

Etude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone

EXCLUSIF!
TOUT SUR L'ÉGALITÉ ET LA DIVERSITÉ
DANS LA PRESSE ÉCRITE QUOTIDIENNE



Association des journalistes professionnels

Etude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone

Association des journalistes professionnels

Octobre 2011

www.ajp.be/diversite



Remerciements

Cette étude a reçu le soutien du Service général de l'audiovisuel et des multimédias et de la Direction Egalité des chances de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Elle n'aurait pu voir le jour sans l'engagement de leurs équipes, que nous souhaitons remercier ici.

Les questions de diversité et d'égalité dans l'information sont depuis peu de temps à l'agenda politique, médiatique et académique. L'intérêt de la Ministre Fadila Laanan et son soutien effectif aux initiatives qui visent à promouvoir davantage de diversité et d'égalité dans les productions médiatiques méritent d'être soulignés.

La méthodologie de la présente étude se calque volontairement sur celle élaborée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pour la réalisation du Baromètre de l'égalité et de la diversité. Nous souhaitons en remercier le CSA, et plus particulièrement Mathilde Alet et Muriel Hanot.

Un merci particulier à Laurence Dierickx pour la réalisation de cette brochure, ainsi qu'à l'équipe de l'AJP et à Marie-Claire Bourdoux pour leur bienveillant accompagnement.

Merci enfin à Sabri Derinöz, notre chercheur nomade, souriant et fiable.

Martine Simonis
Secrétaire générale AJP



Table des matières

1. Introduction

1.1. Origines et présentation de la recherche	7
1.2. Méthode	9

2. Présentation générale de la recherche

2.1. Egalité entre les hommes et les femmes ?	13
2.2. La diversité des origines	19
2.3. La diversité des catégories socioprofessionnelles	25
2.4. La diversité dans l'âge	33
2.5. Les personnes handicapées	37

3. En guise de conclusions

3.1. Réflexions sur la méthode et l'interprétation des résultats	39
3.2. Synthèse des résultats	41
3.3. Pistes d'explications et perspectives	45

Annexe

Index des tableaux	47
--------------------	----



1.1. Origines et présentation de la recherche

L'Association des journalistes professionnels (AJP) a pour premier objet social la défense et la promotion des journalistes professionnels en Communauté française et germanophone de Belgique. Cet objectif se décline par de nombreuses activités, dont notamment celles relatives à la déontologie, à l'éducation aux médias, à la réflexion sur les pratiques professionnelles et aux conditions de production de l'information journalistique.

La question du genre et de l'égalité dans l'information ont conduit l'AJP à coordonner pour la première fois en 2010 en Communauté française l'étude mondiale « Global media Monitoring project - GMMP »¹. Ce projet, baptisé « Quel genre d'infos ? » a reçu le soutien de la Direction de l'Égalité des chances de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Il a donné lieu à une publication et à un site internet du même nom, qui forment aujourd'hui la base de séminaires de sensibilisation aux questions du genre, à l'attention des étudiant-e-s en journalisme et des journalistes.

En 2011, l'AJP a fait partie du comité d'accompagnement du premier « Baromètre de l'égalité et de la diversité dans les médias

audiovisuels de la Communauté française »², coordonné par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA).

En collaboration étroite avec le CSA, l'AJP organise ou participe à des rencontres avec les journalistes de l'audiovisuel, afin d'échanger sur les résultats du « Baromètre », dans une optique de réflexion sur les pratiques journalistiques.

Mais l'absence d'étude spécifique de la diversité et de l'égalité dans les médias de presse écrite empêchait que de telles actions soient suffisamment fondées à l'égard des rédactions des quotidiens : en effet, rien ne permettait de penser *a priori* que les déficits de diversité mis au jour par le « Baromètre » pour les médias audiovisuels étaient également le lot des quotidiens.

L'étude de l'AJP présentée dans cette brochure permet de remédier à cette carence.

Elle se penche sur la diversité en presse quotidienne selon cinq axes principaux : le sexe, l'âge, l'origine, la catégorie socioprofessionnelle et le handicap.

Dans une optique de comparaison, elle utilise la même méthodologie, *mutatis mutandis*, que le « Baromètre ».

Les questions de diversité et d'égalité méritent une attention particulière des journalistes et des rédactions en chef des journaux. Comme on le lira, **qu'il s'agisse de la représentation des femmes, ou des questions liées à l'origine des intervenants, à leur âge, à leur catégorie socioprofessionnelle, tous les indicateurs sont au rouge** : si l'on ouvre un quotidien belge francophone, on ne croquera dans ses pages que 18% de femmes, 17% d'intervenants non-blancs, 6% de catégories socio-professionnelles autres que les cadres, dirigeants, intellectuels, professions intermédiaires et sportifs, 16% d'intervenants n'appartenant pas à la période d'âge « active », et 0,33% d'intervenants ayant un handicap... sans évoquer même le traitement différencié de ces catégories au plan journalistique.

L'AJP souhaite nourrir la réflexion des journalistes et de leurs sources, améliorer les pratiques professionnelles dans le dialogue constructif et dans une optique de qualité de l'information pour les publics des quotidiens. ■

1. « Quel genre d'infos ? », AJP, Bruxelles, 2010. Accessible via www.quelgenreinfos.be

2. www.csa.be/diversite

VOUS VOULEZ VRAIMENT MON NOM ?
ATTENDEZ, EUH...
METTEZ DOMINIQUE,
JE NE SUIS PAS SÛRE
DE VOULOIR QU'ON IDENTIFIE
MON SEXE.



1.2. Méthode

6 journaux, 3 jours, 2.225 articles, près de 10.000 intervenants analysés pour étudier la diversité en presse quotidienne francophone.

Nous nous sommes basés sur un échantillon composé des 6 principaux titres de la presse quotidienne belge francophone d'information générale. Il s'agit du *Soir*, de *La Dernière Heure/Les Sports*, de *La Libre Belgique*, de *Metro*, ainsi qu'une édition des journaux du Groupe Sud Presse et des Editions de l'Avenir – respectivement *Nord Eclair* et *L'Avenir-Le Courrier de l'Escaut*.

L'échantillon est élaboré au départ de la semaine du 6 au 12 juin 2011. Sur cette semaine, 3 jours ont été sélectionnés (le mardi, le jeudi et le samedi), le jour d'écart visant à éviter une trop grande redondance d'information. L'échantillon est donc composé de 17 journaux¹ pour un total de plusieurs centaines de pages. Toutes les pages des journaux font partie de l'échantillon, à l'exception des éléments jugés non-pertinents dans le cadre de cette analyse : la publicité, la nécrologie, le carnet familial, les chiffres de la bourse, la météo, les petites annonces, les programmes télé, les jeux ou la loterie ou encore les dessins de presse.

Nous avons également exclu de l'échantillon les suppléments magazine (*Victoire*, par exemple) pour concentrer l'analyse sur l'actualité quotidienne au sens strict.

Au total, 2.225 articles sont référencés dans l'analyse. Nous avons encore distingué entre le genre « information » (articles, reportages, interviews, filets,...) et le genre « commentaire » (éditoriaux, chroniques,...)

Près de 90% de l'échantillon se retrouvent dans « l'information », alors que les 10% restants sont partagés entre le commentaire ou la rubrique « autre » qui reprend des éléments divers tels que le courrier des lecteurs, les tribunes libres, cartes blanches et autres forums.

Genre	%
Informatif	89,63%
Commentaire	7,54%
Autre	2,83%
Total	100,00%

L'actu par thème

L'ensemble de l'échantillon a été classé par rubrique selon le thème abordé.²

Thème	%
Politique	12,72%
Economie/finance	5,43%
Sport	35,05%
Fait divers	15,23%
Judiciaire	3,24%
Société	2,33%
Science/technologie	1,10%
Santé/bien-être	2,40%
Médias	3,60%
Culture/art/divertissement	14,47%
Enseignement/éducation	1,35%
Environnement/milieu/mobilité	3,09%
Total	100,00%

L'étude étant conçue dans une optique comparative, la méthode d'analyse se construit sur base de celle utilisée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pour la réalisation du « Baromètre diversité égalité 2011 ».

Elle se concentre donc sur l'analyse des intervenants **tels que perçus** par le lecteur. Par intervenant, on entend toute personne ou tout groupe de personnes identifié. ➔

1. *Metro* ne paraissant pas le samedi.

2. Ce tableau représente la proportion d'intervenants par thème, c'est-à-dire le nombre de personnes que l'on retrouve dans l'ensemble des articles abordant chaque thème. Si l'on se concentre sur le pourcentage d'articles (ayant des intervenants) par thèmes, la hiérarchie est respectée mais les chiffres varient légèrement : 28% pour le sport, 17% pour les faits divers, 12,5% pour la politique, 12% pour la culture et 8% pour l'économie.

Les intervenants

Les intervenants ont été répartis en cinq catégories :

- ▶ Les signataires, regroupant les auteurs d'articles et les photographes ;
- ▶ les personnes directement citées, dont la parole est rapportée telle quelle (par exemple à l'aide de guillemets) ;
- ▶ celles dont la parole est rapportée de manière indirecte ;
- ▶ celles dont on parle mais qui ne s'expriment pas ;
- ▶ et les personnes que l'on montre uniquement sur les illustrations accompagnant l'article.

Intervenant	%
Signataire	15,04%
Citation directe	17,78%
Citation indirecte	2,57%
Dont on parle	60,24%
Montré uniquement	4,37%
Total	100,00%

Le principe d'encodage repose sur la perception générale d'un lecteur *lambda* sans connaissance spécifique préalable. Il ne s'agit donc pas de directement reproduire une réalité à l'aide d'éléments extérieurs aux journaux

mais de la déduire en fonction du contexte interne à l'article, à l'aide de nombreux éléments qui peuvent être visibles, dits, écrits ou même induits.

L'échantillon se compose au total de **9.576 entrées** correspondant à une personne ou un groupe de personnes. Parmi ces entrées, 1.988 correspondent à des intervenants illustrés en photo.

Outre les cinq axes de diversité cités précédemment, l'encodage prend en compte une vingtaine d'autres critères, parmi lesquels la présence de l'article en **Une** ou sa **portée** locale, nationale ou internationale³.

Les intervenants sont catégorisés selon la manière dont ils sont **identifiés** (nom, prénom et/ou profession)⁴, ainsi que selon le **rôle** qu'ils détiennent dans l'article : sont-ils journalistes ou photographes ? Interrogés en tant que porte-parole d'une personne, d'un groupe ou d'une institution ? En tant qu'expert, en tant que quidam (reflet de l'avis du « citoyen ordinaire »), en tant que témoin d'un événement ou encore racontant leur expérience personnelle ? Ou sont-ils des **sujets** principaux ou secondaires de l'article sans être interrogés, voire sont-ils simplement des **figurants**, employés uniquement à titre d'illustration ?

D'autres éléments relatifs à la manière dont l'intervenant est perçu ont également fait

l'objet d'un encodage : est-il valorisé et montré à titre d'exemple ? Est-il perçu comme une victime (au sens large de quelqu'un qui a subi un méfait, qui inspire de la pitié), ou encore comme un auteur d'actes répréhensibles.

Nous avons également procédé à une analyse des **marqueurs sociaux**. Par marqueurs sociaux, on entend le cadre social dans lequel l'intervenant apparaît. Ainsi, une personne interrogée sur ses conditions de travail aura un « marqueur social professionnel ». Les marqueurs sociaux choisis sont basés sur les cinq axes de la diversité abordés : âge, origine, sexe, profession et handicap. S'y ajoute la sphère mobilisée pour définir l'intervenant : le champ lexical utilisé pour décrire l'intervenant laisse-t-il une impression sur la personne liée à la sphère du travail, de la famille ou de la société ?

Les **signes convictionnels** visibles sont aussi encodés ainsi que la présence ou non de photos montrant l'intervenant.

Nous avons donc une base de données de 9.576 intervenants analysés selon **26 critères qualitatifs**. Cet échantillon est une base de travail robuste pour fonder une analyse de la presse quotidienne belge francophone, qui permet de dégager des tendances générales crédibles et nombre de recoupements entre les critères pour affiner des conclusions plus spécifiques. ■

3. 32% d'intervenants proviennent d'articles à portée locale, 25% d'articles à portée nationale et 43% d'articles à portée internationale.

4. La profession ne doit pas être explicitement nommée mais l'article doit offrir suffisamment de précisions pour qu'on puisse la déduire.



Notes

POUR LE DOSSIER
SUR LA CRISE GOUVERNEMENTALE,
J'AI AJOUTÉ UNE FILLE EN BIKINI,
COMME ÇA, ON A NOTRE QUOTA DE FEMMES,
ET ON ATTIRE ENCORE UN PEU DE LECTORAT MASCULIN.
BIEN VU, HEIN, CHEF ?



2. Présentation générale de la recherche

2.1. Egalité entre les hommes et les femmes ?

80% de l'information est masculine. La parité n'est atteinte dans aucune rubrique des quotidiens. Les rôles sont très différenciés selon le sexe, sauf pour les victimes.

L'étude de la présence et de la représentation des hommes et des femmes dans les médias était déjà au cœur de l'enquête GMMP. Ses résultats étaient édifiants : « *seuls 28% des personnes interrogées, vues ou lues dans les médias de la Communauté française de Belgique sont des femmes [...]* »¹. Leur présence était d'ailleurs souvent confinée à des rôles de moindre importance, dans des thématiques secondaires.

L'échantillon GMMP qui ne comportait qu'un seul jour commun à tous les pays participants était par nature plus restreint². La présente analyse, basée sur un échantillon de plus grande taille (90% des intervenants ont leur sexe identifié), confirme

voire renforce les résultats de l'enquête GMMP : plus de 80% des intervenants en presse quotidienne sont des hommes.

Moins de 20% de femmes

Les femmes ne représentent que 17,83% des intervenants dont le sexe a été identifié³ ! Rappelons que la Belgique compte 51% de personnes de sexe féminin⁴.

