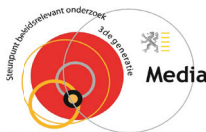


LE JOURNALISTE BELGE EN 2013 : UN AUTO PORTRAIT



KARIN RAEYMAECKERS | FRANÇOIS HEINDERYCKX | SARA DE VUYST
MANON LIBERT | JULIETTE DE MAEYER | REBECA DE DOBBELAER
FLORENCE LE CAM | ANNELORE DEPREZ | JEROEN DE KEYSER



UNIVERSITÉ LIBRE DE BRUXELLES
CENTRE DE RECHERCHE EN INFORMATION ET COMMUNICATION
(ReSIC)

**Le journaliste belge en 2013 :
un autoportrait**

Le journaliste belge en 2013 : un autoportrait

Karin Raeymaeckers

François Heinderyckx

Sara De Vuyst

Manon Libert

Juliette De Maeyer

Rebeca De Dobbelaer

Florence Le Cam

Annelore Deprez

Jeroen De Keyser

© Academia Press

Eekhout 2

9000 Gent

Tel. 09/233 80 88

Fax 09/233 14 09

Info@academiapress.be

www.academiapress.be

Le journaliste belge en 2013 : un autoportrait

Karin Raeymaeckers, François Heinderyckx, Sara De Vuyst, Manon Libert,
Juliette De Maeyer, Rebeca De Dobbelaer, Florence Le Cam, Annelore Deprez,
Jeroen De Keyser

Gand, Academia Press, 2013, VI + 56 p.

Mise en page : Press Point, tel. 09/362 52 50

ISBN 978 90 382 2252 3

D/2013/4804/260

U 2110

NUR 2110

Toute reproduction d'un extrait quelconque de ce livre par quelque procédé que ce soit, et notamment par impression, photocopie ou microfilm, est interdite sans autorisation écrite préalable des éditeurs.

Table des matières

Introduction	1
Le journaliste belge	1
Méthode et taux de réponse	2
1 Qui est le “journaliste belge” ?	3
1.1 Profil socio-démographique	3
Âge moyen	3
Genre	3
Origine nationale	4
Situation familiale	5
1.2 Formation et diplôme	5
1.3 Adhésion à des associations	7
Associations de journalistes	7
Autres associations	7
1.4 Orientation politique	8
1.5 Carrière	9
Mobilité professionnelle	9
1.6 Situation de travail	9
Statut professionnel	9
Les indépendants	10
Secteur médiatique	11
Temps plein / temps partiel	11
Fonction	12
Spécialisation	13
2 Comment travaillent les journalistes ?	15
2.1 Organisation et conditions de travail	15
Les principaux lieux de travail	15
Temps de travail moyen	16
Horaires de travail en soirée, le week-end et les jours fériés	17
Compensation des heures supplémentaires	18
Revenu net et avantages professionnels	19
Ressources financières pour voyager, investiguer et se former	22
Promotion	23
2.2 Quelle pratique journalistique au quotidien ?	24
Compétences professionnelles	24

Le journalisme au quotidien	25
Les trois principales tâches journalistiques	26
Polyvalence pluri-médias	27
Publication sur les blogs et les réseaux sociaux	28
Autonomie professionnelle	28
2.3 L'utilisation des sources journalistiques	29
Les principaux canaux de l'information	29
Une multitude d'acteurs comme source d'information	31
Protection des sources	33
Les journalistes face aux risques de poursuites judiciaires	34
3 Les opinions des journalistes belges	35
3.1 Éthique et déontologie	35
Éthique professionnelle dans la collecte de l'information	35
Respect de la vie privée et protection de l'anonymat	40
Les organes d'autorégulation des médias	44
3.2 Opinions concernant les tendances récentes du journalisme	46
Évolution de la couverture médiatique	46
Usage professionnel d'internet et des médias sociaux	48
Participation des citoyens à la production journalistique et réactions du public	49
3.3 Perception des rôles professionnels	51
Remerciements	56

Introduction

Le journaliste belge

Qui sont les journalistes, comment leur travail est-il organisé, et comment abordent-ils une série de changements récents dans le paysage médiatique ? Pour la première fois en Belgique, l'ensemble de la population journalistique néerlandophone et francophone a été sondé au travers d'un même questionnaire. Ce premier portrait du "journaliste belge" précise les profils des travailleurs de l'information, détaille leurs conditions de travail et mesure les valeurs et les représentations que les journalistes se font de leur métier et des changements qui le traversent. Des différences intéressantes émergent entre les deux cultures journalistiques, mais aussi entre les hommes et les femmes, les jeunes générations et les plus anciennes.

Pour la première fois aussi, les journalistes professionnels et de profession ont été interrogés, afin d'offrir un panorama le plus complet possible. Tout comme les enquêtes internationales portant sur les profils des journalistes dans de nombreux pays du monde, le questionnaire porte sur les caractéristiques socio-démographiques des journalistes, l'évolution des carrières, l'utilisation des sources, les rôles professionnels, les tâches journalistiques, ainsi que les opinions politiques et idéologiques.

“Journalistes professionnels” et “journalistes de profession”

Le titre de “journaliste professionnel” est prévu par la loi du 30 décembre 1963. Pour y accéder, il faut avoir fait du journalisme son activité professionnelle principale depuis deux ans et exercer cette activité pour le compte d'un média d'information générale¹. Le statut de “journaliste de profession” est prévu par l'arrêté royal du 12 avril 1965, et concerne les journalistes qui travaillent pour le compte de médias d'information spécialisée. Notre questionnaire a été envoyé aux membres des deux groupes.

Au total, 4 913 journalistes ont été invités à répondre au questionnaire (2 622 journalistes néerlandophones et 2 291 journalistes francophones). Les journalistes professionnels comme les journalistes de profession ont eu l'occasion de participer à l'enquête grâce à un partenariat et un appui des deux associations professionnelles majeures en Belgique : l'AJP/VVJ et l'AJPP/VJPP

1 “Le titre de journaliste professionnel”, AJP (Association des journalistes professionnels), <http://www.ajp.be/documents/loi.php>

Au total, 1 640 journalistes (866 néerlandophones et 774 francophones) ont rempli le questionnaire, ce qui correspond à un taux de réponse de 33 %.

Méthode et taux de réponse

	Journalistes néerlandophones	Journalistes francophones	Journalistes belges
nombre total de journalistes	2 622	2 291	4 913
nombre de répondants	866	774	1 640
taux de réponse	33 %	33,8 %	33,4 %

Cette enquête sur les profils des journalistes a été menée par une équipe de chercheurs de l'Université de Gand et de l'Université libre de Bruxelles, composée de Karin Raeymaeckers, François Heinderyckx, Sara De Vuyst, Manon Libert, Juliette De Maeyer, Rebeca De Dobbelaer, Florence Le Cam, Annelore Deprez et Jeroen De Keyser.

Du côté néerlandophone, la recherche a été rendue possible grâce à des fonds provenant du "Steunpunt Media", un centre d'expertise pour la recherche sur les médias de quatre universités flamandes (UGent, KUL, VUB, UA) mis en place par la ministre flamande des médias, Ingrid Lieten. Le profil des journalistes néerlandophones a, dans ce cadre, été largement étudié au fil des ans : le *Center for Journalism Studies* (UGent) interroge régulièrement le groupe professionnel des journalistes. L'objectif de cette recherche est d'examiner comment les journalistes se positionnent comme quatrième pouvoir, et comment ils assument ce rôle dans leurs pratiques professionnelles. Les données flamandes peuvent dès lors être comparées avec les deux vagues précédentes de l'enquête, en 2003 et 2008. De la sorte, se dessine une image des tendances les plus récentes en matière de journalisme. Du côté francophone, l'enquête inédite a bénéficié du soutien du Fonds des Bourses de l'Université libre de Bruxelles et de la Faculté de Philosophie et Lettres de l'ULB.

Ce rapport² présente les principales conclusions de l'enquête, réparties en trois chapitres. 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.

2 Le rapport qui suit ne constitue pas une traduction littérale de la version en néerlandais.

1 Qui est le "journaliste belge" ?

Ce premier chapitre tente de faire le portrait du journaliste belge. Il détaille, tout d'abord, les données socio-démographiques, et notamment l'âge moyen, le genre et l'origine ethnique des journalistes interrogés. Il présente la formation des journalistes, leur participation associative et leur positionnement sur l'échelle politique. Enfin, ce portrait précise la répartition des journalistes belges selon leur statut professionnel, leur fonction, leur secteur médiatique ainsi que leur spécialisation.

1.1 Profil socio-démographique

Âge moyen

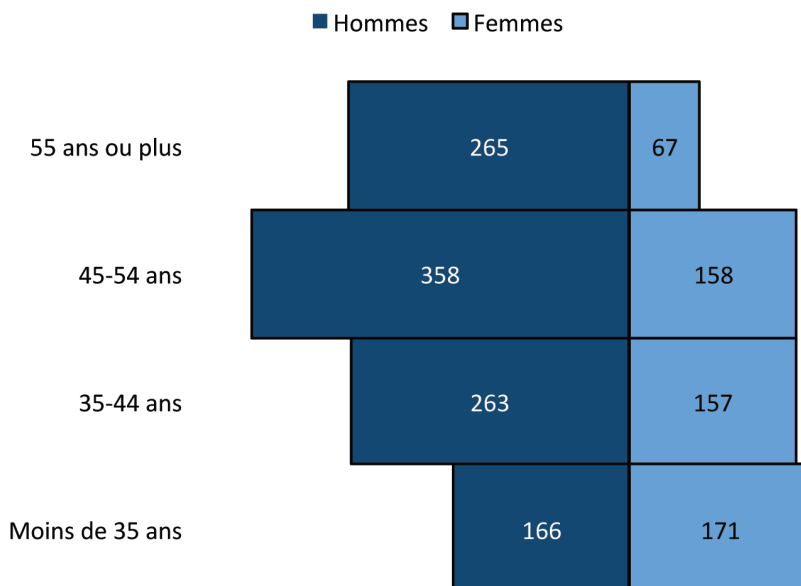
La moyenne d'âge de l'ensemble des répondants est de 44 ans. L'âge moyen des femmes tourne autour de 40 ans alors que celui des hommes atteint 45 ans. Les journalistes professionnels (43 ans) sont également plus jeunes que les journalistes de profession (49 ans).

La comparaison avec les enquêtes sur le profil des journalistes néerlandophones en 2003 et en 2008 montre que l'âge moyen des journalistes professionnels néerlandophones est passé, au cours des dix dernières années, de 39 à 44 ans.

Genre

Bien que plusieurs études récentes, dans le monde ou en Belgique, fassent état d'une féminisation croissante de la profession, les femmes ne représentent qu'un tiers (34 %) des répondants de l'enquête. Le déséquilibre est moins marqué parmi les francophones (37 % de femmes) que chez les néerlandophones (32 % de femmes). Par ailleurs, le déséquilibre entre les genres varie fortement avec l'âge. Parmi les plus jeunes, le ratio homme-femme est plus équilibré que dans les catégories plus âgées. La proportion de femmes chute quand l'âge dépasse 35 ans. Ainsi, si le ratio homme-femme est équilibré pour les moins de 35 ans, on voit au contraire que parmi les 55 ans ou plus, les femmes ne représentent plus qu'un cinquième des répondants.

Nombre de répondants par genre et par âge (N = 1605)



Origine nationale

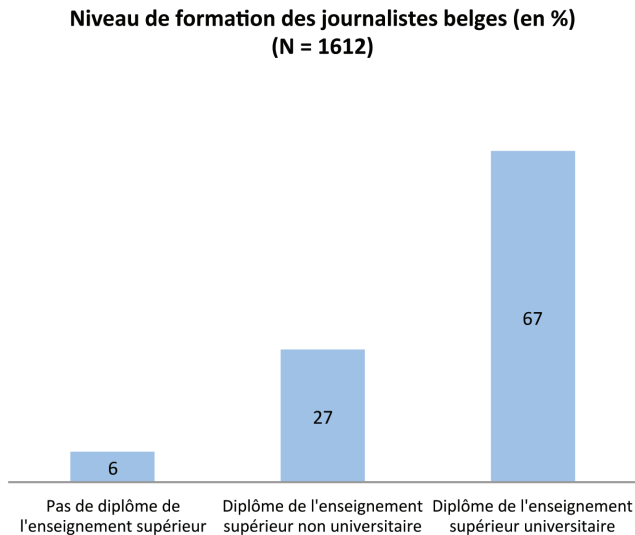
La grande majorité (94 %) des journalistes de notre échantillon sont nés en Belgique. Ce pourcentage est un peu plus élevé pour les répondants néerlandophones (96 %) que pour les francophones (91 %). La majorité des journalistes nés en dehors de la Belgique sont originaires de pays limitrophes partageant la langue (la France ou les Pays-Bas). La diversité des origines est plus importante en Belgique francophone : 15 % des répondants francophones ont au moins un de leurs parents qui est né dans un autre pays de l'Union européenne, alors qu'ils ne sont que 5 % en Flandre. De même, la proportion de journalistes dont au moins l'un des deux parents est né dans un pays extérieur à l'Union européenne est plus forte parmi les journalistes francophones (7 %) que parmi les néerlandophones (3 %). L'échantillon francophone contient des journalistes qui viennent de 17 pays différents en dehors de l'Union européenne, parmi lesquels la République Démocratique du Congo, le Burundi, le Chili et le Bélarus. Dans l'échantillon flamand, cinq pays d'origine se situent en dehors de l'Union européenne, à savoir le République Démocratique du Congo, l'Indonésie, les États-Unis, la Syrie et la Turquie.

Situation familiale

L'enquête donne une image détaillée de la situation familiale des journalistes belges. Environ la moitié (49 %) des répondants vivent actuellement en couple avec un ou des enfants, un quart (26 %) en couple mais sans enfant, 17 % seul sans enfant et 8 % seul avec enfant(s). La situation familiale diffère significativement entre les journalistes indépendants et les salariés. Les journalistes indépendants vivent moins fréquemment en couple avec un ou des enfants que les salariés (38 % contre 53 %) et plus fréquemment en couple sans enfant (36 % contre 22 %). Ces résultats pourraient en partie s'expliquer par le fait que le statut d'indépendant se retrouve davantage chez les répondants les plus jeunes et chez les répondants les plus âgés, comme nous le verrons dans la suite de ce chapitre.

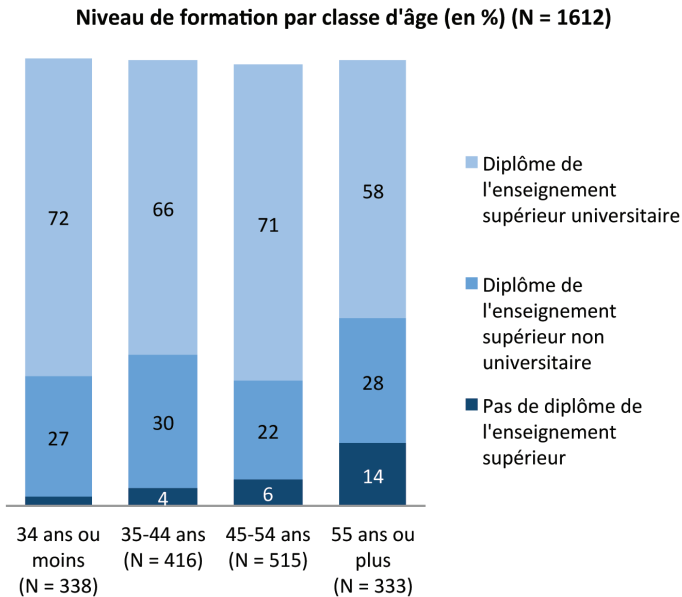
1.2 Formation et diplôme

Le graphique ci-dessous donne un aperçu du niveau de formation des journalistes belges. Plus de neuf répondants sur dix (94 %) ont un diplôme de l'enseignement supérieur : 67 % ont un diplôme universitaire, et 27 % un diplôme de l'enseignement supérieur non universitaire. Seuls 6 % des répondants n'ont pas de formation de l'enseignement supérieur.



