



Organisation  
des Nations Unies  
pour l'éducation,  
la science et la culture



Union européenne



RÉSEAUX DE LA JEUNESSE MÉDITERRANÉENNE

# LES JEUNES DANS LES MÉDIAS MAROCAINS



Avec la participation de :



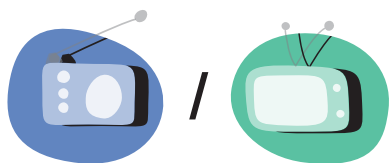
En collaboration avec :



Le projet NET-MED Youth est financé par l'Union européenne.

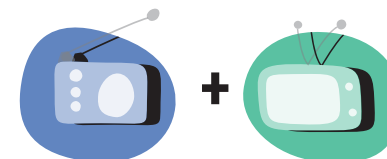
# LES JEUNES : UN SUJET ET UN POINT DE VUE INEXPLOITÉS ...

**4634 nouvelles**  
(Unités d'information et/ou d'actualités)  
ont été observées sur  
**2 télévisions et 2 radios**



**60%**  
DE CONTENUS  
RADIO

**40%**  
DE CONTENUS  
TV



**2,3%**  
des nouvelles sont centrées\* sur les jeunes

**3,2%**  
des nouvelles sont des informations relayées  
qui abordent ou évoquent des questions  
concernant les jeunes

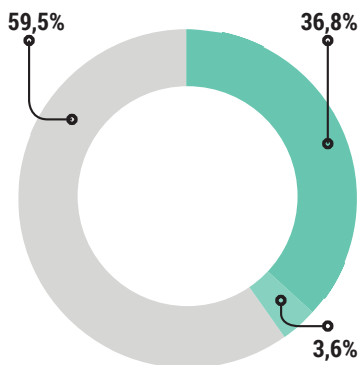
• L'espace accordé aux jeunes âgés entre 19 et 24 ans, et entre 25 et 35 ans à la télévision et à la radio apparaît extrêmement réduit.

\* Une centralité jeune est évoquée lorsque l'actualité, l'information ou le programme se focalise sur les jeunes ou sur des sujets concernant les jeunes. Traitement d'une question ou perspective jeune. Lorsque l'information n'est pas centrée sur les jeunes, demeure la possibilité qu'une question ou un commentaire aborde ou effleure un sujet lié à cette catégorie d'âge. Exemple : le sujet central de l'émission porte sur les élections, un des protagonistes (pas jeune) évoque la participation des jeunes aux élections.

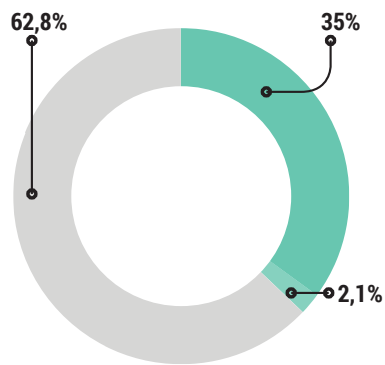
# ... MALGRÉ UNE VISIBILITÉ SATISFAISANTE EN APPARENCE.



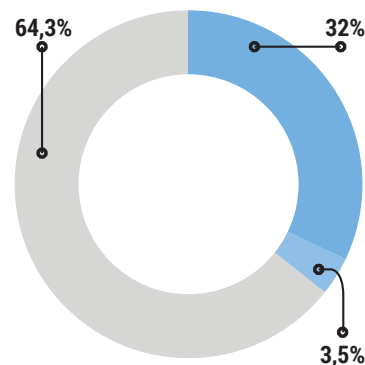
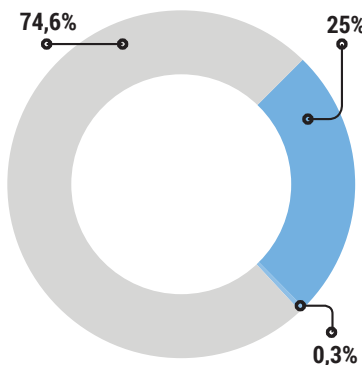
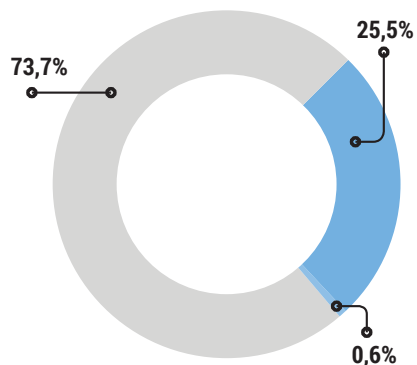
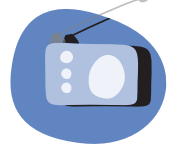
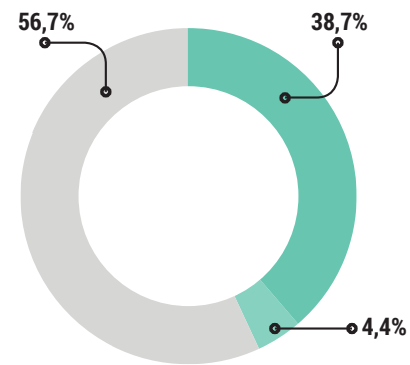
TOTAL DES PERSONNES OBSERVÉES