Le rapport final GMMP 2010 donnait une présence de femmes dans la presse écrite belge francophone de 25%, ce qui était plus ou moins équivalent à la moyenne mondiale dans l'ensemble des médias (24%). Il est intéressant de noter que ce dernier chiffre était

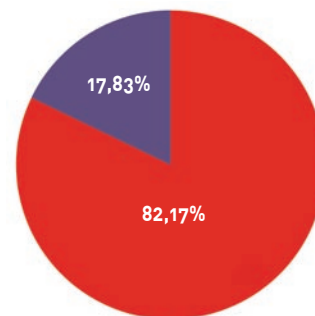
vu comme une lente progression de la place de la femme dans les médias, en comparaison à la première édition du GMMP de 1995 (17% de femmes, tous médias confondus).

Le « Baromètre » du CSA portant sur les médias audiovisuels belges francophones pointait une présence de 31% de femmes. La télévision reste le support qui médiatise le plus les femmes, même si on est très loin encore d'une présence équilibrée.

Le sport étant souvent considéré comme l'élément faisant lourdement pencher la balance du côté des hommes, nous avons analysé également l'échantillon hors information sportive. ▶▶

Répartition par genre (total général)

Hommes ■ Femmes ■



1. op. cit., p.34

2. op. cit. pp.18-20

3. L'étude comporte une catégorie « autre » où sont regroupés les transsexuels, transgenre et travestis mais seuls deux intervenants (soit 0,02% de l'échantillon) font partie de cette catégorie. La catégorie « hommes et femmes » rassemblant les groupes mixtes ne représente que 1% de l'échantillon. De fait ces deux catégories ne figurent pas dans l'analyse. De même pour la catégorie des personnes dont le sexe n'est pas identifiable.

4. Chiffres de l'Institut national de statistiques au 01/01/2010.

L'analyse de l'échantillon compte non tenu de l'information sportive – le sport représente 35% de l'échantillon et est majoritairement composé d'hommes – indique encore une présence masculine de 76%.

La Dernière Heure/Les Sports, dont 51% des intervenants proviennent d'articles sur le sport (41% des articles), est le titre le plus masculin avec un taux de 86% d'hommes³.

Plus de femmes en culture

Il est intéressant de noter que plus on est dans l'information, plus l'homme est présent. Le genre informatif, cœur des journaux, est composé de 83% d'intervenants masculins alors que dans les commentaires et autres, le taux descend à 74% et 72%.

De même, si l'on analyse les sous-genres informatifs, les femmes sont un peu plus présentes sur les photo-légendes (31%) et dans les reportages (33%). Leur présence sur les photos-légendes coïncide avec les différents indicateurs montrant une présence sensiblement renforcée de femmes sur les photos (23%) et parmi les intervenants montrés uniquement à titre d'illustration (30%).

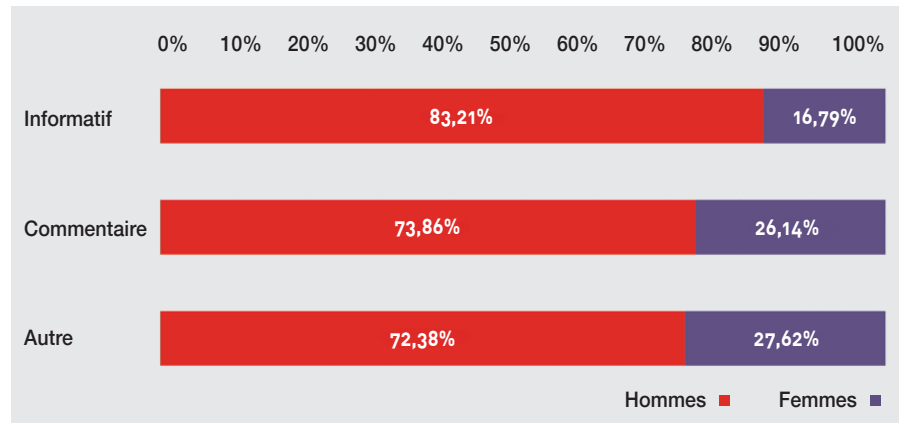
En analysant en profondeur la présence féminine dans les reportages, on observe une présence plus importante en culture, art et divertissement (30%) ainsi que dans les faits divers (23%) alors que les reportages impliquant des hommes se répartissent de manière plus équilibrée dans les thèmes abordés⁴.

3. 75% sans le sport.

4. 19% de culture, 16% de faits divers, 16% de sport, 12% d'environnement/mobilité, 10% de société, 7% de judiciaire, 6% de santé, 5% de politique, 4% de science, 4% d'économie.

Tableau 1

Répartition des sexes par genre d'article



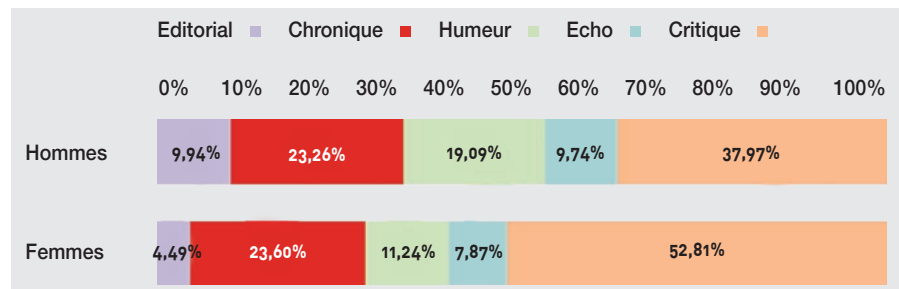
Les femmes davantage présentes dans la critique

Dans les sous-genres « commentaire », on remarque que les femmes sont principalement présentes dans les critiques (d'art, littéraire,...) (53%) quand les hommes ont une présence plus équilibrée. On retrouve notamment une proportion deux fois plus grande

d'hommes par rapport aux femmes dans les éditos (10% contre 4%) et humeurs (19% contre 11%). Cette tendance à une présence masculine renforcée dans l'information « brute » était déjà visible dans l'étude du CSA où la présence de femmes dans l'audio-visuel augmentait progressivement lorsque l'on passait de l'information au magazine puis au divertissement.

Tableau 2

Répartition des sexes dans les sous-genres « commentaire »



Jamais de parité

Dans les thèmes abordés, le sport reste l'apanage des hommes avec 93% d'intervenants (chiffre similaire à l'étude du CSA sur l'audiovisuel). Tout comme l'étude GMMF nous l'enseignait, les *hard news* telles que la politique et l'économie sont majoritairement masculines (plus de 85%⁵).

De plus, même dans les matières où les femmes sont largement plus actives, telles que la santé et l'enseignement, les hommes restent majoritaires, avec, au mieux, une « presque » parité avec 43% de femmes dans cette dernière thématique.

Les hommes mieux identifiés

Lorsqu'il s'agit d'identifier une personne, soit par son nom, soit par son prénom, soit par la profession ou soit par l'ensemble de ces éléments, il y a une forte différence de traitement entre les personnes des deux sexes.

Les personnes dont on mentionne l'ensemble des éléments sont masculines à une écrasante majorité. Plus l'identification est vague ou simple, plus on se rapproche de la parité avec 45% de femmes pour la mention du prénom. De plus, seuls 5% des hommes n'ont droit à aucune identification, contre 15% de femmes. »

5. Tout comme la science/technologie.

Tableau 3

Répartition des sexes selon le thème

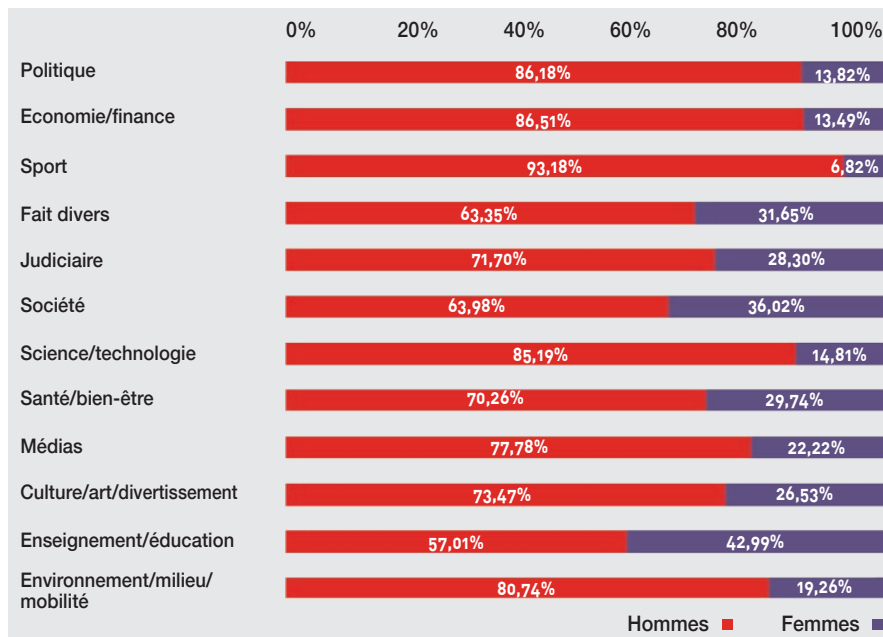
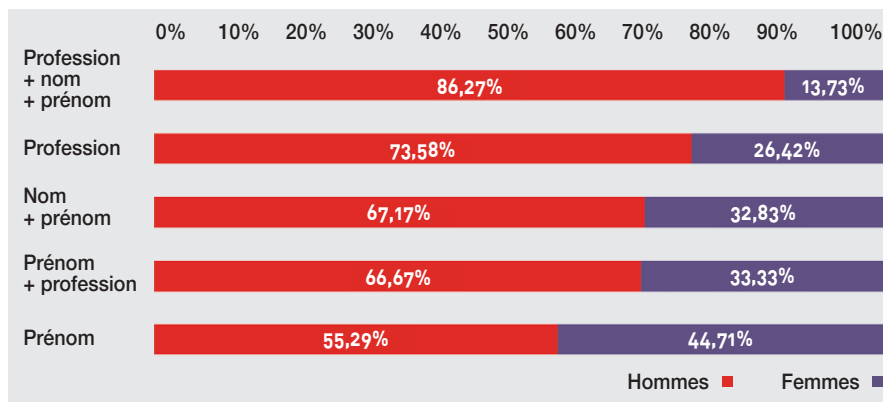


Tableau 4

Répartition des sexes selon l'identification



« Jeunisme » : dans la presse écrite aussi

Deux observations par rapport à la représentation des hommes et des femmes selon leur âge. Premièrement, on remarque que la population « inactive », c'est-à-dire de moins de 18 ans et de plus de 65 ans, souffre moins du problème d'inégalité dans la représentation des sexes. C'est spécialement le cas pour les enfants (quasi la parité homme/femme avec, respectivement pour les personnes de 1 à 12 ans et celles de 13 à 18 ans, 56% et 51% d'hommes).

L'autre observation est liée à la courbe d'évolution dans la période de « vie active » (19-64). On voit que les femmes ont tendance à disparaître avec l'âge, passant de 25% des 19-34 ans à 23% des 35-49 ans pour finir à 15% des 50-64 ans. Si la chute est moins brutale que celle observée par le « Baromètre » du CSA pour les médias audiovisuels⁶, elle reste néanmoins intrigante.

La disparition des femmes plus âgées à la télévision semblait liée à l'aspect « visuel » de ce média et à la propension à privilégier à l'image les jeunes femmes entre 19 et 34 ans. Il est possible que ce type d'influence ait pu jouer un rôle similaire dans la presse écrite car 83% de l'échantillon dont l'âge est identifié, l'est à l'aide d'une photo⁷.

6. L'étude du CSA montre que la proportion des femmes entre 19 et 34 ans était bien plus élevée que celle des femmes de 35 à 49 et surtout que celles de 50 à 64 ans.

7. L'âge est rarement précisé dans la presse, voir *infra*.

Tableau 5

Répartition des sexes selon l'âge

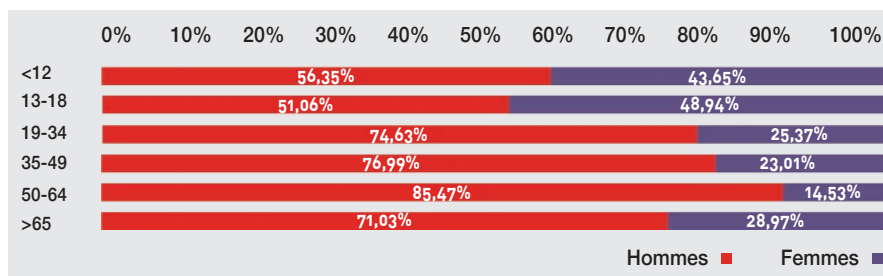
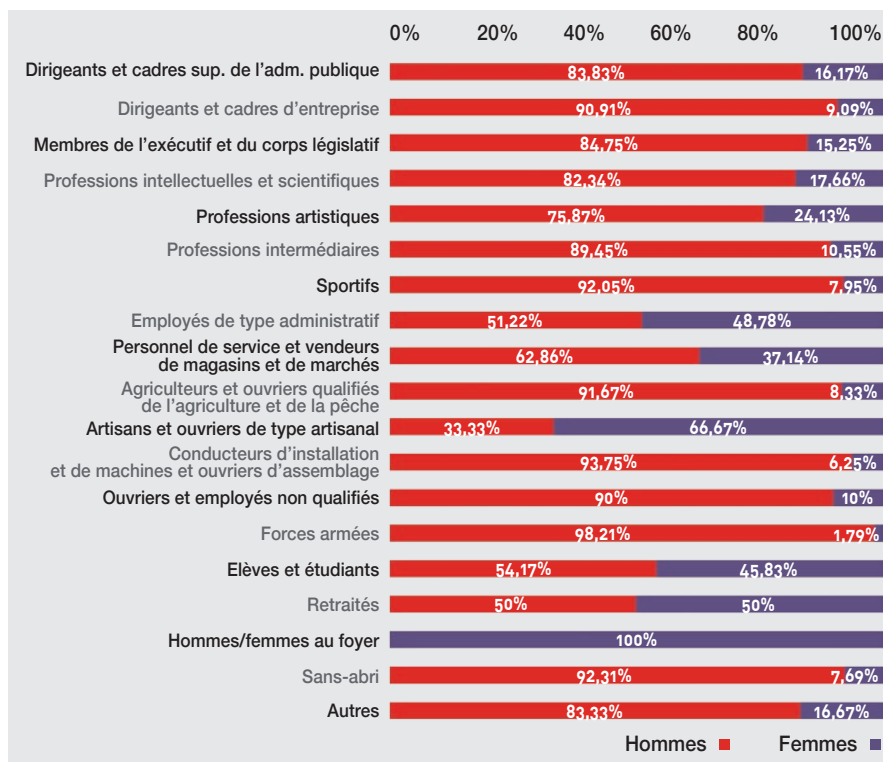


Tableau 6

Répartition des sexes selon la catégorie socioprofessionnelle



Parité au sein des « inactifs »

Nous verrons plus loin l'importante place que prennent les catégories sociales les plus élevées au détriment de l'ensemble des professions. La conséquence première est la relative faiblesse des échantillons d'analyse des catégories plus basses, mais aussi, un taux important de fiabilité quant à l'analyse des catégories supérieures. Précisons d'abord que 27% des femmes n'ont pas de profession identifiée (contre seulement 8% des hommes). Parmi les personnes ayant leur profession identifiée, le tableau 6 montre que les catégories socioprofessionnelles supérieures sont largement dominées par le genre masculin, avec plus de 80% d'hommes dans les classes dirigeantes ainsi que dans les professions intellectuelles et scientifiques.

