

- Une étude, la 2<sup>e</sup> en quatre ans, analyse la place donnée par les médias écrits aux différentes catégories de populations.

- Les femmes et les jeunes y jouent un rôle mineur.

- Mais il y a progrès s'agissant des non-blancs.

Dossier réalisé par  
Jean-Claude Matgen et Stéphane Tassin

# La presse fait peu de cas de la diversité

## Où sont les femmes ?

L'Association des journalistes professionnels (AJP) vient de réaliser une étude analysant les contenus des quotidiens belges en matière de diversité (sexe, âge, origine, professions, handicap).

Cette étude, dont les résultats ont été récemment présentés, avait déjà été menée en 2011. Peu de changements ont été constatés en quatre ans.

En vérité, comme on le lira en page 5, dans l'analyse qui est faite des résultats de l'enquête par la secrétaire générale de l'Association des journalistes professionnels de Belgique (AJP), la presse écrite continue à attribuer un rôle mineur aux femmes (voir ci-dessous) et aux jeunes (voir ci-contre) et elle "zappe" complètement les handicapés.

Un seul progrès (voir ci-contre également) est à épingle: la présence des non-blancs se fait de plus en plus forte dans les colonnes de nos journaux.

### A peine 17 % des intervenants

On vient de l'écrire, les femmes demeurent sous-représentées dans les médias écrits et elles y tiennent le plus souvent des rôles essentiellement passifs.

Elles représentent seulement 17,31 % des intervenants alors qu'elles "pèsent" 51 % dans la composition de la population belge.

Si on ne tient pas compte du sport, la proportion monte à

25 % mais, à la télévision, elle est de 36,88 %.

Par rapport à la première étude, elles gagnent à peine 4 % de présence dans les thématiques politiques et économiques.

Mais elles stagnent ou même reculent dans toutes les autres. Exemple : alors qu'elles sont majoritaires dans le secteur de l'enseignement, elles n'atteignent que 37 % de représentation dans l'étude de 2015 contre 43 % en 2001.

Le journal le plus "macho" est Nord Eclair, qui détrône La Dernière Heure, première en 2011.

Mais si l'on ne tient pas compte des rubriques sport, le quotidien le plus "masculin" est... La Libre Belgique.

L'AJP a constaté, par ailleurs, que là où les hommes sont souvent bien identifiés (ils représentent 84 % des identifications complètes, à savoir celles qui reprennent le nom, le prénom et la profession de l'intéressé), les femmes ne bénéficient pas de ce traitement. Dans 41 % des cas, on ne les identifie que par leur seul prénom.

### Rôle passif ou de victime

Il arrive cependant régulièrement que les femmes soient les personnages principaux des articles mais c'est dans des rôles passifs ou des postures de victimes que les journaux leur accordent le plus de place.

En outre, on ne constate aucune évolution de la présence des femmes dans les rô-

les d'experts et de porte-parole, occupés par des hommes à 86 %, comme en 2011.

Les femmes sont souvent rattachées à la sphère familiale (elles sont présentées comme "femme de", "mère de", "fille de") alors que les hommes sont le plus souvent rattachés à la sphère du travail.

La parité de présence hommes-femmes ne se retrouve

que dans une seule catégorie d'âge, les 13-18 ans.

De 19 à 64 ans, la présence des femmes tombe de 25 à 15 %.

Pourtant, les femmes représentent 56 % des citoyens belges de plus de 65 ans.

Les femmes gagnent deux points dans les catégories socioprofessionnelles supérieures mais leur présence est globalement moins importante dans toutes les autres, sauf dans la catégorie élèves et étudiants, où l'on atteint la parité.

Les femmes "femme de",  
sont souvent "mère de",  
rattachées "fille de")  
à la sphère alors que  
familiale les hommes  
(présentées le sont  
comme à la sphère  
du travail.

## Les non-blancs de plus en plus présents

Une donnée a profondément changé: dans l'étude de 2015, on retrouve deux fois plus d'intervenants non-blancs (33 %) que dans celle de 2011 (17 %). Cette augmentation est liée à la forte présence d'intervenants non-blancs dans deux types d'information: l'information internationale (44 % contre 29 % en 2011) et l'information sportive (43 %). Ces chiffres sont respectivement de 39, 39 et 31 % dans les rubriques politique, faits divers et justice.