PERSONNES DONT ON PARLE



PERSONNES INTERVIEWÉES OU PARTICIPANT À UN DÉBAT



- Jeune âgé de 25 à 35 ans
- Jeune âgé de 19 à 25 ans
- Autres tranches d'âges



LES JEUNES FEMMES REPRÉSENTENT

**1/3**

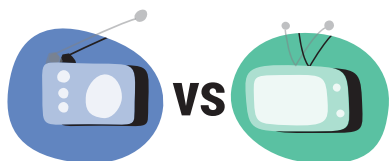
des jeunes observés à la TV

**1/4**

des jeunes observés à la radio

• À la télévision comme à la radio les jeunes sont visibles et écoutés à partir de 25 ans.

# LES JEUNES PRODUISENT ET PRÉSENTENT L'INFORMATION...

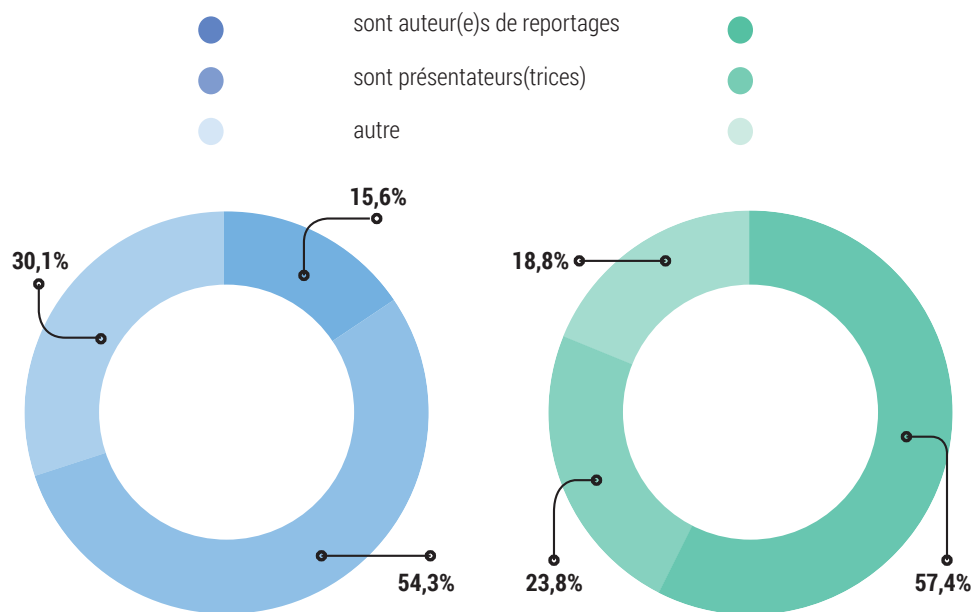


LES 25-35 ANS PARMIL  
LES PROFESSIONNELS DES MÉDIAS

**93%**

**85%**

• Les jeunes sont producteurs de contenus mais cela n'influence pas pour autant la programmation et la production d'émissions centrées sur les préoccupations des jeunes.

