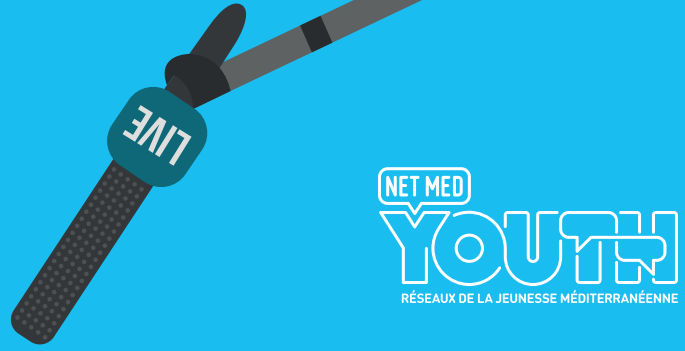




Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Union européenne



NET MED
YOUTH
RÉSEAUX DE LA JEUNESSE MÉDITERRANÉENNE

LES JEUNES DANS LES MÉDIAS MAROCAINS

Rapport d'observation

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





Rapport publié 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 du présent rapport acceptent les termes d'utilisation de l'Archive ouverte de libre accès UNESCO (<http://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

Ce rapport a été produit avec l'appui de l'Union européenne. Les contenus sont la seule responsabilité de MENA Media Monitoring et représentants du Groupe de Travail NET-MED Youth au Maroc; et ne peuvent pas en aucun cas être considérés comme reflétant la position de l'Union européenne.

Les appellations employées dans ce rapport 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 opinions exprimées dans ce rapport sont celles des auteurs ; elles ne sont pas nécessairement celles de l'UNESCO et n'engagent pas l'Organisation.

Ce rapport a été conçu comme un document de travail pour encourager la discussion entre les jeunes, les professionnels des médias, les instances de régulation, les OSCs spécialisés et autres acteurs concernés. Les commentaires des lecteurs au sujet de ses conclusions sont très bienvenus, et peuvent être envoyés à **Mme Zoubida Mseffer, Coordinatrice du projet NET-MED Youth au Maroc (z.mseffer@unesco.org)**.

Conception graphique et mise en page de ce rapport : atelier d'arts graphiques Zahra Sebti

LE TRAVAIL D'OBSERVATION A ÉTÉ RÉALISÉ PAR LES ASSOCIATIONS MEMBRES DU RÉSEAU NET-MED YOUTH :

Mehdi El Meskini – Institut Prometheus
Marwan Elaarj – J20
Mohamed Outahar – Médias & Culture

ET COORDONNÉ PAR :

Amirouche Nedjaa et Fatma Louati - Mena Media Monitoring

Equipe NET-MED Youth – Bureau Multipays de l'UNESCO pour le Maroc, l'Algérie, la Mauritanie et la Tunisie

SOMMAIRE

05 I - Introduction : Contexte, méthodologie et corpus d'observation

- 05 Observation des médias : les jeunes dans les radios et les télévisions
- 06 Méthodologie employée
- 08 Médias observés

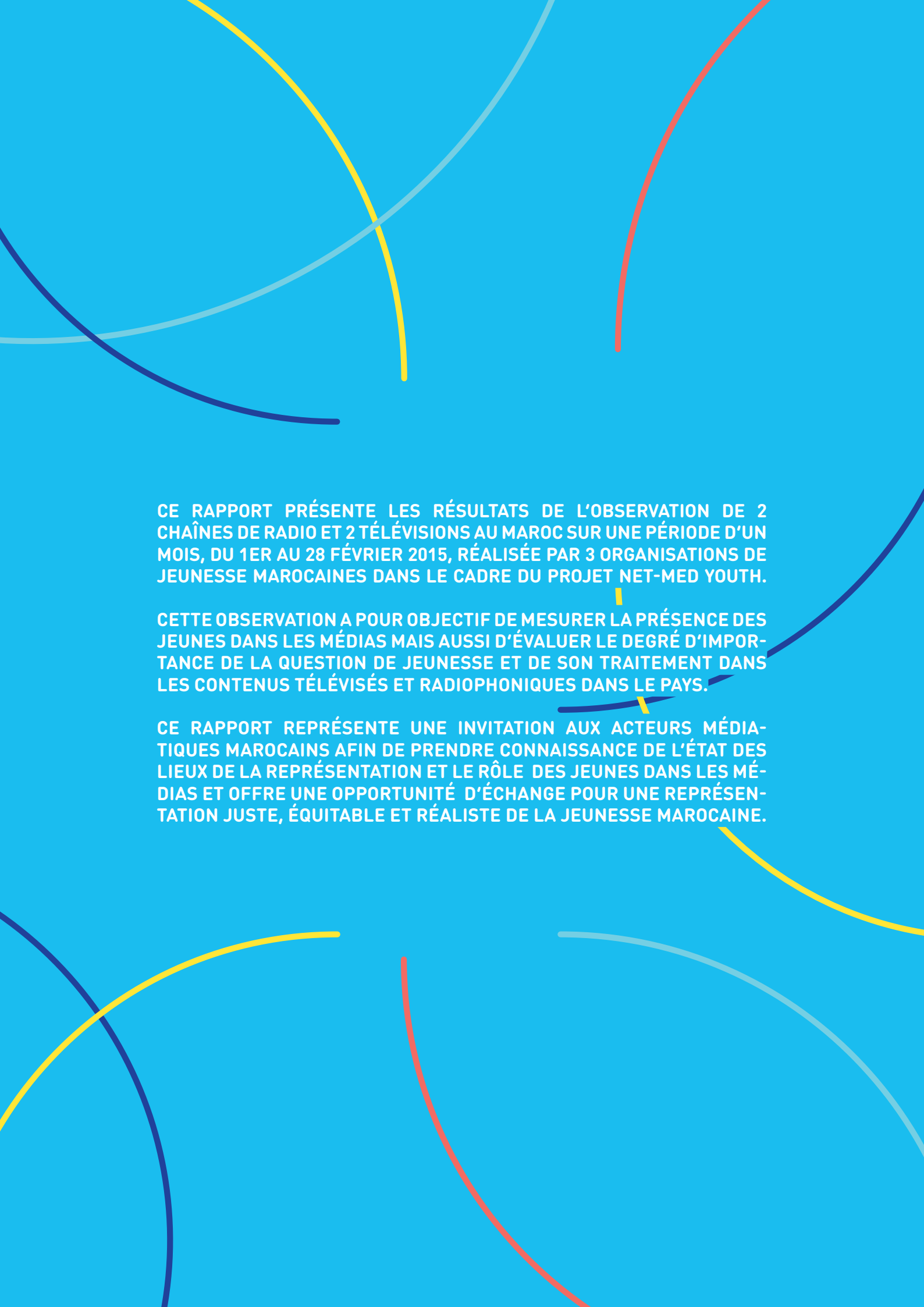
10 II - Les résultats de l'observation

- 11 La centralité jeune dans les médias marocains
- 12 Traitement d'une question ou perspective jeune
- 13 Stéréotypes et clichés sur les jeunes
- 13 Répartition des sujets externes et internes
- 14 Télévisions
- 26 Radios

34 III - Conclusions

37 IV - RECOMMANDATIONS

40 ANNEXE 1 : Méthodologie



CE RAPPORT PRÉSENTE LES RÉSULTATS DE L'OBSERVATION DE 2 CHAÎNES DE RADIO ET 2 TÉLÉVISIONS AU MAROC SUR UNE PÉRIODE D'UN MOIS, DU 1ER AU 28 FÉVRIER 2015, RÉALISÉE PAR 3 ORGANISATIONS DE JEUNESSE MAROCAINES DANS LE CADRE DU PROJET NET-MED YOUTH.

CETTE OBSERVATION A POUR OBJECTIF DE MESURER LA PRÉSENCE DES JEUNES DANS LES MÉDIAS MAIS AUSSI D'ÉVALUER LE DEGRÉ D'IMPORTANCE DE LA QUESTION DE JEUNESSE ET DE SON TRAITEMENT DANS LES CONTENUS TÉLÉVISÉS ET RADIOPHONIQUES DANS LE PAYS.

CE RAPPORT REPRÉSENTE UNE INVITATION AUX ACTEURS MÉDIATIQUES MAROCAINS AFIN DE PRENDRE CONNAISSANCE DE L'ÉTAT DES LIEUX DE LA REPRÉSENTATION ET LE RÔLE DES JEUNES DANS LES MÉDIAS ET OFFRE UNE OPPORTUNITÉ D'ÉCHANGE POUR UNE REPRÉSENTATION JUSTE, ÉQUITABLE ET RÉALISTE DE LA JEUNESSE MAROCAINE.

I - INTRODUCTION : CONTEXTE, MÉTHODOLOGIE ET CORPUS D'OBSERVATION

Le processus d'observation de la représentation des jeunes dans les médias mis en œuvre avec l'UNESCO et les associations Médias et Cultures, Institut Prometheus pour les droits humains et J20 s'inscrit dans le cadre général du projet « Réseaux de la Jeunesse Méditerranéenne – NET-MED Youth » 2014 - 2017, mis en œuvre par l'UNESCO avec l'appui de l'Union Européenne, dans 9 pays de la rive sud de la Méditerranée, dont le Maroc.

A travers ce projet, l'UNESCO vise à promouvoir la participation citoyenne des jeunes à travers le renforcement des capacités des réseaux collaboratifs d'organisations de jeunesse et ce dans trois domaines-clés :

- (i) Politiques de jeunesse : élaboration ou révision de politiques publiques de la jeunesse ;
- (ii) Médias : amélioration de la représentation des jeunes dans les médias publics ;
- (iii) Formation et emploi des jeunes : définition des stratégies de soutien à la transition des jeunes vers le marché de l'emploi.

Le projet se veut participatif à toutes les étapes de sa conception et de sa réalisation, et bénéficie, dans chacun des pays, d'un noyau d'organisations de jeunesse, constituant un groupe de travail, moteur et ressource du projet.

Plus particulièrement, l'objectif de la composante Médias est de renforcer les capacités des organisations de jeunesse et jeunes professionnels des médias à analyser la représentation des jeunes dans les contenus médiatiques avec un esprit critique. Les activités prévues visent à donner aux organisations de jeunesse des outils d'analyse et de compréhension du fonctionnement des médias à même de leur permettre de prendre des décisions raisonnées en tant qu'utilisateurs ou créateurs d'information et de contenu médiatique, et enfin de conduire des actions de sensibilisation et de plaidoyer pour une meilleure prise en compte des jeunes dans les médias.

Observation des médias : les jeunes dans les radios et les télévisions

Le monitoring des médias ou observation des médias est une méthode d'analyse quantitative et qualitative de la couverture d'un sujet par les médias par l'observation des contenus médiatiques sur une durée déterminée et à partir d'une grille d'observation et critères détaillés. Cette méthodologie s'inspire de la méthodologie de monitoring

utilisée dans le Global Media Monitoring Project et par l'observatoire italien "Osservatorio di Pavia".

Dans le cadre de NET-MED Youth, Mena Media Monitoring, organisation de la société civile spécialisée dans l'observation des médias dans les pays de la région MENA, a été mandatée par l'UNESCO pour développer, avec les organisations de jeunesse impliquées, une grille d'observation spécifique aux jeunes et assurer la formation de représentants des organisations de jeunesse à l'observation en s'appuyant sur un corpus de critères développé de manière participative.

À travers cette nouvelle compétence, les organisations de jeunesse seront en mesure d'engager un dialogue critique et constructif avec et envers les médias sur des analyses et des données tangibles. Les travaux de monitoring des médias et les résultats présentés dans ce rapport seront intégrés dans un rapport sous régional sur la représentation des jeunes dans les médias dans 4 pays de la rive sud de la Méditerranée (Algérie, Maroc, Palestine et Tunisie). Les résultats correspondants à chaque pays seront utilisés pour développer une stratégie de sensibilisation qui sera menée par les jeunes cherchant à mobiliser les médias afin que les préoccupations et les perspectives des jeunes soient mieux reflétées dans la couverture médiatique.

Il est à noter que cette expérience 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 (données chiffrées et analyses), un dialogue avec les professionnels des médias (responsables de rédactions, journalistes, etc.) et les instances de régulation, pour lancer une réflexion sur les besoins d'une partie fondamentale de leurs publics : les jeunes.