Les professions intermédiaires et sportives sont aussi largement dominées par les hommes. Les catégories « **inactives** » tendent plus vers la parité comme on peut le voir avec les élèves et étudiants ainsi que les retraités⁸. Si l'échantillon est, sur ce point précis, trop faible pour en ressortir des résultats concrets, on observe une tendance à davantage de mixité au sein des catégories socioprofessionnelles inférieures.

8. Il n'y a qu'une seule personne dans la catégorie homme/femme au foyer et c'est une femme. Notons aussi que les sans-abri sont composés en majorité d'hommes.

9. De plus, la moitié de l'échantillon des 8% de femmes auteurs d'actes répréhensibles est composée d'itération de Michelle Martin, qui fut souvent citée la semaine du 6 juin 2011 dans le cadre de sa potentielle libération conditionnelle.

18% de femmes identifiées comme journalistes

Si le GMMP 2010 en Belgique francophone indiquait un taux de femmes **journalistes** en presse écrite relativement faible par rapport à la moyenne mondiale (26% contre 35%), on se retrouve ici avec seulement 18% de journalistes femmes parmi les journalistes dont le sexe a été identifié.

Tout comme le montrait l'étude GMMP, les hommes occupent majoritairement (à plus de 80%) les fonctions de **porte-parole**, d'**experts**, racontent leur expérience personnelle ou encore sont le sujet de l'article.

Les femmes, bien que toujours largement minoritaires, ont légèrement plus leur mot à dire quand on interroge un **quidam** (35%) ou un témoin (27%). Elles forment aussi 32% du

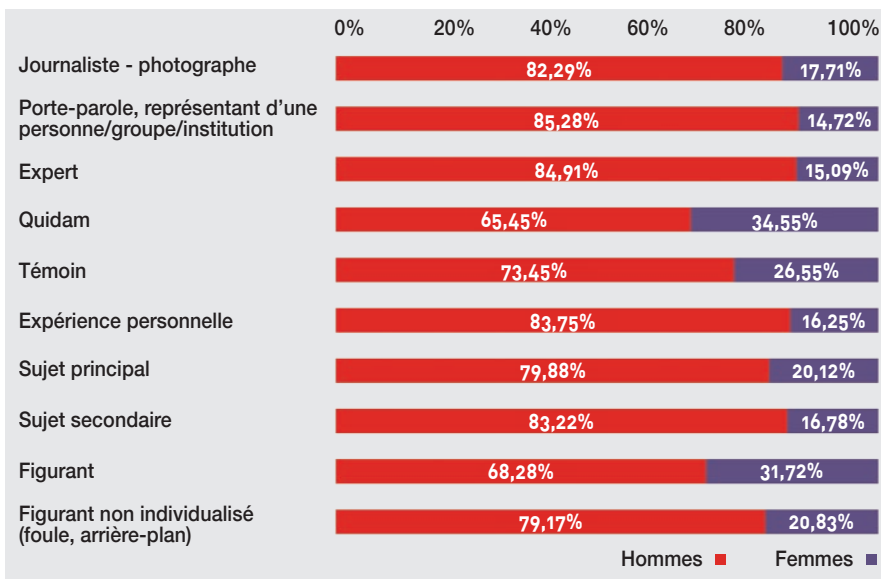
groupe des figurants.

Il est intéressant de remarquer que le **marqueur social** « sexe » est utilisé majoritairement lorsque l'on parle d'une femme (85%). Les personnes que l'on interroge dans un cadre lié à leur sexe sont donc principalement féminines. Le marqueur social professionnel est quant à lui utilisé principalement chez l'homme (84%). La sphère famille est utilisée paritairement chez l'homme et la femme alors que les femmes ne représentent que 18% de l'échantillon.

Même quasi parité lorsqu'il s'agit de personnes perçues comme **victimes** : elles sont à 52% masculines et à 48% féminines. Une quasi parité que l'on ne retrouve pas chez les intervenants perçus comme auteurs d'actes répréhensibles, un groupe majoritairement composé d'hommes (92%⁹). ■

Tableau 7

Répartition des sexes selon le rôle



JE SAIS QUE TU REFUSES
DE TOMBER DANS LES GLICHÉS SEXISTES,
MAIS TU POURRAIS AU MOINS
SORTIR DE TON JOURNAL
QUAND JE TE PARLE!



2.2. La diversité des origines

A plus de 80%, les intervenants sont perçus comme blancs. En information nationale, le chiffre grimpe à 94%.

Déterminer les origines d'un intervenant reste un exercice difficile et sujet à polémique. Rappelons d'abord que l'objectif est ici de cerner la diversité d'origines que la presse quotidienne donne à lire et à voir.

L'étude essaie d'analyser la **représentation** de la diversité dans les médias, l'image de la diversité montrée dans la presse quotidienne belge francophone, telle qu'elle est **perçue** par un lecteur *lambda*. Il ne s'agit donc pas de dresser l'exact diagnostic de la diversité d'origine, ce qui supposerait une étude d'une tout autre ampleur visant à établir, pour chaque intervenant identifié, son exacte origine.

Nous avons procédé ici en relevant les marqueurs de la perception de l'origine : les traits physiques des personnages, la consonance de leurs nom ou prénom, d'autres indices recueillis dans les commentaires ou par (auto-) désignation. Cette nécessaire méthode est jugée la « moins mauvaise » pour définir les intervenants selon les marqueurs ethno-raciaux jugés les plus répandus dans la population.

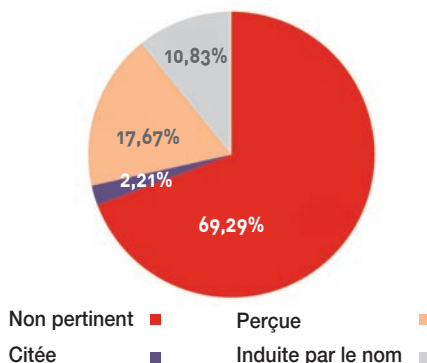
1. Les données chiffrées de ce chapitre concerneront donc uniquement les intervenants ayant leur origine identifiée.

Un échantillon réduit

69% de l'échantillon n'a pas son origine identifiée¹. Parmi les 31% d'intervenants dont l'origine est identifiée, plus de la moitié l'est grâce aux photos et un tiers est « induit par le nom ».

La citation directe de l'origine est très rare : elle ne concerne que 2% de l'échantillon. Les personnes dont l'origine est citée sont principalement non-blanches et se retrouvent dans les thèmes d'actualité internationale, de sport, de faits divers et dans les affaires judiciaires.

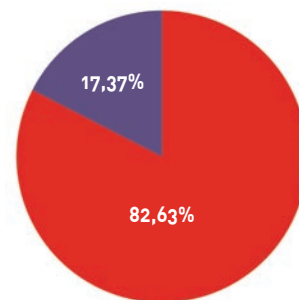
Proportion d'origine identifiable



Plus de 80% de « blancs »

Les intervenants dont l'origine est identifiée sont à 83% perçus comme blancs. Cette proportion est à mettre en relation avec celle du « Baromètre » du CSA portant sur les médias audiovisuels : près de 90% des intervenants dont l'origine était identifiée ont été perçus comme blancs. Si la presse quotidienne de notre échantillon présente un peu plus de diversité d'origines, les chiffres restent interpellants.

Proportion d'origine blanc/non-blanc

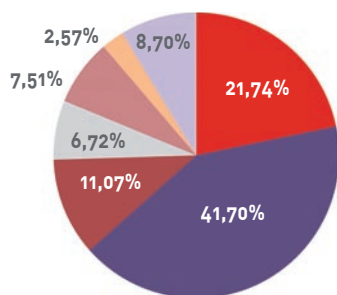


Perçu comme blanc ■
Perçu comme non-blanc ■

Si l'on se concentre sur les intervenants qui apparaissent en photographies, le chiffre d'intervenants blancs grimpe à 90%. C'est le cas également si l'on sélectionne les intervenants qui sont présents dans les articles ayant un appel en Une. »

A noter que c'est le quotidien *Metro*² qui a le chiffre d'intervenants perçus comme non-blancs le plus élevé : 37% – alors que les autres quotidiens plafonnent à 20% d'intervenants non-blancs. Ceci peut s'expliquer par la place que prend l'actualité internationale dans *Metro*, rubrique où l'on trouve généralement un plus grand taux de personnes perçues comme étant non-blanches (ce taux étant en outre plus élevé pour *Metro* : 47%, contre une moyenne de 29% d'intervenants perçus comme non-blancs dans l'actualité internationale des autres journaux).

Répartition des intervenants non-blancs



- Perçu comme noir ■
- Perçu comme arabe ■
- Perçu comme asiatique ■
- Perçu comme européen de l'Est ■
- Perçu comme turc ■
- Perçu comme métis ■
- Autre ■

2. *Metro* a 71% de son actualité focalisée sur l'international. Viennent ensuite *La Libre* (49%), la *DH* (46%), *Le Soir* (45%), *Nord Eclair* (39%) et finalement *Le Courrier de l'Escaut* (29%).

D'où proviennent les non-blancs ?

Comme le montre le graphique ci-contre, 41% des intervenants perçus comme non-blancs sont perçus comme arabes. La plupart des personnes perçues comme arabes proviennent de sujets à portée internationale (69%) et principalement de sujets liés au « printemps arabe » ainsi que, dans une moindre mesure, à la situation en Irak et en Afghanistan.

Le « Baromètre » du CSA indiquait une prépondérance d'intervenants « perçus comme noirs ».

Il est possible que la présence de plusieurs sujets liés au « printemps arabe » dans notre échantillon ait eu une influence à la hausse.

Seulement 6% de non-blancs en info nationale

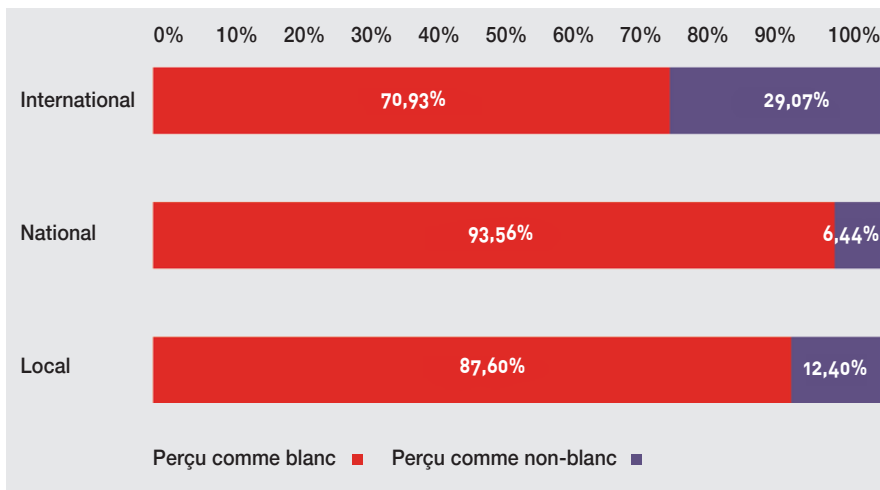
D'une manière générale, les intervenants perçus comme non-blancs sont bien plus nombreux dans les articles à portée internationale (29%) que locale (12%) et, surtout, nationale où ils ne représentent que 6% des intervenants.

On trouve davantage de diversité d'origines dans l'information « brute » que dans les autres types de contribution rédactionnelle (voir tableau 10) : dans le genre informatif, ils représentent 19% des intervenants et sont présents principalement dans les filets (27%) et les brèves (22%).

Plus on s'éloigne de l'information « brute », moins on retrouve d'intervenants perçus comme non-blancs : ils n'apparaissent quasiment pas dans les analyses (3%), les photos-légendes (5%), les portraits (10%) ou les interviews (10%).

Tableau 8

Répartition des origines selon la portée des informations



La diversité d'origines par rubrique

Si l'on s'intéresse à la diversité des origines en fonction des thèmes abordés par les articles, on constate une forte présence d'intervenants perçus comme blancs dans l'éducation (98%), la science (92%), les médias (92%) et l'environnement (90%). Les intervenants perçus comme non-blancs sont principalement présents dans la politique (25%). Mais si on enlève la politique internationale, le chiffre retombe à 3% en politique nationale et locale ³. C'est dans le judiciaire (25%) et le sport (22%) que l'on trouve la plus grande présence d'intervenants perçus comme non-blancs. Dans les faits divers, 14% des intervenants dont l'origine est identifiée sont perçus comme non blancs. Il n'y a donc pas de surreprésentation de non-blancs dans cette catégorie.

Le « Baromètre » du CSA montrait une plus grande présence d'individus perçus comme non-blancs dans le divertissement (principalement dans les programmes musicaux) et dans le sport. Si cette tendance se confirme en presse écrite pour le sport, ce n'est pas le cas pour la catégorie culture/art/divertissement où l'on recense légèrement moins d'individus perçus comme non-blancs que la moyenne (13%). Cette dernière comparaison a toutefois ses limites : le divertissement en audiovisuel ne recoupe pas le même champ que l'information culturelle en presse écrite.