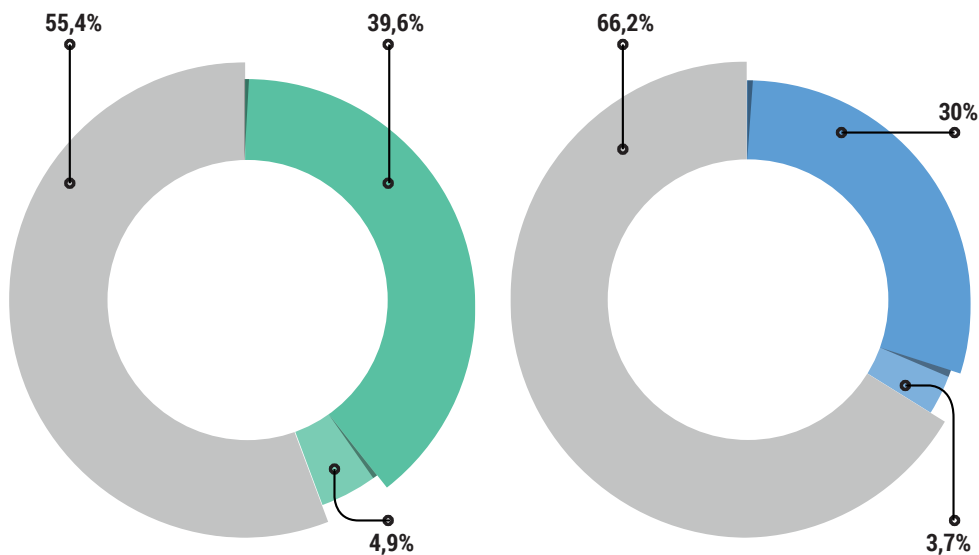


## ... MAIS SONT-ILS SOLLICITÉS COMME SOURCE D'INFORMATION ?



JEUNES INTERVIEWÉS, PARTICIPANT À UN DÉBAT OU REPRIS EN DIRECT  
PARMI LA TOTALITÉ DES PERSONNES INTERROGÉES

- ● Jeunes âgés de 25 à 35 ans
- ● Jeunes âgés de 19 à 25 ans
- ● Autres tranches d'âges



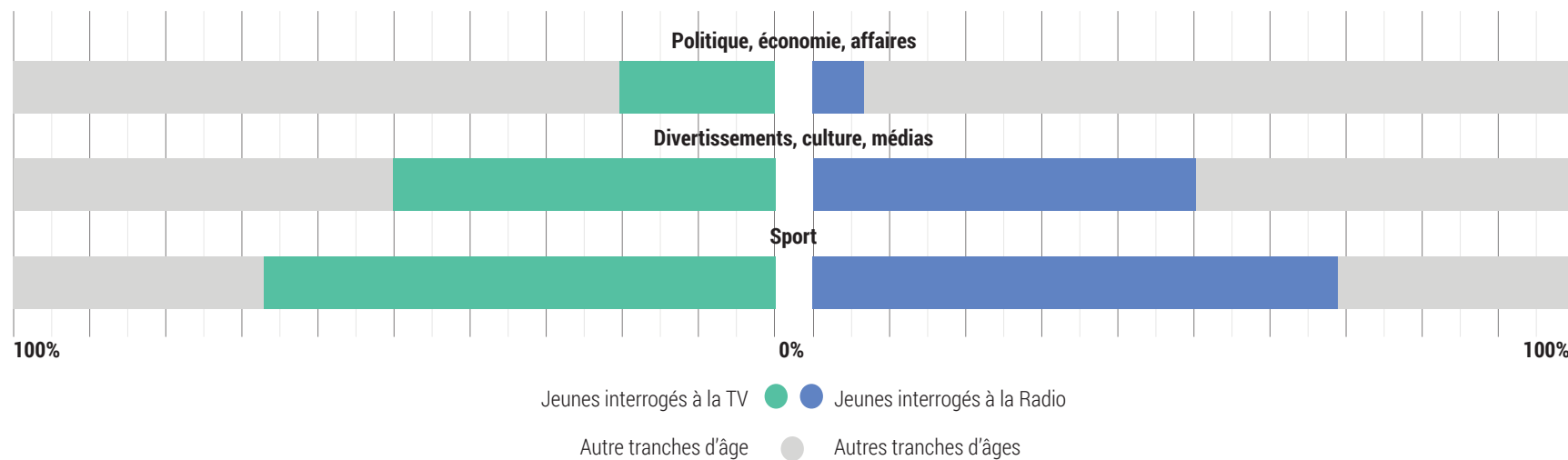
- Les jeunes âgés entre 19 et 24 ans sont rarement sollicités comme source pour commenter, confirmer ou interpréter une information.
- Pourquoi les jeunes professionnels des médias n'interrogent-ils pas le point de vue des plus jeunes ?