Ces statistiques cachent des disparités liées à l'âge : les jeunes journalistes tendent à avoir un niveau d'éducation plus élevé que les journalistes plus

âgés. 98 % des répondants de moins de 35 ans détiennent un diplôme de l'enseignement supérieur tandis qu'ils sont 86 % parmi les journalistes de plus de 54 ans.

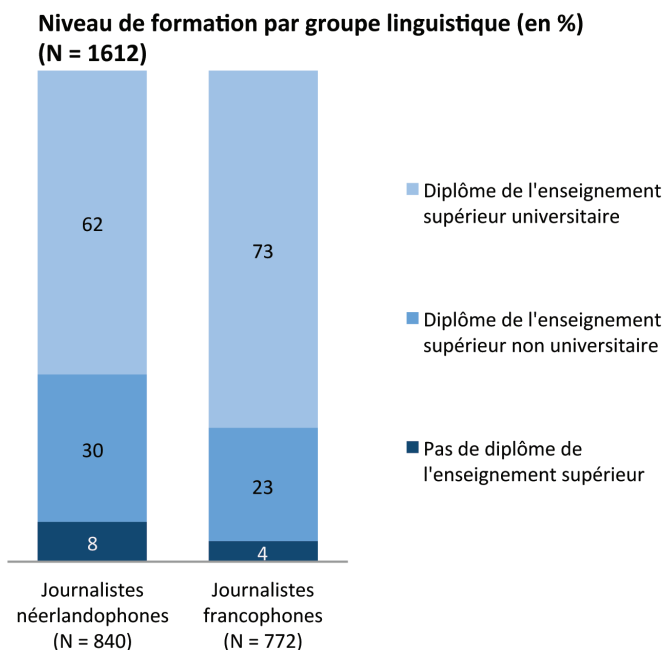


La possession d'un diplôme universitaire devient de plus en plus courante dans la profession journalistique. Une comparaison des données flamandes de 2003, 2008 et 2013 met en évidence que les journalistes néerlandophones possédant un diplôme universitaire sont passés de 58 % à 63 % dans la dernière décennie.

Les femmes sont plus souvent en possession d'un diplôme universitaire (79 %) que les hommes (61 %). Cette différence ne s'explique pas seulement par le fait que les femmes sont plus nombreuses dans les générations les plus jeunes qui ont tendance à être plus diplômées. Dans chaque classe d'âge, le pourcentage de femmes avec un diplôme universitaire est plus élevé que celui des hommes. Cela signifie que les femmes journalistes, indépendamment de leur âge, ont un niveau d'éducation plus élevé que les hommes.

Le groupe des journalistes professionnels compte, par ailleurs, davantage de diplômés universitaires (68 %) que celui des journalistes de profession (57 %). En outre, 72 % des salariés ont un parcours universitaire, là où cette proportion s'élève à 56 % pour les indépendants. Enfin, le pourcentage de diplômés de l'enseignement universitaire est plus élevé parmi les journalistes francophones (73 %) que parmi les répondants néerlandophones (62 %). Cette

situation s'explique, en grande partie, par l'offre de formation en journalisme : en Flandre, le journalisme est dispensé, en partie, dans les universités depuis 2004-2005, alors qu'il est apparu dans les programmes de cours des universités francophones après la 2^e guerre mondiale.



1.3 Adhésion à des associations

Associations de journalistes

La majorité (98 %) des journalistes interrogés sont membres d'une association professionnelle. 96 % des journalistes professionnels indiquent qu'ils sont membres de l'AJP/VVJ, 95 % des journalistes de profession de l'AJPP/VJPP, et 12 % d'une autre association professionnelle. Sont notamment citées Sportpress.be, la Société des Auteurs Journalistes (SAJ), la Fédération Internationale des Journalistes (FIJ), l'Association Internationale de la Presse Sportive (AIPS), et diverses sociétés de rédacteurs.

Autres associations

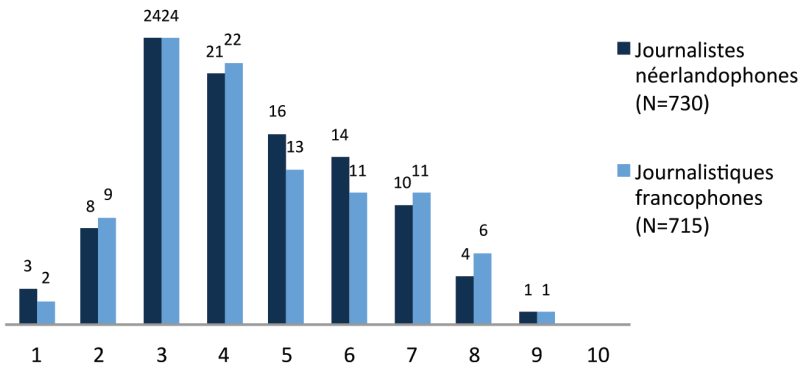
Les journalistes belges sont aussi membres d'autres associations. Près d'un tiers (31 %) des répondants indiquent être membres ou membres actifs d'une association sportive, et 16 % d'une association culturelle. Par ailleurs, un

quart (25 %) des journalistes apportent un soutien ponctuel à des organisations humanitaires, 12 % à une organisation de défense de l'environnement ou de la nature, et un sur dix à une association culturelle. La plupart des répondants indiquent qu'ils ne sont pas membres d'une association ou d'un parti politique (93 %), ni d'une association religieuse ou philosophique (94 %).

1.4 Orientation politique

La majorité des journalistes belges se positionnent plutôt à gauche sur l'échiquier politique. En effet, sur une échelle allant de 1 (tout à fait à gauche) à 10 (tout à fait à droite) et considérant les valeurs « 5 » et « 6 » comme le centre, 56 % des répondants se situent à gauche, 27 % au centre et 17 % à droite. Ce résultat est cohérent par rapport aux enquêtes flamandes et internationales précédentes³. Comme le montre le graphique ci-dessous, les journalistes francophones et néerlandophones présentent de fortes similitudes en matière de positionnement politique.

Opinions politiques par groupe linguistique, sur une échelle de 1 ("gauche") à 10 ("droite") (en %) (N = 1445)



3 Weaver (D.H), Beam (R.A), Brownlee (B.J.), Voakes (P.S) & Wilhoit (G.C.), *The american journalist in the 21e century. U.S. News people at the Dawn of a new Millennium*, Mahwah, Lawrence Erlbaum, 2007. ; Paulussen (S.), Raeymaeckers (K.), De Keyser (J.) & Van Leuven (S.), *De gemiddelde beroepsjournalist in Vlaanderen*. In S. Paulussen & K. Raeymaeckers (Eds.), *Journalisten: profiel van een beroepsgroep* (pp. 23-37). Tiel: Uitgeverij Lannoo, 2010.

1.5 Carrière

Mobilité professionnelle

La carrière journalistique des répondants dure, en moyenne, depuis 17 ans, dont 13 ans auprès de leur employeur actuel (14 ans pour les salariés et 9 ans pour les indépendants). Depuis le début de leur carrière dans le secteur des médias, les répondants ont travaillé, en moyenne, pour trois employeurs différents.

Au moment de l'enquête, la plupart des journalistes interrogés (73 %) travaillaient pour un seul employeur. Sur ce point, il y a une différence significative entre les journalistes salariés et indépendants : les indépendants travaillaient, en moyenne, pour trois employeurs différents alors que les salariés travaillaient, en moyenne, pour un seul employeur.

Une grande partie des répondants indique avoir exercé un autre métier avant de devenir journalistes. Cela concerne un peu moins de la moitié (46 %) des journalistes. Les journalistes néerlandophones (53 %) l'indiquent plus fréquemment que leurs collègues francophones (38 %). Une différence similaire existe entre les journalistes de profession et les journalistes professionnels : les premiers (65 %) tendent plus fréquemment à avoir exercé un autre métier avant de devenir journalistes que les seconds (44 %).

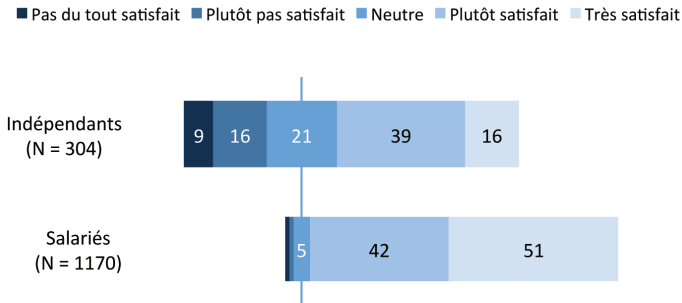
1.6 Situation de travail

Statut professionnel

La plupart des répondants indiquent travailler principalement en tant que salariés (78 %), un sur cinq est indépendant (20 %) et 2 % déclarent avoir un autre statut. Parmi les journalistes salariés, la majorité des répondants ont un contrat à durée indéterminée (90 %), suivi par le statut de fonctionnaire (7 %), les contrats à durée déterminée (3 %) et les contrats en tant qu'intérimaire (0,3 %). Près de la moitié (47 %) des journalistes indépendants, à titre principal, travaillent pour plusieurs clients fixes, un quart (27 %) pour plusieurs clients variables, et un autre quart (26 %) pour un seul client fixe. La moitié (47 %) des journalistes de profession ayant répondu au questionnaire sont indépendants à titre principal, contre 18 % des journalistes professionnels. Par ailleurs, le statut d'indépendant se retrouve davantage chez les journalistes de moins de 35 ans (26 %) et chez les plus de 54 ans (30 %), contre 18 % chez les 35-44 ans et 16 % chez les 45-54 ans.

La plupart des journalistes se disent (très) satisfaits de leur statut professionnel (84 %). L'enquête met en évidence que les journalistes indépendants sont, en général, moins satisfaits de leur statut que les journalistes salariés : 93 % des salariés se disent (très) satisfaits, alors que c'est le cas pour seulement 55 % des indépendants.

Satisfaction relative au statut pour les indépendants et les salariés (en %) (N = 1474)



Les indépendants

Moins de la moitié (42 %) des journalistes indépendants déclarent avoir opté pour ce statut par obligation. Les autres (58 %) affirment avoir délibérément choisi le statut d'indépendant, principalement pour gagner en liberté et en indépendance (82 %). Les raisons financières (32 %) et familiales (24 %) sont également fréquemment avancées.

Plusieurs variables, telles que le type de journaliste, le groupe linguistique, le genre et l'âge, semblent jouer un rôle dans le choix du statut d'indépendant. Ainsi, les journalistes de profession (75 %) ont plus fréquemment choisi ce statut délibérément que les journalistes professionnels (54 %). En revanche, les répondants francophones (50 %) affirment plus fréquemment que leurs collègues néerlandophones (35 %) avoir choisi ce statut par obligation. La moitié (53 %) des femmes sont dans ce cas, contre 37 % des hommes. Les répondants de la classe d'âge la plus jeune sont particulièrement concernés : près de 70 % d'entre eux (69 %) disent être indépendants par obligation, contre 34 % des 35-44 ans, 37 % des 45-54 ans et seul un quart des plus de 54 ans. Les répondants de moins de 35 ans, qui ont choisi le statut d'indépendant, avancent plus souvent l'avoir fait pour des raisons financières (60 %), alors que ceux âgés entre 35 et 44 ans indiquent plutôt des raisons familiales (44 %).

Secteur médiatique⁴

Deux répondants sur cinq (40 %) indiquent travailler pour une entreprise audiovisuelle, 37 % pour un quotidien et 31 % pour la presse périodique. En outre, 6 % déclarent travailler pour une agence de presse ou de photographie, 5 % pour un média qui n'existe que sur internet, et 2 % pour une maison de production.

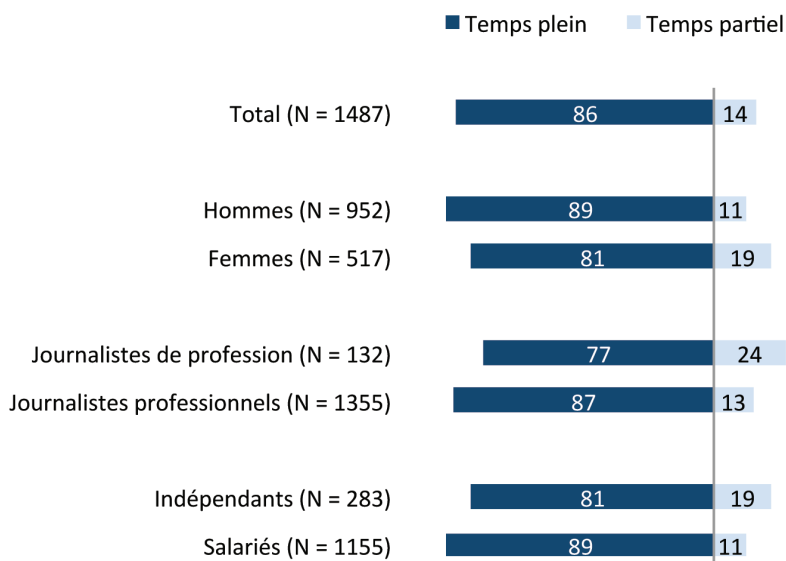
Parmi les journalistes de presse quotidienne de notre échantillon, les femmes ne représentent que 28 %. Il n'y a que dans le secteur des magazines (38 %) ou de l'audiovisuel (37 %) que les femmes représentent plus d'un tiers des effectifs. Par ailleurs, les journalistes professionnels sont plus nombreux, que les journalistes de profession, à indiquer qu'ils travaillent pour la presse quotidienne (39 % contre 13 %) et pour les médias audiovisuels (44 % contre 7 %). À l'inverse, les journalistes de profession indiquent plus souvent travailler pour la presse périodique (92 % contre 25 % pour les journalistes professionnels).

Temps plein / temps partiel

La majorité (86 %) des journalistes interrogés travaillent à temps plein et 14 % à temps partiel. 19 % des femmes travaillent à temps partiel, contre 11 % de leurs collègues masculins. Une différence plus importante sépare les journalistes de profession des journalistes professionnels : les premiers travaillent plus souvent à temps partiel (24 %) que les seconds (13 %). C'est également le cas des journalistes indépendants (19 %), contre 11 % des salariés. Le recours au temps partiel est, enfin, particulièrement marqué chez les journalistes plus âgés (32 % pour les répondants de 55 ans ou plus, contre 12 % pour les autres tranches d'âge).

4 La question portant sur le secteur médiatique n'ayant pas été exactement formulée de la même manière dans les questionnaires francophones et néerlandophones, il n'est pas possible d'estimer pour quel secteur les répondants travaillent principalement. Les répondants pouvant indiquer travailler pour plusieurs types de médias, les catégories citées ne sont pas mutuellement exclusives.

Travail à temps plein ou à temps partiel (en %) (N = 1487)



Fonction

La plupart des répondants affirment occuper les fonctions de journaliste, reporter, rédacteur ou de correspondant (67 %). Un quart (24 %) des journalistes interrogés disent compter parmi les cadres, que ce soit en tant que membre de la direction et du management (10 %) ou en tant que manager intermédiaire⁵ (14 %). Enfin, 8 % des répondants travaillent en tant que caméraman, photographe, graphiste, réalisateur ou technicien et 2 % occupent une autre fonction.