³. Cette tendance est aussi observée dans l'économie sur base d'un échantillon plus faible : si l'on exclut les articles de portée internationale, on passe de 10% à 1% de présence d'intervenants perçus comme non-blancs.

Tableau 9

Répartition des origines selon le thème

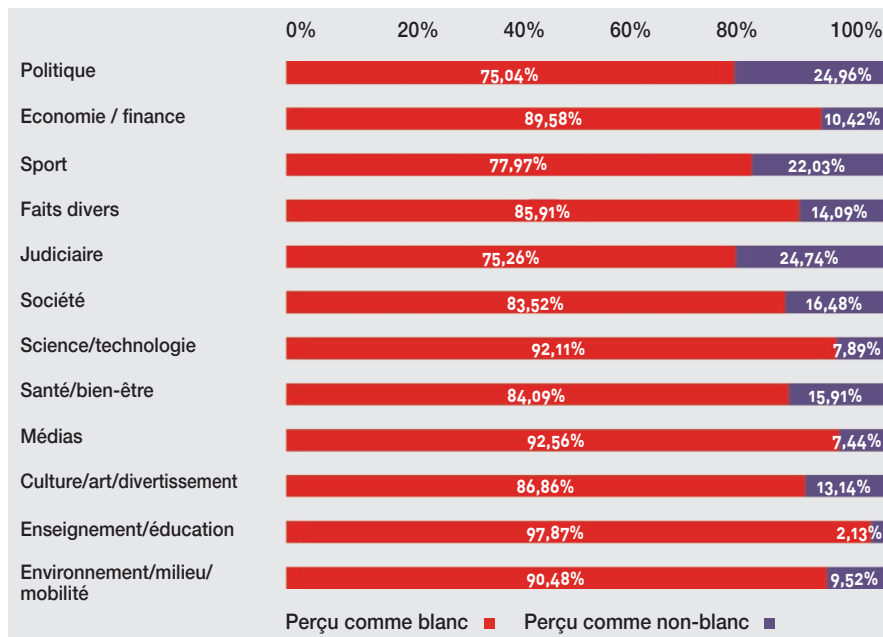
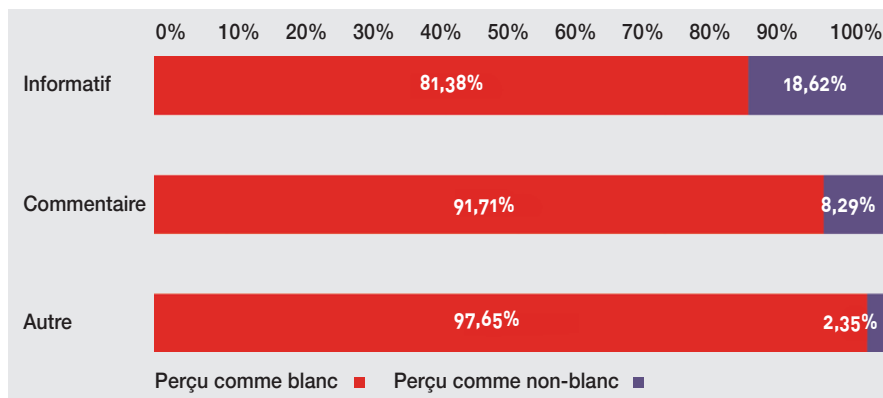


Tableau 10

Répartition des origines par genre rédactionnel



La diversité d'origines dans le sport

La surreprésentation (relative) d'intervenants perçus comme non-blancs dans le thème sportif ressort d'autant plus si l'on compare leur proportion dans la catégorie socioprofessionnelle sportive par rapport à l'ensemble des autres professions. Il y a deux fois plus d'intervenants perçus comme non-blancs chez les sportifs (28%) que dans l'ensemble des autres professions (14%).

Diversité d'origines et rôles

Si l'on croise les données relatives aux origines avec les rôles que tiennent les intervenants dans notre échantillon, on constate pour la catégorie « **journalistes** » (tableau 12) que 100% des journalistes identifiés sont perçus ou cités comme étant blancs. Si l'on prend en compte les personnes dont l'origine est induite par le nom, 97% des intervenants journalistes sont perçus comme blancs. Pour ce qui concerne le rôle d'**expert**, une écrasante majorité est également perçue

4. Parmi les auteurs d'actes répréhensibles perçus comme blancs figurent entre autre Dominique Strauss-Kahn, Michèle Martin ou encore le docteur Mullier. Ces intervenants particuliers furent des sujet récurrents tout au long de la semaine d'échantillon. Il est donc probable qu'un échantillon différent aurait laissé entrevoir une surreprésentation encore plus grande des non-blancs perçus comme auteurs d'actes répréhensibles.

5. Infra, page 25.

6. Cette catégorie regroupe les dirigeants et cadres supérieurs de l'administration publique, les dirigeants et cadres d'entreprise ainsi que les membres de l'exécutif et des corps législatifs.

comme blanche (94%), ce qui est aussi le cas pour les **porte-parole**, qui, si l'on exclut l'international, sont à 97% perçus comme blancs.

On constate que moins l'intervenant a un rôle prépondérant (témoins, quidam,...), plus la proportion d'intervenants perçus comme non blancs augmente.

On a déjà noté qu'en matière d'illustration, les figurants sont principalement perçus comme blancs.

Plus de la moitié des intervenants non-blancs considérés comme le sujet principal d'un article le sont dans un cadre sportif (32%) ou de fait divers (24%).

Il est à souligner enfin que l'on trouve quasi à **parité** les intervenants perçus comme blancs et comme non-blancs dans la catégorie des auteurs d'actes répréhensibles et dans la catégorie des victimes : respectivement 51%/49% et 55%/45%. Ceci signifie que, dans ces deux catégories, les intervenants perçus comme non-blancs sont relativement surreprésentés⁴.

Comme on l'examinera plus loin⁵ pour les catégories socioprofessionnelles, notons que les classes dirigeantes⁶ dans les articles à portée belge (locale et nationale) sont composées à 97% d'intervenants perçus comme blancs. ■

Tableau 11

Répartition des origines dans la profession « sportif »

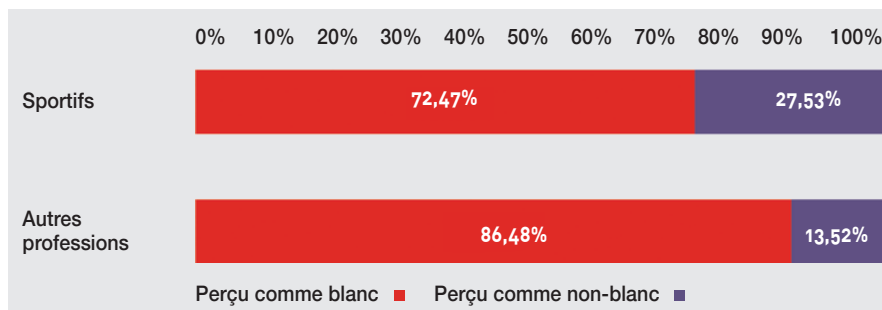
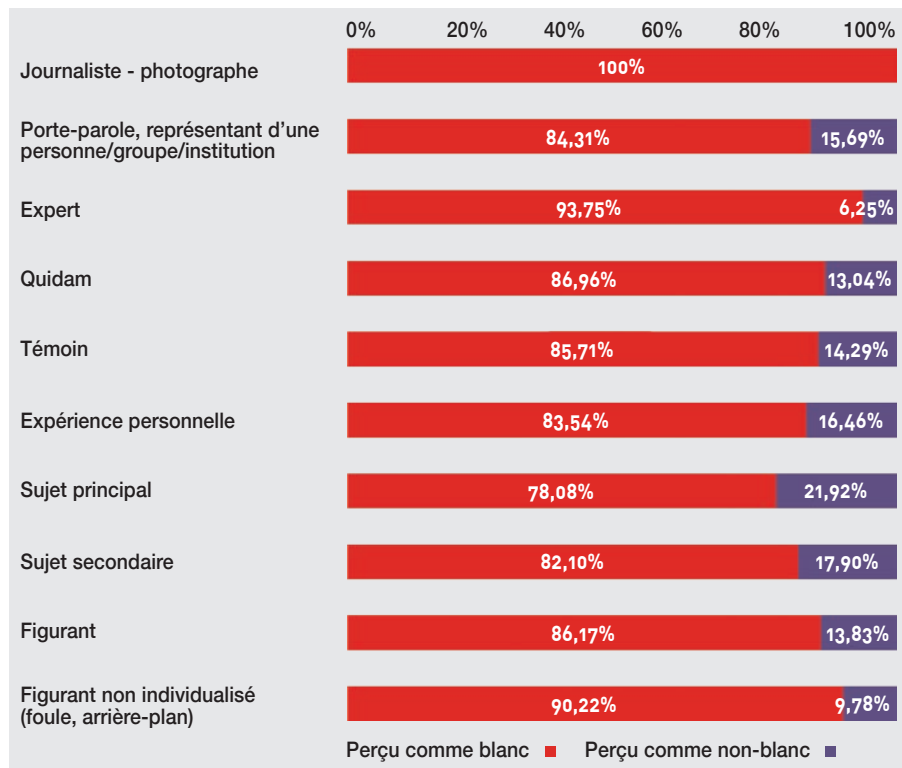


Tableau 12

Répartition des origines par rôle



COMPRENDS PAS POURQUOI
VOUS ACHÉTEZ LE JOURNAL...
ON NE PARLE MÊME PAS DE VOUS DEDANS !



Moi,
C'EST JUSTE
POUR MES ÉPLUCHURES
DE PATATES...

2.3. La diversité des catégories socioprofessionnelles

Les cadres, les dirigeants, les professions intellectuelles et les sportifs représentent la toute grande majorité des professions représentées dans les quotidiens. Les ouvriers et simples employés sont quasi absents.

La catégorie socioprofessionnelle (CSP) a pu être identifiée pour 88% des intervenants dans l'échantillon analysé.

Sur le graphique ci-contre, représentant les différentes professions identifiées, on constate une forte asymétrie entre la présence des CSP supérieures (cadres, dirigeants et professions intellectuelles) et celle des autres professions : 59% des intervenants proviennent de CSP supérieures¹, 35% de professions intermédiaires (principalement sportives, voir *infra*).

Toutes les autres CSP restantes ne constituent ensemble que 6% de l'échantillon, parmi lesquels on ne retrouve aucun demandeur d'emploi.

1. 36% de professions intellectuelles et scientifiques, 23% de cadres et dirigeants.

2. Dans un souci de comparaison, les catégories socioprofessionnelles retenues sont inspirées de celles utilisées pour le « Baromètre » du CSA, elles mêmes influencées par l'Institut français national de la statistique et des études économiques. Plus de détails sur les CSP sur le site www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/pcs.htm

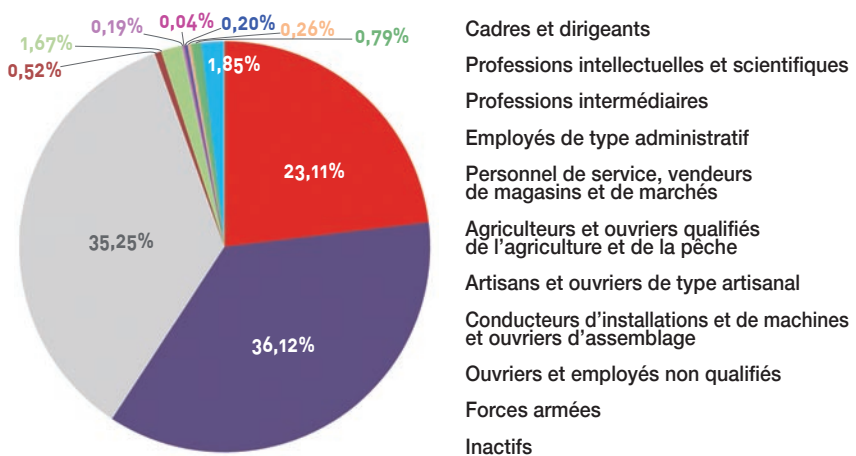
Les professions intermédiaires : essentiellement des sportifs

Les professions intermédiaires² regroupent les personnes qui ne sont ni de simples agents d'exécution ni des professionnels de catégorie supérieure. On y retrouve aussi toutes les professions intermédiaires dans un sens plus figuré tels les instituteurs, infirmiers ou assistants sociaux.

Dans notre échantillon, 88% des professions intermédiaires proviennent d'articles sur le thème sportif. Les autres professions intermédiaires sont donc particulièrement mal représentées (tableau 13).

Si l'on devait extraire les sportifs de notre échantillon, les professions intermédiaires seraient très faiblement représentées (au total, 12% de toutes les CSP). »

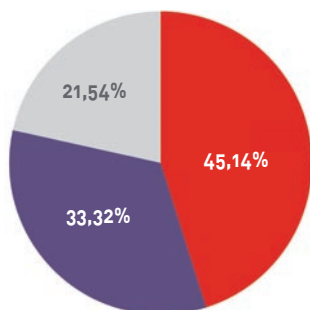
Répartition des CSP sur l'ensemble des articles



Intellectuels et scientifiques

La présence relativement importante de la CSP regroupant les professions intellectuelles et scientifiques est due au fait qu'elle est composée de 45% de journalistes et photographes (signataires). 33% des personnes encodées dans cette CSP proviennent de professions artistiques. Hors journalistes et artistes, seuls 22% concernent d'autres professions intellectuelles ou scientifiques.