# LES JEUNES NE S'INTÉRESSENT-ILS QU'AU SPORT ET AU DIVERTISSEMENT ?



RÉPARTITION DES JEUNES ÂGÉS DE 19 À 35 ANS DANS LES THÈMES ÉVOQUÉS



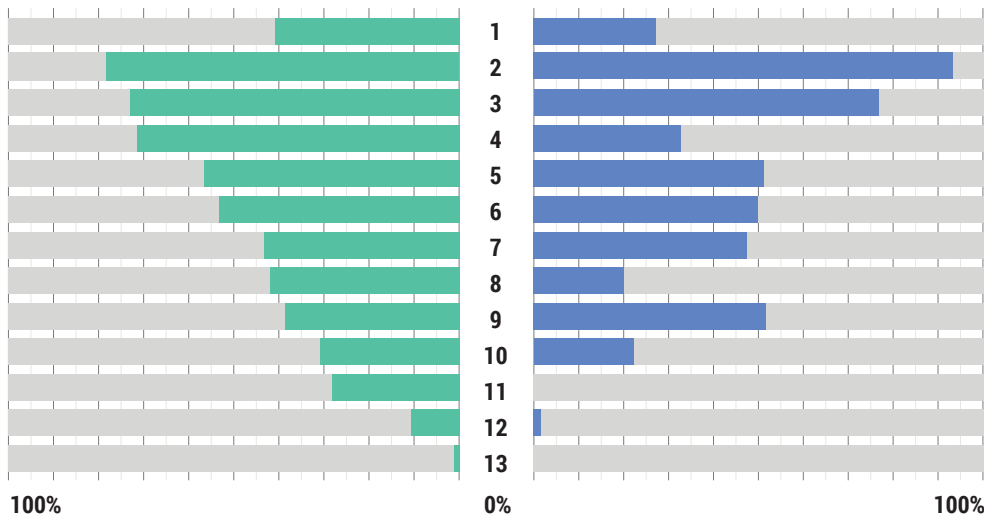
- Les jeunes sont visibles dans les sujets ayant trait au sport, au divertissement et aux questions de société.
- Ils sont peu sollicités lorsqu'il s'agit de sujets liés à la politique et à l'économie
- Parmi les jeunes observés dans ces sujets, la voix des 19-24 est quasi inexistante.

**Autres sujets :** criminalité et violence, culture et médias, questions juridique, santé, sciences et environnement, autres.

# QUE NOUS MONTRENT LES MÉDIAS SUR LES PROFESSIONS EXERCÉES PAR LES JEUNES ?



PART DES JEUNES ÂGÉS DE 19 À 35 ANS INTERROGÉS PAR TYPE DE PROFESSION



100% 0% 100%

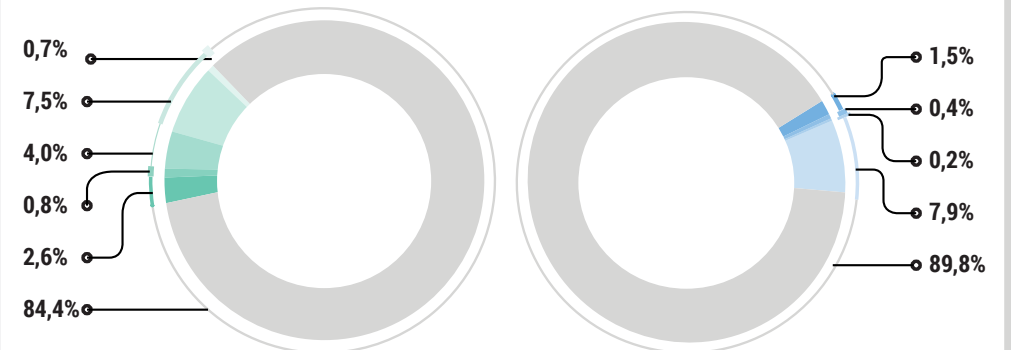
Jeunes interrogés à la TV ● Jeunes interrogés à la Radio

Autre tranches d'âge interrogés à la TV ● Autre tranches d'âge interrogés à la Radio

- Les médias ont tendance à solliciter les jeunes en tant qu'étudiant et/ou élève ou actifs dans un domaine lié au sport : athlète, entraîneur ou arbitre, par exemple.
- Les jeunes activistes de la société civile sont, quant à eux, peu sollicités pour réagir aux questions de société.