L'information locale (26 % de non-blancs perçus) est plus di-

versifiée en origines que l'information nationale (22 % de non-blancs perçus).

La diversité d'origine a quasi doublé dans les rôles actifs, comparativement à l'étude menée en 2011: on passe de 16 % à 29 % de porte-parole perçus comme non-blancs et de 6 % à 14 % du côté des experts.

Le critère de diversité dans les quotidiens est donc en amélioration mais 56 % des intervenants auteurs d'actes répréhensibles dont l'origine est identifiable sont perçus comme non-blancs.

# Les handicapés sont les grands oubliés

**S**i l'on s'attarde sur le paramètre "catégories socio-professionnelles"

(CSP), on constate très peu de diversité: 56% des CSP associées aux intervenants sont des CSP supérieures qui monopolisent presque toutes les rubriques d'information.

Par ailleurs, la part des sportifs est énorme: parmi les 38% d'intervenants représentant les professions intermédiaires, 29% sont des sportifs.

Les artisans, les ouvriers, les vendeurs, les étudiants sont pratiquement absents des journaux qui se divisent en deux groupes: ceux qui privilégient la présence des cadres et des dirigeants (et sont donc

volontiers élitistes) et ceux qui accordent une très large place aux sportifs.

Si l'on considère le facteur âge, on constate que les plus de 65 ans et les moins de 18 ans sont en sous-représentation d'une dizaine de points par rapport aux chiffres de la population.

En outre, plus l'individu est jeune, moins il est identifié. Plus un intervenant est âgé et plus il est interviewé.

Enfin, à peine 0,16% de personnes présentant un handicap ont été identifiées.

Il s'agit d'une catégorie oubliée par la presse, d'une minorité invisible, note l'étude.

## Si vous êtes jeune, vous avez intérêt à être un sportif

**E**t les jeunes? Sont-ils présents dans l'info quotidienne? Quels rôles jouent-ils? La question de la représentation de la jeunesse dans les médias est, dit l'AJP, un point central des questions liées à la diversité.

Que constate-t-on? Que les enfants de 3 à 12 ans sont en sous-représentation dans la presse quotidienne belge (11%, alors qu'ils sont 34% dans la population). C'est aussi le cas pour les 13-18 ans.

### Très présents dans les pages sportives

Les 19-25 ans sont par contre en sur-représentation relative dans la presse (19%), tout comme les 26-30 ans (16%), alors qu'ils ne forment respectivement que 8% et 6% de la population.

Les jeunes de 3 à 30 ans sont présents dans 24% des articles de presse quotidienne. Ils apparaissent principale-

ment dans les articles à thématique sportive (50%). Une grande part des intervenants (49%) rencontrés provient de l'information locale.

Ils sont en majorité masculins (70%). Les plus proches de la parité des sexes sont les 13-18 ans (54% de garçons, 46% de filles); 69% des jeunes occupant une profession appartiennent aux professions intermédiaires (dont 99% sont des sportifs); 0,51% des jeunes identifiés présentent un handicap.

Les jeunes s'expriment peu en presse quotidienne (seulement 18%). Plus l'intervenant est jeune, moins il est interviewé (de 11% pour les 3-12 à 27% pour les 26-30 ans). Plus il est âgé, plus la parole du jeune occupe de l'espace rédactionnel (en moyenne 11% de l'article pour les 3-12 ans, 48% pour les 26-30 ans).

### Victimes ou auteurs de troubles

Quand ils ne sont pas travailleurs (les 19-30 ans) ou élèves (les 3-18 ans), les jeunes sont des usagers ou des consommateurs. Ils sont rarement montrés dans une position engagée ou comme acteurs de terrain.

Si les moins de 18 ans sont le plus souvent connotés négativement (comme victimes pour les 3-12 ans et comme auteurs d'actes répréhensibles pour les 13-18 ans), les jeunes de 19 à 30 ans sont présentés de façon largement positive (on les met en avant pour leur réussite, sportive principalement).

