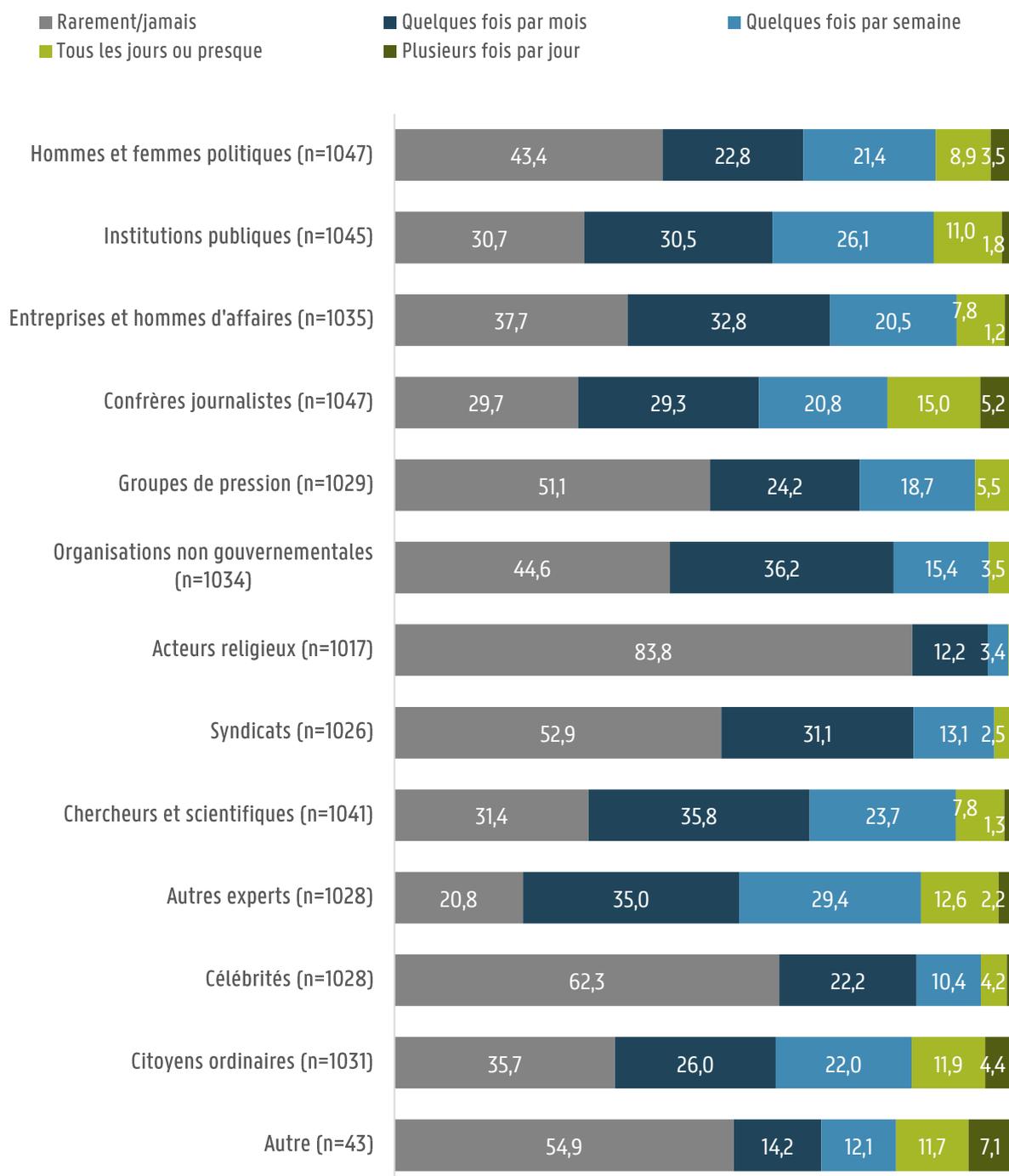
Graphique 13 : Fréquence d'utilisation des canaux d'information

2.3.2 Utilisation des sources d'information par les journalistes

Les collègues journalistes (20,2 %), les citoyens ordinaires (16,3 %), les experts (14,8 %), les institutions publiques (12,8 %) et enfin, les hommes et les femmes politiques (12,4 %) sont les sources d'information les plus fréquemment consultées par les répondants (les pourcentages présentés additionnent les fréquences « tous les jours ou presque » et « plusieurs fois par jour »).

Les autres sources d'information sont consultées fréquemment (« tous les jours ou presque » et « plusieurs fois par jour ») par moins de 10 % des répondants : il s'agit des chercheurs et scientifiques (9,1 %), des entreprises et hommes d'affaires (9 %), des groupes de pression (6,1 %), des célébrités (5 %), des ONG (3,9 %), des syndicats (2,9 %) et enfin, des acteurs religieux (0,6 %).

Fréquence de consultation des sources d'information (en %)



Graphique 14 : Fréquence de consultation des sources suivantes (pour des raisons de lisibilité, les étiquettes des pourcentages inférieurs à 1 % ne sont pas affichées)

Enfin, les répondants ont été invités à s'exprimer sur les médias qu'ils consultent afin d'obtenir des informations au sujet de leur propre profession. Ce sont surtout les journaux nationaux (86,4 %) et dans une moindre mesure les journaux internationaux (52 %) qui sont utilisés à cette fin.

2.3.3 Protection des sources

Plus de huit répondants sur dix (84,6 %) sont satisfaits de la loi sur la protection du secret des sources journalistiques (les journalistes ayant indiqué ne pas se sentir concernés par cette loi ne sont pas inclus dans ce résultat ; n=841). Cette loi, établie en Belgique le 7 avril 2005, semble, par conséquent, offrir une protection généralement considérée comme satisfaisante. Toutefois, nous constatons une très légère diminution de la satisfaction par rapport à l'enquête de 2013 où 91 % des personnes interrogées s'étaient déclarées satisfaites de cette loi.

Il n'y a pas de différence significative entre les répondants néerlandophones et francophones à cet égard, pas plus qu'il n'y a de différences significatives en ce qui concerne la catégorie d'âge ou le sexe des personnes interrogées. Par contre, on constate que les journalistes indépendants sont généralement moins satisfaits que les journalistes salariés. Parmi les journalistes salariés, 11,4 % estiment que la loi sur la protection des sources offre une protection insuffisante, alors que ce pourcentage est de 23,6 % pour les journalistes indépendants.

2.3.4 Loi sur la publicité de l'administration

Les répondants sont seulement 9,7 % à indiquer avoir déjà fait usage de cette législation. Néanmoins, il convient de mentionner qu'il existe des différences significatives selon la communauté linguistique et le sexe. Ainsi, les journalistes néerlandophones sont plus nombreux (16 %) à avoir eu recours à cette loi que les francophones (3,6 %). Les journalistes masculins le déclarent aussi davantage (12,1 %) que leurs consœurs (4,6 %).

Certains aspects de cette procédure juridique, tels que l'utilité des données et, dans une très large mesure, les délais d'attente et la charge administrative qu'une telle procédure entraîne, suscitent une grande insatisfaction. En effet, parmi les répondants ayant déjà eu recours à cette loi, ils sont 26 % à avoir indiqué qu'ils étaient (très) insatisfaits de l'organisation des données et plus du double, soit 53,1 %, qu'ils étaient (très) insatisfaits de la procédure (temps d'attente et administration) de cette loi. Cela peut expliquer en partie pourquoi seulement un journaliste sur dix utilise cette législation qui a pour but d'obliger les administrations à être plus transparentes.

Si l'on examine d'autres raisons que les préoccupations susmentionnées concernant la procédure et l'organisation des données sur la base de questions ouvertes, il apparaît qu'il y a une certaine frustration lorsqu'il s'agit de la divulgation effective des informations. Par exemple, il semble qu'en dépit de l'existence de la loi sur l'accès du public à l'information, les informations véritablement sensibles susceptibles de porter préjudice à l'institution concernée ne sont pas communiquées. En raison du nombre limité de répondants du côté francophone, nous ne pouvons pas faire de comparaisons entre les deux groupes linguistiques.

2.3.5 Les journalistes face aux risques de poursuites judiciaires

Un répondant sur cinq (21 %) a indiqué avoir déjà décidé de ne pas publier une information par crainte de poursuites judiciaires. Ce résultat est en diminution par comparaison avec celui de l'enquête de 2013 qui s'élevait à 29 %.