Méthodologie employée

L'observation entreprise avait non seulement pour objectif de déterminer le degré de présence des jeunes dans les médias, mais également de vérifier la manière avec laquelle sont traitées les informations relatives aux jeunes et à leurs droits, leurs réalisations et leurs points de vue ainsi que leur représentation dans les principaux médias. Ainsi, les fiches d'observation ont été conçues pour décomposer chaque production afin de dégager surtout des résultats quantitatifs (taux de présence des jeunes dans les médias comparé aux autres catégories d'âge), ainsi que quelques aspects qualitatifs (notamment la présence ou non de stéréotypes et les préjugés ciblant les jeunes). Les observateurs ont porté durant leur travail une attention aux préjugés et aux opinions toutes faites et généralisées sur les jeunes. Ces derniers sont souvent victimes des clichés (Exemple : ils sont paresseux, avides de sexe, enclins au vandalisme et à la violence gratuite, la musique qu'ils écoutent n'a aucun sens par rapport à celle d'avant, ils ne savent pas écrire...).

L'OBSERVATION PERMET DONC DE DÉTERMINER :

- (i) Le degré de présence des jeunes femmes et jeunes hommes dans les médias,
- (ii) La qualité du traitement médiatique des informations relatives aux jeunes et à leurs droits, leurs réalisations et leurs points de vue,
- (iii) Leur représentation dans les principaux médias.

La méthodologie prévoit d'observer les programmes d'information et les programmes de divertissement et exclut de l'observation les programmes de fiction (films, séries...) car ces derniers ne représentent pas des produits journalistiques donc ne rentrant pas dans la stratégie de sensibilisation qui visera les journalistes, les responsables de programmation et les responsables des médias. Il s'agit de déterminer à travers cette grille d'émissions le degré de présence des jeunes dans les médias, en tant que sujets internes et sujets externes dans chaque nouvelle présentée.

Dans ce rapport, les jeunes sont divisés en deux catégories : les 19-24 ans, qui ont quitté l'adolescence, sans être encore entrés dans l'âge adulte; et les 25 et 35 ans, étudiants et jeunes professionnels. Ces deux tranches d'âge ont été déterminées sur la base de discussions tenus lors un premier atelier de formation réunissant des participants d'Algérie, du Maroc et de Tunisie, où la méthodologie a été présentée pour sa validation auprès des organisations de jeunesse participants¹.

→ **DÉFINITION DE LA NOUVELLE** : Dans le contexte de cette méthodologie, on entend par 'nouvelle' dans les journaux télévisés (JT) et les journaux radiophoniques (JR), chaque unité d'information (la news). Ainsi les nouvelles sont numérotées dans leur ordre d'apparition dans les JR et JT. Les autres émissions sont considérées comme indivisibles. Ainsi chaque émission aura un numéro de séquence vu qu'elle traite de différents sujets et thématiques difficiles à dissocier en plusieurs unités.

→ **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, etc.)
- Danseur
- Jeune assistant
- Autre sujet interne au programme (par exemple : voix off)

→ **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.)
- Personne reprise en direct
- Invité(e) participant(e) à un débat
- Invité(e) participant(e) à un spectacle
- Concurrent(e) d'un jeu
- Autre sujet externe au programme

Enfin, on catégorise selon le sexe de ces jeunes, leur rôle social, les thèmes où ils interviennent ou encore les thèmes où ils sont évoqués.

¹ Atelier sous régional sur les techniques d'observation des médias :
« Les jeunes dans les médias », tenu à Tunis du 15 au 20 décembre 2014.

Médias observés

L'échantillon de l'observation a été déterminé lors de l'atelier de formation en concertation avec le groupe de participants.

Le critère déterminant retenu est celui de la plus forte audience.

POUR LA RADIO, deux (2) chaînes ont été retenues : Medi 1 Radio et la Radio Chaîne Internationale (Chaîne Inter). Trois tranches d'horaires de forte audience ont été ciblées par l'observation : 7h-9h, 12h-14h et 16h-18h.

- **MEDI 1 Radio** : Chaîne radio privée marocaine basée à Tanger, au Maroc, la station commence à émettre en 1980. Cette radio est diffusée à travers le Maghreb en langue arabe et française.

> Slogan : La radio du Grand Maghreb.

- **Chaîne Inter** : Station de radio marocaine publique et nationale, elle se nommait auparavant Rabat Chaîne Inter. Elle se veut être une radio urbaine généraliste. Elle est davantage connue pour ses programmes culturels et musicaux.

→ **À NOTER** qu'il existe la chaîne Hit Radio, exclusivement adressée aux jeunes mais qui a été écartée de cette observation pour ne pas biaiser les résultats de cette étude et ne pas gonfler les chiffres de la visibilité des jeunes dans les médias marocains en général. Il serait, par contre, intéressant de se pencher en aparté sur cette chaîne dans une autre enquête pour déterminer le rôle qu'elle joue dans le paysage médiatique marocain, l'espace de parole qu'elle donne à la jeunesse marocaine, son fonctionnement en interne, ainsi que son impact sur les jeunes sur le plan social, politique...

EN TÉLÉVISION, deux (2) chaînes ont été sélectionnées : 2M TV et Medi 1 TV. Une seule tranche horaire a été ciblée par l'observation, celle de plus forte audience de 18h30 à 23h30.

- **MEDI 1 TV** : Chaîne de télévision marocaine généraliste privée créée le 1er décembre 2006. Elle émet ses programmes depuis Tanger et Rabat en arabe et français, en accordant une grande place à l'actualité marocaine et maghrébine.

> Slogan : S'informer, apprendre, se divertir, vous êtes bien sur Medi 1 TV.

- **2M TV** : Deuxième chaîne de télévision généraliste publique marocaine. Créée le 4 mars 1989, elle est au départ privée et payante, puis est diffusée en clair en 1997. 2M répartit son programme entre actualité marocaine et internationale, émissions, talk-shows et fictions (films et séries).

> Slogan : 2M, nous rassemble.



TRANCHES HORAIRES ET TYPES DE PRODUCTIONS OBSERVÉES

- **RADIO** : Le choix des tranches horaires a été effectué de manière à cibler les pics d'audience quotidiens de chaque station, à savoir le drive time (7h-9h et 16h-18h) et la pause déjeuner (12h-14h). Les programmes de ces tranches se répartissent essentiellement entre journaux et flashes d'information, émissions aux thèmes diversifiés (matinales), débats sur l'actualité ou talk-shows légers... A noter que les annonces publicitaires et les rubriques sportives (mises à part les actualités sportives) ont été écartées de l'observation.

- **TÉLÉVISION** : Le critère de forte audience a ici encore déterminé le choix de la tranche horaire couvrant 18h30 à 23h30. Les familles se réunissent le soir devant la télévision, ce moment est marqué par un pic d'audience qui se répercute sur le contenu de la grille de programmes qui s'enrichit en thèmes d'actualité. On y retrouve ainsi les journaux d'information, les reportages, les débats, les magazines culturels ou documentaires, les talk-shows et les émissions de variété ainsi que les fictions. Là aussi, les rubriques sportives (mises à part les actualités sportives) et les publicités ont été exclus de l'observation tout comme les fictions télévisées.

II - LES RÉSULTATS DE L'OBSERVATION

Durant la période d'observation des radios et des télévisions, les observateurs ont analysé **4634** nouvelles (unités informations et d'actualités) réparties comme suit :

Chaîne	Nombre de nouvelles	En %
Medi1 radio	2112	45%
Chaîne Inter	676	15%
Medi1 TV	733	15%
2M TV	1113	24%
Total général	4634	100%

L'abondance des bulletins d'information explique le nombre élevé de nouvelles rapportées par l'observation.

→ **2788 NOUVELLES** ont été recensées dans les radios ciblées par l'étude, l'équivalent de **60% de la totalité des nouvelles observées** dans les 4 médias. Ceci s'explique par la forte fréquence des flashes et des journaux d'information à la radio par rapport aux chaînes de télévision.

→ **75% DES NOUVELLES RADIOPHONIQUES** observées étaient celles de **Medi 1 Radio** contre **25% sur Chaîne Inter**. Ce grand décalage s'explique par la différence de programmation des deux radios, puisque Medi 1 radio propose davantage de journaux et de flashes d'information tandis que Chaîne Inter diffuse plus de titres musicaux sur ses ondes.

→ **60% DES ACTUALITÉS OBSERVÉES DANS LES CHAINES DE TÉLÉVISIONS** étaient celles de **2M TV**. Ce résultat s'explique par la diffusion de cette chaîne de deux bulletins d'information, l'un en arabe et le deuxième en français, ce qui double la quantité de nouvelles.

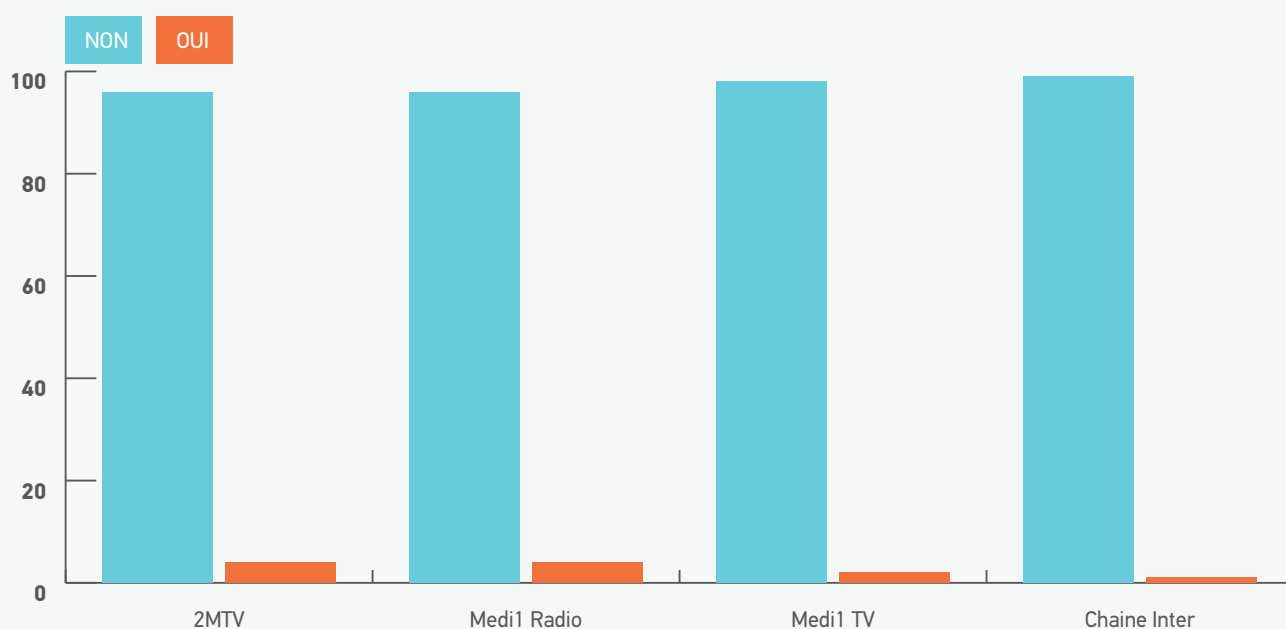
La centralité jeune dans les médias marocains

Une centralité jeune est évoquée lorsque l'actualité, l'information ou le programme se focalise sur les jeunes ou sur des sujets (thématiques) concernant les jeunes.

L'observation a révélé qu'une faible part du contenu médiatique des chaînes observées (2,3%) est centrée sur les jeunes.

En effet, sur un total de 4634 actualités ou informations, seules **106** sont associées à des personnes jeunes ou se focalisent sur des thématiques concernant les jeunes. Parmi ces informations centrées sur les jeunes; **72** ont été observées dans les chaînes de télévision, soit **71,7%** du contenu observé.