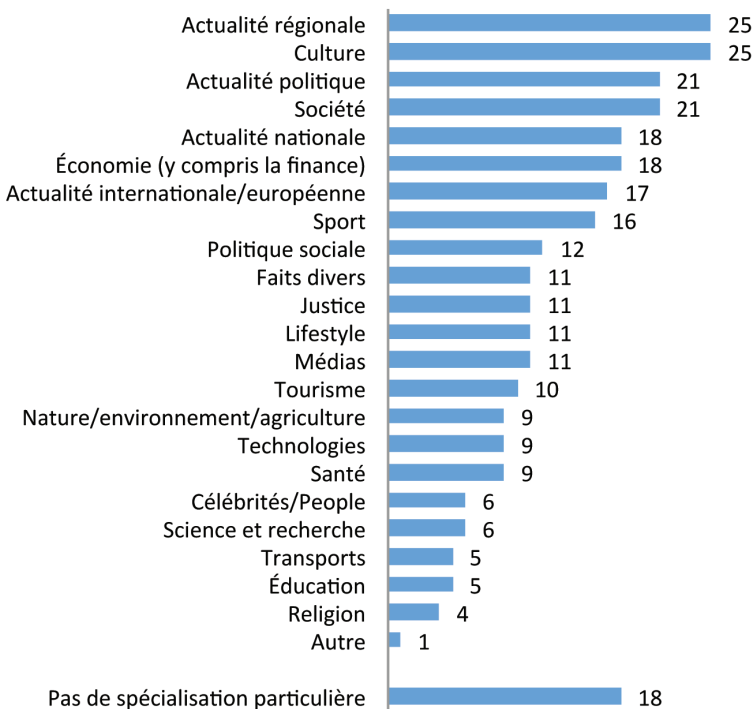
La plupart des répondants se disent (très) satisfaits de leur fonction actuelle (85 %). Néanmoins, cette satisfaction diminue quelque peu au fur et à mesure que les journalistes deviennent plus âgés. Ainsi, la proportion de jeunes journalistes se disant (très) satisfaits de leur fonction actuelle (89 %) est plus élevée que celle des répondants âgés de 55 ans ou plus (78 %). L'enquête met également en évidence que les journalistes indépendants affirment moins fréquemment être (très) satisfaits de leur fonction que les journalistes salariés (76 % contre 87 %).

⁵ Les éditeurs en chef et les chefs de rubriques sont considérés comme étant des managers intermédiaires.

Spécialisation

Plus de quatre journalistes interrogés sur cinq (82 %) indiquent être spécialisés dans au moins un domaine. Les domaines de spécialisation les plus souvent cités par les répondants sont l'actualité régionale, la culture, la société, la politique, l'actualité nationale, l'actualité internationale et l'économie. 16 % des journalistes sont spécialisés en sport. Environ un répondant sur dix est spécialisé en politique sociale (12 %), lifestyle (11 %), médias (11 %), faits divers (11 %), justice (11 %) et tourisme (10 %).

Domaines de spécialisation des journalistes belges (plusieurs réponses possibles) (en %) (N = 1556)



Les données révèlent de grandes similitudes entre les journalistes francophones et néerlandophones concernant leurs domaines de spécialisation. Le seul domaine dans lequel les journalistes néerlandophones sont plus spécialisés est le lifestyle.

Le titre de journaliste de profession étant attribué aux travailleurs des médias d'information spécialisés, il est donc logique que ces journalistes (93 %)

soient davantage spécialisés que les journalistes professionnels (80 %). Les journalistes professionnels sont davantage spécialisés en actualité nationale, actualité régionale, politique, faits divers, justice et sport. Les journalistes de profession sont plus spécialisés en lifestyle, nature/environnement/agriculture, santé, science, technologies, tourisme et transports. Le genre semble également jouer un rôle : les femmes sont légèrement moins spécialisées (78 %) que les hommes (83 %) et, lorsqu'elles le sont, c'est plus fréquemment dans des domaines tels que la culture, le lifestyle, la santé, la société et l'éducation. Les hommes indiquent plus fréquemment la politique, l'économie et la finance comme spécialisation. Enfin, spécialisation et âge sont liés : plus un journaliste est jeune, moins il est susceptible d'être spécialisé. Entre la classe d'âge la plus jeune (moins de 35 ans) et la plus âgée (55 ans ou plus), la proportion de spécialisation augmente de 76 % à 88 %.

2 Comment travaillent les journalistes ?

Ce second chapitre est consacré aux conditions de travail et à la pratique professionnelle des journalistes. Il détaille, notamment, leurs lieux et horaires de travail, leur revenu net moyen, leurs avantages professionnels et leurs ressources financières. Il s'intéresse aussi aux tâches quotidiennes des journalistes et aux compétences requises dans l'exercice du métier. Enfin, il questionne l'utilisation des canaux et des sources d'information.

2.1 Organisation et conditions de travail

Les principaux lieux de travail

Les journalistes travaillent principalement depuis la salle de rédaction. Près de 70 % des journalistes interrogés déclarent exercer leur profession toujours ou presque entre ses murs et 16 % régulièrement. Seuls 17 % d'entre eux ne fréquentent jamais ou rarement la rédaction. Il s'agit en grande partie de journalistes indépendants (60 %).

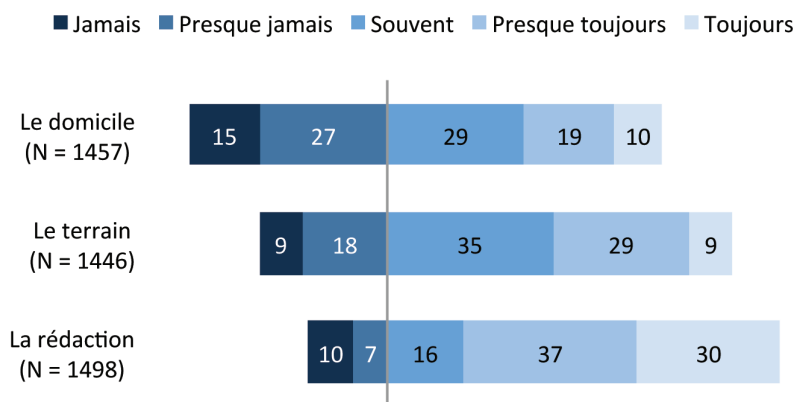
Travailler dans la salle de rédaction ne signifie pas que les journalistes n'en sortent pas. 38 % des journalistes disent se rendre (presque) toujours sur le terrain et 35 % y travailler régulièrement. Un quart (27 %) des journalistes interrogés n'effectuent (presque) jamais de travail de terrain. 31 % des salariés en conviennent (contre 12 % des indépendants). Travailler sur le terrain dépend évidemment de la fonction occupée : les rédacteurs en chef ou chefs de rubriques sont davantage ancrés à leurs bureaux. Ils ne sont que 20 % des managers et 17 % des managers intermédiaires à déclarer se rendre régulièrement sur les lieux des événements. Près de la moitié (46 %) du reste des répondants⁶ travaille (presque) toujours sur le terrain.

Dans une moindre mesure, le domicile représente également un lieu de travail pour un certain nombre de journalistes. En effet, plus d'un quart des répondants (29 %) disent travailler souvent à domicile. Ici encore, les résultats sont fortement influencés par le statut professionnel. Sans grande surprise, le lieu

6 Le reste des répondants se compose des journalistes au sens strict, des correspondants, des photographes, des réalisateurs et des techniciens.

de travail et celui de résidence ne font qu'un pour près de deux tiers (65 %) des journalistes indépendants. À l'inverse, la majorité (53 %) des journalistes salariés n'expérimentent jamais ou presque jamais cette forme de télétravail. Enfin, plus de 60 % des journalistes de profession (61 %) travaillent (presque) toujours à domicile. Cette proportion élevée s'explique, en grande partie, par le statut professionnel : le statut d'indépendant est plus fréquent chez les journalistes de profession.

Les lieux de travail des journalistes (en %)



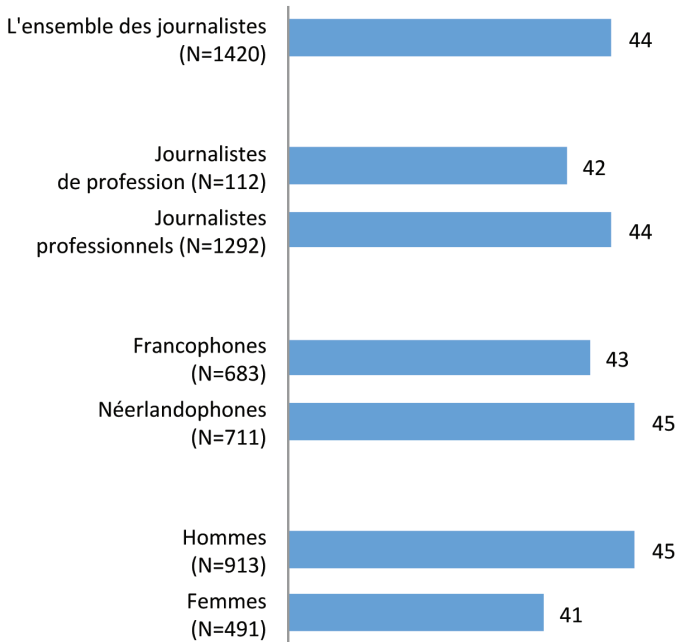
Temps de travail moyen

Les journalistes interrogés travaillent en moyenne 44 heures par semaine⁷. Les femmes prestent 41 heures par semaine en moyenne, contre 45 heures pour les hommes. Les deux groupes linguistiques montrent aussi des différences : les journalistes néerlandophones travaillent en moyenne deux heures de plus par semaine que les francophones. Un écart de temps identique sépare également les journalistes professionnels (44 heures par semaine) des journalistes de profession (42 heures par semaine). À l'inverse, le statut professionnel ne semble pas jouer un rôle déterminant dans le temps de travail moyen des journalistes : les salariés et les indépendants travaillant, tous deux, 44 heures par semaine en moyenne.

⁷ Afin de mesurer le temps de travail moyen des journalistes et d'étudier leur horaire, il nous a semblé nécessaire d'exclure, pour ces deux analyses, les répondants exerçant le journalisme en activité complémentaire, les répondants actuellement au chômage ainsi que les retraités actifs.

Par ailleurs, l'emploi du temps des journalistes est rarement stable : près de deux journalistes sur trois (62 %) voient leur horaire revu chaque semaine ou chaque mois. Le statut professionnel est ici aussi déterminant puisque cette situation touche 88 % des journalistes indépendants, contre 55 % des salariés. Les résultats doivent également être différenciés selon la fonction occupée par les répondants : 47 % des managers et 49 % des managers intermédiaires ont un emploi du temps stable, contre un tiers du reste des répondants.

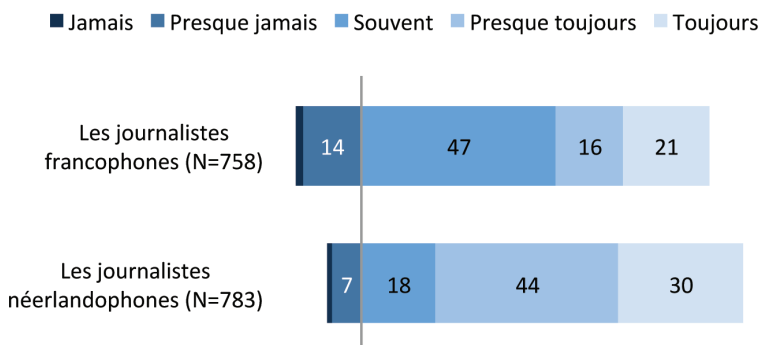
Temps de travail moyen (heures par semaine)



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

Plus de la moitié (56 %) des journalistes poursuivent (presque) toujours leur journée de travail après 18 heures. Plus de 30 % le font régulièrement et seuls 12 % (presque) jamais. 92 % des journalistes néerlandophones travaillent (presque) toujours ou souvent en soirée, contre 84 % parmi les francophones. Les hommes (60 %) sont, par ailleurs, plus nombreux à travailler (presque) toujours après 18 heures que les femmes (48 %). Enfin, les journées de travail semblent également plus longues pour les journalistes professionnels (56 %) que pour les journalistes de profession (48 %).

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



En outre, 82 % des répondants travaillent (presque) toujours ou souvent les week-ends et les jours fériés, contre 18 % jamais ou presque. Ces horaires concernent un peu plus les journalistes indépendants. 87 % d'entre eux sont (presque) toujours ou souvent actifs les week-ends et les jours fériés, contre 80 % pour les salariés. Notons également que les hommes (83 %) sont légèrement plus nombreux que les femmes (79 %) à travailler durant ces créneaux horaires.

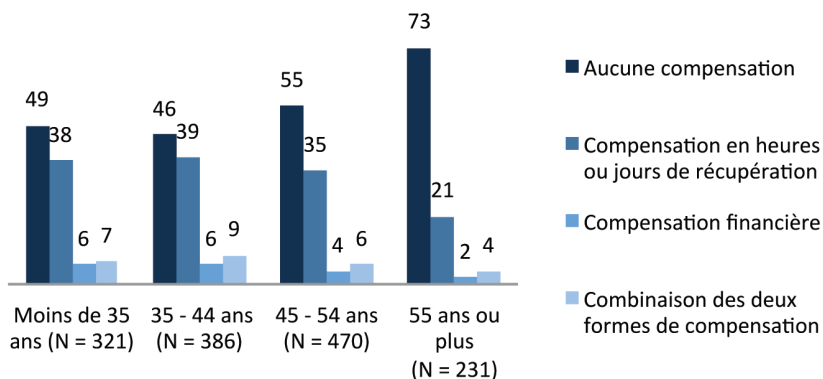
Par ailleurs, une différence sépare les deux groupes linguistiques : 85 % des journalistes néerlandophones travaillent (presque) toujours ou souvent durant ces créneaux horaires, contre 78 % des journalistes francophones.

Compensation des heures supplémentaires

Plus de la moitié (55 %) des journalistes n'obtiennent jamais de compensation pour leurs heures supplémentaires. Lorsque celles-ci sont compensées, elles le sont largement sous forme d'heures ou de jours de récupération (34 %). Par contre, seule une minorité de journalistes reçoivent une compensation financière (5 %) ou une combinaison des deux (7 %).

L'enquête montre que près de trois journalistes sur quatre (73 %) âgés de 55 ans ou plus n'obtiennent jamais de compensation pour leurs heures supplémentaires. Cette proportion retombe à un journaliste sur deux pour les répondants plus jeunes (49 % pour les 34 ans ou moins, 46 % pour les 35-44 ans et 55 % pour les 45-54 ans). La fonction des répondants entre également en compte : en effet, huit managers sur dix (82 %) ne reçoivent jamais de compensation, contre plus de la moitié des managers intermédiaires (56 %) et du reste des répondants (51 %).

Compensation des heures supplémentaires en fonction de l'âge (en %) (N = 1408)



Revenu net et avantages professionnels

Le revenu net moyen approximatif⁸, calculé sur base des déclarations des journalistes interrogés⁹, se situe aux alentours de 2 167 euros par mois. 20 % des journalistes déclarent toucher moins de 1 750 euros nets comme revenu mensuel. Ils sont 16 % à gagner entre 1 750 et 1 999 euros, 19 % entre 2 000 et 2 249 euros, 16 % entre 2 250 et 2 499 euros et 11 % entre 2 500 et 2 749 euros. Seuls 17 % reçoivent un salaire net supérieur à 2 750 euros par mois.

Tous les journalistes ne sont pas sur un pied d'égalité face au revenus. Les journalistes salariés gagnent environ 2 266 euros par mois, soit près de 500 euros de plus que leurs confrères indépendants (dont le revenu approximatif s'élève à 1 771 euros). Les femmes, quant à elles, ont un salaire proche de 1 995 euros, contre 2 253 euros pour les hommes. Cette disparité peut toutefois être liée à l'âge, les femmes journalistes étant globalement plus jeunes que les hommes. Une différence existe également entre les journalistes professionnels, dont le salaire s'élève approximativement à 2 193 euros, et les journalistes de profession gagnant près de 1 881 euros. Bien évidemment, l'âge a également de l'influence puisque le salaire progresse globalement avec les années. Le revenu approximatif est de 1 855 euros pour les journalistes âgés de 34 ans ou moins, de 2 124 euros pour les 35-44 ans, de 2 313

⁸ La question du revenu des journalistes a été abordée avec des catégories de salaire. Nous avons pris la valeur centrale de chacune de ces catégories afin d'obtenir un revenu net moyen approximatif.

⁹ 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.

euros pour les 45-54 ans et de 2 365 euros pour la tranche d'âge des 55 ans ou plus. Enfin, le revenu évolue également avec la position et le niveau de responsabilité dans l'entreprise : les managers et les managers intermédiaires gagnent plus de 2 400 euros par mois, contre environ 2 049 euros pour le reste des répondants.

	Le revenu net approximatif
L'ensemble des journalistes (n=1 445)	2 167 euros
Les femmes (n=500)	1 995 euros
Les hommes (n=928)	2 253 euros
Les journalistes salariés (n=1 144)	2 266 euros
Les journalistes indépendants (n=288)	1 771 euros
Les journalistes professionnels (n=1 323)	2 193 euros
Les journalistes de profession (n=122)	1 881 euros
Les journalistes de moins de 35 ans (n=327)	1 855 euros
Les journalistes entre 35 et 44 ans (n=392)	2 124 euros
Les journalistes entre 45 et 54 ans (n=479)	2 313 euros
Les journalistes de 55 ans ou plus (n=243)	2 365 euros
Les managers (n=136)	2 506 euros
Les managers intermédiaires (n=198)	2 403 euros
Les journalistes, photographes, techniciens, etc. (n=1 050)	2 049 euros

En plus de leur salaire, la plupart des journalistes (83 %) reçoivent des avantages professionnels de la part de leurs employeurs. Il s'agit principalement d'une assurance groupe ou hospitalisation (69 %), d'un téléphone portable (65 %), de chèques repas (56 %) ou de remboursements des frais professionnels (52 %).

Les principaux avantages professionnels (plusieurs réponses possibles) (en %) (N = 1535)



Si presque la totalité (98 %) des salariés reçoivent des avantages, les indépendants ne sont que 33 % à en bénéficier. Parmi ces indépendants, 63 % se voient rembourser leurs frais professionnels, 33 % possèdent un ordinateur ou une tablette octroyée par l'un de leurs employeurs et 25 % un téléphone portable.

L'obtention de certains avantages est plus fréquente dans la partie néerlandophone du pays : plus de 70 % des journalistes néerlandophones ont obtenu une assurance groupe ou hospitalisation (81 %) et un GSM (75 %), contre la moitié des francophones (58 % pour l'assurance groupe ou hospitalisation et 55 % pour le téléphone portable). Ils sont aussi plus nombreux à profiter d'avantages tarifaires (54 % contre 37 %), d'une voiture de fonction (39 % contre 15 %), d'un ordinateur ou d'une tablette (43 % contre 30 %) et d'actions ou d'autres formes de participation à l'entreprise (9 % contre 3 %). En revanche, davantage de francophones se voient rembourser leurs frais professionnels (72 % contre 32 %).

Dans une moindre mesure, l'âge joue également un rôle dans l'obtention de certains avantages. Ainsi, 13 % des journalistes salariés âgés de 34 ans ou moins conduisent une voiture de fonction, contre plus de 30 % pour les répondants de plus de 35 ans.

Ressources financières pour voyager, investiguer et se former

Selon les journalistes interrogés, les ressources financières mises à leur disposition pour suivre des formations, investiguer et voyager ne sont globalement pas suffisantes. Les femmes et les journalistes indépendants sont plus nombreux à émettre un avis négatif.

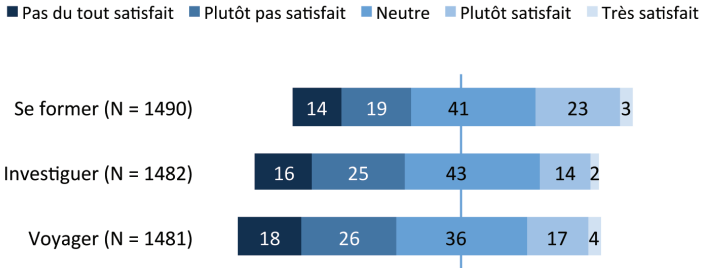
Plus de 40 % des répondants (44 %) souhaiteraient davantage de moyens pour couvrir des événements à l'étranger. Ils sont 50 % des journalistes francophones, contre 38 % des néerlandophones à le penser. Et la moitié des femmes (50 % contre 40 % des hommes) et des indépendants (54 % contre 41 % des salariés) partagent aussi cette idée.

Concernant plus précisément l'investigation, 41 % des journalistes ne sont pas non plus satisfaits, tandis que 43 % ont opté pour la réponse « neutre » indiquant de cette façon qu'ils ne sont ni satisfaits, ni insatisfaits. C'est le cas de la moitié (53 %) des journalistes néerlandophones, contre 32 % des francophones. Ces derniers sont en majorité insatisfaits (48 % contre 34 % parmi les néerlandophones).

Le statut professionnel, le genre et l'âge des répondants entrent aussi en compte. En effet, la moitié des journalistes indépendants (52 % contre 38 % des salariés), des femmes (48 % contre 38 % des hommes) et des moins de 35 ans ne sont pas satisfaits (50 % contre 41 % des 35-44 ans, 39 % des 45-54 ans et 34 % des plus de 54 ans).

Les ressources financières pour les formations professionnelles récoltent, quant à elles, des sentiments plus nuancés. 41 % des journalistes se disent « neutres », 33 % insatisfaits et 26 % satisfaits. Parmi les répondants insatisfaits, nous retrouvons près de la moitié (47 %) des indépendants, contre 29 % des salariés. Les femmes (41 %) sont également plus nombreuses à émettre un avis négatif que les hommes journalistes (29 %). Enfin, l'insatisfaction semble diminuer avec les années : les journalistes de moins de 35 ans sont davantage insatisfaits (42 %) que ceux de 35-44 ans (34 %), de 45-54 ans (29 %) et de plus de 54 ans (27 %).

Satisfaction relative aux ressources professionnelles (en %)

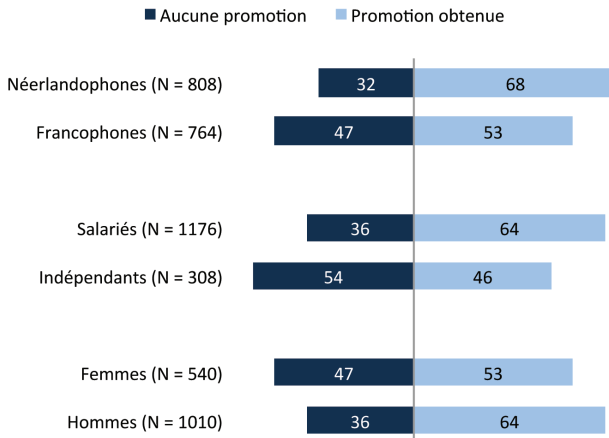


Promotion

61 % des répondants ont reçu une promotion depuis qu'ils travaillent dans le journalisme. Il s'agissait, pour les trois quarts d'entre eux, d'une promotion en terme de titre ou de fonction (75 %) et/ou d'une promotion financière (79 %).

Évidemment, plus les journalistes sont avancés dans leur carrière, plus ils sont nombreux à avoir obtenu une promotion. Une femme journaliste sur deux (53 %) a déjà obtenu une promotion pour 64 % des hommes. 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 %).

Les journalistes ayant obtenu une promotion (en %) (N = 1572)



Une large majorité (77 %) des journalistes ont l'impression qu'ils ne pourront pas progresser dans leur carrière au cours des deux prochaines années. Cette idée se renforce avec l'âge : 40 % des journalistes de 34 ans ou moins pensent pouvoir être promus ; cette proportion retombe à 31 % pour les répondants de 35 à 44 ans, à 16 % pour ceux de 45 à 54 ans et à 5 % pour les journalistes âgés de 55 ans ou plus.

2.2 Quelle pratique journalistique au quotidien ?

Compétences professionnelles

Les formations suivies et les diplômes obtenus sont des facteurs décisifs dans le recrutement des journalistes. Ils ne sont pas les seuls : plusieurs compétences particulières apparaissent fondamentales pour les journalistes.

La totalité (98 %) des répondants estiment essentiel de maîtriser la langue, l'écriture et la communication. Cette aptitude linguistique représente d'ailleurs la qualité la plus importante pour plus de 40 % des journalistes (44 %). Elle est suivie de près par la compétence analytique et critique, seconde aptitude considérée comme la plus importante par un tiers (34 %) des répondants.

Dans ce métier, être capable de nouer des contacts et d'entretenir son réseau est aussi une qualité non négligeable, puisque les compétences relationnelles sont classées en troisième position (15 %) par les répondants. Les nouvelles technologies sont aussi au centre des préoccupations. Environ 90 % des répondants jugent important de s'adapter aux nouvelles technologies (92 %) ou de savoir chercher efficacement sur internet (87 %). Plus de trois quarts des journalistes (77 %) estiment devoir être capables de jongler entre les différents supports médiatiques.

Par ailleurs, les journalistes sont nombreux à considérer qu'il est indispensable de pouvoir interpréter correctement des statistiques (64 %) et d'être capable de travailler dans de larges bases de données (50 %). En revanche, les techniques de mise en page et du graphisme ne semblent importantes à maîtriser que pour un quart (25 %) d'entre eux.

Les compétences technologiques semblent encore plus importantes pour les journalistes francophones (92 %) que pour les néerlandophones (83 %). Les compétences graphiques rencontrent également moins de succès auprès des journalistes néerlandophones (21 % contre 29 % pour les francophones).

Remarquons aussi que ce savoir-faire est davantage privilégié par les journalistes de profession (35 % contre 24 % pour les journalistes professionnels).

Par ailleurs, plus les journalistes sont avancés dans leur carrière, plus ils considèrent qu'il est nécessaire de savoir travailler avec des bases de données. En effet, 42 % des journalistes de moins de 35 ans estiment que cette compétence est importante, contre 48 % pour les répondants âgés de 35 à 44 ans, 52 % pour les 45-54 ans et 59 % pour les 55 ans ou plus.

	Les compétences jugées plutôt ou très importantes	La compétence jugée la plus importante
Les compétences linguistiques	98 %	44 %
Les compétences relationnelles	96 %	15 %
Les compétences analytiques et critiques	96 %	34 %
Les compétences de recherche en ligne	92 %	0 %
Les compétences multi-médias	78 %	3 %
Les compétences en gestion de données	50 %	0 %
Les compétences technologiques	87 %	0 %
Les compétences en statistique	64 %	0 %
Les compétences graphiques	25 %	0 %

Le journalisme au quotidien

Des tâches diverses rythment les journées de travail des journalistes. Une grande partie de leur temps est consacrée à la recherche de l'information et à l'écriture. En effet, plus de trois quarts des répondants sélectionnent et trient l'information (76 %), recherchent et collectent les données sans aller sur le terrain (76 %) et ensuite, rédigent ou éditent leurs propres textes journalistiques (77 %).

Par ailleurs, trois journalistes sur quatre (75 %) consultent, chaque jour, les autres médias. Ils sont également nombreux (66 %) à respecter l'étape nécessaire de la vérification, du recoupage et de l'analyse de l'information.

Ces tâches correspondent principalement à un travail de “desk”. Toutefois, 61 % des journalistes enquêtent régulièrement sur le terrain, et ils sont 66 % à dire entretenir le contact avec leurs sources, leurs collègues et le public dans le cadre de leur journée de travail habituelle.



Les trois principales tâches journalistiques

Rédiger (59 %), collecter des informations sans aller sur le terrain (41 %) et enquêter sur le terrain (36 %) correspondent aux trois tâches quotidiennes demandant le plus de temps aux journalistes.

Ce classement dépend beaucoup de la fonction occupée par les répondants. En effet, le travail des managers consiste principalement à assurer des tâches d'organisation et de gestion (48 %), à rédiger des textes journalistiques (40 %) et enfin, à superviser d'autres journalistes (39 %). Les managers intermé-

diaires ont, eux, sélectionné la rédaction des textes journalistiques (37 %), les tâches d'organisation et de gestion (35 %) et l'édition des textes de leurs collègues ou collaborateurs (34 %).

Le reste des répondants, principalement des journalistes, placent la rédaction des textes journalistiques (68 %), la collecte d'informations sans aller sur le terrain (48 %) et la recherche d'informations sur le terrain (45 %) dans les trois tâches qui leur prennent le plus de temps.

L'ordre de ces tâches varie selon les statuts professionnels. Les indépendants accordent, en effet, un peu plus de temps à l'enquête de terrain (49 %) qu'à la collecte d'information depuis la rédaction ou le bureau (47 %). C'est également le cas pour les journalistes de profession (40 % contre 38 % pour la recherche sans aller sur le terrain).

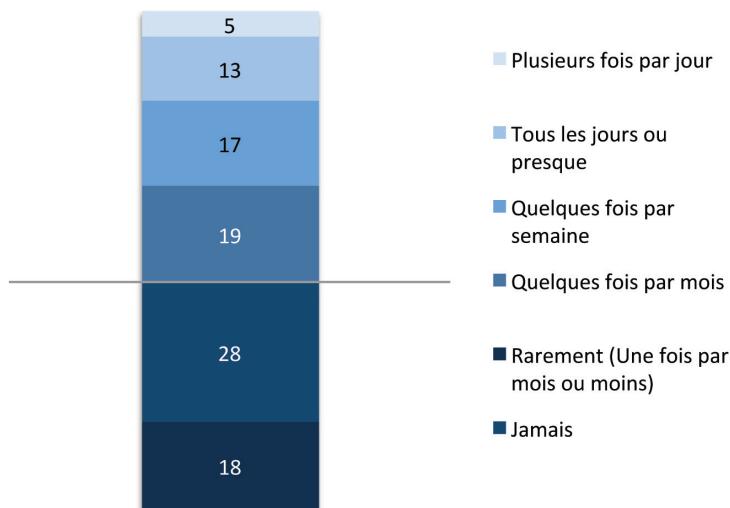
L'âge des répondants entre aussi en compte dans les résultats : les journalistes de moins de 35 ans ont classé l'enquête sur le terrain (33 %) en quatrième position, juste derrière la sélection et le tri de l'information (35 %).

Polyvalence pluri-médias

Seuls 7 % des journalistes interrogés travaillent exclusivement sur internet, que ce soit pour le site web d'un média traditionnel ou pour un média qui n'existe que sur internet. 35 % d'entre eux ont moins de 35 ans.

Toutefois, il est demandé à une partie des répondants, dont ce n'est pas l'activité principale, d'être capable de travailler sur le support en ligne : en effet, plus de la moitié (54 %) d'entre eux contribuent à diffuser les informations sur le site internet de leur média. 46 % ne le font jamais ou rarement. 44 % des journalistes salariés sont concernés, contre la moitié des indépendants. Le nombre de journalistes néerlandophones qui contribuent (au moins en partie) au site web de leur média a augmenté au cours des cinq dernières années : en 2008, un répondant sur dix indiquait contribuer au site web, alors qu'en 2013 cela concerne plus de la moitié d'entre eux.

Parmi les répondants dont ce n'est pas l'activité principale, fréquence de production de contenus journalistiques pour le site web du média (en %) (N=1440)



Publication sur les blogs et les réseaux sociaux

Plusieurs répondants font donc preuve d'une certaine polyvalence, au moins bi-média, en publiant sur différents supports médiatiques. Toutefois, cette polyvalence n'inclut pas nécessairement la diffusion de contenu sur des blogs, des plateformes de microblogging et des réseaux sociaux.

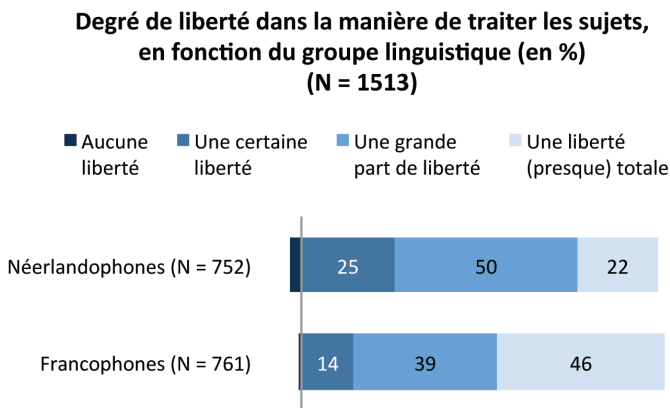
En effet, seuls 16 % des journalistes publient tous les jours du contenu journalistique sur les réseaux sociaux. Plus de la moitié (56 %) ne le fait jamais ou seulement en de rares occasions. Les plateformes de microblogging telles que Twitter ne sont pas davantage utilisées : seuls 12 % des personnes interrogées y sont actives quotidiennement. Il s'agit en grande partie de journalistes âgés de moins de 45 ans. La majorité (66 %) n'y publie jamais rien. Enfin, plus de 9 journalistes sur 10, toutes catégories d'âge confondues, ne diffusent jamais de contenu journalistique sur leur propre blog ou sur d'autres blogs.

Autonomie professionnelle

Les résultats de la question portant sur le degré d'autonomie dont pensent disposer les journalistes dans la manière de traiter leurs sujets sont plutôt positifs. Un peu moins de la moitié (44 %) d'entre eux estiment bénéficier d'une grande part de liberté et un tiers (34 %) d'une liberté presque totale.

Seuls 2 % des répondants disent n'avoir aucune autonomie. Aucun manager, ni manager intermédiaire ne se retrouve dans cette catégorie. Au contraire, les managers sont nombreux à estimer jouir d'une liberté presque totale (52 % des managers, pour 39 % des managers intermédiaires et 32 % du reste des répondants).

Les journalistes francophones sont deux fois plus nombreux (46 %) que leurs confrères néerlandophones (22 %) à estimer bénéficier d'une autonomie presque totale. Toutefois, ces derniers sont tout de même la moitié (50 %) à estimer disposer d'une grande part de liberté.



2.3 L'utilisation des sources journalistiques

Les principaux canaux de l'information

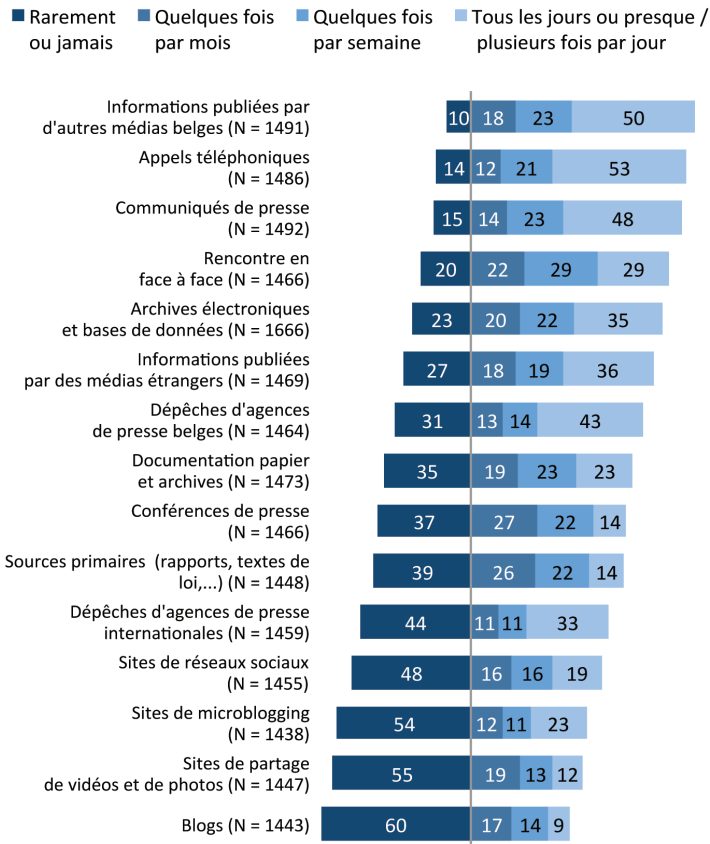
Les sept canaux les plus utilisés (presque tous les jours ou plus) par les journalistes pour consulter leurs sources sont, par ordre de priorité, les contacts téléphoniques (53 %), les autres médias belges (50 %), les communiqués de presse (48 %), les dépêches d'agences de presse belges (43 %), les médias étrangers (36 %), les archives électroniques et les bases de données (35 %) et enfin, les dépêches d'agences de presse internationales (33 %). Ces canaux sont consultés tous les jours ou plus par au moins un tiers des journalistes.

Viennent, ensuite, les rencontres en face à face (29 %), les sites de micro-blogging tels que Twitter (23 %), la documentation imprimée et les archives (23 %), les réseaux sociaux dont principalement Facebook (19 %), les sources primaires (textes de loi, rapports politiques ou d'entreprise, etc.) (14 %), les

conférences de presse (13 %), les sites de partage de vidéos et de photos tels que You tube ou Flickr (12 %) et, en dernière position, les blogs (9 %).

Tous ces canaux d'information sont utilisés chaque semaine par au moins un tiers des journalistes, à l'exception des blogs et des sites de partage de vidéos et de photos. À ce sujet, plus de la moitié des répondants n'utilisent jamais ces deux canaux, pas plus que les sites de microblogging et les réseaux sociaux.

Fréquence d'utilisation des canaux (en %)



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

L'utilisation des canaux d'information (presque tous les jours ou plus) varie encore davantage en fonction du groupe de journalistes : les journalistes professionnels sont largement plus nombreux que les journalistes de profession à se servir des dépêches d'agences nationales (47 % contre 4 %) ou internationales (36 % contre 7 %), à utiliser des communiqués de presse (49 % contre 36 %), à assister à des conférences de presse (15 % contre 4 %), à naviguer sur des sites de microblogging (25 % contre 4 %) ou de réseaux sociaux (21 % contre 8 %) et à consulter les autres médias belges (52 % contre 23 %) ou étrangers (38 % contre 19 %). En outre, il semble qu'ils ont davantage l'habitude de contacter leurs interlocuteurs par téléphone (57 % contre 20 %), de les rencontrer en face à face (31 % contre 15 %) et d'utiliser la documentation imprimée et les archives (23 % contre 17 %).

La documentation imprimée et les archives sont également plus souvent consultées par les journalistes francophones : elles sont utilisées, presque tous les jours ou plus, par 31 % d'entre eux, contre 14 % pour leurs confrères néerlandophones. Par ailleurs, plus de 60 % des journalistes francophones passent, chaque jour, des coups de fil professionnels, contre 46 % des journalistes néerlandophones. En revanche, ces derniers sont plus nombreux à consulter d'autres médias belges (57 % contre 42 % des francophones) ou étrangers (43 % contre 29 % des francophones).

Enfin, l'utilisation des archives électroniques et des bases de données semble augmenter avec l'âge des journalistes : la fréquence d'utilisation quotidienne est de 23 % pour les moins de 35 ans ; elle remonte à 35 % pour les 35-44 ans, à 40 % pour les 45-54 ans et à 41 % pour les plus de 54 ans. À l'inverse, les jeunes journalistes sont plus nombreux à consulter, presque tous les jours ou plus, les autres médias belges : ils sont 59 % parmi les moins de 35 ans, 55 % parmi les 35-44 ans, 45 % parmi les 45-54 ans et, pour terminer, 40 % parmi les plus de 54 ans.

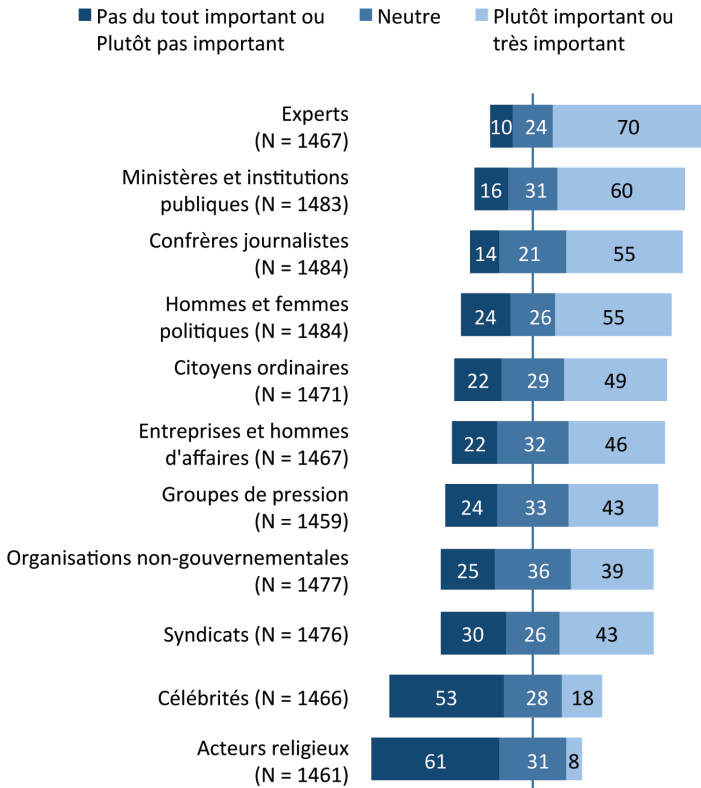
Une multitude d'acteurs comme source d'information

Les interlocuteurs privilégiés des journalistes sont, tout d'abord, les experts (70 %), les institutions publiques (60 %), les confrères journalistes (55 %) ainsi que les hommes et les femmes politiques (55 %). La majorité des journalistes considèrent ces acteurs de l'information comme étant plutôt importants, voire très importants.

Les citoyens ordinaires (49 %), les entreprises (45 %), les syndicats (43 %), les groupes de pression (43 %) et les ONG (39 %) représentent également une

source d'information utile pour les journalistes. Quant aux célébrités (18 %) et aux acteurs religieux (8 %), ils accèdent également aux médias, mais dans une moindre mesure.

Importance des sources pour les journalistes belges (en %)



Certaines sources sont moins importantes pour les journalistes de profession que pour les journalistes professionnels. Il s'agit notamment des hommes et femmes politiques (31 % pour les journalistes de profession contre 58 % pour les journalistes professionnels), des institutions publiques (52 % contre 61 %), des confrères journalistes (43 % contre 57 %), des acteurs religieux (2 % contre 9 %), des syndicats (19 % contre 46 %) et des célébrités (8 % contre 19 %). En revanche, une plus grande proportion d'entre eux jugent importants les groupes de pression (55 % contre 41 %) et les entreprises (55 % contre 45 %).

Le statut professionnel intervient également dans les résultats : les journalistes salariés accordent davantage d'importance aux hommes et femmes politiques (59 % contre 46 % pour leurs confrères indépendants), aux institutions publiques (63 % contre 52 %), aux ONG (41 % contre 33 %), aux syndicats (48 % contre 33 %) et aux experts (72 % contre 63 %).

Les chiffres varient aussi selon le groupe linguistique, le genre et l'âge des répondants. En effet, les institutions publiques (67 %), les entreprises (53 %), les confrères (63 %), les groupes de pression (57 %), les experts (77 %) et les célébrités (22 %) sont davantage considérés comme des acteurs essentiels de l'information aux yeux des journalistes néerlandophones. Pour les francophones, la proportion descend à 53 % pour les institutions publiques, 38 % pour les entreprises, 47 % pour les confrères, 28 % pour les groupes de pression, 63 % pour les experts et enfin, 15 % pour les célébrités.

La différence entre les hommes et les femmes concerne, quant à elle, les citoyens ordinaires et les ONG. Ces acteurs sont davantage estimés par les femmes journalistes : les proportions étant respectivement de 55 % et 43 % pour les femmes ; de 45 % et 37 % pour les hommes. Enfin, le degré d'importance accordé aux gouvernements et à ses acteurs est plus faible chez les journalistes âgés de plus de 54 ans : 22 % estiment que les institutions publiques sont "pas du tout ou plutôt pas importantes", contre 13 % des moins de 35 ans ; les hommes et femmes politiques sont considérés comme peu importants pour 31 % des plus de 54 ans, contre 16 % des moins de 35 ans. Enfin, les syndicats représentent également une source peu voire pas du tout importante pour 40 % des plus de 54 ans, contre 20 % des moins de 35 ans.

Protection des sources

Neuf journalistes sur dix (91 %) estiment que la loi de 2005 relative à la protection des sources constitue un dispositif satisfaisant. Ces résultats varient en fonction du groupe linguistique puisque 94 % des journalistes francophones sont satisfaits, contre 88 % de leurs confrères néerlandophones. Le degré de satisfaction semble également baisser légèrement avec l'âge et l'avancement dans la carrière : 96 % des journalistes âgés de moins de 35 ans se disent satisfaits, pour 92 % des 35-44 ans, 90 % des 45-54 ans et enfin, 85 % des plus de 54 ans.

Les journalistes face aux risques de poursuites judiciaires

Près de 30 % des journalistes (29 %) ont déjà renoncé à publier une information par crainte d'encourir des poursuites judiciaires. Parmi eux, la proportion de managers (37 %) et de managers intermédiaires (38 %) est plus importante que dans le reste des répondants (26 %). Par ailleurs, les journalistes néerlandophones sont plus nombreux (33 %) à avoir pris cette décision que leurs confrères francophones (25 %).

Cette crainte était principalement liée au risque de calomnie ou de diffamation (51 %) et à celui d'atteinte à la vie privée (52 %). Suivaient la peur de ne pas respecter la présomption d'innocence ou le droit à un procès équitable (33 %) et, dans une moindre mesure, celle de violer le droit d'auteur ou les droits de propriété intellectuelle (17 %).

Parmi ces répondants ayant renoncé à publier, 63 % des indépendants, contre 48 % des salariés ont déjà craint d'être poursuivis pour calomnie ou diffamation. C'est aussi le cas de 73 % des managers, 50 % des managers intermédiaires et 49 % du reste des répondants.

3 Les opinions des journalistes belges

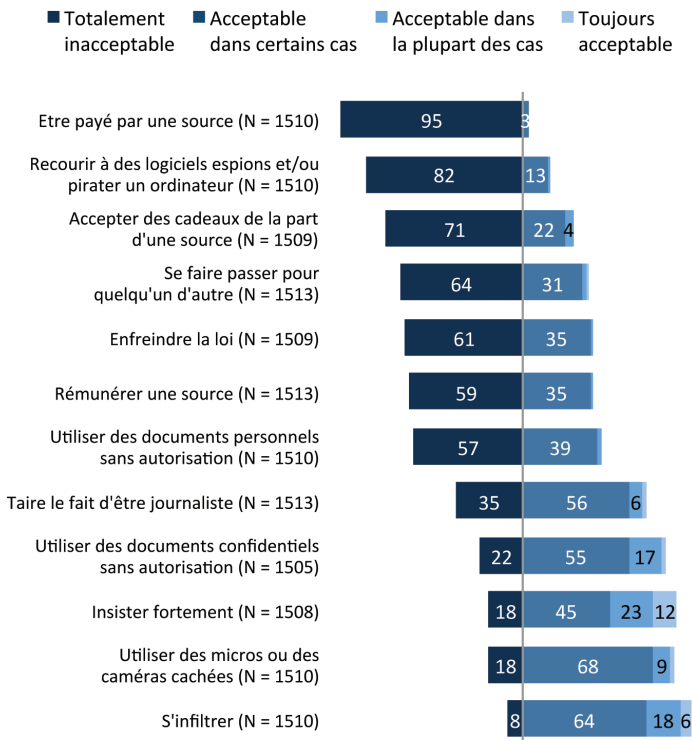
Ce troisième et dernier chapitre est consacré aux opinions professionnelles des journalistes. Il s'intéresse, tout d'abord, à leurs positions vis-à-vis de l'éthique et de la déontologie. Il se concentre, ensuite, sur leur façon de percevoir l'évolution de la couverture médiatique et de la profession. Enfin, il détaille la perception des journalistes quant à leurs différents rôles professionnels.

3.1 Éthique et déontologie

Éthique professionnelle dans la collecte de l'information

Lors de la recherche et du recueil de l'information, les journalistes sont parfois confrontés à des situations susceptibles de mettre à mal leur intégrité professionnelle et de contrevenir à la loi ou aux codes déontologiques.

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



Tout d'abord, une majorité (61 %) des répondants estiment qu'il est totalement inacceptable d'enfreindre la loi pour obtenir des informations. Un tiers (35 %) pensent néanmoins que cela peut être acceptable dans certains cas. 41 % des journalistes francophones sont concernés, contre 29 % de leurs confrères néerlandophones. Ces derniers sont plus nombreux (67 %) à considérer que violer la loi représente une limite à ne jamais franchir (contre 54 % des francophones). Les trois quarts (74 %) des journalistes de profession en conviennent, contre 59 % des journalistes professionnels. Une légère différence se remarque selon le genre des répondants : deux femmes journalistes sur trois (66 %) déclarent que cela paraît inacceptable, contre 58 % des hommes.

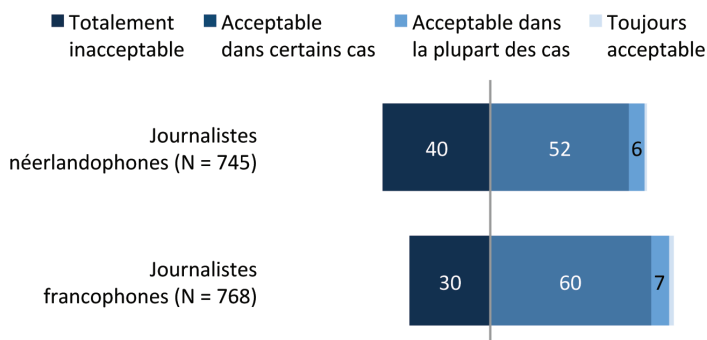
Plus de 80 % des journalistes (82 %) estiment d'ailleurs qu'il est totalement inacceptable d'avoir recours à des logiciels espions ou de pirater des ordinateurs. 20 % des jeunes journalistes de moins de 35 ans pensent que cette action est acceptable dans certains cas, contre 15 % pour les répondants âgés de 35 à 44 ans, 11 % pour les 45-54 ans et seuls 8 % pour les plus de 54 ans.

L'opinion des journalistes est moins sévère en ce qui concerne l'utilisation de micros ou de caméras cachées. Près de 70 % des répondants (68 %) considèrent ce procédé acceptable dans certains cas et 9 % acceptable dans la plupart des cas. 18 % jugent toutefois qu'il est inacceptable de dissimuler son matériel de prise de son ou d'images. Parmi ces derniers, plus d'un tiers (37 %) des journalistes de profession, contre seulement 16 % des journalistes professionnels, se prononcent ainsi. En effet, 71 % des journalistes professionnels estiment que c'est parfois acceptable, contre 47 % des journalistes de profession. Les résultats sont également influencés par l'âge des répondants : 76 % des journalistes de moins de 35 ans et 69 % des 35-44 ans et des 45-54 ans jugent cette méthode acceptable dans certains cas, contre 60 % des plus de 54 ans. Enfin, le statut professionnel induit une légère différence dans les résultats : 71 % des journalistes salariés estiment que c'est parfois acceptable, contre 63 % des indépendants.

Plus de la moitié (56 %) des répondants considèrent qu'il peut être acceptable dans certains cas de dissimuler son identité en cachant le fait d'être journaliste, contre 35 % estimant que c'est totalement inacceptable. 60 % des journalistes francophones estiment que le droit à l'information justifie, dans certains cas, ce procédé, contre 52 % de leurs confrères néerlandophones. Plus de la moitié (57 %) des journalistes professionnels en conviennent,

contre 43 % des journalistes de profession. Ces derniers sont plus nombreux à penser que c'est acceptable dans la plupart des cas (15 %), contre 6 % des journalistes professionnels.

Taire le fait d'être journaliste (en %) (N = 1513)



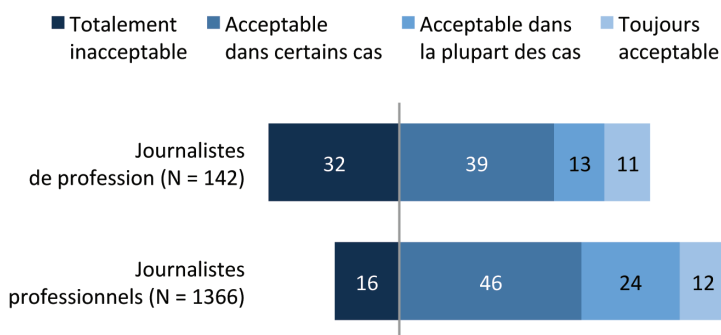
En revanche, se faire passer pour quelqu'un d'autre est considéré comme un subterfuge totalement inacceptable par près de deux tiers (64 %) des journalistes. Le reste (31 %) des répondants semblent penser que cela peut être acceptable lorsque la situation l'exige. Ici encore, les journalistes âgés de 55 ans ou plus se démarquent des plus jeunes : trois quarts d'entre eux estiment que c'est tout à fait inacceptable, contre 59 % des moins de 35 ans, 61 % des 35-44 ans et 63 % des 45-54 ans.

Par ailleurs, près de deux tiers (64 %) des répondants disent qu'il est acceptable, dans certains cas, de s'infiltrer pour obtenir des informations. Près d'un répondant sur cinq (18 %) pense même que c'est un procédé acceptable dans la plupart des cas. Notons que seuls 8 % des journalistes interrogés estiment que c'est totalement inacceptable. Le groupe linguistique joue un rôle dans l'appréciation des répondants : les journalistes néerlandophones sont plus nombreux (23 %) que leurs confrères francophones (14 %) à considérer que s'infiltrer dans le but d'obtenir des informations est presque toujours acceptable. Enfin, la position des journalistes de profession diffère de celle des journalistes professionnels : 15 % jugent cette méthode totalement inacceptable (contre 8 % des journalistes professionnels), mais la moitié d'entre eux estiment que c'est acceptable dans certains cas (50 % contre 66 % des journalistes professionnels) et 17 % dans la plupart des cas (contre 18 % des journalistes professionnels).

Près de la moitié (45 %) des répondants pensent également qu'il peut être acceptable, dans certains cas, de devoir insister fortement pour obtenir des informations. Près d'un quart (23 %) estime même que c'est acceptable dans

la plupart des cas. À l'inverse, 18 % des répondants soutiennent que cette attitude leur semble totalement inacceptable. C'est le cas pour un bon quart (27 %) des journalistes néerlandophones, contre seulement 9 % de leurs confrères francophones. La moitié (49 %) de ces derniers considèrent que c'est acceptable dans certains cas (contre 41 % pour les néerlandophones), un quart que c'est acceptable dans la plupart des cas (contre 21 % des néerlandophones) et 16 % dans tous les cas (contre 8 % des néerlandophones). Par ailleurs, les résultats montrent que 14 % des hommes de notre échantillon déclarent que c'est toujours acceptable, contre seulement 8 % des femmes. Des différences interviennent également entre les journalistes professionnels et les journalistes de profession : 46 % journalistes professionnels pensent que c'est acceptable dans certains cas (contre 39 % des journalistes de profession) et 24 % dans la plupart des cas (contre 13 %).

Insister pour obtenir des informations (en %) (N = 1508)



En outre, il peut arriver que des journalistes aient accès à des documents personnels ou confidentiels sans avoir obtenu le consentement préalable de leurs propriétaires. S'il s'agit de documents personnels tels que des lettres ou encore des photographies, plus de la moitié (57 %) des journalistes estiment qu'il est totalement inacceptable de les utiliser sans autorisation. 39 % considèrent que c'est acceptable dans certains cas. Ici encore, les résultats se rapportant aux journalistes de profession et aux journalistes professionnels varient fortement : 75 % des premiers soutiennent que l'utilisation de ces documents est totalement inacceptable, contre 55 % des seconds. Ces derniers sont en effet plus nombreux (41 %) à penser que c'est acceptable dans certains cas, contre 21 % des journalistes de profession.

Le genre et l'âge des répondants jouent également un rôle. Deux tiers des femmes (66 %) considèrent qu'il est inacceptable d'utiliser ces documents,

contre la moitié des hommes (51 %). Ceux-ci sont plus enclins à penser que cela peut être acceptable dans certains cas (44 % contre 31 % des femmes). Enfin, près de deux tiers (64 %) des journalistes âgés de plus de 54 ans et 59 % des 45-54 ans estiment également que c'est tout à fait inacceptable, contre la moitié des répondants de moins de 35 ans (51 %) et des 35-44 ans (52 %).

L'opinion des journalistes est moins sévère en ce qui concerne l'utilisation de documents confidentiels sans autorisation des propriétaires. Plus de la moitié (55 %) des journalistes estiment que c'est acceptable dans certains cas et 17 % dans la plupart des cas. À l'inverse, un journaliste sur cinq (22 %) juge cela totalement inacceptable. La position des journalistes néerlandophones est davantage contrastée : 24 % estiment que c'est totalement inacceptable (contre 19 % des francophones), 49 % que c'est acceptable dans certains cas (contre 61 % des francophones) et 19 % que c'est presque toujours acceptable (contre 15 % des francophones). Remarquons également que deux hommes sur dix (20 %) considèrent que c'est acceptable dans la plupart des cas, contre seulement une femme sur dix (11 %). Les femmes sont plus nombreuses à penser que l'utilisation de ces documents reste inacceptable (29 % contre 18 % des hommes).

Près de la totalité (95 %) des répondants estiment totalement inacceptable d'être payé par une source. L'opinion des journalistes de profession est légèrement moins unanime que celle des journalistes professionnels : en effet, si 86 % d'entre eux jugent ce type de rétribution totalement inacceptable (contre 96 % des journalistes professionnels), 11 % soutiennent qu'elle est acceptable dans certains cas (contre seulement 2 % des journalistes professionnels).

Par ailleurs, plus de deux tiers (71 %) des journalistes considèrent qu'il est tout aussi inacceptable d'accepter des cadeaux de la part d'une source. Un répondant sur cinq (22 %) estime que c'est acceptable dans certains cas. 30 % des journalistes de profession sont concernés, contre 21 % des journalistes professionnels. Les résultats divergent aussi en fonction du groupe linguistique : près de 80 % des journalistes francophones (78 %) considèrent ce type d'échange inacceptable, contre 64 % de leurs confrères néerlandophones. Ils sont moins de 20 % à penser que cela peut être acceptable dans certains cas (19 %), contre 25 % des néerlandophones et seul 1 % à juger cela acceptable dans la plupart des cas, contre 8 % des néerlandophones.

Enfin, rémunérer une source en échange d'information est globalement jugé inacceptable pour la majorité des journalistes, mais dans une moindre mesure.

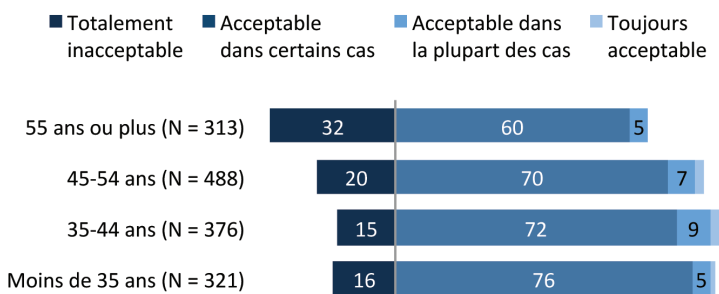
Si 59 % considèrent cette pratique totalement inacceptable, ils sont tout de même plus d'un tiers (35 %) à estimer que cela peut se justifier dans certains cas. L'opinion des journalistes néerlandophones est davantage divisée que celle de leurs confrères francophones : pour près de la moitié (46 %) d'entre eux, cette forme de rémunération est totalement inacceptable, contre 71 % des francophones ; l'autre moitié (44 %) estime que cela peut être acceptable dans certains cas, contre 26 % des francophones.

Respect de la vie privée et protection de l'anonymat

Dans leur travail, les journalistes disposent parfois d'informations dont la divulgation peut constituer une violation de la vie privée ou du respect de l'anonymat.

Plus des deux tiers (70 %) des journalistes estiment qu'il peut être acceptable, dans certains cas, de divulguer des faits relevant de la vie privée des hommes et femmes politiques. Seuls 7 % estiment que c'est acceptable dans la plupart des cas. 20 % considèrent que c'est totalement inacceptable. 39 % des journalistes de profession sont concernés, contre 18 % des journalistes professionnels. Un tiers (32 %) des journalistes de plus de 54 ans en conviennent, contre 16 % des moins de 35 ans, 15 % des 35-44 ans et enfin, 20 % des 45-54 ans. Par ailleurs, les résultats diffèrent légèrement en fonction du groupe linguistique : 67 % des journalistes néerlandophones estiment que violer la vie privée d'hommes ou de femmes politiques peut se justifier dans certains cas, contre 72 % de leurs confrères francophones. Ils sont 9 % à penser que cela peut même être acceptable dans la plupart des cas, contre 5 % des francophones. Le statut professionnel entre également en compte : 19 % des journalistes salariés estiment que c'est inacceptable contre 24 % des indépendants, 72 % que c'est acceptable dans certains cas contre 63 % des indépendants et 6 % que c'est acceptable dans la plupart des cas contre 10 % des indépendants.

Divulguer des informations sur la vie privée des hommes ou femmes politiques en fonction de l'âge (en %) (N = 1498)



Par ailleurs, 69 % des journalistes estiment qu'il peut être également acceptable, dans certains cas, de révéler des informations sur la vie privée d'autres autorités publiques. Le reste (21 %) des répondants disent, au contraire, que cela leur semble tout à fait inacceptable. Ici encore, la tendance est plus marquée pour les journalistes âgés de 55 ans ou plus : un tiers (33 %) d'entre eux pensent que c'est totalement inacceptable, contre 17 % des moins de 35 ans, 16 % des 35-44 ans et 20 % des 45-54 ans. Le même constat vaut pour les journalistes de profession puisqu'ils sont 41 % à considérer que c'est inacceptable, contre 19 % des journalistes professionnels. Ces derniers sont largement plus nombreux (71 %) à penser que cela peut être acceptable dans certains cas, contre 44 % des journalistes de profession. Enfin, une légère différence sépare les répondants en fonction du statut professionnel : 20 % des salariés estiment que c'est inacceptable, contre 24 % des indépendants, 70 % que c'est acceptable dans certains cas, contre 62 % des indépendants et seuls 5 % que c'est acceptable dans la plupart des cas, contre 9 % des indépendants.

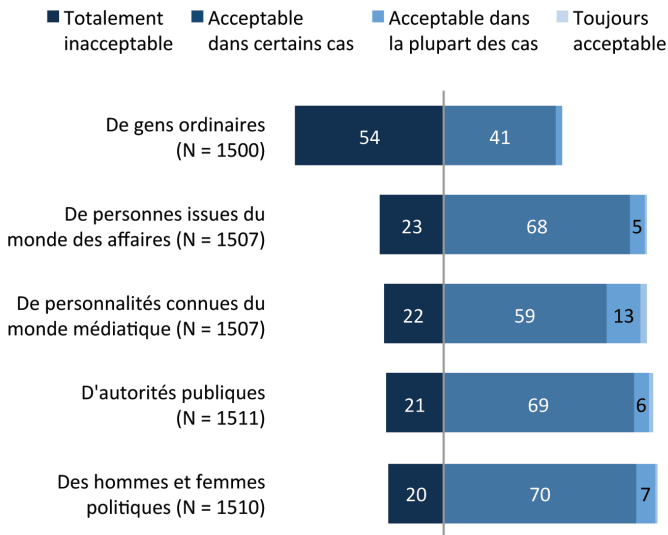
Plus de deux tiers (68 %) des journalistes considèrent qu'il est également acceptable, dans certains cas, de divulguer des informations concernant la vie privée de personnes évoluant dans le monde des affaires. Notons tout de même qu'un répondant sur cinq (22 %) estime cela totalement inacceptable. Cette opinion est plus marquée chez les journalistes de profession (42 % contre 22 % des journalistes professionnels). De même, 70 % des journalistes professionnels jugent cela acceptable dans certains cas, contre 45 % des journalistes de profession. Encore une fois, les résultats diffèrent en fonction de l'âge : un tiers (33 %) des journalistes de plus de 54 ans estiment tout à fait inacceptable la divulgation de ce type d'informations, contre 21 % des moins de 35 ans, 17 % des 35-44 ans et 24 % des 45-54 ans.

Les répondants sont également nombreux à considérer qu'il peut être parfois acceptable de publier des informations sur la vie privée de personnes connues du monde médiatique (59 %). Un journaliste sur dix (13 %) estime d'ailleurs que c'est acceptable dans la plupart des cas. À l'inverse, plus de 20 % pensent que c'est totalement inacceptable (22 %). Sur ce point également, la position des journalistes de profession est plus tranchée puisqu'ils sont 37 % à estimer que c'est totalement inacceptable, contre 21 % des journalistes professionnels. Le même constat vaut à nouveau pour les journalistes âgés de 55 ans ou plus car près d'un tiers (30 %) d'entre eux considèrent que c'est inacceptable, contre 20 % parmi les moins de 35 ans, 18 % parmi les 35-44 ans et 23 % parmi les 45-54 ans. Par ailleurs, les résultats entre les

groupes linguistiques diffèrent : 56 % des journalistes néerlandophones considèrent que c'est acceptable dans certains cas, contre 65 % de leurs confrères francophones et 19 % que c'est acceptable dans la plupart des cas, contre à peine 7 % des francophones.

En revanche, plus de la moitié (54 %) des journalistes considèrent qu'il est totalement inacceptable de révéler des informations sur la vie privée de personnes ordinaires. Le reste (41 %) des répondants pensent que cela peut être acceptable dans certains cas. Deux tiers (67 %) des journalistes de plus de 54 ans considèrent que c'est totalement inacceptable, contre la moitié parmi les répondants plus jeunes (47 % pour les moins de 35 ans et pour les 35-44 ans et 55 % pour les 45-54 ans). Les francophones (57 %) sont un peu plus nombreux que leurs confrères néerlandophones (51 %) à déclarer que c'est inacceptable.

Divulguer des faits sur la vie privée (en %)



L'attitude des journalistes face au respect de l'anonymat est plurielle. 71 % des journalistes considèrent qu'il est totalement inacceptable de révéler l'identité de mineurs d'âge, 24 % estiment que c'est acceptable dans certains cas. Les journalistes professionnels sont légèrement plus nombreux à penser que divulguer l'identité de mineurs est tout à fait inacceptable (72 % contre 66 % des journalistes de profession). Les deux groupes linguistiques présentent des résultats globalement similaires.

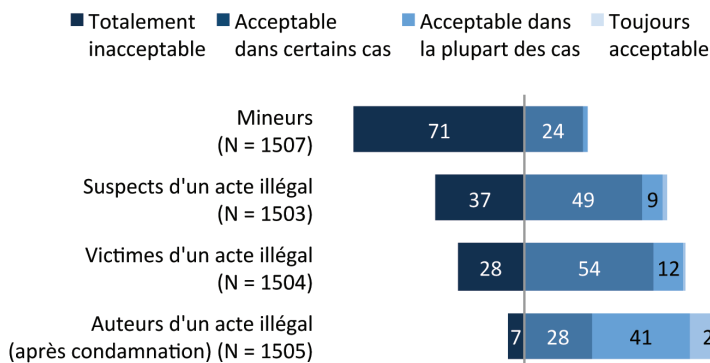
Dans le cas d'une affaire judiciaire, plus de la moitié (54 %) des répondants considèrent qu'il peut être acceptable, dans certains cas, de révéler l'identité

des victimes. 12 % soutiennent d'ailleurs que cela leur semble acceptable dans la plupart des cas. À l'inverse, plus d'un quart (28 %) des journalistes pensent que c'est totalement inacceptable. 38 % des journalistes de profession en conviennent, contre 28 % des journalistes professionnels. Ils sont également 39 % à juger que cela peut être acceptable dans certains cas, contre 55 % des journalistes professionnels. Les chiffres diffèrent également en fonction du genre des répondants : davantage de femmes (35 %) considèrent qu'il est inacceptable de divulguer l'identité de victimes, contre un quart des hommes.

Lorsqu'il s'agit de parler d'une personne suspectée d'avoir commis un acte illégal, la moitié (49 %) des journalistes considèrent qu'il peut être acceptable, dans certains cas, de ne pas respecter leur anonymat. Seuls 9 % disent que cela leur semble acceptable dans la plupart des cas. Toutefois, les journalistes sont tout de même plus d'un tiers (37 %) à estimer que c'est inacceptable. La position des journalistes de profession se distingue : ils sont 44 % à dire que c'est inacceptable (contre 36 % des journalistes professionnels), 36 % que c'est parfois acceptable (contre 50 % des journalistes professionnels), mais 11 % soutiennent que c'est acceptable dans la plupart des cas (contre 9 % des journalistes professionnels). Enfin, les femmes sont à nouveau plus nombreuses (43 %) que les hommes (34 %) à considérer que c'est inacceptable. La moitié (51 %) des hommes pensent que cela peut être acceptable dans certains cas, contre 45 % des femmes et 11 % que c'est acceptable dans la plupart des cas, contre 7 % des femmes.

Les opinions sont nettement moins fermes concernant l'identité des personnes condamnées pour un acte illégal. Plus de 40 % des journalistes estiment que c'est acceptable dans la plupart des cas (41 %) et 28 % dans certains cas. Notons que 20 % des répondants considèrent même que c'est toujours acceptable. À l'inverse, seuls 7 % jugent que c'est totalement inacceptable. La moitié (47 %) des journalistes néerlandophones déclarent que c'est acceptable dans la plupart des cas, contre 34 % des francophones, 23 % dans certains cas, contre 32 % des francophones. Mais un journaliste francophone sur cinq (22 %) considère que c'est toujours acceptable, contre 18 % des néerlandophones. Les journalistes professionnels sont plus nombreux que les journalistes de profession à penser que c'est totalement acceptable (21 % contre 16 % des journalistes de profession) et que c'est acceptable dans la plupart des cas (42 % contre 32 % des journalistes de profession).

Divulguer l'identité de personnes impliquées dans un fait d'actualité (en %)



Les organes d'autorégulation des médias

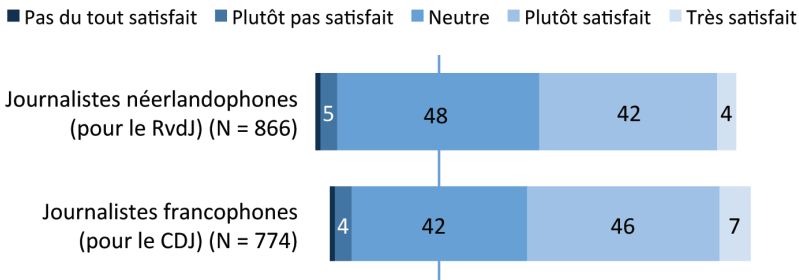
Deux organes d'autorégulation des médias coexistent en Belgique, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ), pour les médias francophones, et le Raad voor de Journalistiek (RvdJ), pour les médias néerlandophones.

Près de deux tiers (65 %) des répondants francophones estiment qu'il est très important et plus d'un quart (27 %) qu'il est plutôt important qu'une instance telle que le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) existe. L'avis des répondants néerlandophones est également positif, mais dans une mesure largement plus faible : un quart (24 %) d'entre eux considèrent l'existence du Raad voor de Journalistiek (RvdJ) très importante et plus de la moitié (54 %) plutôt importante. Les femmes sont plus nombreuses que leurs confrères masculins à penser que l'existence de leur conseil d'autorégulation est très importante : 71 % pour les femmes contre 61 % pour les hommes, du côté francophone et 29 % pour les femmes contre 21 % pour les hommes, du côté néerlandophone.

Dans chacun des groupes linguistiques, 42 % des répondants déclarent être plutôt satisfaits du fonctionnement et de l'organisation de leur organe d'autorégulation des médias, tandis qu'un peu moins de la moitié (44 % pour les francophones et 45 % pour les néerlandophones) se disent neutres indiquant de la sorte qu'ils ne sont ni insatisfaits, ni satisfaits. Parmi les répondants néerlandophones, deux journalistes de profession sur trois (69 %) ont opté pour la réponse « neutre », contre 41 % des journalistes professionnels. Les journalistes professionnels flamands sont, en effet, plus nombreux à se dire plutôt satisfaits (45 %) du fonctionnement du RvdJ (contre 25 % des journalistes de profession néerlandophones).

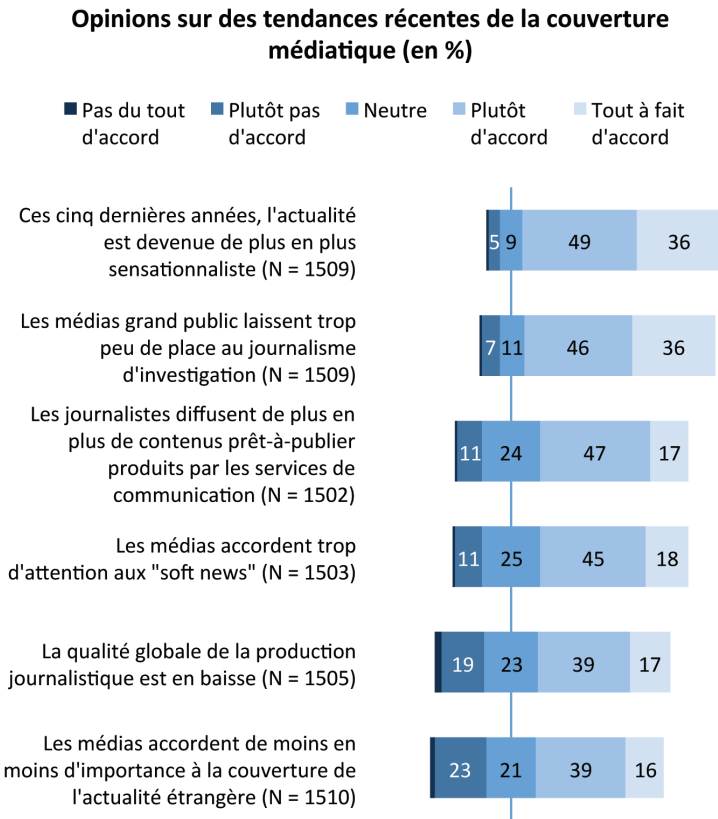
Concernant l'activité du CDJ, près de la moitié (46 %) des répondants francophones sont plutôt satisfaits et 42 % déclarent avoir une opinion neutre. Du côté de l'activité du RvdJ, 42 % des répondants néerlandophones se disent plutôt satisfaits et 48 % neutres. Sur ce point également, les journalistes de profession néerlandophones ont largement opté pour la réponse « neutre » (70 %), contre 45 % des journalistes professionnels du même groupe linguistique. Seuls 24 % d'entre eux se disent plutôt satisfaits ; cette proportion monte à 45 % pour les journalistes professionnels. La même tendance se retrouve parmi les journalistes de profession francophones mais dans une moindre mesure : la moitié d'entre eux partage l'opinion « neutre », contre 41 % des journalistes professionnels francophones. 32 % se disent plutôt satisfaits, contre 47 % des journalistes professionnels francophones.

Satisfaction par rapport à l'activité (les avis et recommandations) du CDJ et du RvdJ (en %)



3.2 Opinions concernant les tendances récentes du journalisme

Évolution de la couverture médiatique

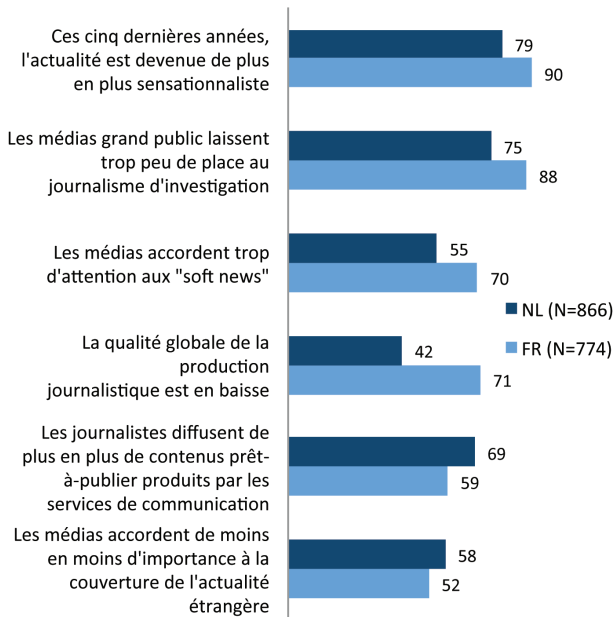


Le graphique ci-dessus donne un aperçu des opinions des journalistes par rapport à des affirmations concernant la couverture médiatique. Il apparaît que la majorité des répondants sont (tout à fait) d'accord avec les six affirmations suivantes : l'actualité est devenue de plus en plus sensationnaliste au cours des cinq dernières années (85 %), les médias grand public laissent trop peu de place au journalisme d'investigation (82 %), les journalistes diffusent de plus en plus de contenus prêt-à-publier produits par les services de communication (64 %), les médias accordent trop d'attention aux « soft news » (63 %), la qualité globale de la production journalistique est en baisse (56 %) et les médias accordent de moins en moins d'importance à l'actualité étrangère (53 %).

Plusieurs différences significatives apparaissent entre les opinions des journalistes néerlandophones et francophones sur certaines tendances récentes de la couverture médiatique. Les francophones sont plus nombreux que les néerlandophones à être (tout à fait) en accord avec les quatre affirmations suivantes : la qualité des informations journalistiques est en baisse (71 % de francophones contre 42 % de néerlandophones), les médias accordent trop d'attention aux « soft news » (70 % de francophones contre 55 % de néerlandophones), les médias grand public laissent trop peu de place au journalisme d'investigation (88 % des francophones contre 75 % des néerlandophones), l'actualité est devenue de plus en plus sensationnaliste au cours des cinq dernières années (90 % des francophones contre 79 % des néerlandophones).

La tendance s'inverse pour deux autres affirmations. Les néerlandophones sont plus nombreux à être (tout à fait) en accord avec le fait que les journalistes diffusent de plus en plus de contenus prêt-à-publier produits par les services de communication (69 % de néerlandophones contre 59 % des francophones) et le fait que les médias accordent de moins en moins d'importance à l'actualité étrangère (58 % des néerlandophones contre 52 % des francophones).

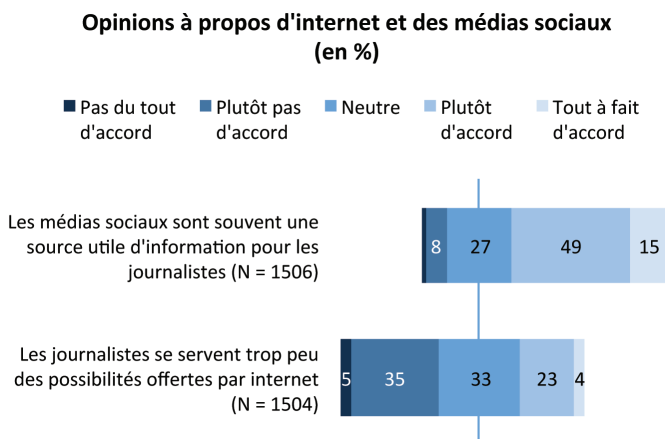
Proportions de répondants plutôt d'accord ou tout à fait d'accord avec les affirmations suivantes, par groupe linguistique (en %) (N = 1639)



L'âge semble également jouer un rôle dans la manière dont les répondants perçoivent l'évolution du journalisme. Les journalistes âgés de plus de 54 ans sont plus nombreux à être (tout à fait) d'accord avec les quatre affirmations suivantes : l'actualité est devenue de plus en plus sensationnaliste au cours des cinq dernières années (91 % d'entre eux, contre 82 % des moins de 35 ans et des 35-44 ans et 87 % des 45-54 ans) ; les médias accordent de moins en moins d'importance à l'actualité étrangère (62 % contre 50 % des moins de 35 ans) ; la qualité globale de la production journalistique est en baisse (66 % contre 49 % des moins de 35 ans) ; les médias accordent trop d'importance aux « soft news » (70 % contre 58 % des moins de 35 ans).

Par ailleurs, les journalistes indépendants sont plus nombreux, que les salariés, à être (tout à fait) d'accord avec ces trois affirmations : la qualité globale de la production journalistique est en baisse (65 % des indépendants contre 53 % des salariés), les journalistes diffusent de plus en plus de contenus prêts-à-publier produits par les services de communication (71 % contre 62 %) et enfin, les médias grand public laissent trop peu de place au journalisme d'investigation (85 % contre 80 %). Pour terminer, les journalistes de profession sont davantage à être (tout à fait) d'accord avec le constat que les journalistes diffusent de plus en plus de contenus prêts-à-publier provenant des services de communication (75 % contre 62 % des journalistes professionnels).

Usage professionnel d'internet et des médias sociaux

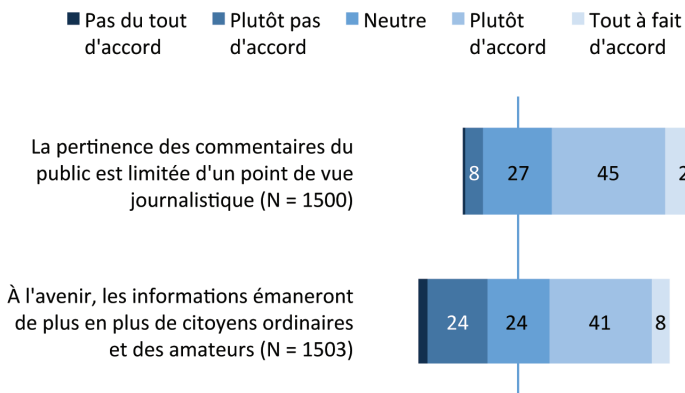


Plusieurs résultats intéressants émergent des questionnements sur l'utilisation d'internet et des médias sociaux par les journalistes. Près de deux tiers des répondants (64 %) sont (tout à fait) d'accord avec l'affirmation selon

laquelle les médias sociaux sont souvent une source utile d'information pour les journalistes. 65 % des journalistes professionnels en conviennent, contre 52 % des journalistes de profession. Les journalistes de moins de 35 ans sont 78 % à être d'accord avec cette affirmation, contre moins de la moitié des répondants de plus de 54 ans (47 %). De même, les femmes sont plus nombreuses (69 %) que les hommes (61 %) à approuver cette proposition. Enfin, plus d'un quart des répondants (27 %) sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle les journalistes se servent trop peu des possibilités offertes par internet.

Participation des citoyens à la production journalistique et réactions du public

Opinions à propos des réactions du public et de la participation des citoyens (en %)



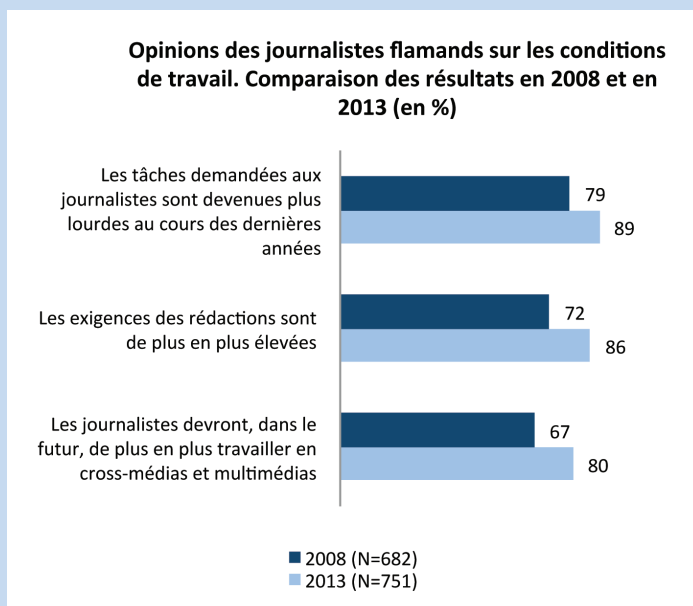
La plupart des répondants (65 %) sont (tout à fait) d'accord avec l'affirmation selon laquelle la pertinence des commentaires du public est limitée d'un point de vue journalistique. Les journalistes francophones (65 %) sont un peu plus nombreux à être d'accord avec cette affirmation que leurs collègues néerlandophones (61 %).

Malgré tout, la moitié (49 %) des répondants sont (tout à fait) d'accord avec l'affirmation selon laquelle, à l'avenir, les informations émaneront de plus en plus des citoyens ordinaires et des amateurs. Cette intervention dans la production de l'information est appréhendée de manière plurielle : les journalistes francophones (57 %) sont plus nombreux, que leurs confrères néerlandophones (40 %), à être d'accord avec cette proposition. Il en va de même pour

les journalistes de profession (60 % contre 47 % des journalistes professionnels), pour les indépendants (55 % contre 46 % des salariés) et les femmes (55 % contre 45 % des hommes).

Opinions des journalistes néerlandophones sur l'évolution de leurs conditions de travail

Le volet flamand de l'enquête a également soumis aux répondants un certain nombre d'affirmations concernant l'évolution de leurs conditions de travail. Une comparaison entre les données de 2008 et de 2013, comme le montre le graphique ci-dessous, révèle que les conditions de travail sont aujourd'hui perçues de façon plus critique. Presque neuf répondants néerlandophones sur dix (89 %) sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle les tâches demandées aux journalistes sont devenues plus lourdes au cours des dernières années. Cette proportion est de dix points de pourcent plus élevée qu'en 2008. Par ailleurs, la majorité (86 %) des journalistes néerlandophones sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle les exigences des rédactions sont de plus en plus grandes (14 points de pourcent de plus qu'en 2008). Enfin, huit répondants néerlandophones sur dix sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle les journalistes devront, dans le futur, de plus en plus travailler en cross-médias et multimédias (13 points de pourcent de plus qu'en 2008).



3.3 Perception des rôles professionnels

Cette section détaille les opinions des journalistes sur leurs rôles professionnels dans une société démocratique. Les répondants devaient indiquer l'importance qu'ils accordent à une série d'objectifs auxquels ils peuvent aspirer, ainsi que sélectionner les trois objectifs qu'ils considèrent comme les plus importants.

Tous les journalistes interrogés s'accordent pour dire qu'il est (très) important de fournir des informations fiables. Un peu plus de trois quarts des répondants (77 %) considèrent même qu'il s'agit du rôle le plus important. Plus de neuf répondants sur dix affirment, par ailleurs, qu'il est (très) important de présenter l'information de manière compréhensible (98 %), d'apporter des informations objectives (94 %), et d'analyser et interpréter des problèmes complexes (91 %).

D'autres données précisent la façon dont les répondants conçoivent leur rôle vis-à-vis du public. Sept répondants sur dix (69 %) trouvent (très) important que les journalistes touchent un public le plus large possible. La moitié (51 %) des répondants trouvent important d'entretenir le contact avec le public et 44 % estiment important de prendre en compte les commentaires du public sur leur travail.

En outre, une plus faible proportion des répondants estiment important d'exercer une « influence » sur le public : ainsi, un peu plus d'un tiers (35 %) trouvent important d'inciter les citoyens à l'action et à la participation, et un quart (26 %), d'influencer l'opinion publique. Un tiers des répondants indiquent également qu'il est important que les journalistes fournissent une tribune aux gens pour exprimer leur point de vue, et un peu moins d'un quart (23 %) que les journalistes soient le porte-voix de certains groupes.

L'enquête montre également que deux tiers des journalistes interrogés (66 %) accordent de l'importance au rôle de chien de garde de la démocratie. Pour deux répondants sur cinq (41 %), il est important que les journalistes trouvent des solutions aux problèmes sociaux, et pour 24 %, qu'ils influencent l'agenda politique.

Enfin, 59 % des journalistes interrogés estiment qu'il est important de signaler des nouvelles tendances et idées. Un tiers pense qu'il est, également, important que les journalistes remplissent un rôle de divertissement. En revanche, sept répondants sur dix (71 %) considèrent que créer un environnement favorable aux annonceurs n'est pas un rôle important pour les journalistes. Seuls 8 % indiquent que c'est important.

	Objectif (très important)	Objectif le plus important	Objectif parmi les 3 plus importants
Fournir des informations fiables.	100 %	77 %	94 %
Présenter les informations de manière compréhensible.	98 %	5 %	55 %
Fournir des informations objectives.	94 %	8 %	54 %
Analyser et interpréter des problèmes complexes.	91 %	4 %	36 %
Toucher un public le plus large possible.	69 %	1 %	9 %
Être les chiens de garde de la démocratie.	66 %	3 %	15 %
Diffuser les informations le plus rapidement possible.	65 %	0 %	9 %
Signaler de nouvelles tendances et idées.	59 %	1 %	6 %
Entretenir le contact avec le public.	51 %	0 %	3 %
Prendre en compte les commentaires du public sur votre travail.	44 %	0 %	1 %
Trouver des solutions aux problèmes de société.	41 %	0 %	3 %
Inciter les gens à l'action et à la participation.	35 %	0 %	3 %
Fournir une tribune aux gens pour qu'ils expriment leurs points de vue.	33 %	0 %	1 %
Divertir.	33 %	0 %	6 %
Influencer l'opinion publique.	26 %	0 %	1 %
Influencer l'agenda politique	24 %	0 %	1 %
Être le porte-voix de certains groupes.	23 %	0 %	1 %
Créer un environnement favorable aux annonceurs.	8 %	0 %	1 %

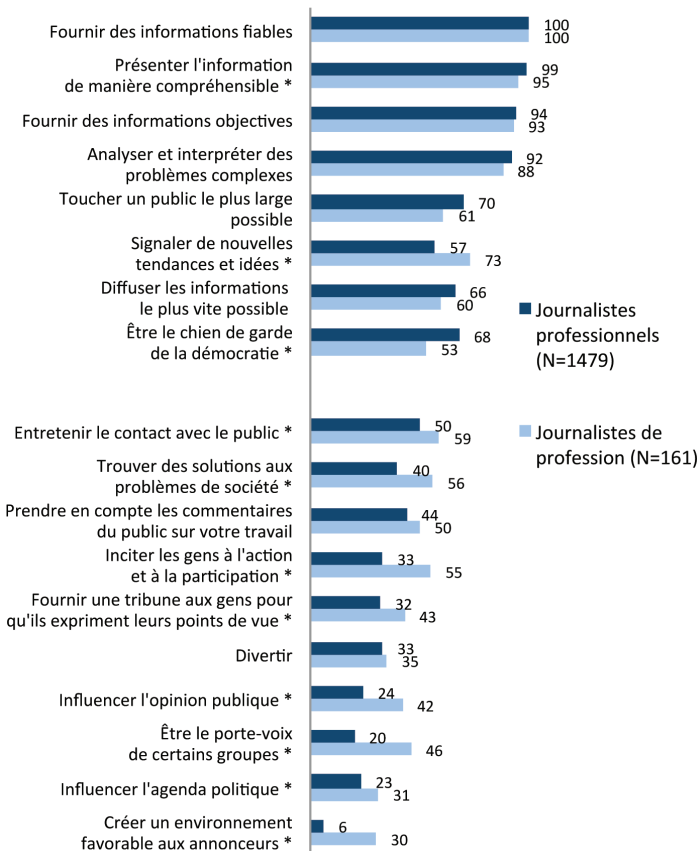
Les journalistes francophones et néerlandophones s'accordent sur l'importance d'apporter une information fiable et de toucher un public le plus large possible. De même, ils estiment important de fournir une tribune aux citoyens pour exprimer leur point de vue, de prendre en compte les commentaires du public sur leur travail et de signaler de nouvelles tendances et idées. En revanche, ils adoptent une position différente concernant une série d'autres rôles professionnels : les journalistes néerlandophones accordent davantage d'importance, que leurs collègues francophones, à l'idée d'apporter des solutions à des problèmes sociaux (49 % contre 33 %), à celle d'influencer l'agenda politique (31 % contre 17 %) ou l'opinion publique (29 % contre 22 %) et à celle d'être un porte-voix pour certains groupes (29 % contre 16 %). Ils sont également plus nombreux à estimer qu'il est important de divertir le public (40 % contre 27 % des francophones) et de créer une situation favorable aux annonceurs (11 % contre 5 % des francophones). À l'inverse, les répondants francophones considèrent plus important le fait d'inciter les gens à l'action et à la participation (40 % contre 29 % des néerlandophones).

Rôles professionnels (très) importants par groupe linguistique (en %) (* = différences significatives)



Des différences sont par ailleurs significatives entre les perceptions des journalistes professionnels et celles des journalistes de profession. Les journalistes de profession ont tendance à accorder plus d'importance à la résolution de problèmes sociaux (56 % contre 40 %), à l'influence sur l'opinion publique (42 % contre 24 %), à l'influence sur l'agenda politique (31 % contre 23 %), au rôle de porte-voix pour certains groupes (46 % contre 20 %), et au signalement de nouvelles tendances et idées (73 % contre 57 %). Les journalistes de profession accordent aussi plus d'importance à l'idée de créer un environnement favorable aux annonceurs (30 % contre 6 %), d'inciter les gens à l'action et à la participation (55 % contre 33 %) et de fournir une tribune aux gens pour qu'ils expriment leur point de vue (43 % contre 32 %). À l'inverse, les journalistes professionnels accordent plus d'importance au rôle de chien de garde de la démocratie (68 % contre 53 %) et au fait de présenter l'information de manière compréhensible (99 % contre 95 %).

Rôles professionnels (très) importants en fonction du type de journaliste (en %) (* = différences significatives)



L'âge joue également un rôle dans la perception des rôles professionnels. Les répondants de moins de 35 ans accordent plus d'importance que les répondants de plus de 54 ans à la fonction de chien de garde de la démocratie (71 % contre 56 %). Les répondants les plus âgés tendent, en revanche, à accorder plus d'importance au fait de toucher un public le plus large possible (77 % contre 66 %), de fournir une tribune aux gens pour qu'ils expriment leur point de vue (41 % contre 29 %), d'entretenir le contact avec le public (57 % contre 48 %) et d'influencer l'opinion publique (33 % contre 21 %).

Enfin, la perception des rôles professionnels varie en fonction du statut des répondants : les journalistes salariés accordent plus d'importance à la diffusion la plus rapide possible de l'information (68 % contre 56 % des indépendants) et au fait de toucher le public le plus large possible (71 % contre 61 %). Les indépendants, quant à eux, accordent plus d'importance à l'incitation à l'action et à la participation (41 % contre 32 %), ainsi qu'à la possibilité de fournir une tribune aux gens pour exprimer leur point de vue (37 % contre 31 %). Enfin, les indépendants sont légèrement plus nombreux, que les salariés, à considérer qu'il est important de créer un environnement favorable aux annonceurs (10 % contre 7 %).

Remerciements

Cette vaste étude est le résultat d'un effort coordonné. Nous voudrions donc remercier chaleureusement un certain nombre de personnes et d'institutions.

Premièrement, nous voudrions remercier les associations professionnelles de journalistes en Belgique. Sans leur soutien, un projet de cette ampleur n'aurait pu être mené à bien. Nous tenons à remercier en particulier Pol Deltour (VVJ), Lisbeth Moons (VVJ) et Martine Simonis (AJP) pour la distribution du questionnaire dans le magazine envoyé à leurs membres (*Le Journaliste / De Journalist*) et pour nous avoir permis de nous appuyer sur les bases de données des journalistes professionnels de Belgique. Merci également aux associations de journalistes de la presse périodique (AJPP/VJPP), et tout particulièrement à Claude Muyls (AJPP), Louis Weenen (VJPP) and Marina Vrancx (AJPP/VJPP) pour nous avoir permis de nous appuyer sur la base de donnée des journalistes de profession. Grâce à leur collaboration, il a été possible, pour la première fois, d'ébaucher le profil des journalistes de la presse périodique.

Nous tenons également à remercier nos experts étrangers, Liesbeth Hermans (Radboud Universiteit Nijmegen) et Christine Leteinturier (Université Panthéon-Assas, Paris) ainsi qu'au modérateur, Ides Debruyne (Fonds Pascal Decroos), pour leurs contribution aux débats qui ont marqué la journée d'étude.

Nous voudrions également remercier, pour son soutien financier, le "Steunpunt Media" fondé par Ingrid Lieten, ministre flamande pour les médias. Nous voudrions également mentionner Julie De Smedt, coordinatrice des activités du "Steunpunt Media", pour son aide dans l'organisation de la journée d'étude. Nous remercions également le Fonds des bourses de l'Université libre de Bruxelles et la Faculté de Philosophie et lettres pour leur soutien financier. Par ailleurs, nous voudrions remercier l'ensemble des personnes qui ont bien voulu prendre part à l'enquête.

Enfin, nous remercions les professeurs Karin Raeymaeckers et François Heinderyckx pour la direction de ce projet. Ils ont été assistés par une équipe de chercheurs de l'Université de Gand et de l'Université libre de Bruxelles : Sara De Vuyst, Manon Libert, Juliette De Maeyer, Rebeca De Dobbelaer, Florence Le Cam, Annelore Deprez et Jeroen De Keyser. Ces chercheurs se sont chargés de la préparation de l'enquête, de la collecte et du traitement des données, de la rédaction du rapport et de l'organisation de la journée d'étude.