Répartition dans la catégorie intellectuelle et scientifique



Journalistes / photographes ■
 Professions artistiques ■
 Autres professions intellectuelles ■

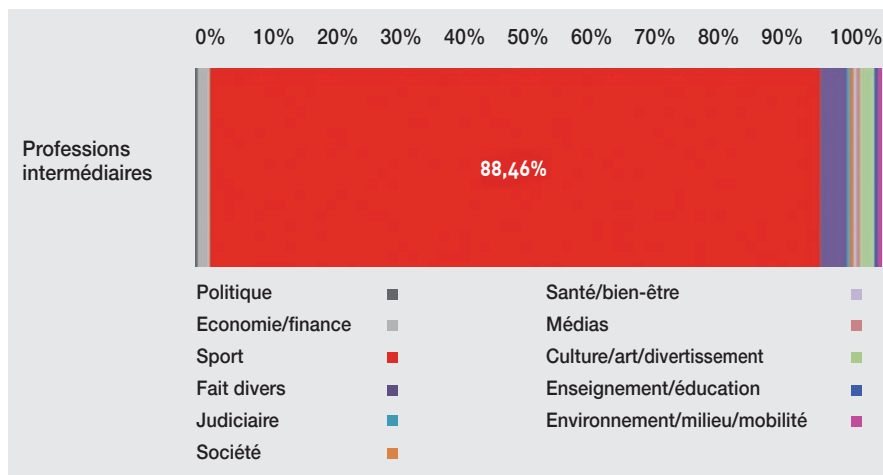
En résumé : un déséquilibre important

Le graphique ci-contre montre la distribution des CSP quand on enlève de l'échantillon les journalistes et photographes. La représentation des métiers et professions dans la

3. Autre hypothèse : les reportages dans l'audiovisuel montraient souvent des figurants ouvriers ou autres policiers. Cette nécessité d'illustration constante est beaucoup moins présente dans la presse écrite.

Tableau 13

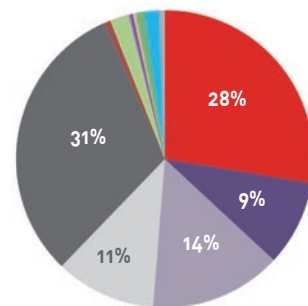
Répartition des CSP intermédiaires sur l'ensemble des thèmes



presse quotidienne est très déséquilibrée par rapport aux CSP présentes dans la société : 31% de sportifs, 28% de cadres et dirigeants, et 14% de professions artistiques.

Le « Baromètre » du CSA indiquait déjà un déséquilibre assez prononcé en faveur des CSP supérieures, mais les autres CSP se répartissaient quand même sur plus d'un quart de l'échantillon. Dans notre échantillon de presse quotidienne, **certaines professions disparaissent** purement et simplement, d'autres n'ont que la portion congrue. Peut-on y voir une dimension plus élitiste de la presse écrite³ ?

Répartition des CSP sur l'ensemble des articles (à l'exclusion des journalistes)



Cadres et dirigeants ■
 Autres prof. intellectuelles et scientifiques ■
 Professions artistiques ■
 Autres professions intermédiaires ■
 Sportifs ■

Tableau 14

Les CSP par titre de presse (à l'exclusion des journalistes)

Professions	La DH	La Libre	Le Soir	Métro	Le Cour. de l'Escaut	N.-Eclair	Total
Cadres et dirigeants	18,00%	43,11%	40,32%	38,31%	21,58%	19,05%	27,61%
Professions intellectuelles et scientifiques							
Autres prof. intellectuelles et scientifiques	6,83%	12,69%	10,24%	6,10%	8,62%	10,33%	9,29%
Professions artistiques	9,54%	16,74%	15,71%	21,02%	19,16%	11,86%	14,38%
Professions intermédiaires							
Autres professions intermédiaires	13,88%	9,36%	6,98%	8,81%	9,66%	13,62%	10,94%
Sportifs	45,88%	11,97%	20,00%	13,22%	33,57%	39,33%	31,18%
Employés de type administratif	0,16%	0,81%	0,56%	0,68%	0,32%	1,45%	0,62%
Personnel des services et vendeurs de magasin et de marchés	2,01%	1,26%	2,54%	4,41%	1,61%	1,91%	2,00%
Agriculteurs et ouvriers qualifiés de l'agriculture et de la pêche	0,11%	0,36%	0,24%	0,00%	0,40%	0,15%	0,23%
Artisans et ouvriers de type artisanal	0,00%	0,09%	0,08%	0,00%	0,00%	0,08%	0,04%
Conducteurs d'installation et de machines et ouvriers de l'assemblage	0,27%	0,18%	0,08%	0,34%	0,32%	0,31%	0,24%
Ouvriers et employés non qualifiés	0,11%	0,45%	0,24%	0,68%	0,56%	0,23%	0,31%
Forces armées	0,70%	1,35%	1,27%	3,73%	0,72%	0,23%	0,95%
Inactifs							
Elèves et étudiants	1,68%	1,53%	1,35%	2,71%	2,90%	0,92%	1,71%
Retraités	0,16%	0,09%	0,24%	0,00%	0,56%	0,00%	0,20%
Hommes/femmes au foyer	0,00%	0,00%	0,08%	0,00%	0,00%	0,00%	0,01%
Sans-abri	0,43%	0,00%	0,08%	0,00%	0,00%	0,38%	0,20%
Autres	0,22%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,15%	0,08%
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100%

Les CSP par titre de presse

Il est intéressant d'affiner la présence des CSP pour chaque quotidien analysé, car les résultats ne sont pas identiques pour chacun. Si l'on exclut les journalistes, ce sont les sportifs ainsi que les cadres et dirigeants qui sont donc les principales CSP représentées. Le tableau 14 (page 27) illustre la ventilation de CSP pour chaque titre analysé.

On peut classer les titres en deux catégories : ceux privilégiant les cadres et dirigeants et ceux avec une majorité de sportifs. Ainsi, on retrouve principalement les cadres et dirigeants dans *La Libre* (43%), *Le Soir* (40%) et *Metro* (38%), alors que les sportifs ont la part belle dans *La DH* (46%), *Nord Eclair* (39%) et *le Courrier de l'Escaut* (34%).

Les CSP supérieures majoritaires

Le tableau 16 (page 29) détaille, par thème abordé, la proportion de CSP présentes (en rouge, la CSP la plus présente et, en bleu, la deuxième CSP la mieux représentée).

Qu'importe le thème, les CSP supérieures sont généralement largement majoritaires et, ce, même si on enlève les journalistes de l'échantillon comme c'est le cas dans ce tableau. Seules les pages sportives octroient la première place aux professions intermédiaires (les sportifs en l'occurrence !). Dans la rubrique « enseignement », la seconde CSP, sous l'intitulé « inactifs » concerne les élèves

4. Alors que les intervenants de la CSP professions intermédiaires dans les articles à portée nationale ou internationale sont, eux, principalement des sportifs.

5. Les inactifs n'ont aucune mention ou la seule mention du prénom dans 58% des cas.

et étudiants.

Remarquons aussi que les articles portant sur les faits divers contiennent des intervenants de CSP légèrement plus diversifiées (on y trouve « seulement » 56% de CSP supérieures).

Diversité de CSP accrue en local

Quand on examine la ventilation des CSP en fonction de la portée de l'information (internationale, nationale ou locale), on constate que les CSP supérieures ont une présence écrasante au niveau national (65%, contre 50% au niveau international et 38% au niveau local). Parallèlement, dans les articles à portée

locale, les différentes CSP autres que supérieures ont une meilleure visibilité. La prépondérance des professions intermédiaires au niveau local n'est pas uniquement due au sport car, si l'on exclut les sportifs, cette CSP reste encore assez conséquente⁴.

Au passage, mentionnons que les intervenants de CSP supérieures et des professions intermédiaires sont, dans plus de 90% des cas, identifiés par leur nom, prénom et profession. Ce pourcentage est beaucoup plus faible pour l'ensemble des autres professions. De même, moins de 1% des CSP supérieures identifiées n'a aucune mention alors que ces chiffres sont bien plus élevés pour l'ensemble des autres CSP⁵.

Tableau 15

Répartition des CSP selon la portée des informations

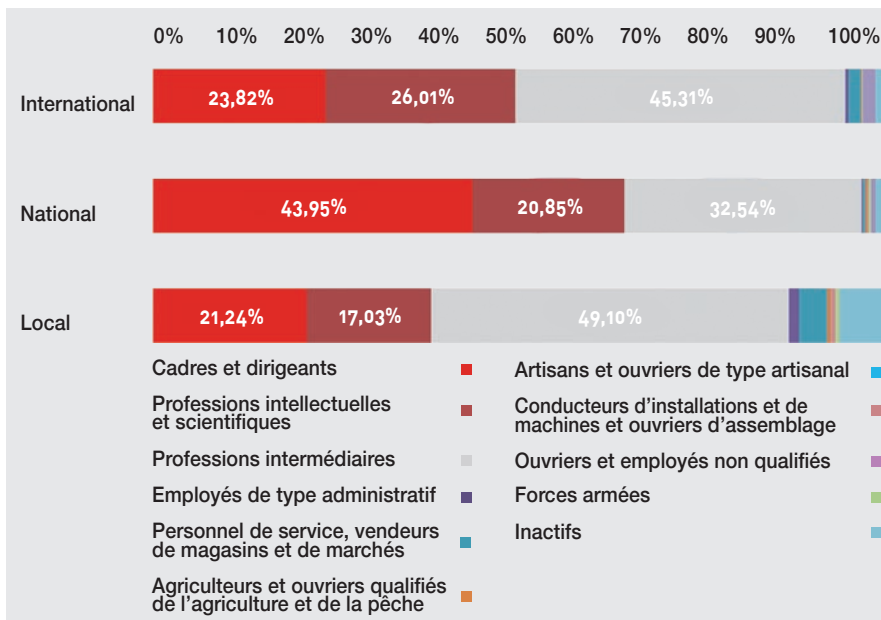


Tableau 16

Les CSP par thème (à l'exclusion des journalistes)

Thème	Polit.	Eco./finance	Sport	Fait divers	Judiciaire	Société	Science/techno.	Santé/bien-être	Médias	Cult./art/divert.	Ens./éduc.	Envir./milieu/mobilité	Total
CSP													
Cadres et dirigeants	83,93%	67,04%	6,54%	23,45%	40,50%	35,94%	42,86%	53,28%	24,41%	8,36%	47,47%	67,42%	27,61%
Prof. intellectuelles et scientifiques	8,03%	12,85%	1,94%	32,83%	37,50%	18,75%	51,79%	28,69%	66,93%	83,36%	6,06%	9,55%	23,67%
Professions intermédiaires	2,47%	14,53%	90,94%	15,59%	7,50%	11,72%	0,00%	9,84%	6,30%	5,76%	15,15%	10,67%	42,12%
Employés de type administratif	0,21%	0,28%	0,14%	3,45%	0,50%	3,91%	1,79%	2,46%	0,00%	0,09%	0,00%	0,56%	0,62%
Personnel des services et vendeurs de magasin et de marchés	0,62%	1,12%	0,17%	11,72%	9,50%	3,91%	0,00%	2,46%	0,39%	0,84%	1,01%	1,69%	2,00%
Agriculteurs et ouvriers qualifiés de l'agriculture et de la pêche	0,00%	1,12%	0,00%	0,55%	0,00%	0,00%	0,00%	0,82%	0,39%	0,00%	0,00%	3,37%	0,23%
Artisans et ouvriers de type artisanal	0,00%	0,00%	0,00%	0,28%	0,00%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,04%
Conducteurs d'installation et de machines et ouvriers de l'assemblage	0,00%	0,28%	0,00%	1,52%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,25%	0,24%
Ouvriers et employés non qualifiés	0,00%	2,51%	0,03%	0,69%	1,00%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,25%	0,31%
Forces armées	4,02%	0,28%	0,00%	0,14%	1,00%	5,47%	3,57%	0,82%	0,39%	1,21%	0,00%	0,00%	0,95%
Inactifs	0,72%	0,00%	0,24%	9,79%	2,00%	18,75%	0,00%	1,64%	1,18%	0,37%	30,30%	2,25%	2,21%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Les CSP selon l'âge

Sans surprise, les professions intermédiaires, composées principalement de sportifs, sont composées à 71% de jeunes entre 19 et 34 ans alors que les cadres et dirigeants ont une forte présence entre 35 et 64 ans. Les professions intellectuelles et scientifiques se répartissent entre les trois catégories d'âge de la vie active (26% de 19-34, 54% de 35-49, 13% de 50-64) alors qu'elles contiennent aussi une présence de seniors de plus de 65 ans légèrement plus élevée.

Chacun dans son rôle ?