Anonymes, peu ou mal identifiés, ra-

rement acteurs engagés dans la société, rarement experts ou porte-parole, les jeunes qui ne sont ni sportifs ni délinquants se reconnaissent sans doute très mal dans les pages des journaux.

### Un guide des bonnes pratiques

Pour ces derniers, c'est un dilemme. Il leur est difficile de savoir comment améliorer la représentation collective de la jeunesse et interagir davantage avec elle. C'est pourquoi l'AJP a publié un "Guide de bonnes pratiques" qui recense les initiatives déjà prises par des jeunes, des médias ou des associations pour améliorer la situation.

## “Il y a des expertes pour tous les sujets”

### ■ L'AJP proposera une base de données des femmes expertes.

**M**artine Simonis, l'inoxydable secrétaire générale de l'Association des journalistes professionnels (AJP), commente l'étude sur la diversité et le genre publiée par ses services. Son constat le plus amer concerne la présence très faible de femmes qui interviennent comme experts dans la presse quotidienne : *“86 % des experts et des porte-parole sont des hommes. Si pour le choix d'un porte-parole, un journaliste n'a pas d'influence, lorsqu'il choisit un expert, c'est totalement de son ressort.”*

De gros machos, les journalistes de presse écrite ? Martine Simonis y voit une explication

moins violente : *“Je pense que la routine qui permet d'accélérer le processus joue un grand rôle. Lorsqu'on connaît bien quelqu'un à qui on a souvent à faire, il est plus facile et efficace de le solliciter.”*

Pour Martine Simonis, il est assez effrayant de voir que dans certaines professions (comme la santé ou l'enseignement), où ce sont essentiellement des femmes qui occupent ce type de fonctions, les intervenants sollicités par les médias sont surtout des hommes.

### Les femmes peu représentées

Le traitement des femmes dans les médias de presse quotidienne, mis en évidence par cette étude, est aussi un grand sujet d'inquiétude pour la secrétaire générale : *“Elles*

*sont en général moins bien identifiées que les hommes qui sont présentés en leurs titres et qualités.”*

Pour tenter d'enrayer ce phénomène, l'AJP proposera bientôt aux journalistes un annuaire des expertes, *“pour chaque sujet, nous avons trouvé au moins une femme experte”*.

Une seconde base de données consacrée aux experts issus de la diversité devrait également être mise sur pied par l'AJP : *“Des initiatives de ce type existent déjà en Flandre et en France.”* Et si cette étude, comparativement à celle réalisée en 2011, est plutôt positive quant à la représentation dans les médias des personnes issues de la diversité, il semble utile de nuancer en précisant que c'est essentiellement grâce au sport et aux informations internationales que le chiffre de 17 % (en 2011) atteint 34 % cette fois-ci.

Les résultats de cette nouvelle étude

n'ont donc pas rencontré les attentes de la secrétaire générale : *“Nous nous attendions à trouver une meilleure évolution au vu des actions qui ont été mises en place depuis 2011 sur ce thème.”*

Du côté de l'AJP, on ne désespère pas, puisque, outre la publication des deux annuaires consacrés aux experts, des actions seront menées au sein des différentes rédactions et des hautes écoles et universités qui dispensent un enseignement en journalisme.

#### **Une autre étude**

*“Les gens qui ne se retrouvent pas dans les médias les quittent. Ils cherchent ailleurs et ne lisent plus la presse quotidienne.”*

**MARTINE SIMONIS**

Secrétaire générale de l'Association des journalistes professionnels (AJP).

En septembre, les résultats d'une étude menée au niveau mondial sur le genre dans les médias seront dévoilés. Si, pour l'heure, on ne peut rien en dire, du côté de l'AJP on nous précise quand même que ces résultats *“ne sont pas réjouissants”*.

En guise de conclusion et abordant la question de toutes ces catégories sous, peu ou pas représentées dans les médias, Martine Simonis précise que *“les gens qui ne se retrouvent pas dans les médias les quittent. Ils cherchent ailleurs et ne lisent plus la presse quotidienne”*.