PART DES JEUNES ÂGÉS DE 19 À 35 ANS SUR L'ENSEMBLE DES PERSONNES TOUTES PROFESSIONS CONFONDUES



● Activiste de la société civile, membre d'ONG ou d'organisations internationales, syndicats... bloggeurs, journalistes citoyens, leaders d'opinion

● Entrepreneur, homme/femme d'affaires, agent de bourse, expert financier, économiste...

● Etudiant, élève

● Sportif, athlète, entraîneur, arbitre...

● Employé de bureau ou dans les services, sans fonctions managériales

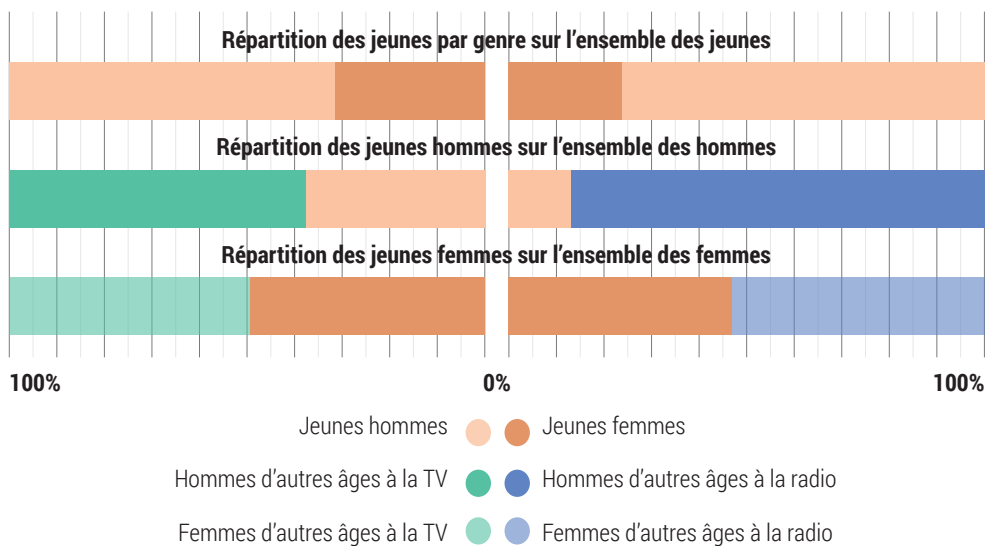
● Autre tranche d'âge

- 1** Part totale des jeunes âgés de 19 à 35 ans dans la totalité des personnes interrogées
- 2** Étudiant, élève
- 3** Sportif, athlète, entraîneur, arbitre...
- 4** Employé de bureau ou dans les services, sans fonctions managériales
- 5** Professionnel des médias, journaliste
- 6** Travailleur dans le secteur informel
- 7** Entrepreneur, homme/femme d'affaires, agent de bourse, expert financier, économiste...
- 8** Avocat, magistrat, expert légal, médecin, psychologue, professionnel système sanitaire,
- 9** Professionnel de la culture, réalisateur, écrivain, artiste, célébrité, musicien, acteur, professionnel du spectacle
- 10** Activiste de la société civile, membre d'ONG ou d'organisations internationales, syndicats... bloggeurs, journalistes citoyens, leaders d'opinion
- 11** Femme/Homme au foyer, mère, père
- 12** Dirigeant de l'administration publique, politique: ministre ou membre du gouvernement, député, leader de parti, porte-voix, gouverneur.....
- 13** Religieux