Comme le montre le tableau 18 (page 31), on retrouve une présence écrasante des CSP supérieures dans les rôles plus prestigieux tels que porte-parole (77%) et experts (85%). Ils gardent une forte présence dans l'ensemble des rôles et fonctions à l'exception des quidams ou figurants, où l'on retrouve aussi une plus grande diversification de CSP représentées. ■

Tableau 17

Répartition des CSP supérieures et intermédiaires selon l'âge

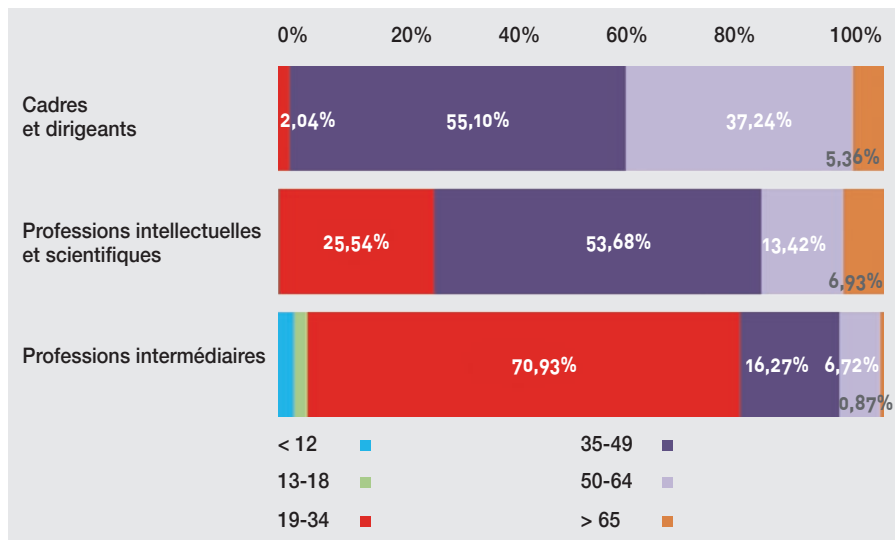
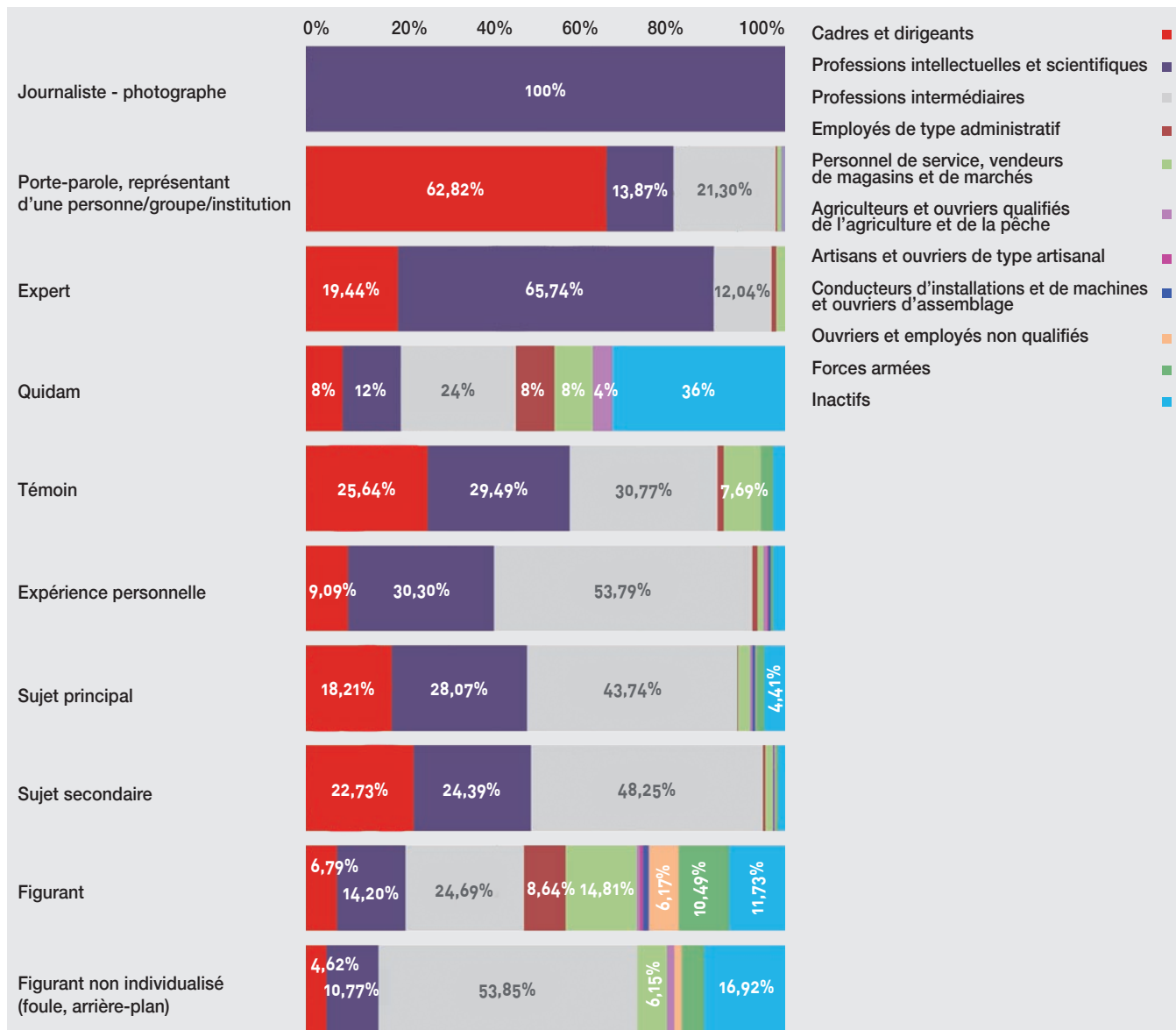


Tableau 18

Répartition des CSP selon le rôle



ALLEZ, FISTON,
C'EST PAS PARCE QUE LE JOURNAL
NE PARLE PAS DE TOI
QUE TU NE DOIS PAS LE LIRE!



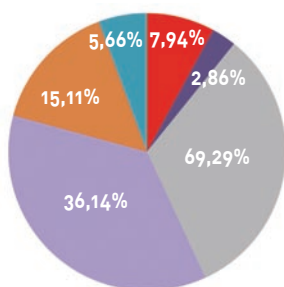
MOUAI...
TOUS LES TRUCS
POUR ME PIQUER
MON GAMEBOY.

2.4. La diversité dans l'âge

Les jeunes et les seniors sont peu présents en presse quotidienne. L'information nationale est constituée à plus de 90% par les classes d'âge actives.

L'âge est rarement précisé dans la presse écrite. L'âge de 21% des intervenants de l'échantillon a pu être établi : pour 3% des intervenants, en raison d'une mention explicite ; pour 18%, grâce aux photos. Voici comment se répartissent les tranches d'âge sur l'échantillon identifié.

Répartition de l'âge sur l'ensemble des articles



< 12	■	35-49	■
13-18	■	50-64	■
19-34	■	> 65	■

On observe que les trois catégories d'âge dites « actives » (19-34, 35-49 et 50-64) forment 84% de l'échantillon alors qu'elles ne constituent que 62,4% de la population¹. Cette « surreprésentation » relative des catégories actives, que le « Baromètre » du CSA avait déjà relevée pour les médias audiovisuels, s'effectue au détriment des seniors et des enfants/adolescents : les seniors (65 et +) ne représentent que 6% de l'échantillon², alors que leur poids dans la démographie belge est de 17,2%.

De même, les moins de 18 ans, qui forment 20,4% de la population belge, n'apparaissent en presse écrite que pour 11% des intervenants.

On constate également que les articles à portée locale offrent une meilleure représentation des jeunes, qui y constituent 21% des intervenants dont l'âge est identifié³.

L'information nationale est celle qui laisse le moins de place aux tranches d'âge « inactives » : 94% des intervenants d'articles à portée nationale sont concentrés dans les tranches d'âge actives.

La plupart des jeunes sont à l'école

Si l'on examine les thèmes (tableau 19, page 34) dans lesquels les différentes tranches d'âge interviennent, on constate que dans la catégorie « population active », les jeunes adultes (19-34 ans) se retrouvent principalement dans le sport (64%), la société (38%), la science et la technologie (37,5%), la culture (34%) et les médias (32%). Les populations « actives » plus âgées (35-64) ont une très forte présence dans les articles sur la politique (83%) et l'économie (76%).

Les jeunes n'existent quasiment que dans les articles sur l'enseignement (62% d'intervenants), sur la santé (21%) et dans les faits divers (21%, dont la moitié sont considérés comme victimes).

La parole est aux adultes

Selon la tranche d'âge, on apparaît dans des rôles différents. Le tableau 20 (page 35) montre clairement une tendance : plus on est âgé et si on est actif, plus on a accès à une intervention d'envergure : la proportion de citations directes et indirectes ainsi que la proportion de personnes dont on parle augmente clairement avec les différentes catégories d'âge de la vie active.

La tendance est globalement inverse pour les personnes qui apparaissent uniquement en illustration. ➔

1. Les chiffres suivants, datés du 1/1/2010, proviennent de l'Institut national de statistiques (INS), www.statbel.fgov.be.

2. Un résultat « meilleur » que dans les médias audiovisuels : le « Baromètre » du CSA établit que seuls 3% des intervenants ont plus de 65 ans.

3. Contre respectivement 3% et 6% dans les articles à portée nationale et internationale.

Si les populations actives se partagent le droit à la parole, les rôles tels que porte-parole ou expert ne laissent que peu de place aux jeunes adultes ; 93% des experts et 83% des porte-parole ont entre 35 et 64 ans ⁴.

Remarquons que les seniors de 65 ans et plus, s'ils sont le moins « montrés uniquement » (5,5%), ont aussi un moindre droit à la parole et sont généralement des personnes « dont on parle », de simples sujets (72%).

C'est aussi le cas pour les jeunes : 97% des enfants entre 1 et 12 ans ainsi que 84% de ceux qui ont entre 13 et 18 ans n'ont pas

d'occasion d'intervenir directement ou indirectement. De fait, les jeunes de moins de 18 ans sont soit sujets d'articles (64%), soit figurants (29%) mais rarement interrogés. Quand c'est le cas, ils le sont principalement en tant que quidam ou pour relater leur expérience personnelle.

Identifié ou non, selon l'âge

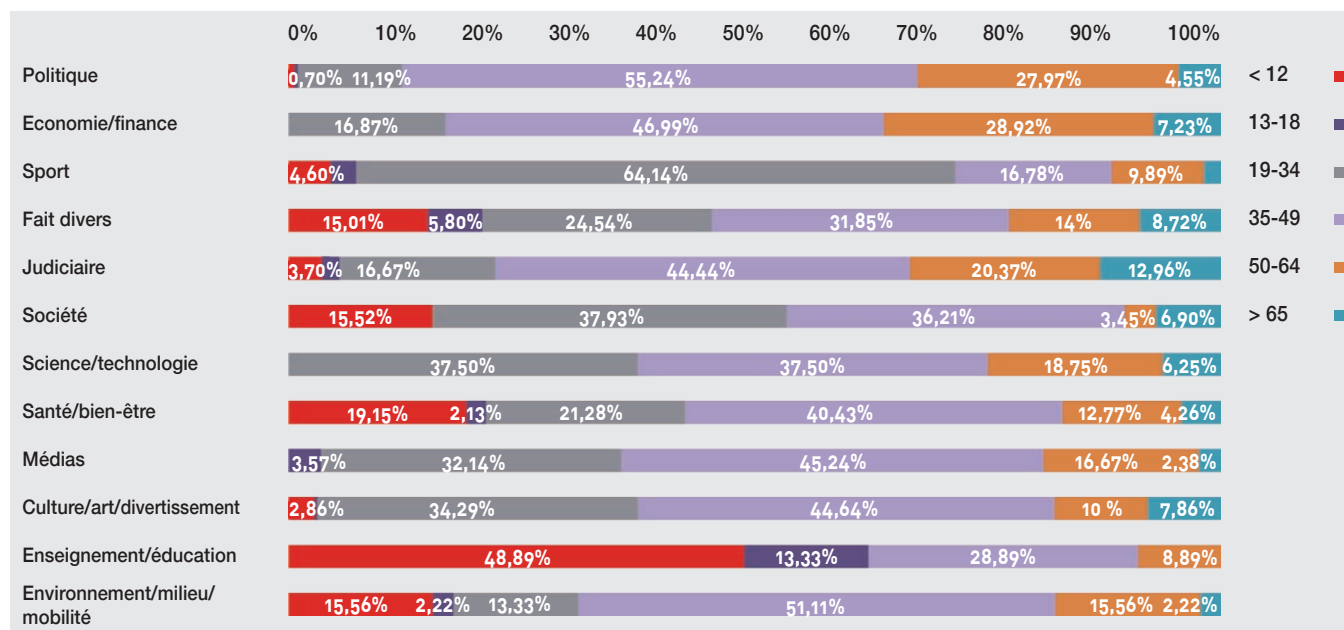
L'identification par le prénom, le nom et la profession est fortement liée à l'âge. Le tableau 21 (p. 35) montre la différence de traitement

des différentes catégories d'âges quant à leur (non-) identification soit par le prénom ou soit par le nom, le prénom et la profession. On observe une nette évolution de l'identification de la personne en fonction de son âge : si les jeunes sont pour près de 50% non identifiés ou pour près de 30% identifiés seulement par leur prénom, cette tendance évolue constamment vers une plus grande identification dans les différentes catégories d'âge de la tranche de vie active. La tendance à l'identification des personnes plus âgées baisse doucement lorsqu'il s'agit des seniors.

4. C'est aussi le cas dans l'audiovisuel comme l'a souligné le « Baromètre » du CSA.

Tableau 19

Répartition des âges par thème



Les seniors parlent de leur âge

Nous avons vu les différences de traitement entre les personnes des tranches d'âge dites « actives » et les autres catégories. Il est intéressant d'observer que, si les jeunes de moins de 18 ans et les personnes âgées de plus de 65 ans sont généralement plus des sujets d'articles que des intervenants actifs (voir plus haut), leurs interventions sont aussi plus souvent liées à leur âge. Ainsi, un tiers des intervenants de plus de 65 ans ont un marqueur social lié à leur âge ! C'est aussi le cas pour 6,25% des jeunes de moins de 18 ans. Les enfants sont donc moins marqués selon leur âge que les seniors. Néanmoins on reste loin du traitement des catégories d'âges « actives » dont seulement moins d'1% des intervenants ont un marqueur social lié à leur âge.