Chaîne	Non	Oui	Total général
2M TV	1071	42	1113
Medi1 TV	703	30	733
Medi1 radio	2093	19	2112
Chaîne Inter	661	15	676
Total général	4528	106	4634



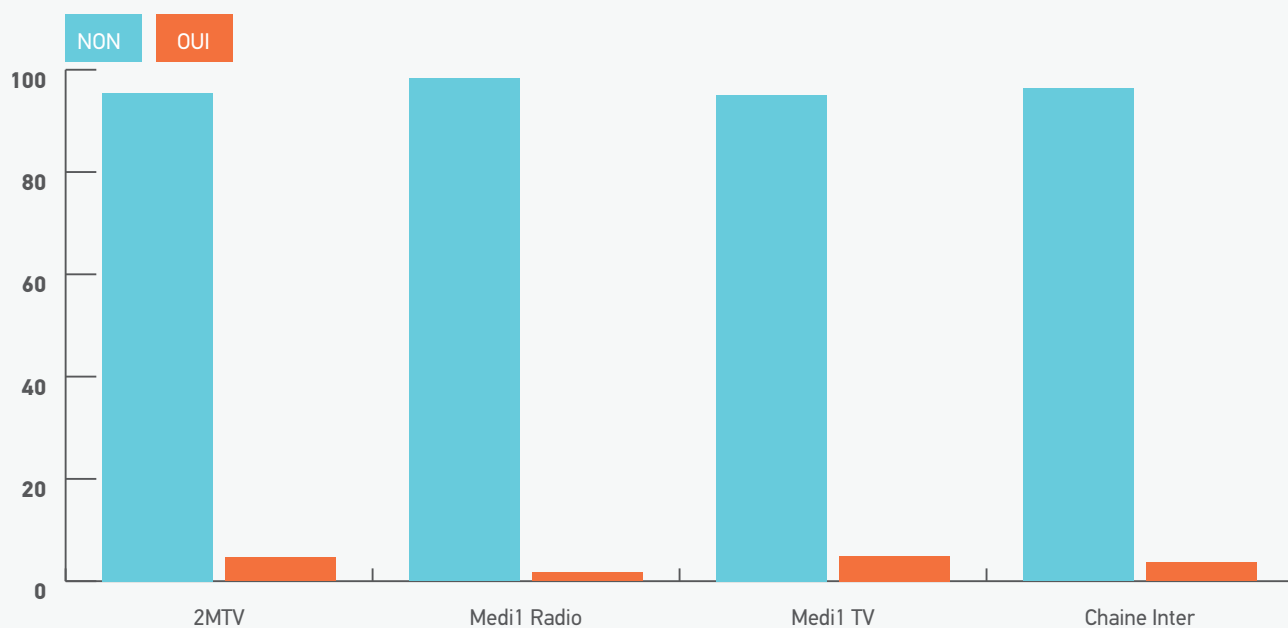
	2MTV	Medi1 Radio	Medi TV	Chaîne Inter
Non	96,23%	95,91%	99,10%	97,78%
Oui	3,77%	4,09%	0,90%	2,22%

Traitement d'une question ou perspective jeune

Lorsque l'information n'est pas centrée sur les jeunes, il demeure la possibilité qu'une question ou un commentaire aborde ou effleure un sujet lié à cette catégorie d'âge.

En effet, comme le montre le tableau ci-dessous, sur 4634 informations, seulement 150 informations (3.23%) relayées par les journalistes ou autres ont abordé ou évoqué des questions concernant les jeunes. (Exemple : le sujet central de l'émission peut être les élections, mais un des protagonistes évoque la participation des jeunes aux élections.)

Chaîne	Non	Oui	Total général
2M TV	1062	51	1113
Medi1 TV	697	36	733
Medi1 radio	2074	38	2112
Chaîne Inter	651	25	676
Total général	4484	150	4634



	2MTV	Medi1 Radio	Medi TV	Chaîne Inter
Non	95,42%	98,25%	95,09%	96,30%
Oui	4,58%	1,75%	4,91%	3,70%

Stéréotypes et clichés sur les jeunes

Durant la période d'observation et dans les contenus observés, très peu de stéréotypes sur les jeunes ont été relevés. En effet, comme le démontre le tableau suivant, seules **3** informations contiennent des stéréotypes et clichés sur les jeunes. (Exemple : le football c'est ce que les jeunes préfèrent le plus dans la vie.)

Chaîne	Non	Oui	Total général
2M TV	1112	1	1113
Medi1 TV	732	1	733
Medi1 radio	2112		2112
Chaîne Inter	675	1	676
Total général	4631	3	4632

Répartition des sujets externes et internes

Au cours des 4634 nouvelles, les observateurs ont recensé **20 807 PERSONNES** (apparitions de personnes et les apparitions répétées des mêmes personnes) au total dans les télévisions et les radios, soit 4,5 personnes par information.

15 110

SUJETS EXTERNES

(personnes interviewées,
participant aux débats...)

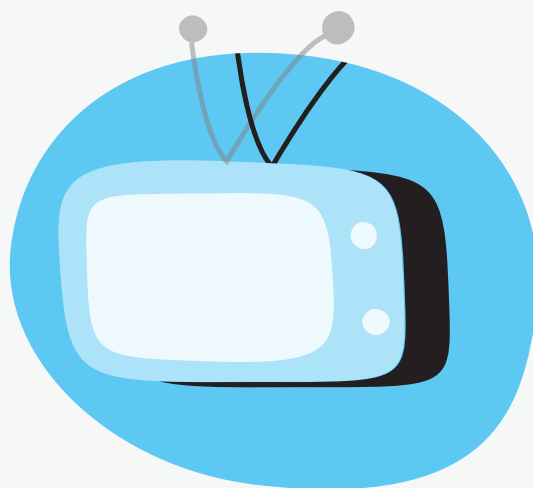
5 697

SUJETS INTERNES

(professionnels des médias)

La classification de ces sujets par paliers d'âge nous permet de déterminer la part des jeunes parmi le total des sujets grâce à l'addition de deux paliers : les 19 à 24 ans et les 25 à 35 ans.





Télévisions

LES SUJETS EXTERNES

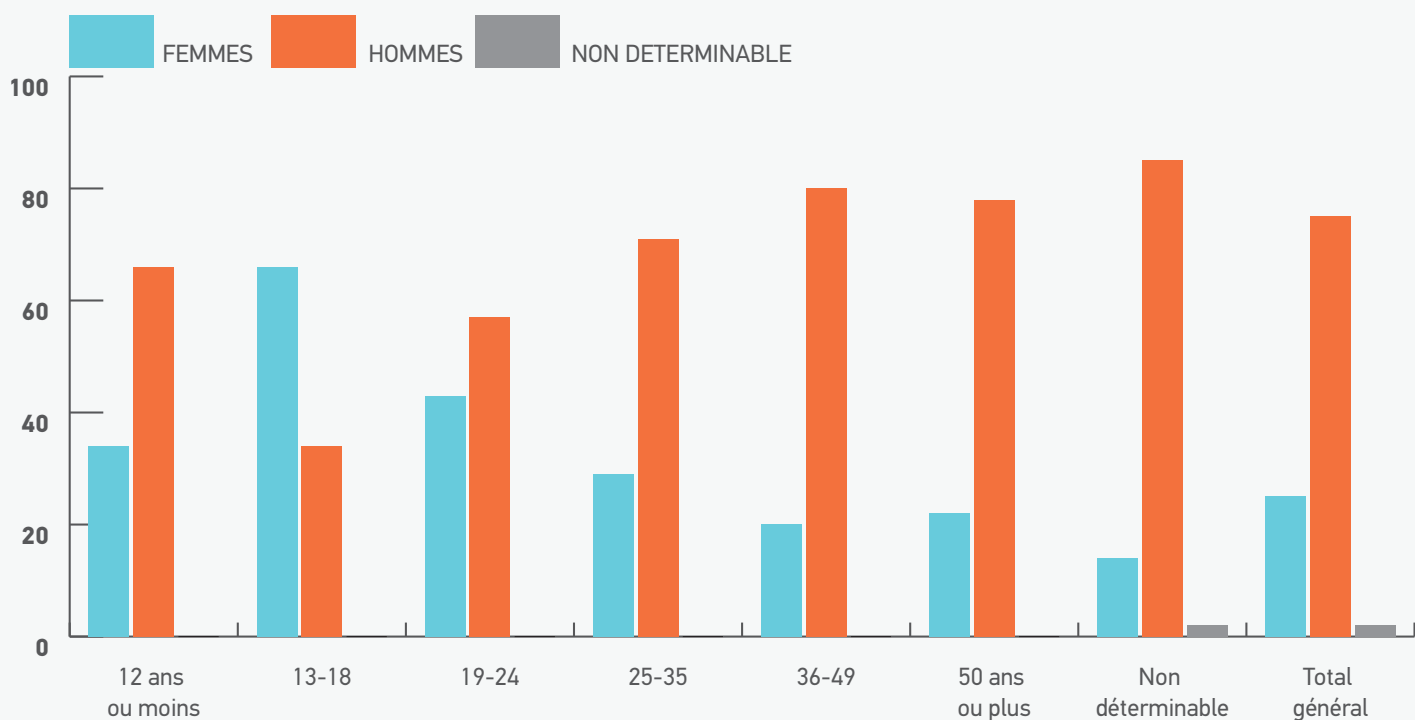
● VISIBILITÉ DES SUJETS EXTERNES PAR TRANCHE D'ÂGE ET PAR GENRE

Dans les chaînes de télévision, sur les 7 760 interventions de sujets externes observés, **3 139** sont des jeunes (**40,45%**).

Ce taux pourrait sembler au premier abord satisfaisant en termes de taux de représentativité des jeunes parmi les sujets externes, or lorsqu'on se penche attentivement sur les tranches d'âge, notamment dans les catégories jeunes, on relève que seuls **282** ont entre 19 et 24 ans, cela représente **8,98%** sur le total de 3139 jeunes et **3,63%** sur le total général de 7760 personnes.

Le tableau de la répartition des sujets externes montre également que sur les 3 139 sujets externes jeunes, **947** jeunes sont des femmes (soit un taux de **30,16%**).

Âge	Femmes	Hommes	Non déterminable	Total général	En %
12 ans ou moins	36	69		105	1,35%
13-18	61	32		93	1,20%
19-24	122	160		282	3,63%
25-35	825	2032		2857	36,82%
36-49	679	2738		3417	44,03%
50 ans ou plus	129	453		582	7,5%
Non déterminable	60	362	2	424	5,46%
Total général	1912	5846	2	7760	100,00%



● VISIBILITÉ DES SUJETS EXTERNES DANS LES CHAÎNES DE TÉLÉVISIONS SELON LES DIFFÉRENTS RÔLES

Ce tableau illustre la répartition des apparitions des personnes selon leur âge et selon les rôles (personne dont on parle et qui est au centre du sujet de l'information traitée, personne interviewée, participant (e) à un débat ou personne tout simplement mentionnée...)

Rôle	12ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Personne dont on parle	55	29	65	1079	1307	290	249	3074
Personne interviewée ou participant à un débat	30	45	148	1276	1544	229	22	3294
Personne mentionnée	3		1	52	184	15	112	367
Personne reprise en direct	15	19	62	415	377	46	37	971
Public en salle				1	3	2		6
Autre sujet externe au programme			4	10	1		3	18
Concurrent d'un jeu	2		2	7	1		1	13
Invité participant à un spectacle				14				14
Non déterminable				3				3
Total général	105	93	282	2857	3417	582	424	7760
En %	1,35%	1,20%	3,63%	36,82%	44,03%	7,5%	5,46%	100%



© Saad Jalal/UNESCO/Cartooning for Peace

Dessin conçu dans le cadre de l'exposition Tsawar M3aya, un outil pédagogique qui fait suite à une série d'ateliers et réflexions avec les jeunes membres des associations membres de NET-MED Youth au Maroc et des caricaturistes (dans le cadre d'une coopération entre NET-MED Youth, Cartooning for Peace, L'Institut Français de Rabat et le Moroccan Cartoonist Center)

→ LES JEUNES SUJETS DES MÉDIAS TÉLÉVISÉS

Les rôles « personnes dont on parle » et « personnes mentionnées » permettent de fournir un indicateur pour évaluer la visibilité des jeunes et le traitement de cette catégorie en tant que sujet par les médias.

Parmi les 3 441 personnes dont on parle et personnes mentionnées dans les télévisions marocaines observées, **1 197 (1079+65+1+52)** sont des jeunes (**34%**) avec une faible représentation (**66** personnes) de la tranche d'âge 19 - 24 ans, tandis que l'on relève une présence plus marquée des adultes (+ de 36 ans) qui occupent **52%** du total de ces deux catégories « personnes dont on parle » et « personnes mentionnées ».

→ LES JEUNES SOURCES D'INFORMATION DANS LES CHÂÎNES DE TÉLÉVISIONS

Les rôles sources (« personnes interviewées », « participant à un débat » ou encore « personnes reprises en direct ») constituent un élément pertinent dans les grilles d'observation pour évaluer la fréquence avec laquelle les journalistes sollicitent les jeunes en tant que sources d'information. Rappelons que le choix des sources est un des fondements du travail journalistique, ces mêmes sources étant les personnes de référence qui fournissent l'information ou aident à l'interpréter.