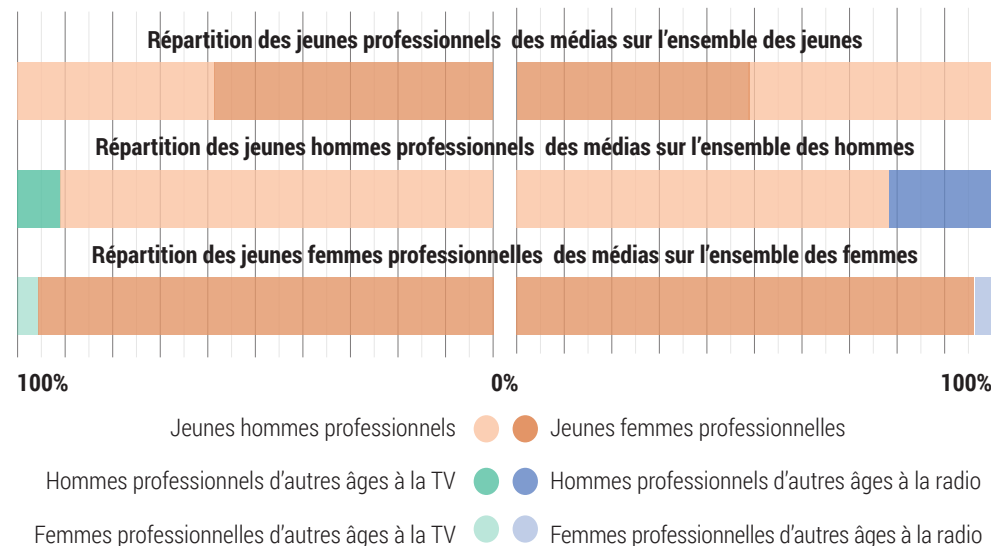
# JEUNES FEMMES / JEUNES HOMMES : UNE PRÉSENCE CONTRASTÉE



RÉPARTITION DES JEUNES ÂGÉS DE 19 À 35 ANS  
PAR GENRE (SUJETS EXTERNES)



RÉPARTITION DES JEUNES PROFESSIONNELS DES MÉDIAS ÂGÉS DE 19 À 35 ANS  
PAR GENRE (SUJETS INTERNES)



• Représentativité inégale parmi sujets externes jeunes: les jeunes femmes sont largement moins sollicitées et moins visibles que les jeunes hommes.

• Parité des genres parmi les jeunes professionnels des médias : les jeunes femmes sont présentes de manière égale par rapport aux jeunes hommes.



Notre observation a par ailleurs démontré que la visibilité des femmes en tant que sujets internes et externes tend à baisser dans les catégories d'âges supérieures.



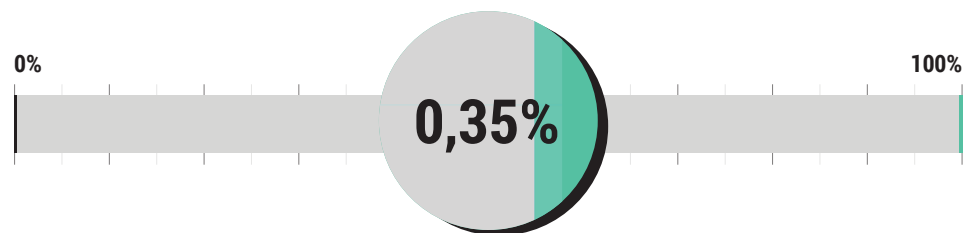
# LES JEUNES QU'ON NE VOIT PAS...



## LES JEUNES EN SITUATION DE HANDICAP



- 3116 Jeunes recensés qui ne sont pas en situation de handicap à la TV
- 11 Jeunes en situation de handicap recensés à la TV
- 12 Jeunes dont la situation n'a pas pu être déterminée à la TV

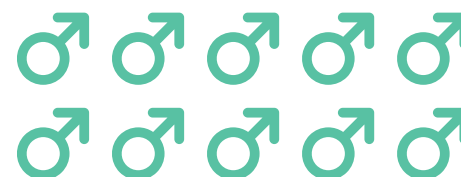


## PARMIS EUX

1 SEULE JEUNE FEMME



10 JEUNES HOMMES



# QUELQUES RECOMMANDATIONS POUR DES MÉDIAS PLUS INCLUSIFS DES JEUNES

## AUX JOURNALISTES

- ~ **Diversifier les sujets et contenus** destinés aux jeunes et ne pas se limiter à la participation des jeunes aux sujets de jeunesse
- ~ **Donner la parole aux jeunes** pour s'exprimer davantage dans les contenus, notamment sur les sujets d'actualité
- ~ **Éviter les discriminations** liées à l'âge, au sexe, au handicap et/ou à l'origine géographique lorsqu'il s'agit de vérifier une information et/ou de solliciter une expertise sur un sujet donné
- ~ **Prendre en compte** la dimension genre dans les sujets en relation avec les jeunes, notamment dans les reportages et lors de la couverture d'événements
- ~ **Éviter les stéréotypes et les généralisations** sur les jeunes qui préjugeraient notamment d'un comportement et qui influenceraient par conséquent les contenus proposés ou traitant des jeunes (« les jeunes ne s'intéressent pas à la politique ou à l'économie, les jeunes sont enclins à la violence... »)
- ~ **Diversifier les profils jeunes** sollicités et donner une attention particulière aux jeunes hommes et femmes en situation de handicap

## AUX INSTANCES DE RÉGULATION

- ~ **Proposer et développer** des outils d'observation et de suivi de la présence des jeunes dans les médias
- ~ **Organiser, participer** à des ateliers de sensibilisation des journalistes sur la jeunesse et les questions de jeunesse
- ~ **Créer des instruments** pour encourager les entreprises médiatiques qui donnent plus de visibilité et qui offrent des contenus diversifiés et inclusifs aux jeunes dans l'espace radiophonique et télévisuel

## AUX RESPONSABLES DE MÉDIAS

- ~ **Inscrire la dimension «jeunes»** comme variable importante dans l'élaboration de l'agenda rédactionnel et de la grille de programmation, en évitant toute stigmatisation des jeunes
- ~ **Revoir la structure de la programmation** de façon à donner plus de valeur à la parole des jeunes, tous les jeunes, afin de leur permettre de débattre et exprimer leurs avis sur les sujets et questions de société
- ~ **Encourager et former** les journalistes à l'inclusion des jeunes dans les contenus et différentes thématiques, sans aucune discrimination liée à l'âge, au sexe, à l'origine géographique ou au handicap
- ~ **Veiller** à une meilleure représentation des jeunes en situation de handicap

## AUX JEUNES ENGAGÉS DANS DES ASSOCIATIONS

- ~ **Se former et réaliser** des projets d'observation de la visibilité des jeunes dans les médias
- ~ **Créer et prendre part** à des dynamiques de mise en réseau d'associations et contribuer à développer une stratégie de plaidoyer pour améliorer la visibilité des jeunes dans les médias en s'appuyant notamment sur des travaux d'observation, d'enquêtes et d'études sur la question
- ~ **Organiser des ateliers** au profit des jeunes pour les former à s'exprimer sur les plateaux des médias (techniques de prise de parole, de débat...)

# D'OÙ PROVIENNENT CES CHIFFRES ? UNE INITIATIVE CITOYENNE D'OBSERVATION DE LA PLACE DES JEUNES DANS LES MÉDIAS

## QU'EST-CE QUE L'OBSERVATION DES MÉDIAS ?

Une méthode d'analyse quantitative et qualitative de la couverture d'un sujet par les médias qui consiste à observer des contenus médiatiques sur une durée déterminée à partir d'une grille d'observation et critères détaillés.

**La méthodologie appliquée s'inspire de la méthodologie de monitoring utilisée dans le Global Media Monitoring project et par l'observatoire italien Osservatorio di Pavia.**

## POURQUOI OBSERVER LES MÉDIAS ?

L'observation permet de :

- ~ **Mesurer la présence** des jeunes dans les médias
- ~ **Mesurer le degré d'importance** de la question de jeunesse et de son traitement dans les contenus télévisés et radiophoniques dans le pays
- ~ **Évaluer la manière** dont les jeunes sont repensés dans les médias
- ~ **Lutter contre** toutes formes de discriminations et de stéréotypes
- ~ **Renforcer les outils et capacités des organisations** de jeunesse pour une lecture et utilisation citoyenne et critique des médias et de l'information
- ~ **Favoriser une prise en compte plus juste**, objective et inclusive des points de vue, défis, aspirations et engagement des jeunes dans les médias

## QU'EST CE QUE NOUS AVONS OBSERVÉ ET COMMENT ?

~ **Les jeunes** de 19 à 24 ans et de 25 à 35 ans

~ **2 radios et 2 télévisions** marocaines sur une période d'un mois (février 2015)

~ **Les programmes observés** sont des programmes d'informations et de divertissements produits par la chaîne excluant toute forme de productions de fiction

~ **Sujets externes** Public en salle; Personne dont on parle; Personne mentionnée (citée); Personne interviewée (en studio, à l'extérieur, en liaison téléphonique ou vidéo, etc.); Invité(e) participant(e) à un débat; Invité(e) participant(e) à un spectacle; Concurrent(e) d'un jeu; Autre sujet externe au programme

~ **Sujets internes** Présentateur ou co-présentateur; Journaliste auteur de reportage (ou Journaliste Reporter); Journaliste correspondant ou envoyé spécial; Autre journaliste (commentateur, chroniqueur, etc.); Professionnel expert, invité permanent ou habituel du programme; Artiste (humoriste, musicien, danseur, etc.); Jeune assistant, journaliste stagiaire; Autre sujet interne au programme (par exemple : voix off)

**Cette expérience citoyenne menée par les organisations de jeunesse n'a pas pour vocation de critiquer les contenus médiatiques proposés par les médias mais s'inscrit dans une approche de recherche-action dont l'objectif est d'engager, sur la base des indicateurs relevés, un dialogue avec les professionnels des médias.**

# JEUNES ET MÉDIAS - RAPPORT D'OBSERVATION

## UNESCO, Bureau de Rabat

Avenue Aïn Khalwiya Km 5.3. BP 1777 RP Rabat, Maroc

<http://www.unesco.org/new/fr/rabat>

Infographie réalisée dans le cadre du projet **NET-MED Youth (Réseaux de la Jeunesse Méditerranéenne)**.

Elle est le résultat d'une expérience menée avec les organisations de jeunesse membres du réseau NET-MED Youth au Maroc.

Le rapport complet de l'observation est disponible sur : [netmedyouth.org](http://netmedyouth.org)

**Réseaux de la Jeunesse Méditerranéenne (NET-MED Youth) est un projet unique de quatre ans, mis en œuvre par l'UNESCO et financé par l'Union européenne, dans le but de renforcer les capacités des jeunes, favoriser leur mise en réseau, encourager leur participation au dialogue avec les différents acteurs nationaux et à l'élaboration et la révision des politiques publiques.**

**NET-MED Youth encourage la liberté d'expression des jeunes, leur représentation et participation dans les médias et leur maîtrise des médias et de l'information.**

La formation, le traitement des données et la rédaction du rapport ont été supervisés par MENA Media Monitoring, pour le compte de l'UNESCO.

Les associations ayant participé à ce travail :

Médias et Cultures, Institut Prometheus pour la Démocratie et les Droits Humains

et J20, avec l'appui du groupe de travail Médias composé en plus de :

FMAS/Ejousour et Mena Policy Hub.

Les désignations employées et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les idées et les opinions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs; elles ne reflètent pas nécessairement les points de vue de l'UNESCO et n'engagent en aucune façon l'Organisation.

Les avis exprimés ne sauraient être considérés comme constituant une prise de position officielle de la Commission européenne

Direction artistique et conception graphique : Atelier graphique Zahra Sebti  
Œuvre publiée en libre accès sous la licence Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>).  
Les utilisateurs du contenu de la présente publication acceptent les termes d'utilisation de l'Archive ouverte de libre accès UNESCO (<http://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

UNESCO Bureau de Rabat : [rabat@unesco.org](mailto:rabat@unesco.org)



Organisation  
des Nations Unies  
pour l'éducation,  
la science et la culture



Union européenne



RÉSEAUX DE LA JEUNESSE MÉDITERRANÉENNE



مركز الإعلام في شمال أفريقيا والشرق الأوسط  
MENA MEDIA MONITORING



[www.mediasetcultures.com](http://www.mediasetcultures.com)



معهد بروميثيوس  
للمتوسطية والشرق الأوسط  
INSTITUT PROMETHEUS  
Centre de méditerranéisme et d'études méditerranéennes



مركز السياسات للشرق الأوسط و شمال أفريقيا



مركز الإعلام في شمال أفريقيا والشرق الأوسط  
Ejousour  
Magazine des Méditerranéens