Tableau 20

Répartition des âges par type d'intervenant

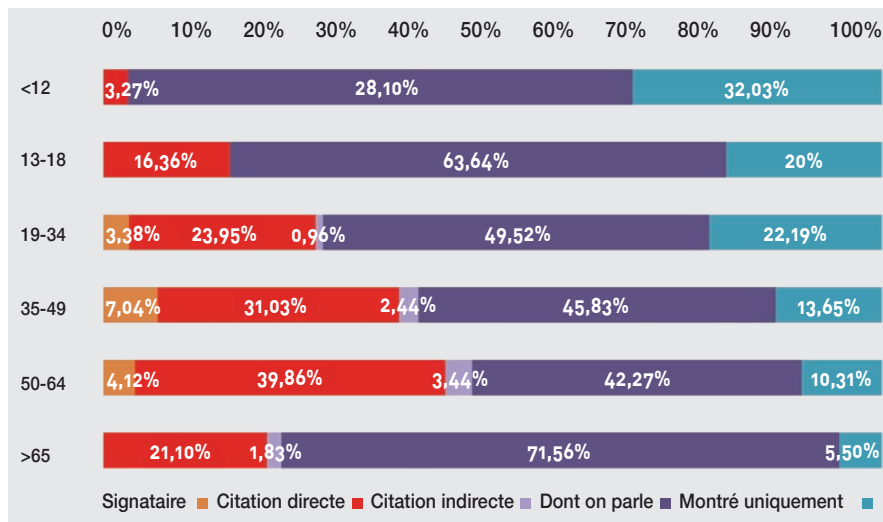


Tableau 22

Répartition du marqueur social « âge » selon les catégories d'âge

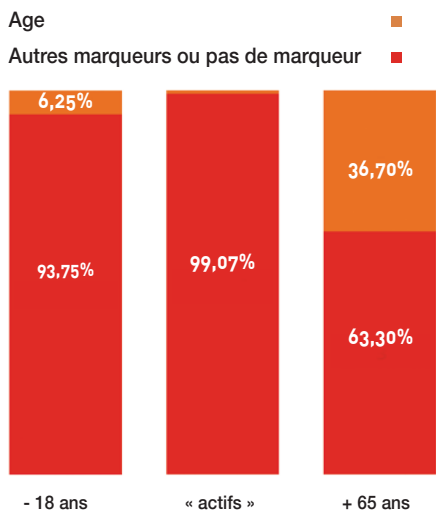
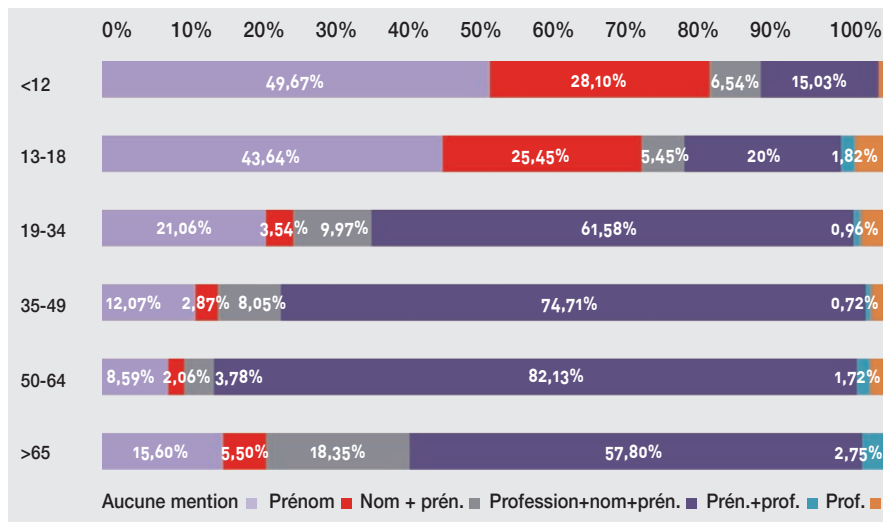


Tableau 21

Répartition de l'identification selon l'âge





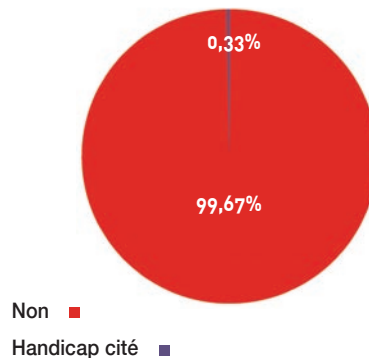
Notes

2.5. Les personnes handicapées

Les personnes handicapées sont quasi absentes des pages des quotidiens. Et quand elles sont présentes, leur rôle est passif.

Sur les 9.576 intervenants, seuls 32 ont un handicap visible ou cité, soit 0,33% de l'échantillon¹. Ce chiffre est très faible.

Handicaps visibles sur l'ensemble des articles



Même si l'échantillon est très réduit, on constate un traitement spécifique pour les intervenants handicapés.

1. Proportion similaire à celle observée à la télévision par le CSA

2. 50% des intervenants ayant un handicap visible sont illustrés sur photo.

Premièrement, ils sont généralement évoqués dans le cadre de leur handicap (68% des intervenants handicapés ont un marqueur social « handicap »). Ensuite, on en parle davantage dans des sujets à portée locale (qui concernent 73% des personnes ayant un handicap visible), qui ont pour thème la santé ou l'enseignement. Près d'un tiers (28%) des intervenants ayant un handicap sont considérés comme victimes.

Comme le soulignait également le « Baromètre » du CSA, les intervenants ayant un handicap sont généralement des intervenants « passifs » : 53% sont des sujets dont on parle, 28% sont montrés uniquement². Le peu d'intervenants interrogés le sont principalement en tant que simple quidam ou pour raconter leur expérience personnelle.

Enfin, on constate encore que les intervenants ayant un handicap sont rarement ou peu identifiés. 50% des intervenants ne sont identifiés ni par leur nom, ni par leur prénom ou par leur profession. 25% des intervenants ne sont identifiés que par leur prénom et/ou leur nom. Seuls 10% des intervenants ayant un handicap ont droit à une identification complète, c'est-à-dire nom, prénom et profession.

MAIS
COMMENT VOULEZ-VOUS
FAIRE UNE ÉTUDE COMPLÈTE
SUR LA DIVERSITÉ
SANS TENIR COMPTE
DE LA RUBRIQUE
NÉCROLOGIQUE ?!



3.1. Réflexions sur la méthode et l'interprétation des résultats

Pour rappel, l'étude montre la diversité telle que perçue par le lecteur. Il ne s'agit pas d'une enquête sur l'identité des intervenants de la presse belge francophone mais bien de celle de la représentation de la diversité que peuvent se faire les lecteurs à la lecture du journal.

Ce choix - qui est naturellement questionné par la difficulté de définir un lecteur lambda et, pour le chercheur, par l'impossibilité d'être complètement objectif et neutre dans ses analyses - découle de deux réflexions. Premièrement, il est intéressant d'observer l'image que les quotidiens renvoient de la société francophone belge. Cette image se crée sur base de filtres conscients et/ou inconscients qui, comme on l'observe dans les résultats, amènent à un grand décalage avec la réalité de la société belge. Deuxièmement, l'étude doit répondre au critère de faisabilité, élément essentiel pour arriver à des résultats pertinents. La perception, balisée par un maximum d'entrées objectives, est dès lors la méthode qui s'impose, car il n'est tout simplement pas possible de mener une enquête sur les 10.000 intervenants encodés afin d'en déterminer exactement les marqueurs de diversité qui intéressent cette étude (âge, sexe, origine, catégorie socioprofessionnelle et présence éventuelle d'un handicap).

C'est aussi ce critère de faisabilité qui détermine la taille de l'échantillon. Il s'agit ici d'aboutir à un échantillon aisément identifiable et exploitable, amenant à des résultats concrets, tout en respectant une délimitation de temps et le cadre de contraintes matérielles. Nous considérons qu'un total de 2.225 articles et de 10.000 entrées est suffisamment fourni pour fonder des résultats fiables. Néanmoins observons qu'il devient plus difficile de tirer des conclusions dès qu'il s'agit de croiser différents critères divisés eux-mêmes en multiples catégories, parfois avec un taux d'identification bas. Par exemple, ventiler les (nombreuses) catégories socioprofessionnelles autres que supérieures (mais qui ne forment que 6% de l'échantillon des professions identifiées), selon l'âge des intervenants (identifié sur seulement 21% de l'échantillon) amènera difficilement à des résultats concluants. Nous avons choisi de ne présenter que les résultats issus de suffisamment de données. C'est aussi la raison pour laquelle nous n'avons pas utilisé la catégorie « signes convictionnels visibles », vu la taille trop restreinte de l'échantillon obtenu.

Les données brutes obtenues doivent aussi être lues en parallèle avec les éléments ponctuels de l'actualité pouvant générer des changements notables dans les résultats.

Si l'analyse proposée ici a été faite de manière méticuleuse en évitant un maximum les conclusions hâtives, il est toujours intéressant de rappeler les éléments de l'actualité de la semaine du 6 juin 2011 qui ont pu avoir une influence sur chiffres. Ainsi, la semaine choisie est marquée par les articles sur l'« affaire DSK », sur le « printemps arabe », ainsi que des dossiers sur le premier anniversaire de la crise politique belge. On retrouve également plusieurs articles sur la bactérie E.coli, quelques articles sur la possible libération de Michelle Martin et sur l'arrestation de Mladic. Le fait que ce soit le début du Mercato au football est aussi intéressant à noter.

La redondance de l'information amplifie les éventuels biais dus à la présence d'un certain type d'actualité tout au long de la semaine. C'est la raison pour laquelle le choix de l'échantillon s'est fait sur base de jours espacés, pour tenter d'atténuer ce biais. C'est aussi pour cela qu'il serait utile de reproduire cette enquête de manière périodique, comme le fait le CSA pour le Baromètre de la diversité et de l'égalité.

Les critères de sélection, tout comme le travail de catégorisation, peuvent toujours être questionnés. Néanmoins chaque choix a été posé dans l'optique de rendre l'étude la plus objective et la plus claire possible dans ses résultats. ■

Moi,
QUAND JE SERAI GRAND,
JE SERAI UN CADRE DE 40 ANS,
COMME ÇA JE SERAI À LA UNE DE
TOUS LES JOURNAUX.



3.2. Synthèse des résultats

Notre étude confirme dans les grandes lignes les tendances déjà dégagées par les enquêtes préexistantes portant sur la diversité et/ou l'égalité, que ce soit celle du GMMP 2010 en Communauté française de Belgique (un jour analysé, une sélection de médias écrits et audiovisuels, l'analyse portant sur les questions de genre et d'égalité) ou le « Baromètre de l'égalité et de la diversité » du CSA (portant sur tous les médias audiovisuels de la Communauté française et incluant outre l'information, le divertissement). Si les résultats de ces études et ceux de la présente analyse sont visiblement convergents, ils ne sont pas identiques.

Pour résumer, on pourrait dire, sans poser à ce stade de jugement de valeur, que l'analyse de la presse quotidienne révèle des déficits encore plus importants en matière de diversité, sur la plupart des critères analysés : la présence et représentation des femmes, la diversité d'âge, de professions et la question du handicap. Voici la synthèse des résultats de l'étude, détaillés tout au long de cette brochure.

Sexe : les quotidiens sont masculins

La **très faible présence des femmes** dans la presse quotidienne belge francophone est probablement le résultat le plus marquant de l'étude : **moins de 18% de femmes en**

moyenne. La proportion tombe à moins de 15% pour les « hard news » (politique et économie) et dégringole à moins de 7% pour les pages sportives.

La parité n'est jamais atteinte, dans aucune rubrique des journaux, même l'enseignement (43 % de femmes) ou les pages santé/bien-être (30 %), secteurs où les femmes sont pourtant largement plus actives que les hommes.

Une forme de **jeunisme** est également liée à la présence des femmes dans les quotidiens : alors que dans la tranche d'âge de 0 à 18 ans, il y a quasi parité entre les filles et les garçons, la présence féminine décroît ensuite rapidement avec l'âge : elles ne sont plus que 25% dans la tranche 19-34 ans, 23% des 34-49 ans, pour terminer à un petit 15% des 50-64 ans. La présence des hommes progresse à l'inverse et bonifie donc avec l'âge...

Outre ces déséquilibres quantitatifs, il se confirme – comme l'avaient déjà montré le GMMP et le baromètre – que le traitement médiatique des deux sexes est différencié : les femmes sont plus rarement et plus **faiblement identifiées** que les hommes. Elles sont moins souvent interviewées et plus souvent confinées dans un **rôle passif**.

Les **experts** et **porte-parole** sont très majoritairement des hommes (85%). Les femmes interviewées le sont comme simple **quidam**

ou **vox populi** (35%, un des « meilleurs scores » pour la présence des femmes...). C'est dans la catégorie des « victimes » que l'on trouve un quasi équilibre entre les sexes : 48% de femmes.

Les **catégories socioprofessionnelles** supérieures sont largement dominées par les hommes (plus de 90 % au sein de la catégorie « dirigeants et cadres d'entreprise) et il en va de même pour les acteurs **politiques** (près de 85 % d'hommes). D'une manière générale, seules les catégories des employés administratifs et les **catégories « inactives »** comme les étudiants et les retraités approchent un peu plus de la parité en terme de présence des sexes. Enfin, lorsque l'on parle de quelqu'un par rapport à son sexe, on le fait généralement **car c'est une femme**.

Les **journalistes** femmes ne forment que 18% des signataires dont le sexe a pu être identifié, un chiffre qui est inférieur à la ventilation statistique des emplois de journalistes et photographes salariés des titres de notre échantillon qui s'élève en moyenne à 25%¹.

Origine : les quotidiens sont « blancs »

83% des intervenants dont l'origine a pu être identifiée sont perçus comme étant blancs. Si l'on sélectionne uniquement les **photos**, le taux de blancs grimpe à 90 %.

1. Chiffres AJP calculés sur la base de données officielles des journalistes professionnels et stagiaires salariés. Ce chiffre ne comprend pas les journalistes indépendants.

C'est l'information **internationale** qui fait le plus de place à la diversité d'origines (un peu moins de 30% de non-blancs) à l'inverse de l'info nationale (6% seulement). Et comme d'autres études l'ont montré, l'information de proximité est un peu plus diversifiée que l'info nationale au plan des origines (12%). Pour ce qui concerne les rubriques, ce sont les pages judiciaires puis sportives qui font la plus grande place aux non-blancs, avec 25 et 22% d'intervenants. En information politique, on trouve également 25% de non-blancs, mais pour les pages de politique nationale, la proportion est de 3% seulement.

Les rôles dans lesquels les non-blancs interviennent sont, comme pour les femmes, fortement différenciés : ils sont **très rarement experts** (6%), **porte-parole** (3%), **journalistes** (3%) mais on les trouve **quasi à parité** dans la catégorie des **victimes** (45%) et dans celle des **auteurs d'actes répréhensibles** (49%).

CSP : les quotidiens parlent des cadres et des sportifs

Plus de la moitié, des intervenants dans la presse belge francophone provient des catégories socioprofessionnelles **supérieures**.

Au-delà de ces cadres, dirigeants, professions intellectuelles et scientifiques, on trouve encore **un tiers de sportifs** et 12% d'autres professions intermédiaires, essentiellement dans les pages sportives.

Ensemble, toutes les **autres catégories socio-professionnelles ne représentent que 6%** des intervenants, et par ailleurs se retrouvent principalement dans les articles à portée locale. Notre étude montre également que ces tendances sont globalement identiques pour tous les quotidiens analysés, mais que

certaines font davantage de place aux sportifs, quand d'autres privilégient les cadres.