Le statut professionnel représente sur ce point un facteur de distinction : la proportion de répondants indépendants ayant indiqué s'être déjà abstenus de publier une information par peur de poursuites judiciaires (32,2 %) est presque deux fois plus élevée que celle des journalistes salariés (17,1 %).

L'enquête permet d'apporter des éléments de réponses plus détaillés. Ainsi, parmi les répondants ayant déclaré avoir déjà décidé de ne pas publier une information par crainte de poursuites, plus de la moitié (59,7 %) ont

signalé que cette crainte était liée au risque de calomnie ou de diffamation. Ils sont aussi 49,2 % à avoir évoqué l'atteinte à la vie privée. S'en suivait le risque de violer la législation sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle (16 %). Enfin, 11,1 % de ces répondants ont indiqué qu'ils avaient fait ce choix en raison d'autres craintes. Celles-ci relevaient, par exemple, de l'atteinte à la loi sur la protection des secrets commerciaux ou touchaient à la peur de recevoir des menaces, d'être victime de violences ou de persécutions (notamment par des régimes autoritaires étrangers).

3 Les opinions des journalistes belges

Dans ce chapitre, nous examinons le point de vue des journalistes belges. Dans la première partie, l'accent est mis sur leur attitude face à un certain nombre de questions éthiques. Dans la deuxième partie de ce chapitre, nous nous intéressons à leurs opinions sur les tendances récentes de la profession journalistique. Dans la dernière partie, nous discutons du rôle professionnel des journalistes.

3.1 Éthique et déontologie

3.1.1 *Éthique professionnelle dans la collecte de l'information*

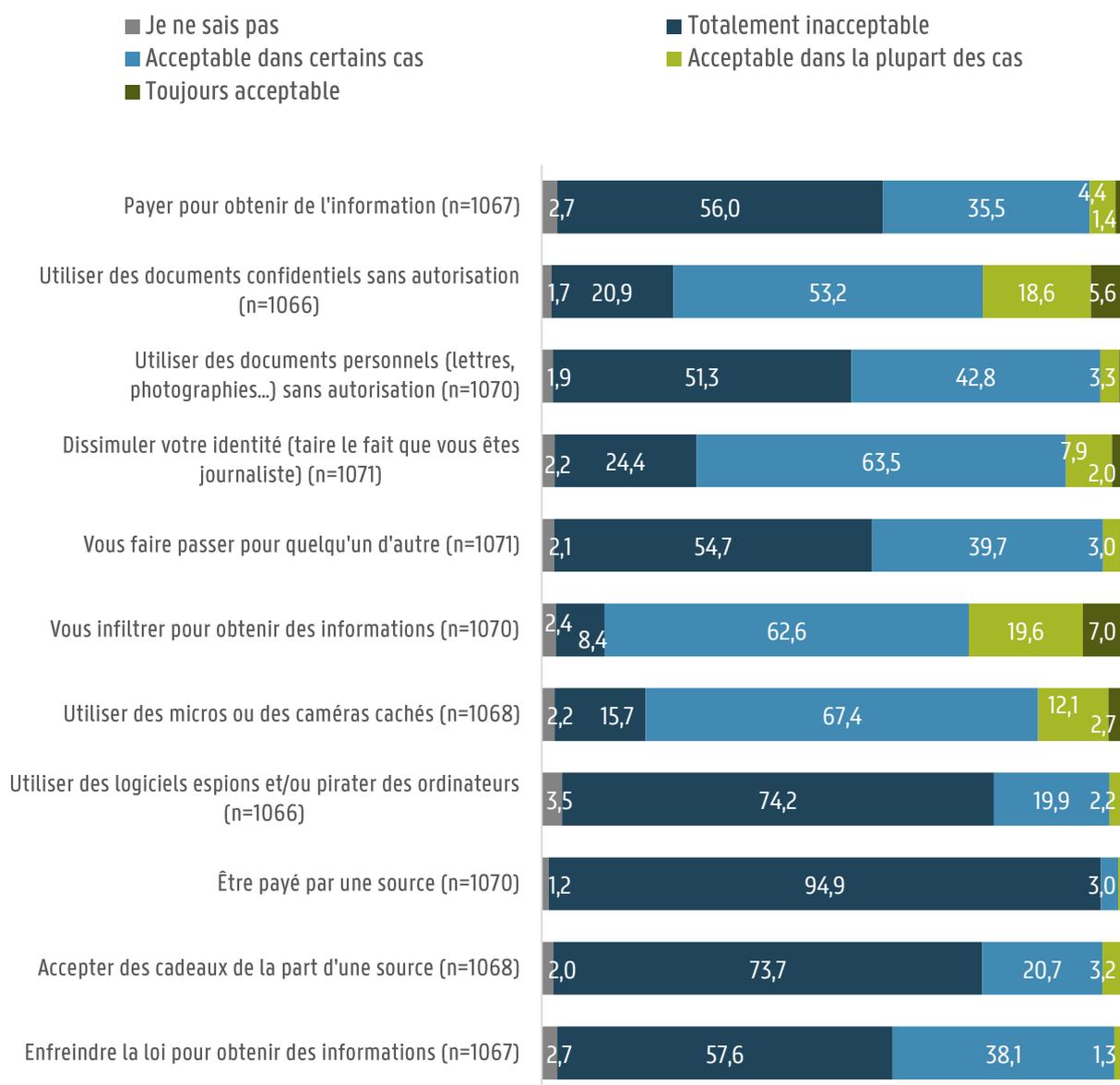
Lors de la recherche et de la collecte d'informations, les journalistes sont parfois confrontés à des situations délicates susceptibles de mettre à mal leur intégrité professionnelle et de contrevenir à la loi ou aux codes déontologiques. Le questionnaire proposait plusieurs assertions aux journalistes afin d'évaluer leurs opinions à l'égard de ces questions. Ainsi, la grande majorité des journalistes belges trouvent totalement inacceptable d'être payés par une source (94,9 %) et d'accepter des cadeaux d'une source (73,7 %). Il en va de même pour l'utilisation de logiciels espions et/ou du piratage informatique (74,2 %).

Les opinions sont parfois très tranchées et montrent des divergences fortes dans le groupe des journalistes : certaines pratiques sont considérées par la moitié des répondants comme inadmissibles, quand l'autre moitié les considère comme justifiables dans certaines circonstances exceptionnelles. Ces grands écarts concernent le fait de payer des personnes pour obtenir des informations, d'utiliser des documents personnels sans autorisation, de se faire passer pour quelqu'un d'autre, et de mener des actions illégales pour obtenir de l'information.

Les autres pratiques considérées comme acceptables dans certains cas particuliers sont le fait d'utiliser des microphones ou des caméras cachés (67,4 %), de ne pas se présenter comme étant journaliste (63,5 %), de s'infiltrer pour obtenir des informations (62,6 %) ou d'utiliser des documents confidentiels sans autorisation (53,2 %).

On observe une certaine stabilité dans les résultats relatifs à ces questions entre l'enquête de 2013 et celle de 2018. Par exemple, le fait de « s'infiltrer » est considéré comme la pratique la plus acceptable par les journalistes interrogés puisque, tant en 2013 qu'en 2018, 92 % d'entre eux la qualifient comme acceptable (dans une certaine mesure). En parallèle, comme en 2013, « être payé par une source » demeure la pratique considérée comme la moins acceptable par les répondants en 2018 (2013 = 3 % ; 2018 = 3,9 %). Le principal changement est à trouver dans l'action de dissimuler son identité de journaliste, qui est davantage perçue comme acceptable (dans une certaine mesure) en 2018 (75 %) qu'en 2013 (65 %).

Éthique professionnelle dans la collecte de l'information (en %)



Graphique 15 : Éthique professionnelle dans la collecte d'information (pour des raisons de lisibilité, les étiquettes des pourcentages inférieurs à 1 % ne sont pas affichées)

Plusieurs différences significatives d'opinions entre les journalistes néerlandophones et francophones sont perceptibles. Par exemple, les journalistes néerlandophones estiment qu'il est acceptable de rémunérer des sources (50 %) plus souvent que leurs collègues francophones (35,3 %), ou d'accepter des cadeaux de la part d'une source (NL = 33,2 % ; FR = 17,2 %). À l'inverse, les journalistes francophones déclarent plus souvent que leurs collègues néerlandophones qu'il est acceptable d'utiliser des documents confidentiels sans permission (FR = 86,1 % ; NL = 70,9 %), de ne pas révéler son identité de journaliste (FR = 80,9 % ; NL = 68,7 %), d'utiliser des

documents personnels sans permission (FR = 54,9 % ; NL = 40,1 %) et d'enfreindre la loi pour obtenir des informations (FR = 48,2 % ; NL = 33,1 %).

Certaines pratiques relatives à l'éthique professionnelle dans la collecte des informations ne sont pas perçues de la même manière par les hommes et les femmes journalistes. De façon générale, on observe que les femmes journalistes sont davantage enclines à considérer qu'il peut être acceptable de dissimuler certaines informations, alors que les hommes plébiscitent plus le recours à des documents sans autorisation. Ainsi, les femmes journalistes ont indiqué plus souvent que les hommes qu'il peut leur paraître acceptable de ne pas se faire connaître en tant que journalistes (80,5 % contre 72,4 %), de se faire passer pour quelqu'un d'autre (49,1 % contre 41,7 %) et d'utiliser des micros ou caméras cachés (91,4 % contre 80,7 %). Les journalistes hommes, par contre, sont un peu plus nombreux que les journalistes femmes à considérer qu'il peut être acceptable d'utiliser des documents confidentiels sans permission (H = 79,8 % ; F = 76,4 %), ou de recourir à des documents personnels sans autorisation (H = 49,9 % ; F = 42,9 %).

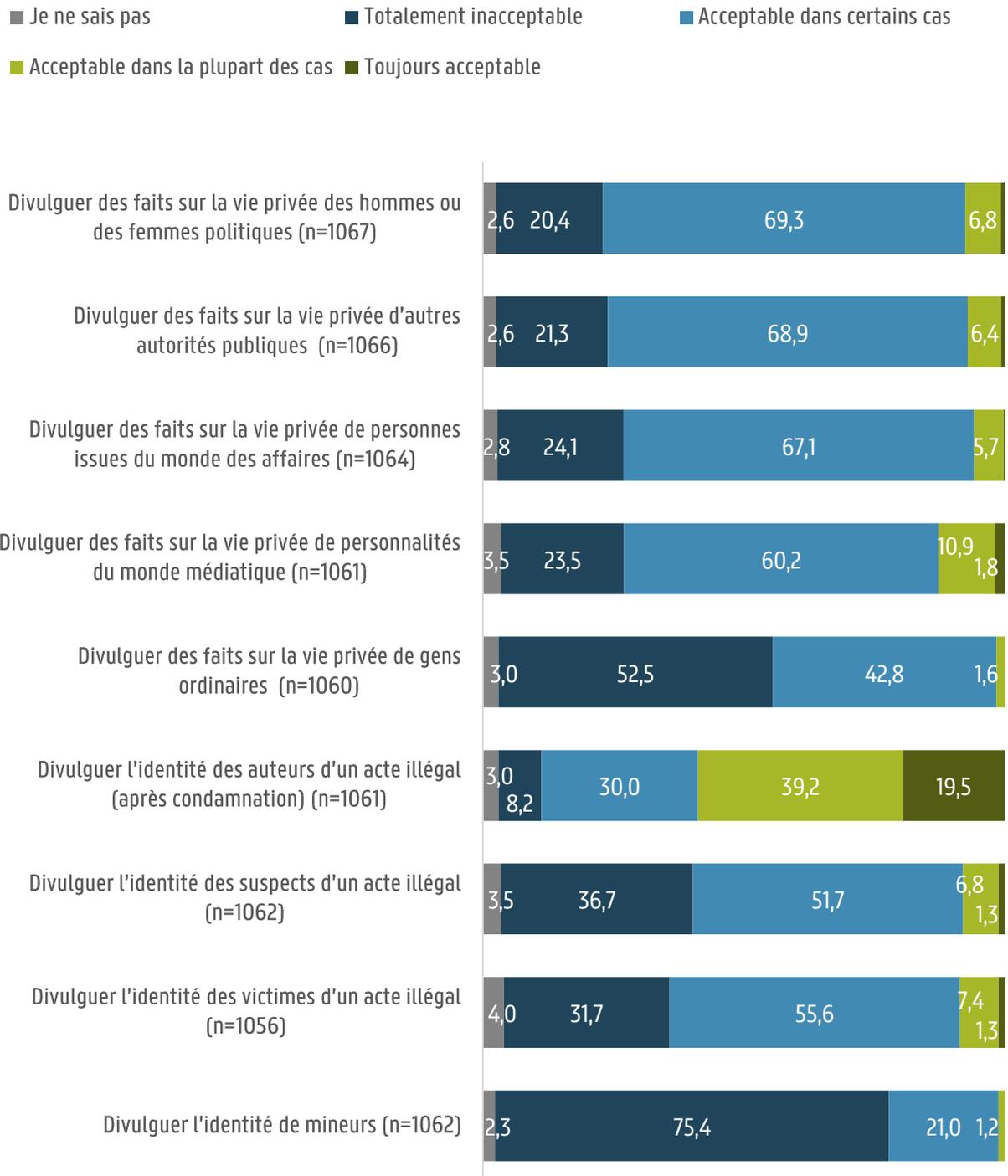
L'âge joue aussi sur ces opinions. On constate que les journalistes des classes d'âge les plus âgées sont moins réceptifs aux pratiques que nous leur présentions que les journalistes plus jeunes. De fait, les journalistes de 55 ans et plus sont moins enclins à dissimuler le fait qu'ils sont journalistes (68,9 %) que leurs collègues entre 35 et 44 ans (78,7 %) et ceux de moins de 35 ans (85,1 %). La tendance est similaire pour la question de « s'infiltrer » : les répondants de 55 ans et plus sont 86,4 % à estimer que cette pratique peut être acceptable, contre 95,1 % des répondants entre 35 et 44 ans et 95,3 % des journalistes de moins de 35 ans. Les journalistes de moins de 35 ans indiquent également plus souvent que les journalistes de 55 ans et plus qu'il peut, entre autres, être acceptable d'utiliser des documents personnels sans permission (68,8 % contre 37,5 %), de se faire passer pour quelqu'un d'autre (61,4 % contre 32,3 %) ou d'être payé par une source (6,9 % contre 2,3 %).

Enfin, seules deux différences d'opinions significatives distinguent les journalistes salariés et les journalistes indépendants sur ces questions éthiques. Les journalistes salariés trouvent qu'il est davantage acceptable (86,8 %) d'utiliser des micros ou des caméras cachés que les journalistes indépendants (78,5 %). Inversement, les journalistes indépendants considèrent plus que les journalistes salariés qu'il peut être acceptable de recevoir des cadeaux de la part d'une source (31,3 % contre 22,8 %).

3.1.2 Respect de la vie privée et protection de l'anonymat

Dans le cadre de leur travail, les journalistes disposent souvent d'informations dont la divulgation peut entraîner une violation de la vie privée ou mettre en danger l'anonymat. Afin de connaître l'opinion des journalistes concernant ces questions, nous leur avons demandé de se positionner par rapport à plusieurs cas concrets.

Respect de la vie privée et protection de l'anonymat (en %)



Graphique 16 : Respect de la vie privée et protection de l'anonymat (pour des raisons de lisibilité, les étiquettes des pourcentages inférieurs à 1 % ne sont pas affichées)

Environ trois quarts des personnes interrogées considèrent qu'il est acceptable, dans une certaine mesure, de divulguer des faits relatifs à la vie privée des hommes et des femmes politiques (76,9 %), à celle des membres d'autres autorités publiques (76,1 %), de personnes issues du monde des affaires (73,1 %) ou encore du monde des médias (72,9 %). Les avis sont nettement plus réservés concernant la divulgation de faits relatifs à la vie

privée de gens ordinaires (44,5 %). Par ailleurs, près de neuf répondants sur dix (88,7 %) estiment qu'il est permis, dans une certaine mesure, de révéler l'identité des auteurs d'un acte illégal après leur condamnation. Les journalistes sont moins nombreux à considérer acceptable de révéler l'identité des victimes d'un crime (64,3 %), des personnes soupçonnées d'un crime (59,8 %) et des mineurs de façon générale (22,4 %). Les résultats pour ces questions sont globalement similaires à ceux de l'enquête de 2013.

Les journalistes néerlandophones sont plus enclins que leurs collègues francophones à dire qu'ils trouvent acceptable de partager des informations relatives à la vie privée, notamment lorsqu'il s'agit de faits en lien avec la vie privée de gens ordinaires (49,3 % contre 42,6 %) ou de divulguer l'identité de mineurs (26,5 % contre 19,4 %).

On note également que les hommes ont davantage tendance que les femmes à trouver acceptable la révélation de l'identité de suspects d'un acte illégal (H = 64,8 % ; F = 56 %), de victimes d'un délit (H = 70 % ; F = 60,2 %) ou de mineurs (H = 25,7 % ; F = 16,7 %).

Enfin, on constate que, d'une façon générale, les classes d'âge les plus jeunes jugent certaines pratiques comme étant plus acceptables que les répondants les plus âgés. Par exemple, les moins de 35 ans jugent plus acceptable la divulgation de faits en lien avec la vie des politiques que les répondants de 55 ans et plus (93,6 % contre 72,5 %) ou la divulgation d'éléments en lien avec la vie privée d'autres membres des autorités publiques (93 % contre 71,6 %). La même tendance est perceptible entre ces deux classes d'âge par rapport à la divulgation de faits liés à la vie privée de personnes issues du monde des affaires (89,9 % contre 68,8 %), de personnalités du monde des médias (88,6 % contre 68 %) ou de gens ordinaires (59 % contre 34,4 %).

3.1.3 Instances d'autorégulation des médias

Journalistes francophones et néerlandophones ont été interrogés sur les instances d'autorégulation des médias qui existent en Belgique : le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) et le Raad voor de Journalistiek (RvdJ).

86,2 % des répondants estiment que ces organisations sont plutôt ou très importantes en ce qu'elles permettent de garantir la déontologie professionnelle des journalistes. Les journalistes francophones (96,6 %) sont, par ailleurs, plus nombreux que les néerlandophones (79,9 %) à accorder de l'importance à ces organisations. Par ailleurs, les femmes journalistes (89,7 %) semblent attribuer davantage d'importance au rôle du Conseil de déontologie journalistique/Raad voor de Journalistiek que les hommes (84,4 %). Ces résultats sont similaires à ceux apportés par l'enquête de 2013.

Un peu plus de la moitié des répondants (52,2 %) se déclarent (très) satisfaits du fonctionnement du Conseil de déontologie journalistique/Raad voor de Journalistiek, ce qui représente une très légère augmentation par rapport à 2013 (alors de 50 %). Plus de la moitié (52,7 %) des répondants expriment être également (très) satisfaits des recommandations et avis promulgués par ces instances. On note que la proportion d'avis neutres pour ces deux questions est élevée : respectivement 43,3 % et 43,7 % des répondants. Les francophones sont plus nombreux à se dire (très) satisfaits du fonctionnement (55,5 %) et de l'activité (57,4 %) de leur instance d'autorégulation que les néerlandophones, dont les proportions de satisfaction parmi les répondants s'élèvent respectivement à 48,8 % et 47,7 % par rapport au Raad voor de Journalistiek.

3.2 Opinions concernant les tendances récentes du journalisme

Les répondants ont par ailleurs été amenés à se positionner par rapport à une série de déclarations et de thèmes relatifs à des évolutions potentielles concernant les pratiques journalistiques et des processus de couverture médiatique.

3.2.1 *Évolution de la couverture médiatique*

Près de huit journalistes sur dix (78,4 %) sont convaincus que « ces cinq dernières années, l'actualité est devenue de plus en plus sensationnaliste ». Ce pourcentage est néanmoins en diminution de 6,8 points de pourcentage par rapport à l'enquête de 2013. En parallèle, deux répondants sur trois (59,3 %) sont d'avis que les médias accordent trop d'attention aux *soft news*. À nouveau, ce résultat est en diminution de 3,7 points par rapport à l'enquête de 2013. On retrouve cette même tendance pour la proposition selon laquelle « les médias grand public laissent trop peu de place au journalisme d'investigation » (2018 = 76,7 % ; 2013 = 82 %) ou celle selon laquelle « les journalistes diffusent de plus en plus de contenus prêts à publier » (2018 = 60,8 % ; 2013 = 64 %). Enfin, les répondants sont légèrement moins nombreux (52,1 %) qu'en 2013 (56 %) à considérer que « la qualité globale de la production journalistique est en baisse ». Ces résultats montrent une vision un peu moins négative des évolutions du journalisme qu'en 2013.

D'autres tendances souvent jugées négativement rencontrent aussi une adhésion moindre chez les journalistes répondants qu'en 2013. C'est notamment le cas concernant les idées selon lesquelles « les médias accordent de moins en moins d'importance à l'actualité étrangère » (45 % en 2018 contre 55 % en 2013), « les médias accordent trop d'attention aux *soft news* » (59,3 % en 2018 contre 63 % en 2013), « l'actualité est devenue de plus en plus sensationnaliste au cours des cinq dernières années » (78,2 % en 2018 contre 85 % en 2013). Enfin, et il s'agit d'une nouvelle question intégrée à l'enquête de 2018, on observe que 76,3 % des journalistes déclarent que les clics sont de plus en plus pris en compte dans la sélection de l'information.

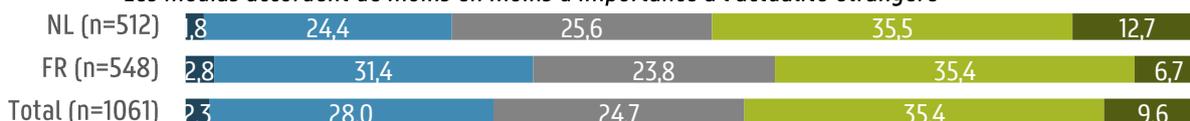
Opinions concernant l'évolution du journalisme (en %)

■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Neutre ■ D'accord ■ Tout à fait d'accord

Ces cinq dernières années, l'actualité est devenue de plus en plus sensationnaliste



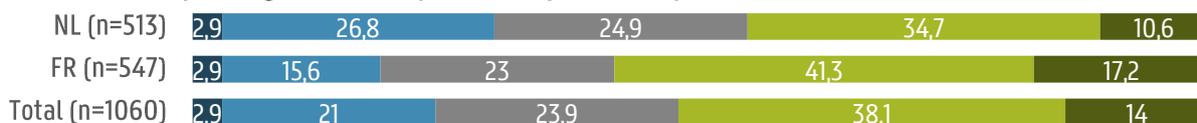
Les médias accordent de moins en moins d'importance à l'actualité étrangère



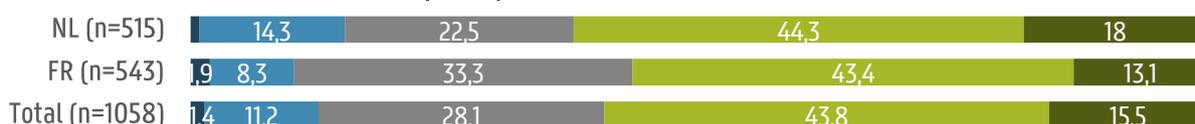
Les médias grand public laissent trop peu de place au journalisme d'investigation



La qualité globale de la production journalistique est en baisse



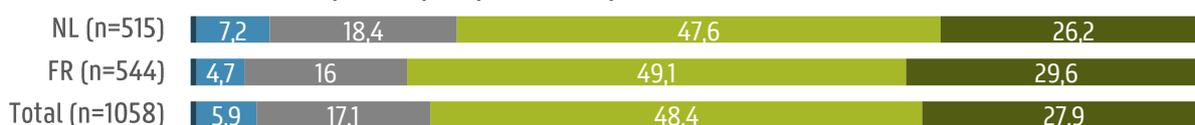
Les médias accordent trop d'importance aux soft news



Les journalistes diffusent de plus en plus des contenus prêts à publier produits par les services de communication



Les clics sont de plus en plus pris en compte dans la sélection de l'information



Graphique 17 : Opinions concernant certaines évolutions du journalisme (pour des raisons de lisibilité, les étiquettes des pourcentages inférieurs à 1 % ne sont pas affichées)

Certaines propositions concernant l'évolution de la couverture médiatique ne sont pas reçues de la même manière selon le groupe linguistique. Les journalistes francophones adhèrent davantage que leurs confrères néerlandophones aux propositions suivantes : « Dans les médias grand public, il n'y a guère de place pour le journalisme d'investigation » (84 % contre 69 %), « la qualité globale de la production journalistique est en baisse » (58,5 % contre 45,4 %), ou encore « Les clics sont de plus en plus pris en compte dans la sélection de l'information » (78,7 % contre 73,8 %). En revanche, les répondants néerlandophones sont plus souvent d'accord avec les propositions « Les médias accordent de moins en moins d'importance à l'actualité étrangère » (48,2 % contre 42,2 %) et « Les journalistes diffusent de plus en plus des contenus prêts à publier » (72,7 % contre 49,6 %).

On remarque également que l'âge joue un rôle dans la manière dont les journalistes envisagent certaines évolutions potentielles du journalisme. Les répondants de la classe d'âge la plus âgée (55 ans et plus) sont généralement plus pessimistes que les plus jeunes. On constate par exemple que les journalistes les plus âgés sont davantage d'accord avec l'affirmation selon laquelle l'actualité est de plus en plus sensationnaliste (83,2 %) que les moins de 35 ans (70,7 %). Ces chiffres sont par ailleurs en baisse par rapport à 2013 pour les 55 ans et plus, puisqu'ils étaient alors plus de neuf sur dix (91 %) à en être convaincus. De même, les journalistes de la tranche d'âge la plus élevée sont plus souvent d'accord avec l'affirmation selon laquelle la qualité globale de la production journalistique est en baisse (56,7 %) que les plus jeunes (40,5 %). À nouveau, on note une diminution par rapport à 2013 : les chiffres relatifs à cette proposition étaient de 66 % pour les 55 ans et plus et de 49 % pour les moins de 35 ans.

Enfin, on observe quelques différences entre les journalistes salariés et les journalistes indépendants. Par exemple, les journalistes indépendants sont plus nombreux à être d'accord (61,8 %) que les journalistes salariés (48,3 %) avec les affirmations selon lesquelles « la qualité globale du journalisme est en baisse », que « les médias accordent trop d'importance aux *soft news* » (64 % contre 57,2 %), ou que « l'usage des contenus prêts à publier est en hausse » (68,5 % contre 56,9 %). Ces résultats suggèrent que les journalistes indépendants sont plus négatifs par rapport aux évolutions actuelles du journalisme que nous avons formulées.

3.2.2 Usage professionnel des médias sociaux, des données et des nouveaux formats

Ces dernières années, le secteur des médias a été confronté et a participé à un certain nombre d'évolutions technologiques successives et rapides. Ces évolutions ont une influence sur la manière dont le journalisme est pratiqué. Dans notre enquête, nous avons interrogé les journalistes belges sur l'usage professionnel qu'ils faisaient des médias sociaux, des nouveaux formats journalistiques et des données.

Usage professionnel des médias sociaux, des données et des nouveaux formats (en %)

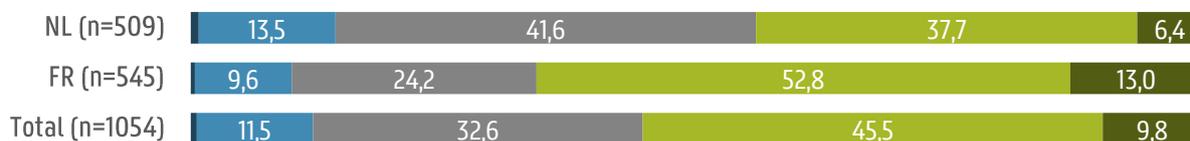
■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Neutre ■ D'accord ■ Tout à fait d'accord

Les journalistes utilisent encore peu les possibilités ...

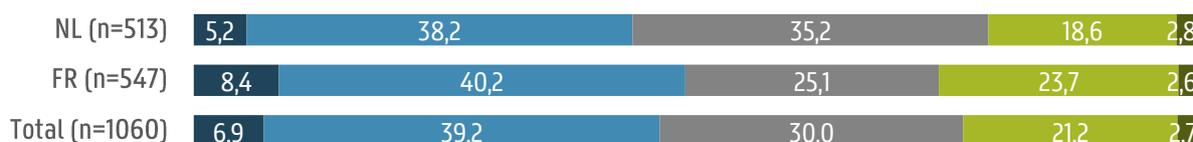
... de l'open data



... des nouveaux formats journalistiques (p. ex. les formats longs, les récits multimédias)



... des réseaux sociaux



Graphique 18 : Utilisation professionnelle des réseaux sociaux, des données et des nouveaux formats journalistiques (pour des raisons de lisibilité, les étiquettes des pourcentages inférieurs à 1 % ne sont pas affichées)

Près d'un quart (23,9 %) des répondants déclarent que les journalistes utilisent encore trop peu les possibilités des médias sociaux. Et plus de la moitié des répondants estiment que les journalistes utilisent encore trop peu les possibilités offertes par l'*open data* (55,4 %), et par les nouveaux formats journalistiques (55,3 %). D'une manière générale, les journalistes pensent que l'utilisation de l'*open data* et des nouveaux formats pourrait être largement développée.

Les répondants francophones semblent davantage critiques que les journalistes néerlandophones à l'égard de ces pratiques. Les journalistes francophones sont ainsi plus souvent d'accord avec l'affirmation selon laquelle « les journalistes utilisent encore trop peu les possibilités de l'*open data* » (58,9 % contre 51,7 % des journalistes néerlandophones) ou avec la proposition « les journalistes utilisent encore trop peu les possibilités des nouveaux formats journalistiques » (65,8 % contre 44 % des journalistes néerlandophones).

Enfin, les opinions diffèrent significativement selon les classes d'âge : les journalistes de moins de 35 ans sont davantage en accord avec la déclaration selon laquelle « les journalistes utilisent encore trop peu les possibilités de l'*open data* » (66,7 %) que les journalistes de 55 ans et plus (48,4 %).

3.2.3 *Participation des citoyens, protection de la vie privée et respect des codes*

La majorité des répondants (58,9 %) est d'avis que la pertinence journalistique des commentaires du public est généralement limitée, ce qui est légèrement moins qu'en 2013 (65 %). Cependant, et de manière similaire à l'enquête de 2013, près de la moitié des personnes interrogées (48,7 %) s'attendent à ce qu'à l'avenir, les informations soient de plus en plus souvent créées par des citoyens ordinaires et autres amateurs.

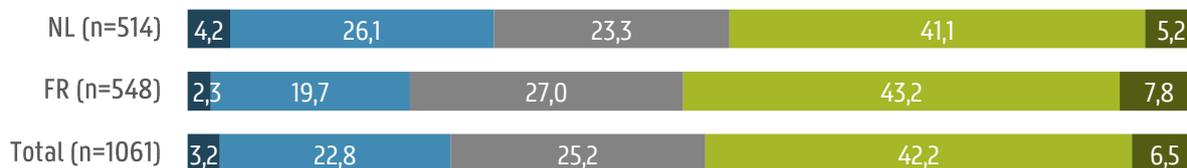
Près de deux journalistes sur cinq (38,7 %) sont d'accord pour dire que les médias se rendent de plus en plus coupables de violations de la vie privée. Les journalistes francophones sont, du reste, plus souvent d'accord avec cette affirmation (42,3 %) que les néerlandophones (34,7 %). Près d'un quart des personnes interrogées (23,5 %) sont d'accord avec la proposition selon laquelle les journalistes enfreignent de plus en plus la loi et la déontologie. Les néerlandophones approuvent davantage cette proposition (28,4 %) que les francophones (19,1 %).

Les réponses aux énoncés concernant la vie privée et le respect des codes et loi donnent à voir des différences entre la catégorie d'âge des plus jeunes et celle des plus âgés. Par exemple, les journalistes âgés de 55 ans et plus sont davantage en accord avec l'énoncé selon lequel les médias commettent de plus en plus d'atteintes à la vie privée (46,5 %) que les répondants de moins de 35 ans (31,7 %). Les journalistes de la tranche d'âge la plus élevée sont également plus souvent d'accord avec l'affirmation selon laquelle les journalistes ont de plus en plus tendance à enfreindre la loi et la déontologie (31,5 %) que les plus jeunes (17,3 %).

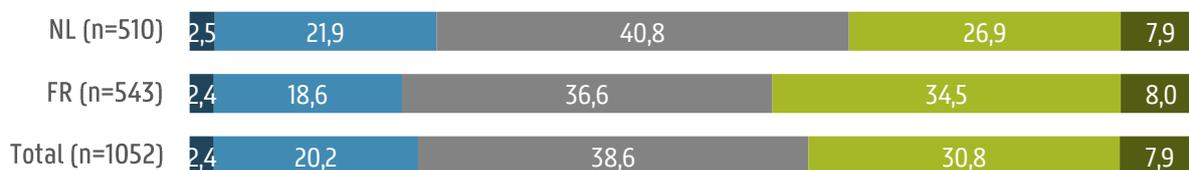
Opinions concernant la participation des citoyens à la production journalistique, les réactions du public, la protection de la vie privée et le respect des codes (en %)

■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Neutre ■ D'accord ■ Tout à fait d'accord

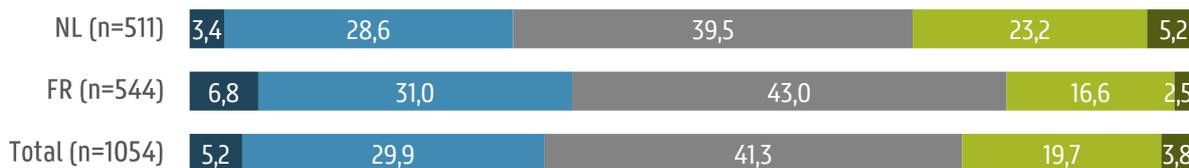
À l'avenir, les informations émaneront de plus en plus des citoyens ordinaires et des amateurs



Les médias respectent de moins en moins la vie privée



Les journalistes ont de plus en plus tendance à enfreindre la loi et la déontologie



La pertinence des commentaires du public est limitée du point de vue journalistique



Graphique 19 : Opinions concernant la participation des citoyens à la production journalistique, les réactions du public, la protection de la vie privée et le respect des codes

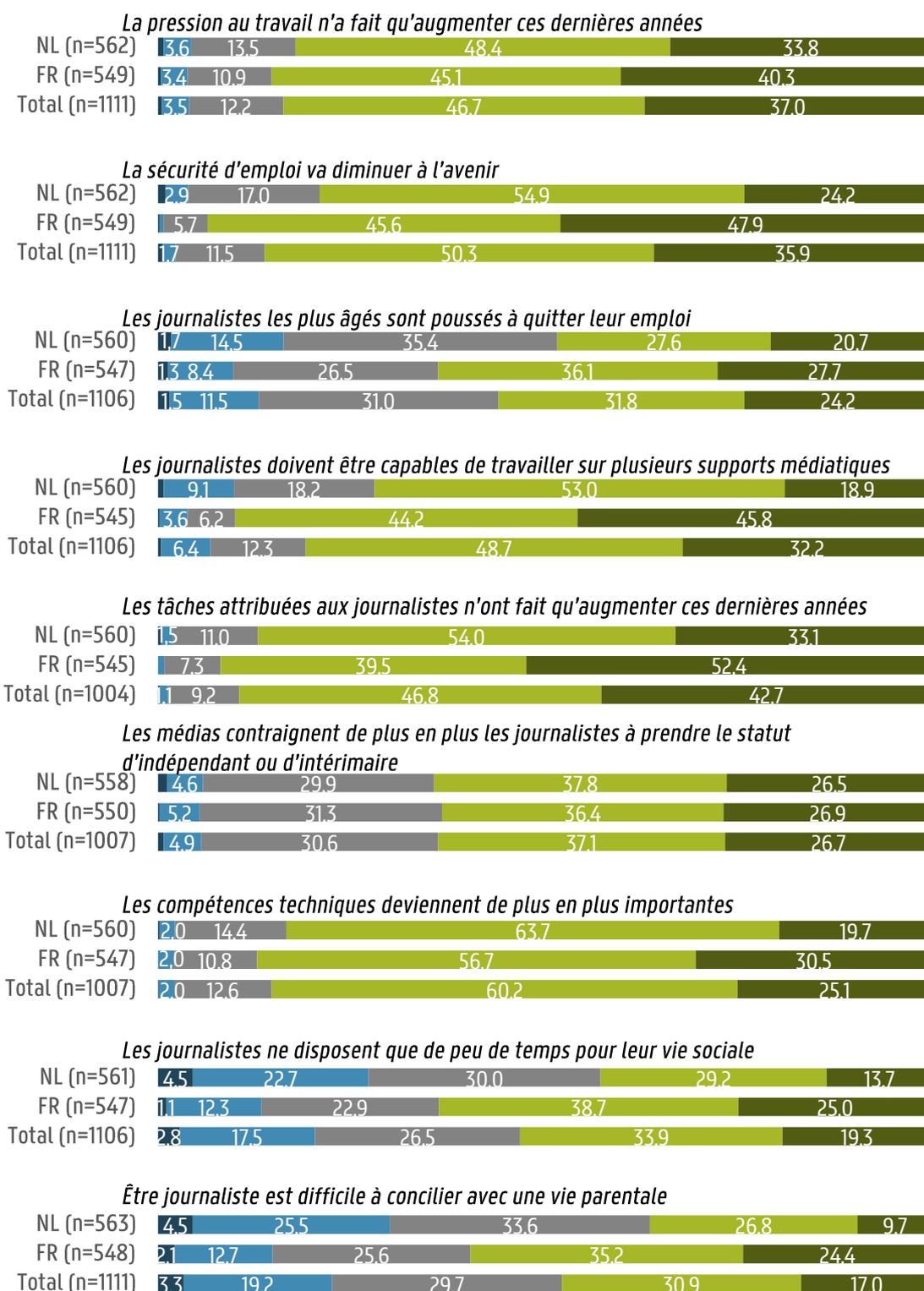
3.2.4 Conditions de travail

Interrogés au sujet de leurs conditions de travail, plus de quatre journalistes sur cinq (83,7 %) répondent avoir vu leur charge de travail augmenter ces dernières années et davantage encore (86,2 %) pensent que la sécurité d'emploi dans le journalisme ne fera que diminuer à l'avenir. Par ailleurs, plus de la moitié des journalistes (56 %) pensent que les journalistes plus âgés sont mis à l'écart trop rapidement, et 63,8 % déclarent que les médias contraignent de plus en plus les journalistes à travailler sous le statut d'indépendant ou d'intérimaire.

Quatre répondants sur cinq (80,9 %) pensent qu'un journaliste devrait être capable de travailler sur plusieurs supports médiatiques et 85,3 % estiment que les compétences techniques deviennent de plus en plus importantes dans l'activité journalistique. Ces résultats tendent à corroborer celui relatif à la quantité de missions que doivent remplir les journalistes : neuf répondants sur dix (89,5 %) estiment que l'éventail de leurs tâches n'a fait que s'étendre au cours de ces dernières années. Enfin, plus de la moitié des répondants (53,2 %) sont d'accord pour dire que les journalistes ont peu de temps pour une vie sociale à côté de leur travail et un peu moins de la moitié (47,9 %) pensent qu'une vie de famille est difficilement conciliable avec le travail de journaliste.

Opinions concernant les conditions de travail (en %)

■ Pas du tout d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Neutre ■ D'accord ■ Tout à fait d'accord



Graphique 20 : Opinions concernant les conditions de travail. (pour des raisons de lisibilité, les étiquettes des pourcentages inférieurs à 1 % ne sont pas affichées)

De façon générale, on constate que les journalistes francophones se montrent plus souvent favorables aux propositions présentées que les journalistes néerlandophones. Ainsi, ils sont plus souvent d'accord avec les déclarations, « la sécurité de l'emploi dans le journalisme va diminuer à l'avenir » (93,4 % contre 79,2 %), « les journalistes âgés sont poussés à quitter leur emploi » (63,8 % contre 48,4 %), « un journaliste doit pouvoir travailler sur plusieurs supports médiatiques » (90,1 % contre 71,9 %), « les compétences techniques deviennent de plus en plus importantes » (87,2 % contre 83,6 %), « les tâches attribuées aux journalistes n'ont fait qu'augmenter ces dernières années » (91,9 % contre 86,9 %), « les journalistes ne disposent que de peu de temps pour leur vie sociale » (63,6 % contre 42,9 %) et « être journaliste est difficile à concilier avec une vie parentale » (59,7 % contre 26,6 %). Toutefois, les journalistes francophones et néerlandophones marquent leur accord, dans des proportions semblables, avec l'affirmation selon laquelle « les médias contraignent de plus en plus les journalistes à prendre le statut d'indépendant ou d'intérimaire » (63,3 % contre 64,3 %).

Les opinions des journalistes salariés et des journalistes indépendants diffèrent également sur certaines questions. Ainsi, les journalistes salariés sont plus nombreux (86,9 %) que les indépendants (75,2 %) à adhérer à l'idée selon laquelle la pression au travail a augmenté ces dernières années. Les salariés sont également plus souvent d'accord que les indépendants avec les propositions selon lesquelles « les journalistes doivent être capables de travailler sur plusieurs supports médiatiques » (83,1 % contre 76,4 %) et que « les tâches attribuées aux journalistes n'ont fait qu'augmenter ces dernières années » (92,9 % contre 84,3 %). Par contre, les journalistes indépendants sont nettement plus souvent d'accord avec l'affirmation selon laquelle « les médias forcent de plus en plus les journalistes à prendre le statut d'indépendant ou d'intérimaire » (77,3 %) que les journalistes salariés (56,3 %).

Les femmes journalistes sont proportionnellement plus nombreuses (51,4 %) que les hommes (46,1 %) à être en accord avec la proposition selon laquelle concilier journalisme et parentalité est difficile. On observe que la proportion de réponses « Neutre » (F = 29,8 % ; H = 29,6 %) et « plutôt d'accord » (F = 30 % ; H = 31,3 %) est quasiment identique auprès des répondants des deux sexes. La différence est plus marquée par rapport à la réponse « Tout à fait d'accord » qui concerne 21,3 % des femmes contre 14,8 % des hommes. Dans l'ensemble, les différences de sexe concernant cette question relative à la parentalité ne sont pas statistiquement significatives.

Enfin, deux propositions relatives à l'évolution des conditions de travail des journalistes font apparaître des avis différenciés selon les catégories d'âge. D'abord, plus les journalistes sont âgés, plus ils sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle « les journalistes les plus âgés sont poussés à quitter leur emploi » : ils sont 40,3 % parmi les moins de 35 ans, 51,3 % parmi les 35-44 ans, 57,4 % parmi les 45-54 ans et 67,3 % parmi les 55 ans ou plus. (67,3 %) que les journalistes entre 35 et 44 ans (51,3 %) et ceux de moins de 35 ans (40,3 %). Parallèlement, la proportion de réponses « Neutre » est nettement plus élevée chez les moins de 35 ans (39,3 %) que chez les 55 ans et plus (22,6 %). Ensuite, les journalistes de 55 ans et plus sont moins souvent d'accord avec l'affirmation selon laquelle les journalistes devraient être capables de travailler sur plusieurs supports médiatiques (75,4 %) que les journalistes entre 35 et 44 (86,2 %), ceux de moins de 35 ans (83,7 %) et ceux de la classe d'âge entre 45 et 54 ans (81 %).

3.3 Perception des rôles professionnels

Les répondants se sont positionnés par rapport à 18 objectifs professionnels potentiels que nous leur avons présentés. Il leur a également été demandé d'identifier les rôles qui leur paraissent les plus importants.

Importance accordée à différents objectifs professionnels			
	Objectif (très) important	Objectif le plus important	Objectif parmi les 3 plus importants (N=1065)
Fournir des informations fiables (n=1075)	99,5	80,7	95,7
Présenter les informations de manière compréhensible (n=1073)	99,1	3,9	72
Fournir des informations objectives (n=1071)	92,9	7,2	51,1
Analyser et interpréter des problèmes complexes (n=1069)	90,9	4,2	34,8
Être les chiens de garde de la démocratie (n=1066)	69,5	1,8	15,2
Toucher un public le plus large possible (n=1068)	68,6	0,3	6,2
Signaler de nouvelles tendances et idées (n=1063)	56,6	0,3	3,4
Diffuser les informations le plus rapidement possible (n=1070)	55,3	0,2	5,2
Entretenir le contact avec le public (n=1062)	49,8	0,1	2
Trouver des solutions aux problèmes de société (n=1063)	42,1	0,1	3,2
Prendre en compte les commentaires du public sur votre travail (n=1058)	40,4	0,1	0,5
Inciter les gens à l'action et à la participation (n=1065)	31,7	0,1	2
Fournir une tribune aux gens pour qu'ils expriment leurs points de vue (n=1063)	31,1	0,2	1,3
Divertir (n=1064)	28,5	0,3	4,6
Être le porte-voix de certains groupes (n=1065)	24,1	0,4	1,5
Influencer l'agenda politique (n=1061)	22,8	0	0,5
Influencer l'opinion publique (n=1064)	21,9	0,1	1,4
Créer un environnement favorable aux annonceurs (n=1061)	5,3	0	0,2

Tableau 4 : Perception des rôles professionnels

Comme en 2013, les répondants se rejoignent sur l'importance particulièrement grande du fait de fournir au public des informations fiables : presque tous les répondants considèrent cet objectif comme (très) important (99,5 %) et quatre journalistes sur cinq (80,7 %) estiment qu'il s'agit de l'objectif le plus important à atteindre pour les journalistes. Le fait de présenter les informations de manière compréhensible arrive en seconde place

des objectifs les plus fréquemment considérés comme (très) importants par les répondants (99,1 %). Le troisième objectif le plus souvent jugé comme (très) important consiste à fournir des informations objectives (92,9 %). Ce top 3 est inchangé par rapport à notre enquête de 2013. Viennent ensuite, avec seulement deux points de moins, l'analyse et l'interprétation de phénomènes complexes (90,9 %) et, bien plus loin derrière, se positionner comme un chien de garde de la démocratie (69,5 %). Comme on le constate dans le tableau ci-dessous, le top 5 de 2018 des rôles professionnels est quasiment le même que celui de 2013, et les résultats relatifs à chacun des objectifs concernés sont extrêmement proches.

Comparaison des 5 objectifs professionnels les plus fréquemment jugés comme (très) importants en 2013 et en 2018		
	2013	2018
1	Fournir des informations fiables (100 %)	Fournir des informations fiables (99,5 %)
2	Présenter les informations de manière compréhensible (98 %)	Présenter les informations de manière compréhensible (99,1 %)
3	Fournir des informations objectives (94 %)	Fournir des informations objectives (92,9 %)
4	Analyser et interpréter des problèmes complexes (91 %)	Analyser et interpréter des problèmes complexes (90,9 %)
5	Toucher un public le plus large possible (69 %)	Être le chien de garde de la démocratie (69,5 %)

Tableau 5 : Comparaison des 5 objectifs professionnels les plus fréquemment jugés comme (très) importants en 2013 et en 2018

Les rôles professionnels les moins souvent considérés comme importants en 2018 sont, eux aussi, très similaires à ceux de 2013. Dans les deux enquêtes, l'objectif de « créer un environnement favorable aux annonceurs » arrive en dernière position.

On constate peu de différences entre les réponses des francophones et des néerlandophones quant aux objectifs les plus souvent considérés comme (très) importants. En particulier, les différences sont souvent minimes concernant l'importance accordée aux objectifs les plus souvent plébiscités. Les quatre résultats les plus éloignés entre les deux groupes linguistiques concernant cette question ont trait aux objectifs suivants : « être le porte-voix de certains groupes » (NL = 29,4 % ; FR = 19 %), « influencer l'agenda politique » (NL = 28 % ; FR = 17,9 %), « divertir » (NL = 33 % ; FR = 24 %) et « entretenir le contact avec le public » (NL = 45,3 % ; FR = 54 %) ²⁰.

²⁰ Les autres écarts sont tous inférieurs ou égaux à 7 points de pourcentage.

Quelques résultats montrent que les classes d'âge ne perçoivent pas de la même manière les objectifs professionnels présentés dans l'enquête. Les journalistes de moins de 35 ans attribuent un degré d'importance plus élevé au fait d'être « un chien de garde de la démocratie » (76,9 %) que les journalistes entre 45 et 54 ans (66,8 %) ou que les journalistes de 55 ans et plus (64,2 %). Les répondants de la classe d'âge entre 35 à 44 ans sont ceux qui se rapprochent le plus des plus jeunes sur cette question avec 73,8 % qui considèrent cet objectif comme (très) important.

La question du genre se révèle pertinente sur cette question au regard de certains objectifs professionnels. Les femmes journalistes sont proportionnellement plus nombreuses à considérer certains objectifs comme (très) importants. C'est notamment le cas pour les objectifs suivants : « trouver des solutions aux problèmes de société » (47,6 % contre 39,5 %), « influencer l'opinion publique » (26,8 % contre 19,5 %), « être un chien de garde pour la démocratie » (74,3 % contre 67,4 %), « être le porte-voix de certains groupes » (33,7 % contre 19,5 %) ou encore « encourager les gens à agir et participer » (37,7 % contre 29,1 %).

Conclusion

Fondé sur une enquête par questionnaire de grande envergure, ce rapport a livré un portrait le plus complet possible du groupe professionnel des journalistes belges, et a permis de dégager des différences et des similitudes selon plusieurs caractéristiques, dont le groupe linguistique, l'âge, le genre et le statut.

Certains éléments de ce portrait des journalistes belges n'ont pas changé en cinq ans. Le journaliste belge « moyen » est toujours un individu de sexe masculin, âgé d'une cinquantaine d'années, détenteur d'un diplôme universitaire et plutôt orienté à gauche d'un point de vue politique. Bien que de nombreux journalistes travaillent sous le statut d'indépendant, la plupart d'entre eux sont salariés. Par contre, les journalistes indépendants sont plus nombreux en 2018 qu'en 2013. Dans l'éventail des tâches qu'ils ont à accomplir, le travail sur le terrain occupe toujours une place importante. Mais les journées de travail sont presque aussi longues qu'en 2013 : les répondants déclarent travailler en moyenne 43 heures par semaine, souvent le week-end et selon des horaires variables. Le salaire net moyen du journaliste belge est de 2 341 euros, en augmentation de 8 % par rapport à 2013 suivant la hausse du coût de la vie, même si on observe de grandes différences entre les individus. Par rapport à 2013, un nombre beaucoup plus important de journalistes déclarent aujourd'hui participer à la vie des plateformes numériques et des réseaux sociaux de leur organisation médiatique. À côté de cela, plus de trois quarts des journalistes affirment jouir d'une très grande autonomie professionnelle.

Les canaux d'information privilégiés par les journalistes belges sont aussi sensiblement les mêmes qu'il y a cinq ans, avec un recours fréquent aux informations diffusées par d'autres médias et par les agences de presse, récoltées lors d'interviews ou recueillies dans les communiqués de presse. Le changement le plus frappant étant la forte augmentation du recours aux réseaux sociaux en tant que canaux d'information depuis 2013.

En ce qui concerne le rapport à la déontologie journalistique, les journalistes belges s'accordent sur l'(in)admissibilité d'un certain nombre de pratiques (comme le fait d'être payé par une source, par exemple), en continuité avec les résultats de 2013. Mais pour un certain nombre d'autres pratiques (à l'exemple de l'usage de documents confidentiels sans autorisation), les opinions sont plus contrastées. On observe également que les journalistes se montrent prudents vis-à-vis d'informations sensibles touchant à la vie privée des personnes, en particulier lorsqu'il s'agit de groupes vulnérables tels que les mineurs ou les victimes d'actes criminels. De façon générale, les répondants ont indiqué, comme en 2013, que les organismes d'autorégulation (le Raad voor de Journalistiek et le Conseil de déontologie journalistique) jouent un rôle important dans le contrôle du respect de la déontologie journalistique en Belgique.

La plupart des journalistes sont plutôt pessimistes au regard de l'augmentation de la charge de travail et de l'accroissement de l'éventail des tâches qu'ils ont à accomplir. Toutefois, ils sont convaincus que les journalistes doivent être capables de travailler pour plusieurs supports médiatiques et que présenter des compétences technologiques est un élément de plus en plus important. En outre, la plupart des journalistes belges pensent que la sécurité de l'emploi dans le journalisme ne fera que diminuer à l'avenir, et que cette situation est d'autant plus problématique pour les journalistes plus âgés qu'ils vont être plus rapidement mis de côté par les organisations médiatiques.

Enfin, on note que la perception des rôles professionnels jugés comme importants par les journalistes belges est restée relativement stable par rapport à 2013. Les principales priorités sont toujours de fournir des informations fiables, objectives et présentées de manière compréhensible. L'analyse et l'interprétation de

problèmes complexes est un autre objectif considéré comme important à atteindre, alors que la création d'un environnement favorable aux annonceurs est l'objectif jugé comme le moins important à atteindre. De tels résultats s'inscrivent dans la lignée de ceux issus de la plupart des études internationales à ce sujet.

Remerciements

Cette enquête 2018 est le fruit d'un véritable travail d'équipe. C'est pourquoi nous voudrions terminer ce rapport par quelques remerciements qui nous semblent essentiels.

Nous tenons à remercier les Associations professionnelles de journalistes en Belgique. Sans leur soutien, nous n'aurions pas pu mener à bien un projet d'une telle envergure. Nous remercions chaleureusement Martine Simonis (AJP) et Pol Deltour (VVJ) pour le soutien apporté tout particulièrement à la diffusion de l'enquête dans les revues professionnelles *Journalistes* et *De Journalist* et auprès des membres journalistes (professionnels, de profession et stagiaires), dans le respect scrupuleux de la confidentialité des données.

Cette enquête a notamment été rendue possible grâce au soutien du Laboratoire des pratiques et identités journalistiques, du Centre de recherche en information et communication (ReSIC-ULB), de la Faculté de Lettres, Traduction et Communication de l'ULB et du Center for Journalism Studies de l'Université de Gand.

Enfin et surtout, nous aimerions remercier chaleureusement tous les répondants pour leur participation à cette enquête. C'est, en premier lieu, grâce à leur engagement et au temps qu'ils ont consacré à répondre à notre questionnaire que nous avons été en mesure de dresser le portrait des journalistes professionnels en Belgique.

Références

- Damian-Gaillard, Béatrice, Cégolène Frisque et Eugénie Saitta (2009), « Le journalisme au prisme du genre : Une problématique féconde », *Questions De Communication*, n° 15, p. 175-201.
- De Clercq, Mieke et Steve Paulussen (2003), « De Journalist Van De 21ste Eeuw: Een Portret Van De Vlaamse Beroepsjournalisten En Hun Werk », *Instructiepagina Mediagids Boek En Pers*, vol. 13, p. 57-75.
- De Maeyer, Juliette, Manon Libert, David Domingo, François Heinderyckx et Florence Le Cam (2015), « Waiting for data journalism: A qualitative assessment of the anecdotal take-up of data journalism in French-speaking Belgium », *Digital Journalism*, vol. 3, n° 3, p. 432-446.
- De Vuyst, Sara et Karin Raeymaeckers (2018), « Gender as a multi-layered issue in journalism: A multi-method approach to studying barriers sustaining gender inequality in Belgian newsrooms », *European Journal of Women's Studies*, vol. 26, p. 23-38.
- Le Cam, Florence, Manon Libert et Lise Ménalque (2018), *Être femme et journaliste en Belgique francophone* (Rapport de recherche), disponible sur <http://www.ajp.be/telechargements/JournalistesFemmes/L-etude.pdf>.
- Le Cam, Florence et Cédric Tant (2018), « Premiers pas de la carte de presse en Belgique francophone (1885-1966) », *Le Temps des médias*, n° 30, p. 200-226.
- Libert, Manon (2017), *Mutations des trajectoires professionnelles et des conditions d'emploi et de travail des journalistes de la presse écrite quotidienne en Belgique francophone*, thèse de doctorat, Bruxelles, Université libre de Bruxelles.
- Löfgren-Nilsson, Monica (2010), « Le genre en pensées et en actes: le cas des informations télévisées suédoises », in *Le journalisme au féminin: assignations, inventions et stratégies*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 119-152.
- Neveu, Erik (2000), « Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession », *Politix*, vol. 13, n° 51, p. 179-212.
- Paulussen, Steve et Karin Raeymaeckers (dir.) (2010), *Journalisten: Profiel van een beroepsgroep*, Leuven, Lanoo Campus.
- Raeymaeckers, Karin, François Heinderyckx, Sara De Vuyst, Manon Libert, Juliette De Maeyer, Rebeca De Dobbelaer, Florence Le Cam, Annelore Deprez et Jeroen De Keyser (2013), *Le journaliste belge en 2013 : un autoportrait*, Gand, Academia Press, disponible sur <http://difusion.ulb.ac.be/vufind/Record/ULB-DIPOT:oai:dipot.ulb.ac.be:2013/150324/Holdings>.
- Standaert, Olivier et Benoît Grevisse (2013), « Veulent-ils encore une carte de presse ? Les jeunes journalistes de Belgique francophone », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 1, n° 1, p. 52-63.