Sur **4 265 (3294 + 971)** personnes sources, **1 901 (1276 +148+62+415)** sont jeunes (**44,57%**). En revanche, **210** seulement ont entre 19 et 24 ans, soit **5%** de l'ensemble des jeunes sollicités dans les trois rôles sources.

● VISIBILITÉ DES SUJETS EXTERNES DANS LES TÉLÉVISIONS SELON LES DIFFÉRENTS THÈMES

Une conclusion se dessine à la lecture des chiffres du tableau ci-dessous : dès que l'on aborde des actualités ou informations ayant pour thème la politique, la visibilité des jeunes a tendance à baisser. Les chiffres démontrent que plus l'information est « sérieuse » et « générale », plus la visibilité des jeunes s'estompe et se réduit de manière significative, contrairement aux émissions sociales ou de divertissement où la présence des jeunes est plus marquée.

Les résultats révèlent ainsi une faible apparition des jeunes (19-24 ans et 25-35 ans) dans le domaine de la politique avec seulement **195 (26+169) jeunes (2,51%)**, et **166 (1+165) (2,12%)** dans le domaine de l'économie, sur un total de 7 760 personnes.

En revanche, on retrouve une présence accrue des jeunes dans les thèmes de divertissement, sport, et dans les sujets liés à la criminalité et la violence, et dans la rubrique « les questions de société ». Cette dernière rubrique comptabilise **859 (732 +127) jeunes**, soit **11%** du total général des sujets externes observés.

Il est cependant important de noter que l'actualité internationale pendant la période de l'observation était marquée par des actes de violence commis par différents groupes terroristes et que les protagonistes étaient dans la plupart des cas jeunes (les auteurs ou les victimes étaient des jeunes). L'apparition de **344 (316+28) jeunes**, soit **4,43 %** du total général des sujets externes, dans le thème criminalité et violence ne doit pas être interprétée comme étant la preuve que les jeunes marocains sont cantonnés ou cités par les médias observés dans le thème "criminalité et violence".

Thème	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Criminalité et violence	3	25	28	316	428	38	97	935
Culture et médias	7	11	14	174	268	34	71	579
Divertissement	24	17	47	538	336	28	30	1020
Economie et affaires	2		1	165	397	27	3	595
Politique			26	169	656	139	24	1014
Questions de société	48	30	127	732	848	216	134	2135
Questions juridiques			7	31	30	6	3	77
Santé	8	6	20	71	163	20	4	292
Sciences et environnement	2	4	8	56	84	7		161
Sport	2		2	579	180	43	56	862
Autres	9		2	20	24	24	2	81
Non déterminable				6	3			9
Total général	105	93	282	2857	3417	582	424	7760



● LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : UNE ABSENCE ALARMANTE DANS LES MÉDIAS

La lecture des chiffres pointe le fait que les télévisions observées réservent un espace extrêmement réduit aux personnes en situation de handicap. Les résultats de l'observation ont montré que seuls **18** sujets en situation de handicap sont visibles dans les télévisions observées, dont **11** jeunes, se répartissant ainsi : **1** femme et **10** hommes. Ceci confirme la marginalisation manifeste de cette catégorie de la société qui visiblement ne suscite pas l'intérêt ou l'attention des médias.

Handicap parmi les sujets externes	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Non	105	93	279	2837	3412	577	310	7613
Non déterminable			1	11	2	1	114	129
Oui			2	9	3	4		18
Total général	105	93	282	2857	3417	582	424	7760



● VENTILATION DES APPARITIONS PAR PROFESSION

Ce tableau met en avant la classification des personnes selon leurs professions ou statuts (agriculteur, magistrat, écrivain...) et selon leurs âges

La classification des apparitions selon la profession des personnes montre que, parmi 7760, seulement **25 (0,32%)** ayant entre 19 et 24 ans et **120 (1,54%)** dont l'âge varie entre 25 et 35 ans sont des sujets actifs de la société civile. Autrement dit, seuls **145** jeunes actifs dans la société civile ont eu accès à un passage télé durant la période d'observation. L'absence des jeunes âgés entre 19 et 24 ans en tant que bloggeurs et journalistes citoyens est remarquable ; dans cette tranche d'âge, on relève l'apparition uniquement de **2** personnes en tant que journalistes et professionnels des médias. La donne s'inverse complètement lorsqu'on change de domaine d'activité puisque dans la tranche 25-35 ans, **605** personnes apparues dans les télévisions ont des métiers ayant trait au sport.

Profession	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Activiste de la société civile, membre d'ONG ou d'organisations internationales, syndicats...			25	120	327	57	27	556
Agriculteur, pêcheur, éleveur			3	34	30	6	3	76
Avocat, magistrat, expert légal				27	33	6		66
Bloggeurs, journalistes citoyens, leaders d'opinion				64	58	3	8	133
Célébrité, musicien, acteur, professionnel du spectacle			4	264	254	21	29	572
Criminel, suspect de crime			5	11	20	1	19	56
Dirigeant de l'administration publique				33	115	9	4	161
Employé de bureau ou dans les services, sans fonctions managériales				54	12	4	4	74
Entrepreneur, homme/femme d'affaires, agent de bourse, expert financier, économiste...				66	72	10	2	150
Etudiant, élève	30	50	156	163	6		2	407
Femme/Homme au foyer, mère, père				125	257	55		437
Habitant générique d'un pays	31	28	50	165	235	43	43	595
Médecin, psychologue, professionnel système sanitaire...			3	71	88	5	11	178
Monarchie, membre de famille royale				7	144	3	16	170
Policier, militaire, protection civile...				63	75	5	16	159
Politique: ministre ou membre du gouvernement, député, leader de parti, porte-parole, gouverneur.....				93	820	140	23	1076
Professionnel de la culture, réalisateur, écrivain, artiste			6	37	105	19	53	220
Professionnel des médias, journaliste			2	31	22	2	1	58
Religieux				2	19	47	47	115
Représentant de commerce, artisan, ouvrier, personnel domestique				4	2			6
Retraité						7		7
Scientifique, ingénieur, technicien, informaticien...				9	9	3		21
Sportif, athlète, entraîneur, arbitre...				605	140	27	52	824
Travailleur dans le secteur informel			8	151	110	6	20	295
Universitaire, enseignant, éducateur, formateur				114	230	16	16	376
Autres			7	39	29	3	3	81
Non déterminable	44	15	13	505	205	84	25	891
Total général	105	93	282	2857	3417	582	424	7760



● VENTILATION DES APPARITIONS PAR FONCTION/POSITION

Ce tableau illustre la classification des personnes selon leurs fonctions ou leur position dans la nouvelle (protagoniste, co-protagoniste, interpellée...) et selon leurs âges

Ce que l'on peut constater au premier abord, c'est le nombre des jeunes dont la position dans les nouvelles est protagoniste, qui est de **2986 (250+2736)**. Cela veut dire que **95 % (2986 sur 3139)** des jeunes visibles dans les télévisions observées sont « partie prenante » dans la nouvelle en raison de quelque chose qu'ils ont dit, fait ou subi.

Fonction	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Expérience/Opinion personnelle	1	1	3	10	20	9	3	47
Expert ou commentateur			5	23	107	22	4	161
Interpellation			2					2
Opinion populaire		8	14	32	18	5		77
Performance artistique				11	4		3	18
Performance professionnelle			2	6	10	1	4	23
Porte-parole			2	3	9	1		15
Protagoniste ou co-protagoniste	96	82	250	2736	3217	535	405	7321
Témoignage	2	1	1	6	17	6		33
Autres	5	1		7	3	1	2	19
Non déterminable	1		3	23	12	2	3	44
Total général	105	93	282	2857	3417	582	424	7760

● VENTILATION DES APPARITIONS PAR CONTEXTE GÉOGRAPHIQUE

Ces chiffres indiquent que **66%** des jeunes (**2094 sur 3139**) recensés dans les télévisions observées ont été évoqués ou sont apparus dans des informations d'ordre national. Ce qui frappe, a contrario, c'est la rareté des jeunes (**14**), soit **2,20%**, dans les sujets qui concernent les provinces (régions de l'intérieur du pays).

Contexte	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Diaspora maghrébine à l'étranger				36	17	4		57
Grand Tunis/ Alger/ Axe Rabat - Casablanca				13	5	2	3	23
International	15	8	13	923	898	112	111	2080
National	81	83	266	1828	2363	447	271	5339
Provinces/ régions de l'intérieur du pays	9	1	3	13	57	8	2	93
Régional Machrek		1		33	57	5	27	123
Régional Maghreb				11	16	4	10	41
Non déterminable					4			4
Total général	105	93	282	2857	3417	582	424	7760



LES SUJETS INTERNES

● VISIBILITÉ DES SUJETS INTERNES PAR TRANCHE D'ÂGE ET PAR GENRE

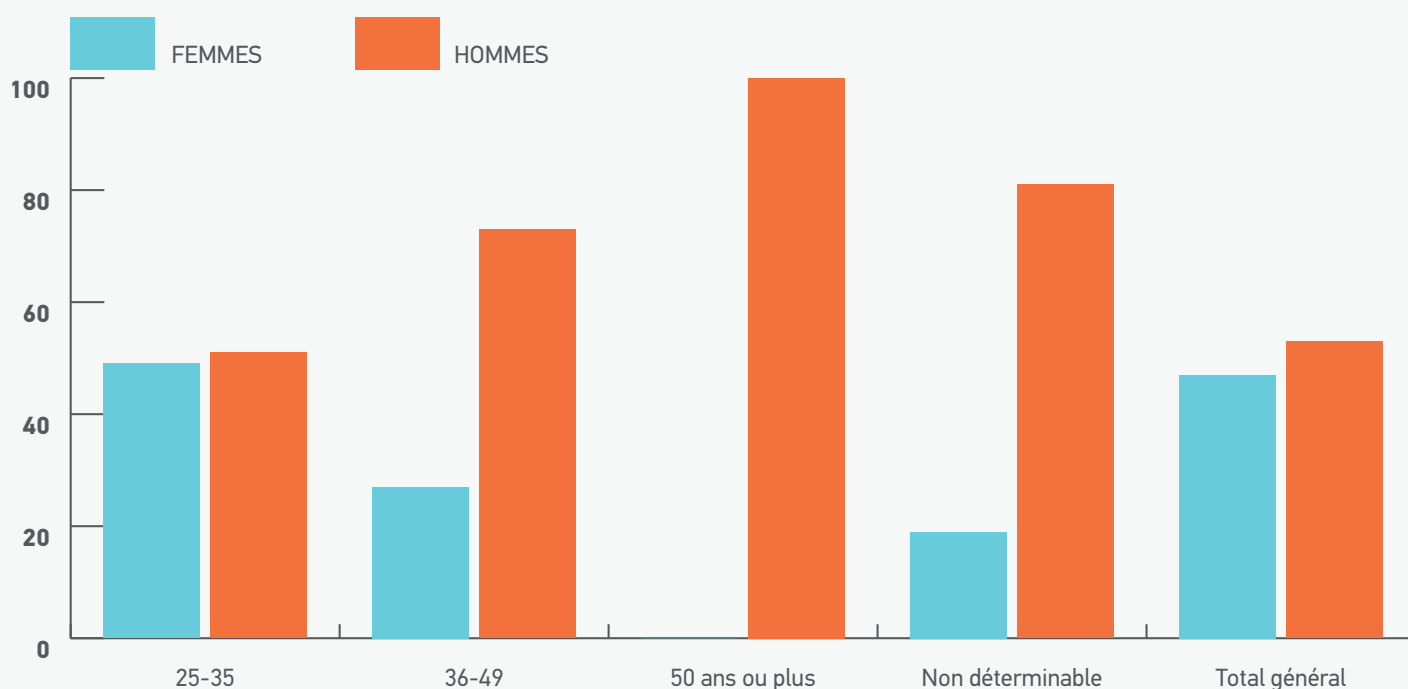
La présence des jeunes âgés entre 25 et 35 ans est fortement marquée dans les rangs des professionnels des télévisions marocaines, avec un pourcentage qui dépasse **93%**.

L'absence de la catégorie des jeunes âgés entre 19 et 24 ans peut être expliquée par le fait que ces jeunes n'ont pas encore terminé leurs études ou intégré la vie professionnelle, et appartiennent donc à la catégorie estudiantine.

Le tableau de la visibilité des sujets internes selon l'âge et le genre montre également qu'il y a parité entre les jeunes femmes et les jeunes hommes (respectivement **49%** et **51%**). En revanche, cette parité disparaît dans la catégorie 36 et 49 ans et encore plus dans la catégorie 50 ans ou plus, où l'on note une absence totale des femmes.

Cela nous amène à la conclusion que plus les femmes avancent dans l'âge, plus elles disparaissent des écrans de télévisions.

Âge	Femmes	Hommes	Total général	En %
25-35	1377	1444	2821	93,50%
36-49	39	106	145	4,81%
50 ans ou plus		8	8	0,26%
Non déterminable	8	35	43	1,42%
Total général	1424	1593	3017	100,00%





● VISIBILITÉ DES SUJETS INTERNES DANS LES CHÂÎNES DE TÉLÉVISIONS SELON LA DISTRIBUTION DES RÔLES

Rôle	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Journaliste auteur du reportage	1732	25	1	21	1779
Journaliste correspondant ou envoyé	10	6	1		17
Présentateur ou co-présentateur	719	110	4	1	834
Professionnel expert, invité permanent ou habituel du programme	7		2		9
Artiste (humoriste, musicien, etc.)	4			1	5
Autre sujet interne au programme	325			19	344
Danseur	1				1
Autre journaliste	23	4		1	28
Total général	2821	145	8	43	3017
En %	93,50%	4,81%	0,26%	1,42%	100%

La répartition des professionnels des médias selon les différents rôles, explique la forte présence des jeunes dans tous les rôles, avec **1 732 (57,4%)** auteurs de reportages et **719 (23,8 %)** présentateurs /présentatrices.

● VISIBILITÉ DES PROFESSIONNELS DES MÉDIAS SELON LES TYPES D'ÉMISSIONS

Les résultats affichés dans le tableau suivant indiquent la prédominance des jeunes en tant que présentateurs de tous types d'émission sur les écrans des chaînes de télévision. Cette présence très marquée rencontre une faible concurrence de la part des catégories de 36 ans ou plus dans les journaux d'information.

Âge	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Débat d'information	45	8		1	54
Émission de faits divers et chronique mondaine	43	5	1	1	50
Emission de service	115	13		1	129
Emission religieuse		5			5
Journal	2139	63	4	36	2242
Journal/Magazine sportif	79	22	1		102
Magazine culturel/scientifique ou Documentaire	222	7		4	233
Télé réalité	77	2	1		80
Reportage ou Magazine	3	1			4
Spectacle de variétés ou Emission musicale	1				1
Talk-show léger	90	19			109
Jeu	5		1		6
Autres	2				2
Total général	2821	145	8	43	3017





Radios

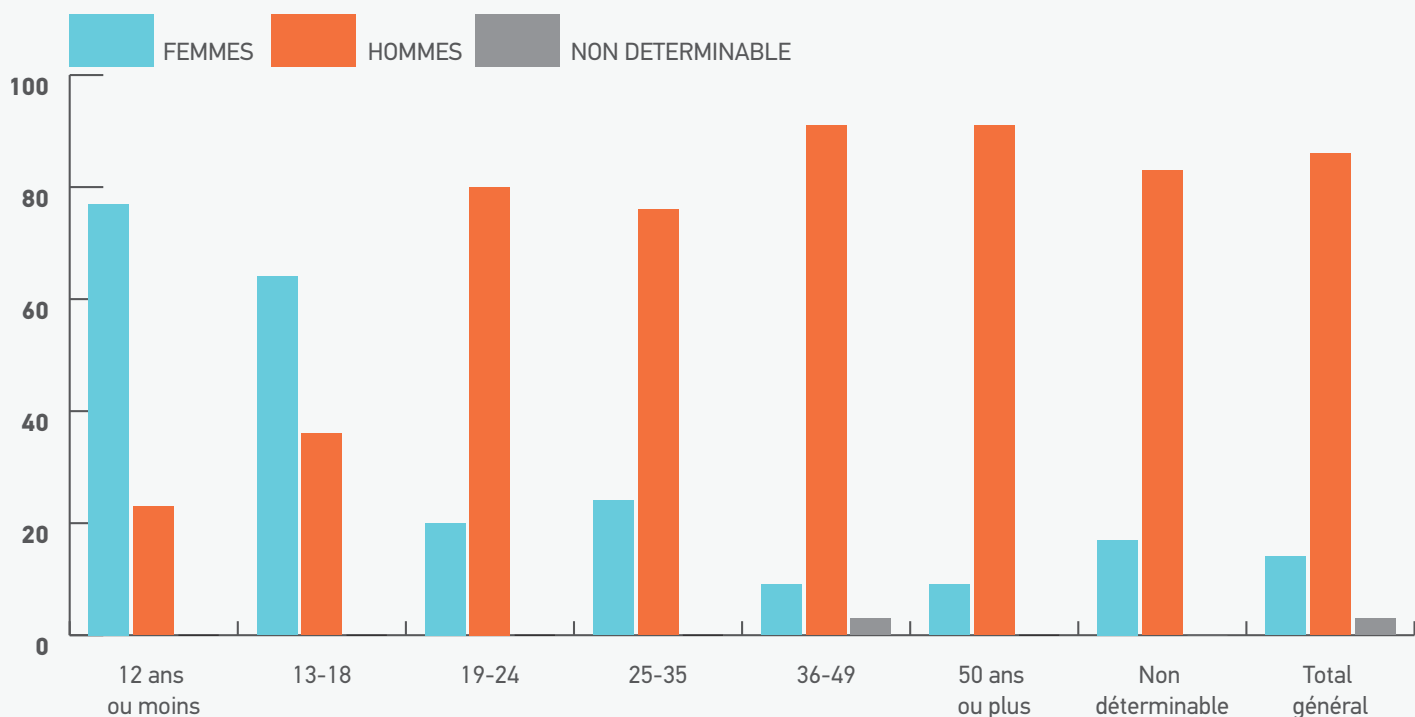
LES SUJETS EXTERNES

● VISIBILITÉ DES SUJETS EXTERNES PAR TRANCHE D'ÂGE ET PAR GENRE

Un même constat s'impose dans les radios observées : les jeunes entre 19 et 24 ans interviennent rarement à la radio. Le tableau ci-dessous illustre que, parmi les sujets externes, seuls **46 (0,6%)** ont entre 19 et 24 ans. Globalement, le pourcentage de présence des jeunes demeure faible puisque cette catégorie d'âge constitue seulement **26% (46 + 1879)** des sujets externes intervenant dans les radios observées.

Du point de vue genre, les jeunes femmes représentent **24%** de la totalité des jeunes sujets externes observés, un pourcentage plus faible que celui relevé dans les chaînes de télévision observées, où les jeunes femmes représentaient **30%** des sujets jeunes.

Âge	Femmes	Hommes	Non déterminable	Total général	En %
12 ans ou moins	10	3		13	0,18%
13-18	7	4		11	0,15%
19-24	9	37		46	0,63%
25-35	458	1421		1879	25,56%
36-49	412	4121	3	4536	61,71%
50 ans ou plus	54	540		594	8,08%
Non déterminable	45	226		271	3,69%
Total général	995	6352	3	7350	100,00%



● VISIBILITÉ DES SUJETS EXTERNES DANS LES RADIOS SELON LES DIFFÉRENTS RÔLES

Seulement **1 925 (26%)** sont des jeunes parmi les 7350 intervenants externes dans les radios.

Le constat est sans appel dans la tranche d'âge 19 -24 ans : les jeunes de cette catégorie sont très rares dans les radios marocaines **(0,6%)**.

Rôle	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Personne dont on parle	11	4	20	1655	4119	568	230	6607
Personne interviewée ou participants à un débat	1	7	22	197	364	14	9	614
Personne mentionnée					1		25	26
Personne reprise en direct			4	13	50	12	6	85
Concurrent d'un jeu				2				2
Autre sujet externe au programme				1				1
Non déterminable	1			11	2		1	15
Total général	13	11	46	1879	4536	594	271	7350
En %	0,18%	0,15%	0,63%	25,56%	61,71%	8,08%	3,69%	100%

→ LES JEUNES SUJETS DES RADIOS

Les sujets jeunes (19-24 ans et 25-35 ans) dans les radios (« personnes dont on parle » et « personnes mentionnées ») forment un cercle limité de **1 675** personnes sur **6 633 (25%)**. On signale seulement **20** jeunes (**0,3%**) ayant entre 19 et 24 ans dans les deux rôles personnes dont on parle et personnes mentionnées.

→ LES JEUNES SOURCES D'INFORMATION DANS LES RADIOS

Les radios observées font rarement appel aux jeunes dans la recherche de l'information ou dans la vérification de celle-ci (vérification des sources, ou recoupement avec d'autres sources).

On relève donc l'intervention de **236** jeunes (**33,7%**) parmi les **699** personnes interviewées, participant aux débats ou dont on a diffusé une déclaration. On signale que parmi ces 699 personnes, seuls **26 (3,71%)** ont entre 19 et 24 ans.

● VISIBILITÉ DES SUJETS EXTERNES DANS LES RADIOS SELON LES DIFFÉRENTS THÈMES

Les jeunes se font très rares et sont peu sollicités dans les thématiques qui font l'actualité. On retrouve ainsi que, parmi 7 350 personnes, **42** jeunes (**0,57%** du total général de sujets externes) sont sollicités dans le thème économie et affaires, **92** jeunes (**1,25%**) dans les questions sociales, et **137** jeunes (**1,86%**) dans celui de la politique. La fréquence de leur apparition s'accroît par contre dans les thèmes liés aux divertissements, sport, culture et médias. Ce constat vient confirmer celui relevé plus haut dans les télévisions et démontre que les jeunes sont peu sollicités par les médias observés lorsqu'il s'agit de traiter un sujet lié à la vie politique ou économique.

Thème	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Criminalité et violence		1	7	173	567	24	87	859
Culture et médias	3		12	526	490	276	106	1413
Divertissement			1	292	17	1	1	312
Économie et affaires	1	1		42	323	66	18	451
Politique		7	26	111	2567	189	38	2938
Questions de société	3			92	197	1	2	295
Questions juridiques				8	22	3	2	35
Santé				4	47			51
Sciences et environnement				1	48	14	3	66
Sport	1			608	251	17	4	881
Non déterminable	5	2		14	3	1	8	33
Autres				8	4	2	2	16
Total général	13	11	46	1879	4536	594	271	7350



Affiche de la commémoration de la Journée mondiale de la radio 2015 au Maroc, sous le thème «Les Jeunes et la Radio». Cette célébration a été organisée par le Bureau de l'UNESCO à Rabat et ses partenaires E-Joussour, Hit Radio et Atlantic Radio, dans le cadre du projet NET-MED Youth.

● VENTILATION DES APPARITIONS PAR PROFESSION

Les chiffres du tableau ci-dessous montrent que sur un total de 7350 sujets externes, seuls **69** activistes de la société civile (**0,94%**) dont l'âge varie entre 25 et 35 ans ont eu accès aux ondes radios. On peut relever aussi le fait qu'**AUCUN** activiste de la société civile ayant moins de 25 ans n'a été entendu ou évoqué dans les radios observées. Les chiffres révèlent également **L'ABSENCE** des jeunes entre 19 et 24 ans en tant que bloggeurs et journalistes citoyens, journalistes ou professionnels des médias. Comme dans les télévisions observées, il s'avère que dans les radios, **582** jeunes entre 25-35 ans exercent un métier ayant trait au sport, tandis que **710** jeunes exercent un métier lié au thème de divertissement (704 dans la tranche d'âge 25-35 et 6 qui ont entre 19-24 ans).

Profession	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Activiste de la société civile, membre d'ONG ou d'organisations internationales, syndicats...				69	352	9	5	435
Agriculteur, pêcheur, éleveur				1		4		5
Avocat, magistrat, expert légal				4	5			9
Blogueur, journaliste citoyen, leader d'opinion				45	24			69
Célébrité, musicien, acteur, professionnel du spectacle			6	704	245	88	20	1063
Criminel, suspect de crime				37	22	3	41	103
Dirigeant de l'administration publique				11	128	5	6	150
Employé de bureau ou dans les services, sans fonctions managériales				1	1		1	3
Entrepreneur, homme/femme d'affaires, agent de bourse, expert financier, économiste...				35	37	1	1	74
Etudiant, élève			9	6	1			16
Femme/Homme au foyer, mère, père					3			3
Habitant générique d'un pays	1	6	18	11	2	7	18	63
Médecin, psychologue, professionnel système sanitaire...				2	16	3		21
Monarchie, membre de famille royale		3		13	216	27	2	261
Non déterminable	12	2	12	75	22	6	22	151
Policier, militaire, protection civile...				70	35			105
Politique : ministre ou membre du gouvernement, député, leader de parti, porte-parole, gouverneur...				67	2836	272	34	3209
Professionnel de la culture, réalisateur, écrivain, artiste				44	209	73	73	399
Professionnel des médias, journaliste				61	15	5	38	119
Religieux					13	7		20
Représentant de commerce, artisan, ouvrier, personnel domestique					2			2
Scientifique, ingénieur, technicien, informaticien...				2	29	21	1	53
Sportif, athlète, entraîneur, arbitre...				582	169	10	3	764
Travailleur dans le secteur informel				1			1	2
Universitaire, enseignant, éducateur, formateur			1	37	149	21	3	211
Autres				1	5	32	2	40
Total général	13	11	46	1879	4536	594	271	7350

● VENTILATION DES APPARITIONS PAR FONCTION/POSITION

Même constat que pour les télévisions, **94%** des jeunes présents dans les radios sont des protagonistes ou des co-protagonistes de nouvelles. Soit **1816 (25+1791)** sur un total de 1925 jeunes. On peut tirer la même conclusion que pour les chaînes de télévision : les jeunes visibles dans les radios observées sont pour la plupart des « parties prenantes » dans les nouvelles en raison de ce qu'ils ont dit, fait ou subi.

Fonction	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Autres				2	5		14	21
Expert ou commentateur					56		2	58
Interpellation		7	19	19	1	5		51
Non déterminable	1		1	52	21		4	79
Performance artistique				4	2		6	12
Porte-parole	1	1	1	11	30	1		45
Protagoniste ou co-protagoniste	11	3	25	1791	4421	588	245	7084
Total général	13	11	46	1879	4536	594	271	7350

● VENTILATION DES APPARITIONS PAR CONTEXTE GÉOGRAPHIQUE

Ce qui frappe de prime abord dans les chiffres de ce tableau, c'est **L'ABSENCE** des jeunes dans les sujets qui concernent les provinces. Le nombre des jeunes dans les informations d'ordre national, bien qu'il soit important, est peu conséquent par rapport à celui des télévisions. Ces chiffres indiquent aussi que la moitié des jeunes **(963 sur 1925)** acteurs externes des radios observées a été recensée dans des actualités d'ordre international.

Contexte	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Diaspora maghrébine à l'étranger				40	184	6		230
Grand Tunis/Alger/Axe Rabat – Casablanca				6	8	4		18
International	5	1	13	950	2407	283	198	3857
National	7	10	30	778	1647	241	44	2757
Non déterminable	1		1	35	9	13	7	66
Provinces					1			1
Régional Machrek			2	34	160	14	10	220
Régional Maghreb				36	120	33	12	201
Total général	13	11	46	1879	4536	594	271	7350

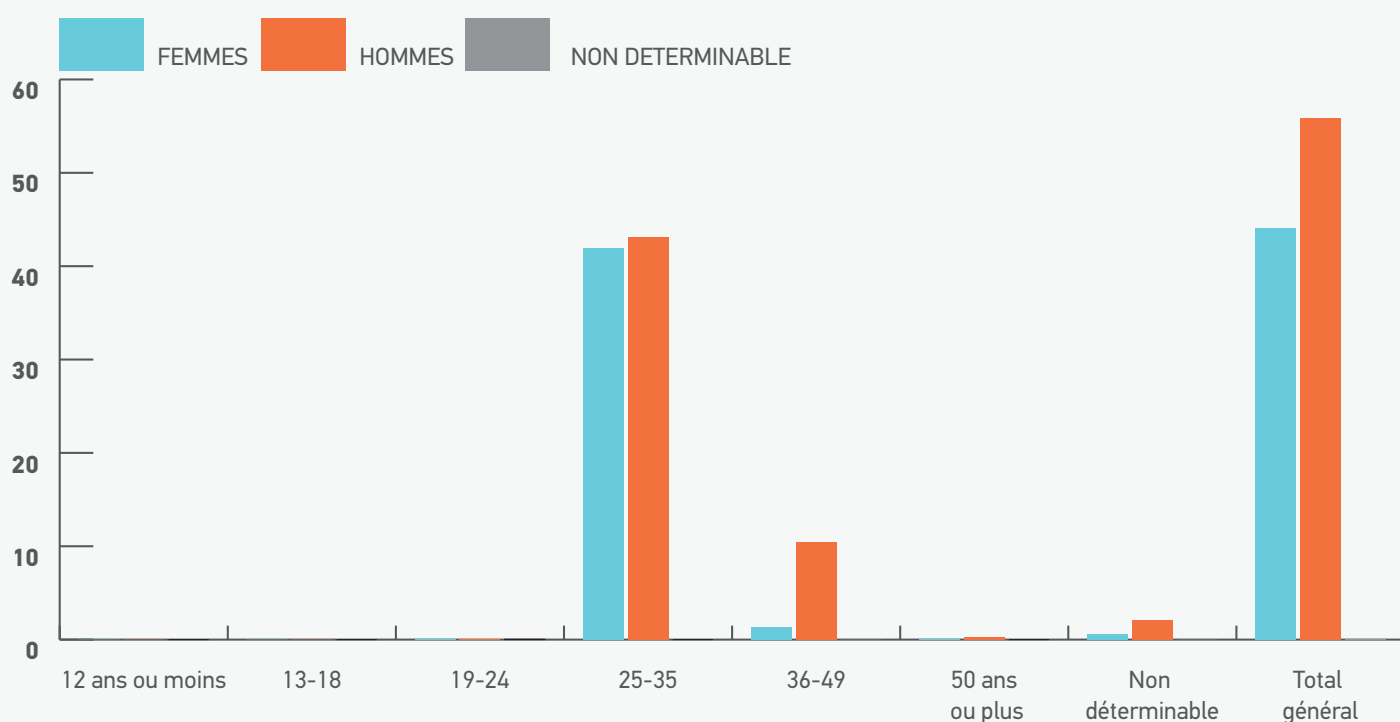
LES SUJETS INTERNES

● VISIBILITÉ DES SUJETS INTERNES PAR TRANCHE D'ÂGE ET PAR GENRE

Les résultats de ce tableau montrent que les jeunes occupent **85%** du total des professionnels des radios marocaines observées, mais cette prépondérance n'a pas favorisé la présence des jeunes comme sujets externes dans les radios, ni orienté la centralité des programmes vers des questions relatives aux jeunes.

Le tableau de la visibilité des sujets internes selon l'âge et le genre montre qu'il y a presque égalité parfaite entre les jeunes femmes et les jeunes hommes.

Âge	Femmes	Hommes	Non déterminable	Total général	En %
19-24	2	2	1	5	0,16%
25-35	1125	1155		2280	85,07%
36-49	37	279		316	11,79%
50 ans ou plus	1	6		7	0,26%
Non déterminable	17	55		72	2,69%
Total général	1182	1497	1	2680	100,00%



● SUJETS INTERNES SELON LA DISTRIBUTION DES RÔLES

Les résultats de ce tableau montrent que les professionnels jeunes dominent dans les radios observées. Cela s'explique en grande partie par le nombre important des présentateurs et des présentatrices des journaux radiophoniques.

Rôle	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Journaliste auteur du reportage		417	29		6	452
Journaliste correspondant ou envoyé		43	9	1	6	59
Présentateur ou co-présentateur	4	1452	215	5	9	1685
Professionnel expert, invité permanent ou habituel du programme		3	15			18
Autre journaliste		348	47		4	399
Autre sujet interne au programme	1	17	1	1	47	67
Total général	5	2280	316	7	72	2680
En %	0,16%	85,07%	11,79%	0,26%	2,69%	100%

● LES JEUNES PARMIS LES PROFESSIONNELS DES RADIOS SELON LES TYPES D'ÉMISSIONS

Les chiffres de ce tableau confirment ceux du tableau précédent : les jeunes arborent une présence marquée parmi les professionnels des radios, mais sont souvent cantonnés à présenter les journaux radiophoniques.

Type émission	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Débat d'information			338	48	3	47	436
Émission de faits-divers et chronique mondaine			63				63
Emission de service	2	1	98	59	2		162
Information parlementaire				1			1
Journal	1		1647	189	1	18	1856
Journal/Magazine sportif			21				21
Magazine culturel/scientifique ou Documentaire			11	7			18
Reportage ou Magazine			7	2			9
Spectacle de variétés ou Emission musicale			42	2	1	4	49
Talk-show léger			2	1			3
Autres			1				1
Total général	3	1	2230	309	7	69	2619

III. CONCLUSIONS

Le monitoring a porté sur 2 radios et 2 télévisions marocaines sur une période d'un mois (février 2015).

Sur le plan de méthodologie, ce monitoring a consisté d'une part, à délimiter la part des jeunes parmi les professionnels travaillant dans les médias ou parmi les intervenants externes (invités, interviewés, personnes mentionnées ...); et d'autre part, à évaluer dans quelle mesure les médias accordent des espaces d'expression aux jeunes pour exposer leurs préoccupations et leurs sujets d'intérêt.

Force est de constater que cet espace accordé aux jeunes est extrêmement réduit, quand il n'est pas inexistant.

En effet, le monitoring a permis de faire ressortir des tendances relatives à l'espace accordé aux jeunes dans les médias et de dresser le constat suivant : les jeunes sont peu, voire très peu, représentés dans les médias observés, face à la domination des adultes (36 ans ou plus).

Une jeunesse sous-représentée dans les médias

Bien que le taux de visibilité des jeunes en tant que sujets externes (invités, interviewés ou personnes mentionnées ...) dans les télévisions marocaines soit moyennement satisfaisant, la fréquence d'apparition des jeunes ayant entre 19 et 24 ans est très faible. Ceci témoigne d'une sous-représentation de cette catégorie d'âge qui semble très peu sollicitée par les médias.

Si le taux global de visibilité des jeunes apparaît satisfaisant dans les télévisions (40,45%), ce n'est pas le cas dans les radios, où seulement 26% du total des acteurs externes sont des jeunes, avec comme récurrence une très faible proportion de ceux de la tranche d'âge 19-24 ans. C'est également le cas des jeunes femmes, qui ne dépassent pas un tiers du total des jeunes sujets des télévisions observées, et qui ne représentent que 24% dans les radios.

Les jeunes dans les professions média : une simple vitrine ?

Les jeunes entre 25 et 35 ans sont fortement présents dans les rangs des professionnels télévisions marocaines, avec un pourcentage qui dépasse 93%. De même, ils occupent 85% du total des professionnels radios. Mais cette présence marquée n'a malheureusement pas favorisé l'existence d'émissions dont les sujets centraux seraient les jeunes, et n'a pas non plus influencé le traitement des actualités de sorte à les focaliser sur les préoccupations de cette catégorie d'âge.

L'observation a ainsi montré qu'un faible taux d'informations télévisées ou radiodiffusées (2,3%) est centré sur les jeunes. En effet, sur un total de 4634 d'informations, seulement 106 sont centrées sur des sujets jeunes ou sur des thématiques concernant les jeunes.

Les jeunes : une source d'information peu fiable pour les médias ?

Les médias sollicitent très peu les jeunes comme sources d'information, beaucoup moins que les adultes. Ainsi parmi les personnes interviewées ou participant à un débat, ou encore celles dont on diffuse une déclaration, les jeunes ne dépassent pas les 44% dans les télévisions et les 33% dans les radios. Ce taux se réduit considérablement lorsqu'on se penche sur la catégorie des jeunes entre 19 et 24 ans qui n'occupent que 5 % des rôles sources dans les télévisions et 3,71% dans les radios. Ces derniers sont tout simplement mis à l'écart.

Ainsi ces indicateurs nous permettent de conclure que les jeunes ne sont pas souvent sollicités par les médias pour vérifier une information, la commenter, ou pour émettre leur avis sur l'actualité.

Une faible représentation des catégories défavorisées : les jeunes des régions et les jeunes en situation de handicap

Les médias observés ne donnent qu'un espace très faible aux personnes en situation de handicap, une couche souffrant déjà d'une marginalisation dans la société. En effet, seuls 11 jeunes en situation de handicap ont été recensés dans les télévisions observées, se répartissant ainsi : 1 seule femme et 10 hommes. Ceci aussi est le cas des jeunes des régions éloignées de la capitale, ils sont quasiment absents des médias observés.

Les jeunes cantonnés aux thèmes de divertissement

Le constat est flagrant. Dès que l'on aborde une rubrique ou un horaire riche en information qu'on pourrait qualifier de « sérieuse » (politique, économie...), on voit disparaître les jeunes au profit d'une surreprésentation des personnes plus âgées. Dans les télévisions, les jeunes apparaissant dans la rubrique politique représentent 2,51% du total des sujets externes observés dans toutes les catégories, et ce pourcentage est 2,12% dans la rubrique économique. Même constat dans les radios, avec des chiffres qui dégringolent: les jeunes apparaissant dans la rubrique politique se réduisant à 1,86% du total général des sujets externes observés, et à 0,57% dans le cas de la thématique économie et affaires. En revanche, ces taux augmentent considérablement lorsqu'on passe à une rubrique liée au divertissement ou au sport.

Les jeunes sont donc cantonnés à des rubriques dites « légères » ou de divertissement.

Ce constat soulève la question de la perception de la jeunesse et de ses centres/sujets d'intérêt par les médias : les médias préjugeraient-ils que les jeunes sont plus intéressés par des sujets relevant du divertissement que par des thématiques qui ont trait à la politique et/ou sujets de société ?

Par conséquent, si la radio et la télévision cantonnent les jeunes aux sujets de divertissement et n'offrent pas un espace d'expression ouvert, vers quels types d'espaces et de médias les jeunes s'orientent-ils pour faire entendre leur voix sur des sujets politiques, économiques et/ou de société ?

IV - RECOMMANDATIONS

Ce rapport vise à servir de base de réflexion et de dialogue entre la société civile et les médias sur la représentation des jeunes dans les médias. Dans le cadre du projet NET-MED Youth, les organisations de jeunesse pourront ainsi approcher les acteurs médiatiques, pour discuter des moyens d'améliorer l'image dans les médias, en tenant compte notamment les recommandations suivantes :

Aux journalistes

<p>(1) Prendre en compte la dimension genre dans les sujets en relation avec les jeunes, et ce notamment dans les reportages et lors de la couverture d'événements;</p>	<p>(2) Permettre aux jeunes de s'exprimer davantage dans les contenus, notamment sur les sujets d'actualité;</p>
<p>(3) Diversifier les sujets et contenus destinés aux jeunes et ne pas limiter la participation des jeunes aux sujets de jeunesse;</p>	<p>(4) Eviter toute discrimination liée à l'âge lorsqu'il s'agit de vérifier une information et/ou de solliciter une expertise sur un sujet donné;</p>
<p>(5) Eviter tous clichés et 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 »...);</p>	<p>(6) Diversifier les profils jeunes et donner une attention particulière aux jeunes hommes et femmes en situation de handicap.</p>

Aux responsables des médias

<p>(1) Mettre la dimension «jeunes» comme variable importante dans l'élaboration de l'agenda rédactionnel et de la grille de programmation pour les Radios et TV, en évitant toute stigmatisation des jeunes ;</p>	<p>(2) Revoir la structure de la programmation pour donner plus de valeur à la parole des jeunes, tous les jeunes, afin que cette catégorie de la population puisse débattre et exprimer ses avis sur les sujets et questions de société ;</p>
<p>(3) Former des journalistes à l'intégration des jeunes, sans aucune discrimination liée à l'âge, au sexe ou au handicap, aux différentes thématiques ;</p>	<p>(4) Garantir la représentation des jeunes en situation de handicap.</p>

À la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA)

<p>(1) Réaliser d'une façon périodique des monitorings de la visibilité des jeunes dans les médias;</p>	<p>(2) Organiser des ateliers de sensibilisation des journalistes sur la jeunesse et les questions de jeunesse;</p>
<p>(3) Inscrire la place du point de vue des jeunes dans un cadre en phase avec les orientations stratégiques de la nation;</p>	<p>(4) Créer des instruments pour encourager les entreprises médiatiques qui donnent plus de visibilité aux jeunes dans l'espace radiophonique et télévisuel.</p>

À la société civile

<p>(1) Réaliser des projets d'observation de la visibilité des jeunes dans les médias;</p>	<p>(2) Créer un réseau d'associations et développer une stratégie de plaidoyer pour améliorer la visibilité des jeunes dans les médias sur la base des résultats des projets d'observation;</p>
<p>(3) 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...);</p>	<p>(4) Multiplier les rencontres internationales visant à coordonner les actions sur le terrain de la place aux jeunes et y offrir une tribune à la jeunesse marocaine.</p>

ANNEXE 1 : MÉTHODOLOGIE

METHODOLOGIE D'OBSERVATION* : LES JEUNES DANS LES MÉDIAS - INFORMATION ET DIVERTISSEMENT -

* Cette proposition de méthodologie a été développée grâce à l'expérience de l'Arab Working Group on Media Monitoring après une décennie dans l'observation des différentes thématiques et l'adaptation de diverses méthodologies utilisées durant plusieurs projets tel que: la méthodologie d'observation des médias pendant les campagnes électorales (méthodologie de memo98 et de l'Osservatorio di Pavia), et des projets d'observation des questions de genre dans les médias au Soudan et en Tunisie (méthodologie de Media Monitoring Africa et méthodologie de l'Osservatorio di Pavia).

Partie introductive

POURQUOI OBSERVER LES MÉDIAS?

Le monitoring (observation) des médias permet l'exploitation statistique d'un certain nombre de résultats. On observe notamment les différents types de manquements et les zones de partialité dans la couverture des médias selon des méthodes chiffrées plus visibles puisque mesurables. Pour cette raison, de plus en plus d'organisations de la société civile à travers le monde commencent à entreprendre des études de monitoring des médias.

Le monitoring peut concerner plusieurs sujets tels que la couverture médiatique des campagnes électorales, l'image des femmes dans les médias, les discours de haine...

POURQUOI OBSERVER LE TRAITEMENT MÉDIATIQUE DE JEUNES ?

L'observation des médias permet la collecte de données quantitatives et qualitatives sur la couverture des médias d'une série de questions clés, telles que le nombre de jeunes qui s'expriment dans les nouvelles et la façon dont ils sont représentés dans les différentes émissions et programmes. L'observation nous permet non seulement de déterminer le degré de présence des jeunes dans les médias, mais aussi de vérifier comment sont traitées les informations relatives aux jeunes et à leurs droits, leurs réalisations et leurs points de vue ainsi que leur représentation dans les principaux médias.

Pour ce qui est du genre, elle mesure le pourcentage de jeunes femmes par rapport aux jeunes hommes présents à divers degrés dans les médias.

Dans la section concernant le fonctionnement interne des médias¹, elle répertorie le nombre de jeunes travaillant dans les médias et la typologie de mission qui leur est assignée.

DANS QUEL BUT LE FAISONS-NOUS DANS LE CADRE DU PROJET NET-MED YOUTH ?

Après avoir collecté les données quantitatives et qualitatives de monitoring sur les jeunes dans les médias, les résultats, constatations et recommandations du rapport serviront de levier pour développer une stratégie active de sensibilisation afin d'encourager les principaux médias à i) soutenir davantage le point de vue et le positionnement des jeunes à l'égard des politiques et programmes nationaux; ii) présenter régulièrement des informations sur les jeunes et leurs réalisations, et à faire entendre leur voix, pour éviter qu'ils soient uniquement confinés aux médias sociaux; et iii) à interagir davantage avec de jeunes citoyens et citoyennes.

Au travers des activités de sensibilisation, les jeunes femmes et hommes auront un apprentissage du monde des médias et de l'information. Ils seront initiés à la problématique de la liberté d'expression et aux compétences en matière de production de contenu pour les médias. Ces activités renforcent ainsi leurs capacités à interagir efficacement, et en faisant preuve d'esprit critique, avec les médias et les producteurs d'information, et solidifient leurs efforts de plaidoyer et de suivi des stratégies/politiques relatives à la jeunesse.

Les jeunes travaillant dans les médias constituent une cible non négligeable de cette stratégie de sensibilisation. Journalistes en herbe, blogueur et journalistes citoyens y verront leurs capacités professionnelles raffermie; De par son apport éducatif, la sensibilisation vient en soutien des jeunes femmes et hommes dans leur rôle de surveillance des stratégies/politiques qui les concernent.

Cette stratégie vise à atteindre tous les résultats définis dans le cadre du projet NET-MED Youth, et notamment le résultat escompté n° 3: Une couverture équitable et objective des informations sur les jeunes, de leurs droits, réalisations et points de vue dans les principaux médias (en veillant à favoriser une approche sensible au genre et aux handicaps) est garantie, de même que le positionnement des jeunes à l'égard des politiques et programmes nationaux dans divers secteurs (éducation, emploi, accès aux droits, liberté d'expression et accès à l'information, environnement, lutte contre la corruption, inclusivité politique, etc.).

QUE SOUHAITONS-NOUS OBSERVER ?

On observera les programmes d'information et les programmes de divertissement. On exclut de l'observation les programmes de fiction (films, séries...). On y détermine le degré de présence des jeunes dans les médias parmi les sujets internes et les sujets externes:

→ SUJETS INTERNES

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

→ 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.)
- Personne reprise en directe
- Invité(e) participant(e) à un débat
- Invité(e) participant(e) à un spectacle
- Concurrent(e) d'un jeu
- Autre sujet externe au programme

On détermine également dans la collecte de paramètres, une série de données telles que le genre de ces jeunes, les thèmes dans lesquels on parle d'eux (elles) ou dans lesquels ils (elles) interviennent, ou encore les clichés et les stéréotypes qu'on attribue aux jeunes.

QUELS MÉDIAS OBSERVER ET POURQUOI ?

Avant d'entamer l'observation, on délimite l'échantillon objet de notre observation. L'échantillon doit être représentatif et approprié. Il peut être défini selon plusieurs procédés.

Dans certains pays et selon notre choix des médias à observer, on se réfère aux données existantes publiées par des organismes spécialisés et qui donnent des chiffres sur les nombres de vente de journaux par exemple et sur l'audimat.

Si on n'a pas accès à ces chiffres ou si on est dans des pays où ces données ne sont pas disponibles, on peut faire un petit sondage auprès du public concerné pour déterminer quelles sont leurs sources d'information. Les médias les plus suivis seront alors notre priorité.

Première partie : Informations générales sur l'émission

L'UNITÉ D'ANALYSE EST L'ÉMISSION.

1. NOM DE L'ANALYSTE

2. DATE : écrire la date d'émission du programme, sous la forme JJ-MM-AA

3. CHAÎNE : Attribuez un code pour chaque chaîne

1. TV 1	3. Radio 1
2. TV 2	4. Radio 2

4. TITRE DE L'ÉMISSION : écrire le titre avec tous les éléments permettant de distinguer, le cas échéant, les différentes éditions de la même émission (par exemple, JT 13h, JT 17h, JT 20h, etc.).

NOTE : Au moment de la saisie, les analystes doivent prêter attention à écrire les titres de manière uniforme. Alternativement, les émissions peuvent faire l'objet d'une codification de la part de l'expert de la base de données.

5. TYPE D'ÉMISSION

- 1. Journal
- 2. Reportage ou Magazine (programmes couvrant les événements de la vie politique et sociale, ou proposant des approfondissements sur des faits d'actualité)
- 3. Débat d'information (émission où deux acteurs ou plus discutent de différents sujets d'actualité proposés, en présentant des faits et en exprimant leurs points de vue sur plusieurs arguments)
- 4. Information parlementaire (émission consacrée aux travaux des Assemblées nationales)
- 5. Tribune politique (programmes qui donnent aux candidats la possibilité d'exprimer leurs positions pour un laps de temps prédéterminé et sans la médiation des journalistes)
- 6. Magazine culturel/scientifique ou Documentaire
- 7. Emission de service (programme qui donne des informations utiles, comme la météo, les infos sur la circulation, etc.)
- 8. Journal/Magazine sportif
- 9. Micro-trottoir
- 10. Émission de faits-divers et chronique mondaine

- 11. Talk-show léger (programme de ton léger, où deux acteurs ou plus se racontent ou bavardent sur différents sujets)
- 12. Reality show
- 13. Jeu
- 14. Spectacle de variétés ou Emission musicale
- 15. Emission religieuse
- 16. Spot publicitaire
- 17. Autres

6. PLAGES HORAIRES

Radio :

- 1. Matin (7.00 – 9.00)
- 2. Midi (12.00 – 14.00)
- 3. Après-midi (16.00 – 18.00)

TV :

- 4. Soirée (18.30 – 23.30)

NOTE : Si l'émission s'étend sur deux plages horaires, choisir la plus étendue.

Deuxième partie : centralité jeunes / questions et perspectives jeunesse

L'UNITE D'ANALYSE EST LA NOUVELLE POUR LES JT ET JR, L'EMISSION DANS LES AUTRES CAS

7. N° PROGRESSIF NOUVELLE : pour les JT et les JR, il faut numéroter les nouvelles dans leur ordre d'apparition; les autres émissions sont considérées comme des unités, elles auront donc un seul nombre progressif (1) écrit sur la première ligne.

8. CENTRALITÉ JEUNE : signaler si la nouvelle ou le programme se focalise sur les jeunes ou sur des sujets concernant les jeunes.

1. Oui
2. Non

NOTE: Pour les JT et les JR, il faut donner cette information pour chaque nouvelle ; pour les autres programmes, cette information sera donnée une seule fois, sur la première ligne.

NOTE: Si oui, donner des précisions dans les notes.

9. TRAITEMENT D'UNE QUESTION DE JEUNESSE OU PRÉSENCE D'UNE PERSPECTIVE JEUNE DANS UNE THÉMATIQUE GÉNÉRALE

1. Oui
2. Non

NOTE : JT et JR = information à donner pour chaque nouvelle; autres programmes = une seule fois, sur la première ligne.

NOTE : Si oui, donner des précisions dans les notes.

11. RÔLE : sélectionner dans la liste suivante le rôle joué par le sujet

Sujets internes

- 0. Non déterminable
- 1. Présentateur ou co-présentateur
- 2. Journaliste auteur du reportage
- 3. Journaliste correspondant ou envoyé
- 4. Autre journaliste (commentateur, chroniqueur, etc.)
- 5. Professionnel expert, invité permanent ou habituel du programme
- 6. Artiste (humoriste, musicien, etc.)
- 7. Jeune assistant
- 8. Danseur
- 9. Autre sujet interne au programme (par exemple la voix off)

Sujets externes

- 10. Public en salle
- 11. Personne dont on parle
- 12. Personne mentionnée (citée)
- 13. Personne interviewée (en studio, à l'extérieur, en liaison téléphonique ou vidéo, etc.)
- 14. Personne reprise en directe
- 15. Invité participant à un débat
- 16. Invité participant à un spectacle
- 17. Concurrent d'un jeu
- 18. Autre sujet externe au programme

NOTE : Si, dans la même nouvelle ou dans le même programme, il y a un sujet dont on parle et qui, par la suite, est interviewé, c'est ce deuxième rôle qui prévaut.

12. GENRE

- 0. Non déterminable
- 1. Femme
- 2. Homme

13. HANDICAP

- 0. Non déterminable
- 1. Femme
- 2. Homme

14. AGE (déclaré ou estimé par l'analyste)

- 0. Non déterminable
- 1. 12 ans ou moins
- 2. 13-18
- 3. 19-24
- 4. 25-35
- 5. 36-49
- 6. 50 ans ou plus

NOTE : On détermine l'âge de tous les sujets afin de connaître le pourcentage de la présence des jeunes par rapport aux autres catégories d'âge.

15. ASPECT EXTÉRIEUR (sur la base de la tenue vestimentaire, de la posture, des mouvements, etc.)

- 0. Non déterminable
- 1. Classique
- 2. Sport
- 3. Tendance ou moderne
- 4. Traditionnel
- 5. Portant le voile
- 6. Portant le niqab
- 7. Portant la barbe
- 8. Autres

16. THÈME PRINCIPAL	17. SOUS THÈME
0. Non déterminable	→ 0. Non déterminable
1. Politique	→ 1. Politique interne, Gouvernement, discours politiques, referendums, partis politiques → 2. Politique étrangère et relations internationales → 3. Questions sécuritaires (défense, questions militaires et forces de l'ordre) → 4. Participation politique des jeunes → 5. Participation politique des femmes → 6. Les jeunes à l'armée, service national → 7. Autres nouvelles de politique
2. Economie et affaires	→ 8. Politique économique, stratégies, modèles, etc. → 9. Marchés financiers, bourse, commerce, affaires, etc. → 10. Travail, grèves, syndicats, chômage, précarité, protection sociale, logement, etc. → 11. Économie agricole, élevage, pêche, → 12. Questions foncières (agricoles et industrielles) → 13. Consommation, défense du consommateur, prix, etc. → 14. Industrie, transports et travaux publics → 15. Occupation des jeunes, jeunes entrepreneurs, rôle des jeunes dans l'économie → 16. Tourisme → 17. Autres nouvelles d'économie et affaires

3. Sciences et environnement	<ul style="list-style-type: none"> → 18. Sciences humaines, sciences de la nature, recherche, innovations... → 19. Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) → 20. Environnement, pollution, nature, écologie, désastres naturels, tremblements de terre, alluvions... → 21. Autres nouvelles de sciences et de l'environnement
4. Santé	<ul style="list-style-type: none"> → 22. Médecine, santé, alimentation, recherche médicale, hôpitaux... → 23. Les jeunes et la sexualité (contraception, avortement...) → 24. Autres nouvelles sur la santé
5. Questions de société	<ul style="list-style-type: none"> → 25. Développement social → 26. Education, crèches, école, université, formation, alphabétisme... → 27. Pauvreté → 28. Handicap → 29. Corruption → 30. Addictions et comportements à risques → 31. Questions de genre → 32. Famille, relations familiales, célibat, prise en charge des parents... → 33. Religion, traditions, rituels... → 34. Migrations → 35. Racisme, xénophobie, minorités... (en tant que phénomène et fait social) → 36. Droits humains → 37. Mouvements des jeunes → 38. Jeunes et religion/tradition... → 39. Sexualité des jeunes (virginité, sexualité hors mariage, orientation sexuelle, maladies sexuellement transmissibles, etc.) → 40. Autres nouvelles sur les questions de société
6. Questions juridiques	<ul style="list-style-type: none"> → 41. Système juridique, fonctionnement de la justice → 42. Droits humains (lois, cas juridiques, etc.) → 43. Liberté d'expression et accès à l'information (lois, et cas juridiques) → 44. Migrations → 45. Racisme, xénophobie, minorités (lois, interventions juridiques, etc.) → 46. Sexualité des jeunes (d'ordre juridique: mariages forcés, mariage des mineurs, viols, harcèlement, etc.) → 47. Affaires familiales → 48. Violences basées sur le genre → 49. Autres nouvelles sur des questions juridiques

7. Criminalité et Violence	<ul style="list-style-type: none"> → 50. Vols, escroqueries, narcotrafics, corruption... → 51. Homicides, enlèvements, agressions, violence sur les mineurs, etc. → 52. Violence en milieu scolaire et universitaire → 53. Violence dans les stades → 54. Guerre, guerre civile, terrorisme... → 55. Manifestations violentes, désordres, violences des forces de l'ordre → 56. Incidents routiers → 57. Violence sexuelle, harcèlement, abus contre les jeunes → 58. Violence conjugale → 59. Délinquance et abus commis par des jeunes → 60. Milieu carcéral → 61. Autres nouvelles de criminalité et violence
8. Culture et médias	<ul style="list-style-type: none"> → 62. Arts, cinéma, théâtre, livres, danse, etc. → 63. Patrimoine culturel → 64. Activités et événements culturels (festivals, shows musicaux, concerts, etc.) → 65. Mass médias → 66. Médias 2.0 → 67. Médias associatives ou communautaires → 68. Autres nouvelles de culture & médias
9. Sport	<ul style="list-style-type: none"> → 69. Jeunes et sport → 70. Sports extrêmes → 71. Compétitions sportives → 72. Autres nouvelles de sports
10. Divertissement	<ul style="list-style-type: none"> → 73. Chroniques mondaines, célébrités, etc. → 74. Activités de tourisme → 75. Beauté, mode, etc. → 76. Jeux et concours → 77. Autres nouvelles de divertissement
11. Autres	<ul style="list-style-type: none"> → 78. Météo → 79. Autres

NOTE : Le présentateur du programme, dans les émissions qui traitent d'un seul argument, sera associé à ce thème (ainsi que sous-thème et contexte). Par contre, dans les JT et dans les émissions qui traitent plusieurs arguments, le présentateur est censé traiter tous les thèmes, donc il est classé avec un code 0 dans les variables Thème, Sous-thème et Contexte, SAUF s'il arrive qu'il soit le seul sujet d'une nouvelle (nouvelle lue en studio et sans sujets pertinents), auquel cas il sera associé à ce thème spécifique.

18. CONTEXTE GÉOGRAPHIQUE

- 0. Non déterminable
- 1. National
- 2. International
- 3. Diaspora (maghrébins à l'étranger)
- 4. Grand Tunis/Alger/Axe Rabat - Casablanca
- 5. Provinces
- 6. Régional Maghreb
- 7. Régional Machrek

Les variables suivantes doivent être remplies seulement pour les sujets externes, et ne s'appliquent pas aux journalistes et professionnels internes à l'émission

19. PROFESSION/POSITION SOCIALE :

- 0. Non déterminable
- 1. Monarchie, membre de famille royale
- 2. Politique : ministre ou membre du gouvernement, député, leader de parti, porte-parole, gouverneur...
- 3. Dirigeant de l'administration publique
- 4. Policier, militaire, protection civile...
- 5. Universitaire, enseignant, éducateur, formateur
- 6. Médecin, psychologue, professionnel du système sanitaire...
- 7. Scientifique, ingénieur, technicien, informaticien...
- 8. Professionnel des médias, journaliste,
- 9. Bloggeurs, journaliste citoyen, leaders d'opinion
- 10. Professionnel de la culture, réalisateur, écrivain, artiste...
- 11. Avocat, magistrat, expert légal
- 12. Entrepreneur, homme/femme d'affaires, agent de bourse, expert financier, économiste...
- 13. Employé de bureau ou dans les services, sans fonctions managériales
- 14. Représentant de commerce, artisan, ouvrier, personnel domestique
- 15. Agriculteur, pêcheur, éleveur
- 16. Religieux
- 17. Activiste de la société civile, membre d'ONG ou d'organisations internationales, syndicats...
- 18. Travailleur/se du sexe
- 19. Célébrité, musicien, acteur, professionnel du spectacle
- 20. Sportif, athlète, entraîneur, arbitre...
- 21. Etudiant, élève
- 22. Travailleur dans le secteur informel
- 23. Femme/homme au foyer, mère, père (à utiliser s'il n'y a pas d'autres informations sur l'occupation : par exemple, une femme médecin, décrite également comme mère, doit être codifiée comme 6)
- 24. Enfant, adolescent, jeune jusqu'à 18 ans (à utiliser s'il n'y a pas d'autres informations sur sa position: par exemple, un écolier doit être codifié comme 19)
- 25. Habitant générique d'un pays (à utiliser s'il n'y a pas d'autres informations sur sa position: par exemple, un enseignant décrit également comme habitant d'un pays, doit être codifié comme 5)
- 26. Retraité
- 27. Chômeur
- 28. Criminel, suspect de crime
- 29. Autres

20. FONCTION

- 0. Non déterminable
- 1. Protagoniste ou co-protagoniste : le sujet est au centre de la nouvelle/de l'émission, en raison de quelque chose qu'il a dit, fait ou subi
- 2. Porte-parole : le sujet intervient au nom d'une autre personne, d'un parti, groupe, organisation...
- 3. Expert ou commentateur : le sujet est interpellé en raison de son expertise dans un domaine spécifique, pour offrir des informations et des avis compétents
- 4. Expérience/Opinion personnelle : le sujet raconte une expérience personnelle et exprime des opinions se basant sur son vécu personnel
- 5. Témoignage : le sujet donne un témoignage basé sur l'observation directe, ayant assisté à un événement précis, qui est l'objet d'intérêt
- 6. Opinion populaire : le sujet est interpellé pour exprimer un avis reflétant l'opinion populaire (ex. : les micros-trottoirs, la voix des citoyens)
- 7. Performance professionnelle (le sujet fait montre d'habilités professionnelles, par exemple un chef cuisinier qui prépare un menu)
- 8. Performance artistique (le sujet fait montre d'habilités artistiques, par exemple il chante ou il danse)
- 9. Interpellation (le sujet pose des questions)
- 10. Autres

21. SUJET RÉPÉTÉ : le sujet a-t-il déjà été enregistré dans la même émission ?

- 0. Non déterminable
- 1. Oui
- 2. Non

NOTE : Donner toute information supplémentaire utile à compléter le cadre et à fournir des exemples de bonnes ou mauvaises pratiques concernant la présence des jeunes dans les médias. Décrivez, en particulier, les clichés et les représentations négatives que vous constatez. Aussi, rappelez-vous de noter toute information permettant de récupérer facilement le fragment qui vous intéresse (l'heure d'émission, notamment).