L'analyse par rubriques montre que les cadres et les professions intellectuelles et scientifiques sont aussi largement surreprésentés dans toutes les pages et thématiques (sauf en sport) par rapport à leur présence dans la société belge.

La **très faible représentation des autres CSP** (ouvriers, employés, agriculteurs, inactifs,...) persiste dans les rôles d'experts (85 % de CSP+) ou de porte-parole (77 %), mais elle s'améliore dans les rôles de « figurants » ou de « quidams », les seuls où toutes les CSP présentes dans la société apparaissent, mais encore de façon très réduite. A noter que notre échantillon ne comportait aucun intervenant sans emploi.

Enfin, les intervenants des CSP supérieures sont dans l'ensemble perçus comme blancs (97%). Ils ont généralement droit à une identification complète (dans plus de 90% des cas). Les autres intervenants appartenant aux catégories des **inactifs** tels que les étudiants et retraités sont souvent soit identifiés par leur seul prénom, soit sans mention aucune.

Les quotidiens montrent les classes d'âge de la vie active

Notre étude montre une **surreprésentation** des catégories d'âges correspondant à la **vie active** (19-64 ans), cette tranche formant jusqu'à 94 % des intervenants en information nationale.

Les jeunes de moins de 18 ans et les seniors de plus de 65 ans sont très peu représentés : pour résumer, on peut dire qu'**un jeune sur deux et deux seniors sur trois** disparaissent

dans le filtre de la presse écrite belge francophone. Seuls les articles à portée locale laissent légèrement plus de place à ces catégories.

Comme nous l'avons déjà montré pour le sexe et pour l'origine, il existe également un traitement différencié des catégories d'âges actives d'une part, des jeunes et des seniors d'autre part : les personnes entre **19 et 64 ans** sont plus souvent **mieux identifiées et plus souvent interrogées** que les jeunes et les seniors. Les jeunes et les personnes âgées sont donc généralement plus passifs et sujets de l'information. Ces catégories sont d'ailleurs les principales concernées lorsque l'âge intervient comme marqueur social.

Les quotidiens ignorent les personnes handicapées

Les intervenants ayant un handicap sont **quasiment inexistant**s dans la presse belge francophone (0,33 %) ; lorsqu'ils sont présents, c'est surtout dans les pages locales (73 % des intervenants ayant un handicap).

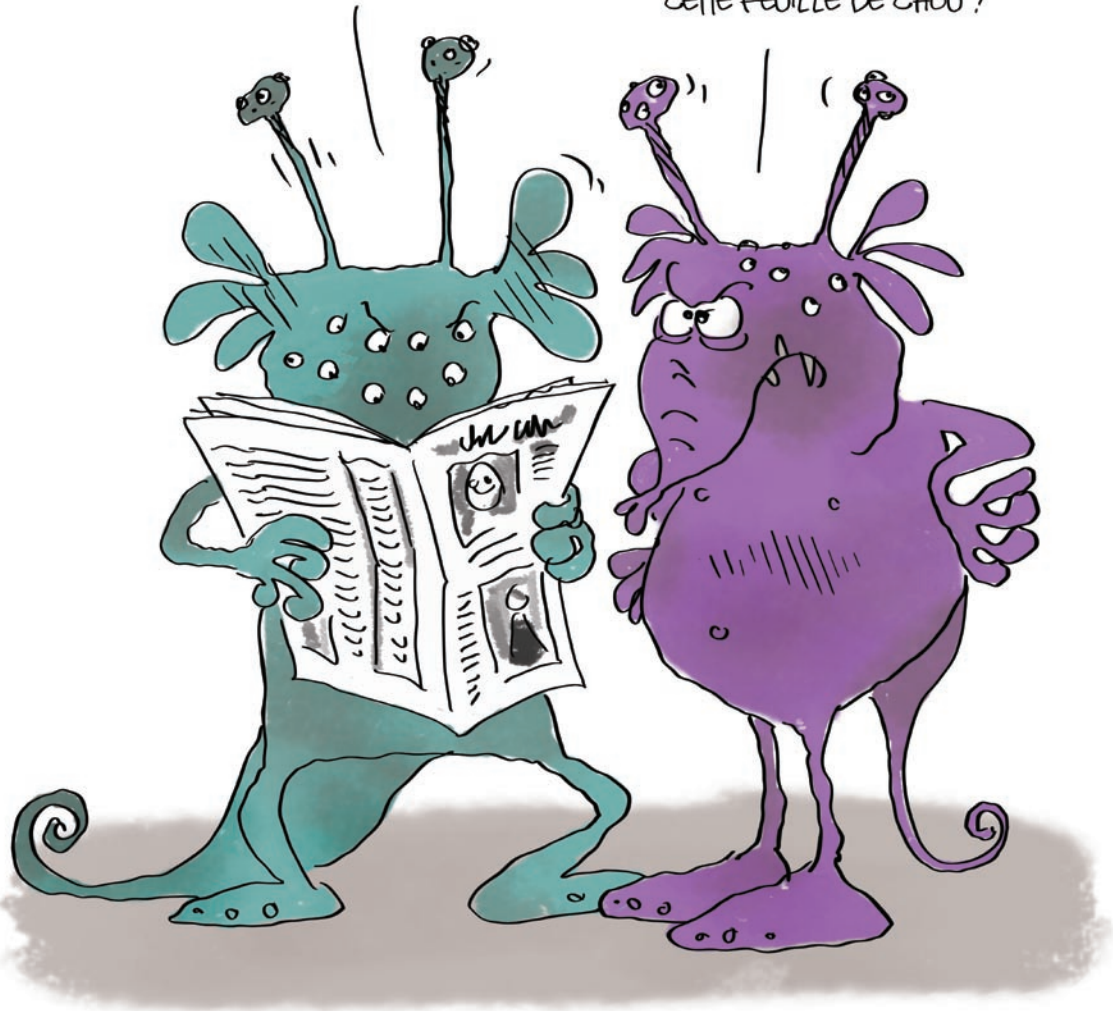
Les seules 32 personnes ayant un handicap interviennent majoritairement au sujet de celui-ci. La moitié d'entre elles n'est identifiée ni par son nom, ni par son prénom, ni par sa profession... ■



Notes

ABSOLUMENT RIEN !
PAS UN MOT SUR NOUS !

SCANDALEUX !
N'ACHÈTE PLUS
CETTE FEUILLE DE CHOU !



3.3. Pistes d'explications et perspectives

A ce stade, devant de tels déficits en matière de diversité, admettons notre perplexité, voire notre déception : nous pensions à l'entame de cette étude trouver davantage de diversité en presse quotidienne que dans les médias audiovisuels, ne serait-ce qu'en raison des genres et formats journalistiques plus variés et nombreux qui permet la presse écrite. Or, tous les indicateurs de diversité sont inférieurs à ceux révélés par le Baromètre. On devrait même à ce stade parler d'uniformisation des intervenants en presse écrite : les personnes que l'on donne à lire et à voir sont à une majorité écrasante des hommes, blancs, issus de CSP supérieures, et de la classe d'âge active. Tous les autres intervenants font en outre l'objet d'un traitement médiatique différent : moins identifiés, moins interviewés, moins illustrés.

Il reste à se poser maintenant la question du « pourquoi ? ». Tenter de cerner les processus qui mènent à de tels déficits de représentation de la diversité n'était pas l'objet de cette étude. Il serait très utile que ce champ de recherches soit investigué. A ce stade, on peut seulement avancer quelques pistes, qui ne sont certes pas exclusives les unes des autres :

► L'actualité elle-même : les équipes rédactionnelles traitent les événements d'actualité mais elles ne les créent pas. Néanmoins, les processus de sélection des événements et

leur hiérarchisation sont de la responsabilité des professionnels de l'information, choix qui sont loin d'être neutres pour les questions de diversité.

► Les sources d'information : certaines sources sont « obligées » (c'est souvent le cas des porte-parole), d'autres sont relativement restreintes (les « experts » et les acteurs principaux des dossiers) mais beaucoup sont ouvertes ou pourraient être diversifiées davantage. Il y a très probablement un travail à effectuer pour et avec certains groupes sociaux (les femmes, les personnes non-blanches) afin qu'elles deviennent plus souvent sources d'information.

► Les choix professionnels : conscients ou inconscients ? Il semble qu'il n'y ait pas chez les journalistes et les responsables des rédactions une volonté de « gommer » la diversité de leurs pages, alors que le résultat est pourtant celui-là. La diversité ferait-elle les frais de processus inconscients de traitement de l'information ? La question reste en suspens notamment pour les choix qui consistent à donner ou non la parole et à identifier ou non son interlocuteur/trice.

► Resterait à mesurer également l'impact des choix marketing des quotidiens sur la représentation de la diversité en matière rédactionnelle : la cible de lectorat de chaque titre est-elle confortée par le portrait de la

diversité que révèle notre étude ? Partant de l'hypothèse que les personnes qui « ne se retrouvent pas » dans leurs médias les quittent, peut-on vraiment conclure que les quotidiens ne visent que le lectorat masculin, blanc, en âge actif ? En d'autres termes, n'y a-t-il pas lieu de s'interroger sur la corrélation entre le faible taux de présence voire l'absence complète de certains groupes sociaux majoritaires dans la population, et la chute constante du lectorat des quotidiens ? A notre connaissance, aucune étude n'est consacrée à cette question. Voilà un autre champ à investiguer pour les recherches ultérieures.

► Enfin, dans quelle mesure la composition des équipes journalistiques (très majoritairement blanches et masculines) a-t-elle une influence sur la représentation de la diversité ?

On le voit, les résultats de notre étude ouvrent de nombreuses pistes de réflexion. Loin de nous l'idée de décerner bons et mauvais points. Au départ de cette étude, l'Association des journalistes professionnels (AJP) organisera des rencontres avec les rédactions de presse quotidienne.

L'objectif est d'informer et de sensibiliser les professionnels aux questions de genre et de diversité. Les préoccupations de l'AJP s'inscrivent dans le champ de la qualité de l'information, dont la diversité et l'égalité sont des critères. ■



Annexe : index des tableaux

Tableau 1 : Répartition des sexes par genre d'article	14
Tableau 2 : Répartition des sexes dans les sous-genres « commentaire »	14
Tableau 3 : Répartition des sexes selon le thème	15
Tableau 4 : Répartition des sexes selon l'identification	15
Tableau 5 : Répartition des sexes selon l'âge	16
Tableau 6 : Répartition des sexes selon la catégorie socioprofessionnelle	16
Tableau 7 : Répartition des sexes selon le rôle	17
Tableau 8 : Répartition des origines selon la portée des informations	20
Tableau 9 : Répartition des origines selon le thème	21
Tableau 10 : Répartition des origines par genre rédactionnel	21
Tableau 11 : Répartition des origines dans la profession « sportif »	22
Tableau 12 : Répartition des origines par rôle	23
Tableau 13 : Répartition des CSP intermédiaires sur l'ensemble des thèmes	26
Tableau 14 : Répartition des CSP par titre de presse (à l'exclusion des journalistes)	27
Tableau 15 : Répartition des CSP selon la portée des informations	28
Tableau 16 : Les CSP par thème (à l'exclusion des journalistes)	29
Tableau 17 : Répartition des CSP supérieures et intermédiaires selon l'âge	30
Tableau 18 : Répartition des CSP selon le rôle	31
Tableau 19 : Répartition des âges par thème	34
Tableau 20 : Répartition des âges par type d'intervenant	35
Tableau 21 : Répartition d'identification selon l'âge	35
Tableau 22 : Répartition du marqueur social « âge » selon les catégories d'âge	35

Éditeur responsable :

Martine Simonis
Association des journalistes professionnels (AJP)
Résidence Palace
Bâtiment C (local 2240)
rue de la Loi 155
1040 Bruxelles
Courriel : info@ajp.be
Site : www.ajp.be

Coordination de la recherche :

Sabri Derinöz

Rédaction :

Sabri Derinöz
Martine Simonis

Mises en page et en ligne :

Laurence Dierickx

Illustrations :

Fred Jannin

Publication réalisée avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Imprimé en octobre 2011 sur les presses d'Hayez.

Quelle diversité la presse quotidienne francophone belge nous donne-t-elle à lire ?

L'analyse menée par l'Association des journalistes professionnels (AJP) est une première pour la presse écrite belge francophone. Et ses résultats interpellent : le monde, tel qu'il est reflété par nos quotidiens, est un monde d'hommes, pour la plupart cadres ou dirigeants, quasi tous « blancs » et d'âge mûr. Ces hommes côtoient dans nos pages très peu de femmes (moins de 18%), encore moins de « non-blancs » (17%), de jeunes (11%) ou de seniors (6%), sans parler des inactifs ou des personnes handicapées qui disparaissent de l'information.

Ces résultats sont en résonance avec ceux du « Baromètre de l'égalité et de la diversité » mené en 2011 par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) qui concluait que la « *représentation médiatique de la diversité et de l'égalité n'a souvent rien à voir avec la réalité qui nous entoure* ». La comparaison entre le Baromètre et la présente étude montre que le déficit de diversité et d'égalité est encore plus important en presse quotidienne que dans les médias audiovisuels.

Au-delà de la collecte et de l'analyse des chiffres, aussi interpellants soient-ils, il faudra tenter de comprendre : pour quelles raisons y a-t-il si peu de femmes dans l'actualité ? Pourquoi sont-elles traitées différemment, notamment en matière d'identification ? Pourquoi tant de catégories socio-professionnelles sont-elles absentes de l'actualité ? Pourquoi les différents âges de la vie sont-ils si peu reflétés ? Pourquoi trouve-t-on si peu de diversité d'origines dans nos journaux, sauf dans les matières judiciaires ?

Comprendre, mais ne pas juger : par cette étude, l'AJP vise d'abord à sensibiliser les professionnels de l'information aux questions de diversité et d'égalité. Car si les journalistes ne choisissent pas l'actualité, le journalisme procède bien de choix professionnels, de la hiérarchisation jusqu'au traitement de l'information. L'AJP souhaite que cette publication soit le point de départ d'une réflexion constructive, permettant d'intégrer les dimensions d'égalité et de diversité dans le travail journalistique.

Ce rapport est téléchargeable sur le site : www.ajp.be/diversite

Avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES