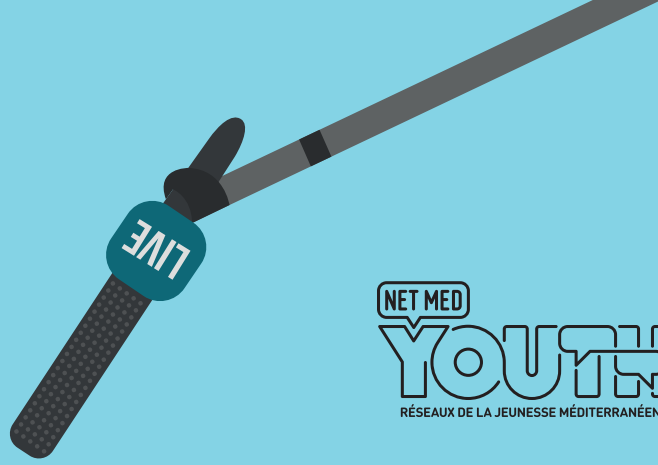




Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Union européenne



NET MED
YOUTH
RÉSEAUX DE LA JEUNESSE MÉDITERRANÉENNE

LES JEUNES DANS LES MÉDIAS ALGÉRIENS

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 les jeunes observateurs et observatrices participants; 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 **M Nacim Filali, Coordinateur du projet NET-MED Youth en Algérie** (n.filali@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 DES JEUNES OBSERVATEURS ET OBSERVATRICES ALGÉRIENS

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


09 II - Les résultats de l'observation

- 11 La centralité jeune dans les médias algériens
- 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 CHÂÎNES DE RADIO ET 2 TÉLÉVISIONS EN ALGÉRIE SUR UNE PÉRIODE D'UN MOIS, DU 1ER AU 28 FÉVRIER 2015, RÉALISÉE PAR DES JEUNES OBSERVATEURS ET OBSERVATRICES ALGÉRIENS 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 ALGÉRIENS 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 ALGÉRIENNE.

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

Le processus d'observation de la représentation des jeunes dans les médias 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 l'Algérie.

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 la révision de politiques publiques relatives à 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

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 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, auteur de page thématique, 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 détermine grâce à d'autres variables, une série de données telles que 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

Le choix de 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 forte audience.

POUR LA RADIO, 2 chaînes ont été retenues :

- la Radio nationale (Chaîne 1)
- la radio El Bahdja

Trois tranches horaires de forte audience ont été observées : de 7h à 9h, 12h à 14h et du 16h à 18h

POUR LA TÉLÉVISION, deux chaînes ont été observées :

- la chaîne publique A3
- la chaîne Ennahar TV

Une seule tranche horaire a été observée, celle de plus forte audience : de 18h30 à 23h30.

TRANCHES HORAIRES ET TYPES DE PRODUCTIONS OBSERVÉES

• **POUR LA RADIO :** le choix des tranches horaires a été effectué de manière à cibler les pics d'audience quotidiens de chaque chaîne, 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.

• **POUR LA TÉLÉVISION :** le critère d'audience forte a ici encore déterminé le choix de la tranche horaire allant de 18h30h 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), les publicités et les fictions ont été exclus de l'observation.



II - LES RÉSULTATS DE L'OBSERVATION

Durant la période d'observation des radios et des télévisions, les observateurs ont analysé **4476** nouvelles réparties comme suit :

Chaîne	Nombre de nouvelles	En %
Chaîne 1	1581	35%
El Bahdja	1339	30%
Ennahar TV	836	19%
A3 TV	720	16%
Total général	4476	100%

La forte fréquence des flashes et des journaux radiophoniques a fait que le nombre des nouvelles dans les deux radios observées (**2920 nouvelles**) représente **65%** de la totalité des nouvelles observées dans les 4 médias.

Parmi les nouvelles observées dans les chaînes de télévisions, **54%** sont celles de la chaîne Ennahar TV. Cela s'explique par la nature de cette chaîne, qui se veut une chaîne d'information.

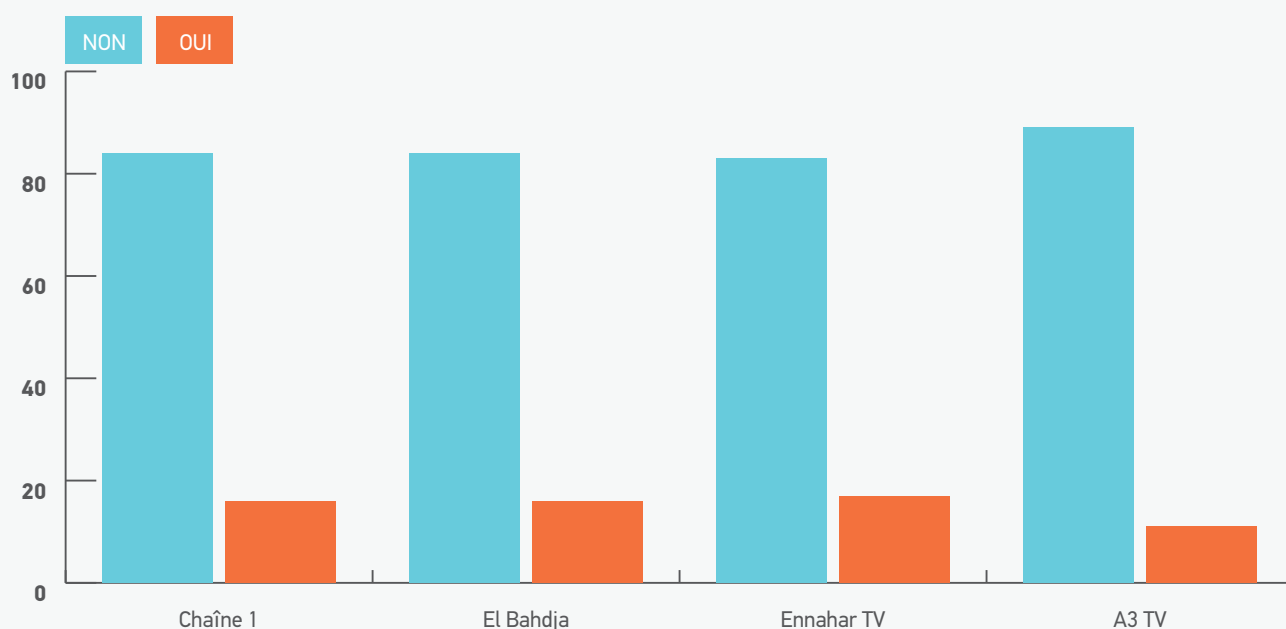
La centralité jeune dans les médias algériens

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.

Les chiffres du tableau suivant nous renseignent que **15,3% du total des nouvelles sont centrées sur des jeunes**. En effet, sur un total de 4476 nouvelles, **685** sont centrées sur des personnes jeunes ou autour des thématiques concernant les jeunes.

Parmi les nouvelles centrées sur les jeunes, il faut signaler que **464** nouvelles ont été observées dans les chaînes de télévisions, soit **67,73%** du total des nouvelles centrées sur les jeunes.

Chaîne	Non	Oui	Total général
Chaîne 1	1325	256	1581
El Bahdja	1131	208	1339
Ennahar TV	695	141	836
A3 TV	640	80	719
Total général	3791	685	4476
En %	84,7%	15,3%	100%

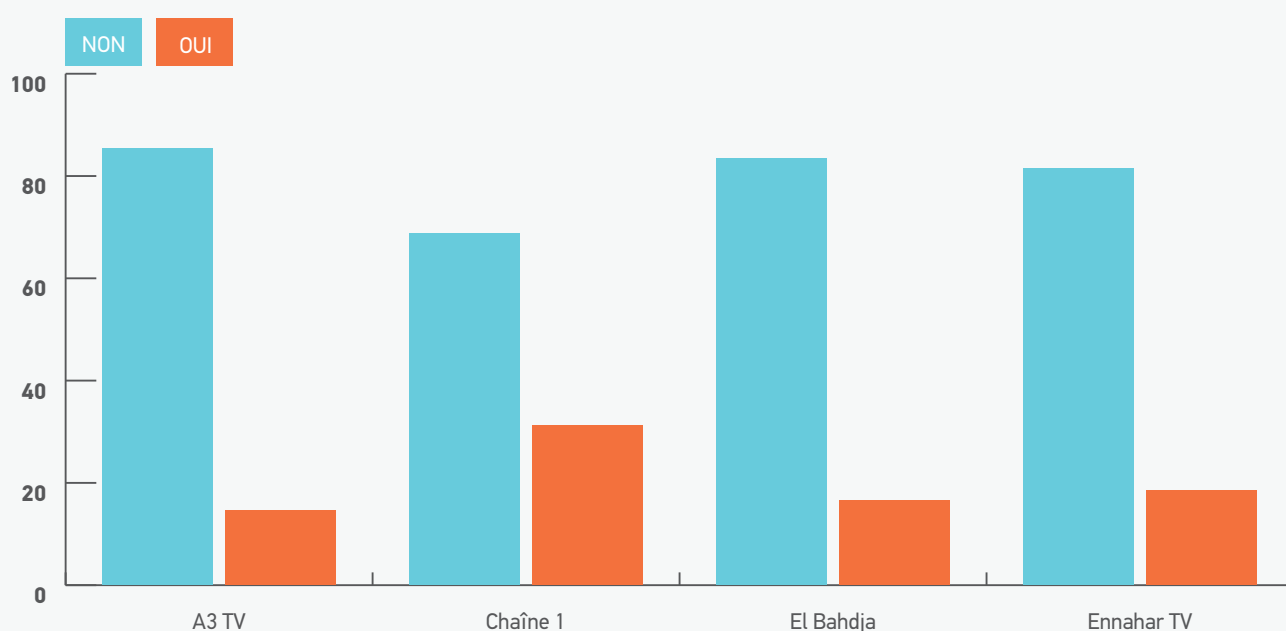


	Chaîne 1	El Bahdja	Ennahar TV	A3 TV
Non	83,81%	84,47%	83,13%	88,89%
Oui	16,19%	15,53%	16,87%	11,11%

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. Comme le montre le tableau ci-dessous, sur 4476 unités d'information, on relève que **976** informations (**21,8%**) 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
A3 TV	614	105	719
Chaîne 1	1088	493	1581
El Bahdja	1117	222	1339
Ennahar TV	681	156	837
Total général	3500	976	4476



	A3 TV	Chaîne 1	El Bahdja	Ennahar TV
Non	85,40%	68,69%	83,42%	81,35%
Oui	14,60%	31,31%	16,58%	18,64%



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 **17** informations contiennent des stéréotypes et clichés sur les jeunes.

Chaîne	Non	Oui	Total général
A3 TV	717	2	719
Chaîne 1	1577	1	1578
El Bahdja	1331	8	1339
Ennahar TV	830	10	840
Total général	4455	17	4476



Répartition des sujets externes et internes

Dans les 4476 nouvelles relevées, les observateurs ont recensé **17 189 PERSONNES** au total dans les télévisions et les radios, soit une moyenne de 3,8 personnes par nouvelle, qui se répartissent comme suit :

11 737

SUJETS EXTERNES

(personnes interviewées,
participant aux débats...)

5 452

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

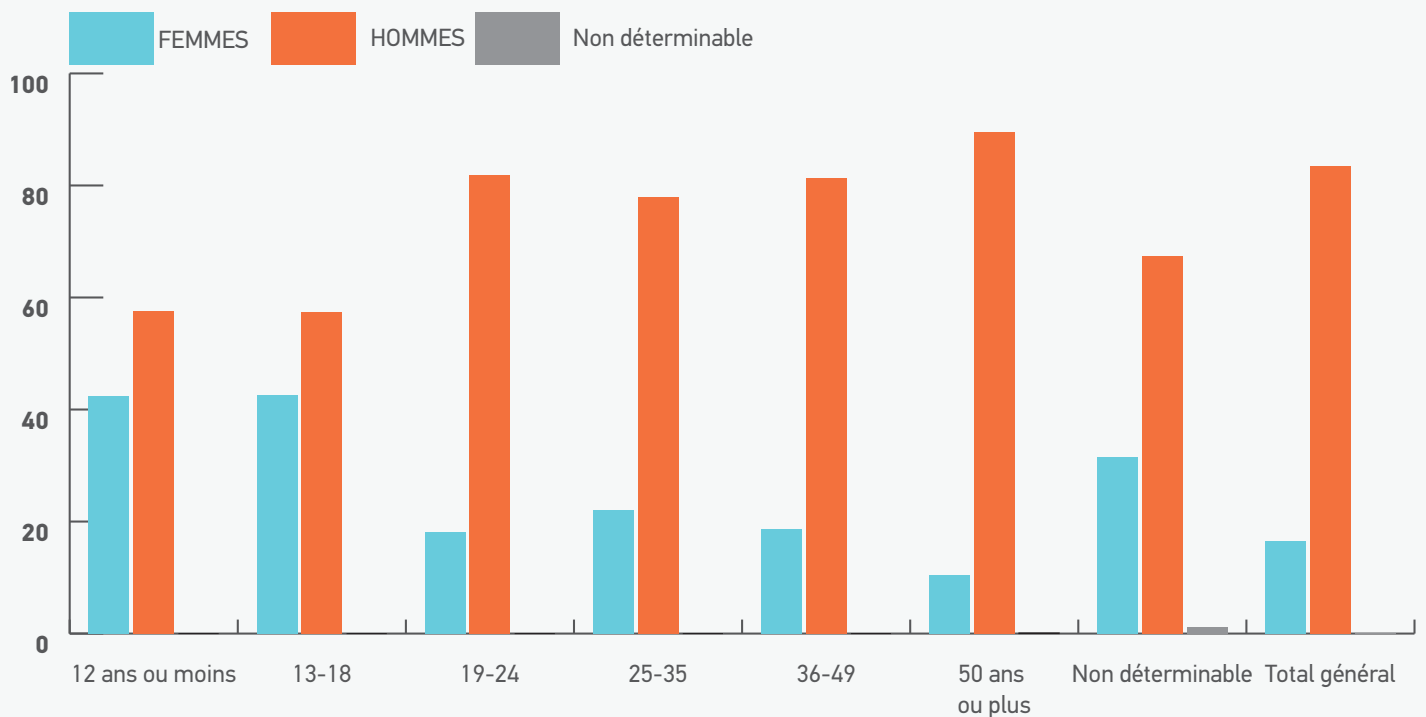
LES SUJETS EXTERNES

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

Dans les télévisions observées, sur les **6001** interventions de sujets externes observées, **1583** sont des jeunes (**26%**). On relève dans le même tableau que parmi ces 1583 jeunes, **391** ont entre 19 et 24 ans : cela représente **24,7%** sur le total de jeunes et 6,52% du total des 6001 sujets externes observés.

Le tableau de la répartition des sujets externes montre aussi que parmi les 1583 sujets externes jeunes il y a seulement **334** jeunes femmes, soit un taux de **21%**.

Âge	Femmes	Hommes	Non déterminable	Total général	En %
12 ans ou moins	25	34		59	0,98%
13-18	43	58		101	1,68%
19-24	71	320		391	6,52%
25-35	263	929		1192	19,86%
36-49	274	1191		1465	24,41%
50 ans ou plus	281	2417	3	2701	45,01%
Non déterminable	29	62	1	92	1,53%
Total général	986	5011	4	6001	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, personne interviewée, participant(e) à un débat, personne 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	5	8	141	252	141	747	39	1333
Personne mentionnée		5	37	55	50	147	22	316
Non déterminable				3		4	1	8
Concurrent d'un jeu		1	34	105	20	3		163
Personne reprise en directe			2	7	7	8		24
Public en salle	2		3	7	3	5		20
Invité participant à un spectacle		2		19	24	16		61
Autre sujet externe au programme					20	21		41
Personne interviewée ou participant à un débat	52	85	174	744	1200	1750	30	4035
Total général	59	101	391	1192	1465	2701	92	6001
En %	0,98%	1,68%	6,52%	19,86%	24,41%	45,01%	1,53%	100%



→ 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 des médias.

Parmi les 1649 personnes dont on parle ou mentionnées dans les télévisions algériennes observées, **485 (141+252+37+55)** sont des jeunes (**29,41%**) avec une faible représentation de la tranche d'âge 19 - 24 ans (**178** personnes, soit **10,8%**), tandis que l'on relève une présence plus marquée des adultes (+ de 36 ans), qui occupent **65,8%** 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 source («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 4059 (4035+ 24) personnes sources, **927 (174+744+2+7)** sont jeunes (**22,84%**), avec un chiffre de **176** qui ont entre 19 et 24 ans (soit **18,99%** de l'ensemble des jeunes sollicités dans les trois rôles sources).

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

A la lecture des chiffres du tableau ci-dessous on peut conclure que 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.

Ainsi, les résultats montrent une très faible apparition des jeunes dans le domaine de la politique avec seulement **19** jeunes (**0,32%**) et **143** (**2,38%**) dans le domaine de l'économie, sur un total de 6001 personnes. Par contre on retrouve une présence accrue des jeunes dans la rubrique sportive, ou on constate l'apparition de **671** jeunes, soit **11%** du total général des sujets externes.

On peut comprendre l'absence des jeunes dans le thème questions juridiques vu que leur âge ne leur permet pas d'accéder à une expertise suffisante dans ce domaine, mais le constat est sans appel dans les thèmes de la politique et de l'économie.

Thème	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Politique			4	15	163	726	15	923
Économie et affaires	1		5	138	249	447		840
Sport		20	260	411	296	410	24	1421
Questions de société	47	57	45	230	311	352	32	1074
Culture et médias	3	11	26	118	154	306	8	626
Criminalité et violence		7	18	72	68	193	4	362
Santé	2	4	3	40	57	79	3	188
Sciences et environnement	5	2	4	23	83	79	1	197
Divertissement			24	140	47	48		259
Questions juridiques			1	3	36	47		87
Autres				2	1	9		12
Non déterminable	1		1			5	5	12
Total général	59	101	391	1192	1465	2701	92	6001



● LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : UNE ABSENCE ALARMANTE SUR LES ÉCRANS DES TÉLÉVISIONS

Les résultats relèvent que les chaînes de télévision observées réservent un espace très faible aux personnes handicapées. En effet, seuls **86** sujets en situation de handicap sont visibles dans les télévisions observées, dont **15** jeunes se répartissant ainsi : **3** femmes et **12** hommes. Ceci ne peut que confirmer 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	51	95	384	1184	1457	2656	88	5915
Oui	8	6	7	8	8	45	4	86
Total général	59	101	391	1192	1465	2701	92	6001



● 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 ventilation des apparitions selon la profession des personnes nous montre que parmi 6001 sujets externes, aucune personne ayant entre 19-24 ans et seulement **29 (0,48%)** dont l'âge varie entre 25 et 35 ans sont des sujets actifs de la société civile.

Autrement dit, seuls 29 jeunes actifs dans la société civile ont eu accès à un passage télé durant la période d'observation. On remarque aussi l'absence totale des jeunes en tant que bloggeur et journalistes citoyens; et l'apparition uniquement de **14** jeunes en tant que journalistes et professionnels des médias. La donne s'inverse complètement lorsqu'on change de domaine d'activité puisque on trouve **595** jeunes (entre 19-35 ans) apparues dans les télévisions qui 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...				29	81	141	2	253
Agriculteur, pêcheur, éleveur			3	10	15	31		59
Autres			6	19	38	46	2	111
Avocat, magistrat, expert légal				1	28	30		59
Bloggeurs, journalistes citoyens, leaders d'opinion						2		2
Célébrité, musicien, acteur, professionnel du spectacle			6	84	72	128		290
Chômeur				6				6
Criminel, suspect de crime			1		8	5	2	16
Dirigeant de l'administration publique				14	103	180	3	300
Employé de bureau ou dans les services, sans fonctions managériales			2	36	23	10		71
Enfant, adolescent, jeune jusqu'à 18 ans	4	7						11
Entrepreneur, homme/femme d'affaires, agent de bourse, expert financier, économiste...				8	35	93		136
Etudiant, élève	45	63	23	12	1			144
Femme/Homme au foyer, mère, père				14	18	23		55
Habitant générique d'un pays			8	40	45	45		138
Médecin, psychologue, professionnel système sanitaire...				7	35	42		84
Monarchie, membre de famille royale			1		10	9		20
Non déterminable	10	18	108	407	279	294	42	1158
Policier, militaire, protection civile...				18	31	33		82
Politique: ministre ou membre du gouvernement, député, leader de parti, porte-parole, gouverneur...				11	238	1048	6	1303
Professionnel de la culture, réalisateur, écrivain, artiste			4	10	17	103	4	138
Professionnel des médias, journaliste				14	44	44	2	104
Religieux				4	24	17	3	48
Représentant de commerce, artisan, ouvrier, personnel domestique			5	25	27	30		87
Retraité						2		2
Scientifique, ingénieur, technicien, informaticien...				37	17	6		60
Sportif, athlète, entraîneur, arbitre...		13	224	371	215	258	20	1101
Travailleur dans le secteur informel						1		1
Universitaire, enseignant, éducateur, formateur				15	61	80	6	162
Total général	59	101	391	1192	1465	2701	92	6001

● VENTILATION DES APPARITIONS PAR FONCTION/POSITION

Ce tableau nous montre 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 **696 (174+522)**. Cela veut dire que **43,97% (696 sur 1583)** 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. Dans la catégorie opinion populaire, **300** jeunes (**69+231**) ont pu exprimer leurs opinions aux micros des télévisions.

Fonction	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Autres		4	100	204	113	364	33	818
Expérience/Opinion personnelle	1		1	15	14	9		40
Expert ou commentateur				58	395	431	2	886
Interpellation			4	28	16	4	5	57
Non déterminable	2		1	13	2	12	5	35
Opinion populaire	29	31	69	231	194	185		739
Performance artistique		3	30	67	21	11		132
Performance professionnelle				3	1			4
Porte-parole	1		4	5	99	119		228
Protagoniste ou co-protagoniste	26	62	174	522	541	1419	46	2790
Témoignage		1	8	46	69	147	1	272
Total général	59	101	391	1192	1465	2701	92	6001



● VENTILATION DES APPARITIONS SELON LE CONTEXTE GÉOGRAPHIQUE DE L'INFORMATION

Ces chiffres indiquent une flagrante rareté des jeunes dans les informations qui touchent aux questions des régions de l'intérieur du pays. **SEULS DEUX JEUNES**, parmi les 6001 sujets externes recensés dans les télé observations, ont été perçus dans des informations qui concernent les provinces.

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				4	4	4		12
Grand Tunis/ Alger/ Axe Rabat - Casablanca						1		1
International	1	8	143	257	301	558	15	1283
National	58	93	245	924	1153	2019	73	4565
Non déterminable			1	1			4	6
Régions/provinces			2		1	2		5
Régional Maghreb				6	6	117		129
Total général	59	101	391	1192	1465	2701	92	6001



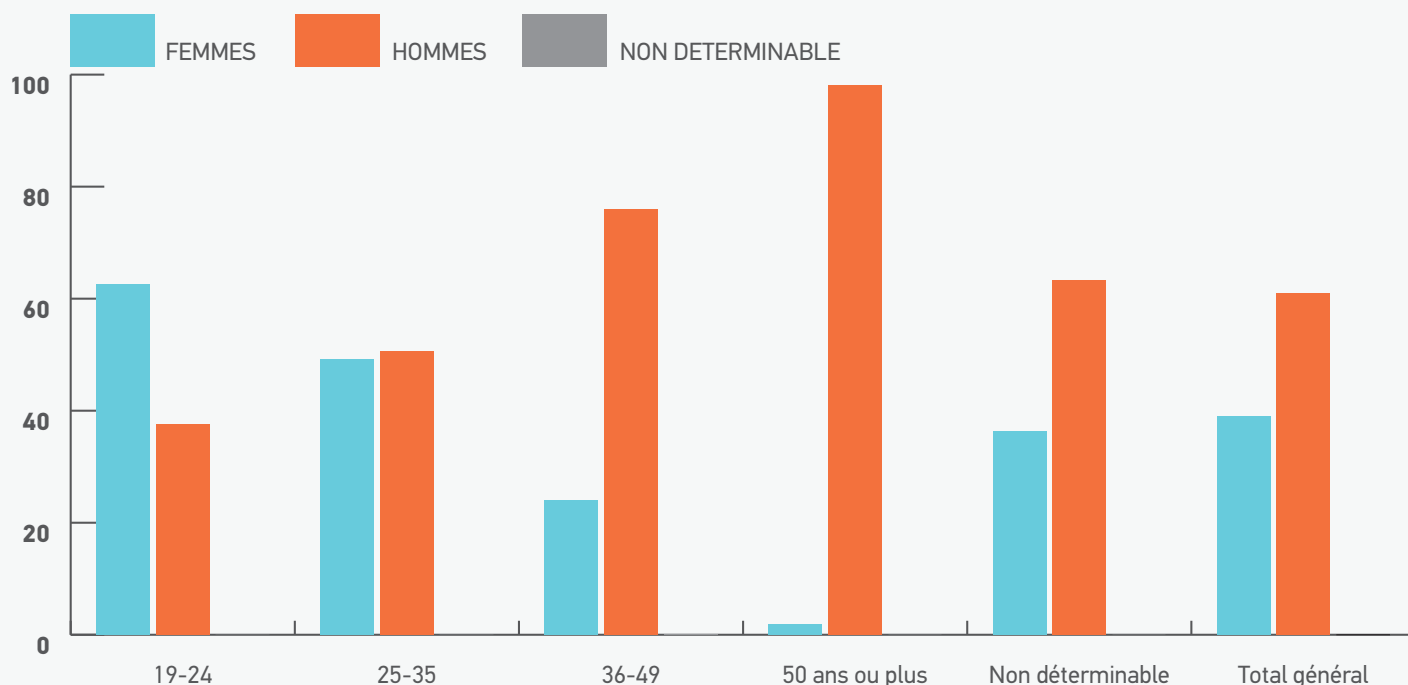
LES SUJETS INTERNES

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

La présence des jeunes est fortement marquée dans les rangs des professionnels des télévisions algériennes, avec un pourcentage de **63,68%** (qui comprend une proportion minimale des jeunes entre 19 et 24 ans).

Du point de vue genre, les résultats de ce tableau montre qu'il y a une parité entre les jeunes femmes et hommes (respectivement, **49,58%** et **50,42%**). En revanche, on constate que plus les femmes avancent dans l'âge plus elles disparaissent des écrans, avec seulement **4** femmes sur les 218 professionnels des télévisions ayant 50 ans ou plus.

Âge	Femmes	Hommes	Non déterminable	Total général	En %
19-24	16	9		25	1,20%
25-35	637	655	2	1294	62,48%
36-49	82	259		341	16,47%
50 ans ou plus	4	214		218	10,53%
Non déterminable	70	122	1	193	9,32%
Total général	809	1259	3	2071	100,00%





© UNESCO/UE – Projet NET-MED Youth

● VISIBILITÉ DES SUJETS INTERNES SELON LA DISTRIBUTION DES RÔLES

La répartition des professionnels des médias dans les écrans selon les différents rôles, explique la forte présence des jeunes dans tous les rôles, avec **757 (36,55%** des sujets internes) auteurs de reportage et **444 (21,43%)** présentateurs /présentatrices.

Rôle	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminé	Total général
Artiste (comique, musicien, etc.)	4	47	15	12		78
Autre journaliste		6	1	2	1	10
Autre sujet interne au programme	14	10				24
Jeune assistant	6	10				16
Journaliste auteur du reportage	1	756	77	2	187	1023
Journaliste correspondant ou envoyé		21	7	10		38
Présentateur ou co-présentateur		444	149	51	5	6549
Professionnel expert, invité permanent ou habituel du programme			92	141		233
Total général	25	1294	341	218	193	2071
En %	1,20%	62,48%	16,47%	10,53%	9,32%	100%



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

Les résultats affichés dans le tableau suivant nous indiquent la prédominance des jeunes sur les écrans des chaînes de télévision en tant que présentateurs des journaux d'information, avec **833** jeunes sur 1081, soit **77%** du total de présentateurs des journaux et **40,22%** du total général des sujets internes. En revanche, les jeunes sont rares dans l'animation des débats d'information.

Type d'émission	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Autres	1	9	3			13
Débat d'information		51	49	16	3	119
Émission de faits-divers et chronique mondaine		2				2
Emission de service		42	5	1		48
Emission religieuse		7	16	14		37
Jeu	15	12	15	5		47
Journal		833	98	14	135	1081
Journal/Magazine sportif		121	98	147	28	394
Magazine culturel/scientifique ou Documentaire		89	13	10	23	135
Micro-trottoir		2				1
Reality show		6				6
Reportage ou Magazine		34	4	2	4	44
Spectacle de variétés ou Emission musicale	9	74	40	9		131
Spot publicitaire		1				1
Talk-show léger		12				12
Total général	25	1294	341	218	193	2071



Radios

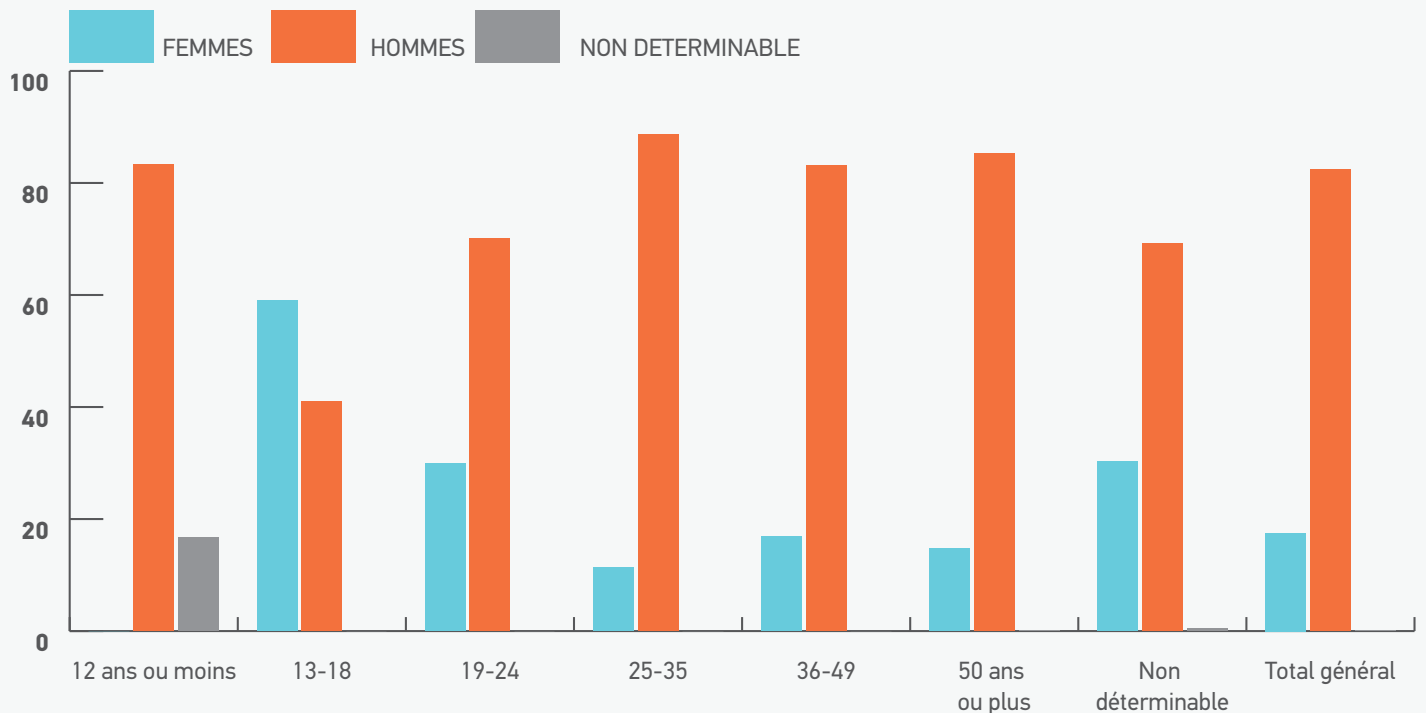
LES SUJETS EXTERNES

● 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 dans les radios. On constate dans le tableau ci-dessous que, parmi les sujets externes, seulement **337 (5,88%)** ont entre 19 et 24 ans. Globalement, le pourcentage de présence des jeunes demeure faible puisque cette catégorie d'âge constitue seulement **24,41% (337+1063)** des sujets externes intervenant dans les radios observées.

Du point de vue genre, les jeunes femmes représentent 15,79% 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 21% des sujets jeunes.

Âge	Femmes	Hommes	Non déterminable	Total général	En %
12 ans ou moins		15	3	18	0,31%
13-18	36	25		61	1,06%
19-24	101	236		337	5,88%
25-35	120	943		1063	18,53%
36-49	228	1119		1347	23,48%
50 ans ou plus	344	1984	1	2329	40,60%
Non déterminable	176	402	3	581	10,13%
Total général	1005	4724	7	5736	100,00%



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

La répartition des sujets externes selon les différents rôles présentés dans le tableau ci-dessus montre encore une fois que les jeunes représentent **24,41%** de la totalité des sujets externes observés, et que le constat est sans appel dans la tranche d'âge 19-24 ans, qui représentent **5,88%** des sujets externes.

Rôle	12 ans ou moins	13-18	19-24	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Autre sujet externe au programme			2	1	1			4
Concurrent d'un jeu			1	8	4			13
Personne interviewée ou participant à un débat	6	55	146	318	972	985	472	2954
Personne dont on parle	1	1	40	116	251	1185	85	1679
Personne mentionnée		5	121	565	67	145	24	927
Personne reprise en directe	11		27	55	50	14		157
Professionnel expert, invité permanent ou habituel du programme					2			2
Total général	18	61	337	1063	1347	2329	581	5736
En %	0,31%	1,06%	5,88%	18,53%	23,48%	40,60%	10,13%	100%



© UNESCO/UE - Projet NET-MED Youth

→ LES JEUNES SUJETS DES RADIOS

Les jeunes «sujets» des radios au sens stricte («personnes dont on parle» et «personnes mentionnées») représentent **32,31%** du total de ces deux catégories de rôle, soit **842 (40+121+116+565)** personnes sur **2606 (1679+927)**.

→ LES JEUNES SOURCES D'INFORMATION DANS LES RADIOS

Dans la recherche de l'information, ou dans le souci de la vérifier ou de la recouper avec d'autres sources, les radios observées font rarement appel aux jeunes selon les chiffres du tableau ci-dessous. On relève donc l'intervention de **546 jeunes (17,55%)** parmi les 3111 personnes interviewées, participant aux débats ou dont on a diffusé une déclaration. On signale que, parmi ces 546 personnes, **173 (31,64%)** 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 5736 personnes, **55** sujets jeunes (**0,96%**) sont sollicités dans le thème économie et affaires, et seulement **10** jeunes dans celui de la politique (**0,17%**). Par contre, on remarque que la représentation des jeunes est plus importante dans les thèmes liés sport, ou on trouve **801** personnes qui ont entre 19 et 35 ans, soit **13,96%** du total général des sujets internes. 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
Autres					11	68	1	80
Criminalité et violence	4	1	24	30	114	103	2	278
Culture et médias	2		31	154	128	317	55	687
Divertissement		1	20	13	23	1	132	190
Economie et affaires	12	3	4	51	247	340	8	665
Non déterminable				7	7	41	27	82
Politique				10	168	538	4	720
Questions de société		51	56	112	227	599	147	1192
Questions juridiques				20	49	57		126
Santé			24	29	101	55	37	246
Sciences et environnement				14	90	78	92	274
Sport		5	178	623	182	132	76	1196
Total général	18	61	337	1063	1347	2329	581	5736

● VENTILATION DES APPARITIONS PAR PROFESSION

Les chiffres du tableau ci-dessous nous montrent que sur un total de 5736 sujets externes, seuls **14** activistes de la société civile (**0,24%**) dont l'âge varie entre 25 et 35 ans ont eu accès aux ondes des 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 en tant que bloggeurs et journalistes citoyens, journalistes ou professionnels des médias. On peut signaler aussi que seulement **11** jeunes professionnels des médias ou journalistes ont eu accès, en tant que sujets externes, aux radios observées. Comme dans les télévisions observées, il s'avère que dans les radios observées, **700 (138+562)** jeunes qui ont été entendus ou évoqués exercent un métier 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...				14	22	3		39
Agriculteur, pêcheur, éleveur						1		1
Autres				1	14	17	15	47
Avocat, magistrat, expert légal					1	2		3
Célébrité, musicien, acteur, professionnel du spectacle			4	3	7	47	31	92
Dirigeant de l'administration publique				25	436	348	109	918
Employé de bureau ou dans les services, sans fonctions managériales						1		1
Entrepreneur, homme/femme d'affaires, agent de bourse, expert financier, économiste...			2	1	7	6		16
Etudiant, élève		38	40				2	80
Femme/Homme au foyer, mère, père				5			3	8
Médecin, psychologue, professionnel système sanitaire...			6	15	52	18	130	221
Monarchie, membre de famille royale					4	9	4	17
Non déterminable	18	19	130	262	224	192	231	1076
Policier, militaire, protection civile...			8	97	68	56	15	244
Politique: ministre ou membre du gouvernement, député, leader de parti, porte-parole, gouverneur...				25	168	1396	15	1604
Professionnel de la culture, réalisateur, écrivain, artiste			3	31	44	76	3	157
Professionnel des médias, journaliste				11	19	1		31
Religieux						16		16
Représentant de commerce, artisan, ouvrier, personnel domestique				3	1			4
Retraité						14		14
Scientifique, ingénieur, technicien, informaticien...				4	27		24	55
Sportif, athlète, entraîneur, arbitre...		4	138	562	115	92	1	912
Travailleur dans le secteur informel					1			1
Universitaire, enseignant, éducateur, formateur			6	4	135	34		179
Total général	18	61	337	1063	1345	2329	583	5736

● VENTILATION DES APPARITIONS PAR FONCTION/POSITION

Les résultats de l'observation montrent que **829 (107+722)** sur un total de **1400** jeunes présents dans les radios sont des protagonistes ou des co-protagonistes de nouvelles. Autrement dit **59,21%**, des jeunes visibles dans les radios observées sont pour des «parties prenantes» dans les news 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
Autres			48	45	7	57	1	158
Expérience/Opinion personnelle			23	21	19	4		67
Expert ou commentateur				12	210	52	27	301
Interpellation					4	32	6	42
Non déterminable		1	34	76	57	139	214	521
Opinion populaire		1	91	113	120	55	117	497
Performance artistique						21	2	23
Performance professionnelle	3		5	12	35	29	15	99
Porte-parole				1	114	113	18	246
Protagoniste ou co-protagoniste	1	47	107	722	695	1773	169	3514
Témoignage	14	12	29	61	84	56	12	268
Total général	18	61	337	1063	1345	2329	581	5736



● VENTILATION DES APPARITIONS SELON LE CONTEXTE GÉOGRAPHIQUE DE LA NOUVELLE

Ce qui frappe de prime abord dans les chiffres de ce tableau, c'est l'absence des jeunes dans les sujets qui concernent les régions de l'intérieur du pays et des provinces, ainsi que ceux qui concernent la diaspora. Dans les informations d'ordre national on trouve, **996** personnes qui ont entre 19-35 ans, soit **71,14%** des jeunes recensés.

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							4	4
Grand Tunis/ Alger/ Axe Rabat – Casablanca		42	84	144	366	475	349	1460
International		1	50	113	269	563	16	1012
Régions/ provinces								0
National	15	17	190	806	703	1228	90	3049
Non déterminable		1	13		3	58	121	196
Régional Machrek						2	3	5
Régional Maghreb	3				4	3		10
Total général	18	61	337	1063	1345	2329	581	5736



LES SUJETS INTERNES

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

Les chiffres du tableau suivant nous renseignent sur la domination des jeunes dans les rangs des professionnels des radios algériennes, avec un pourcentage de **77,37%**. Pourtant, cette prépondérance n'a pas favorisé la présence des jeunes dans les radios comme sujets externes, ni a orienté la centralité des programmes vers des questions relatives aux jeunes.

Le tableau ci-dessous nous montre aussi que les jeunes femmes représentent **55,22%** du total des jeunes professionnels (les) dont on a pu déterminer le sexe.

Âge	Femmes	Hommes	Non déterminable	Total général	En %
25-35	1441	1169	6	2616	77,37%
36-49	134	129		263	7,78%
50 ans ou plus	13	56		69	2,04%
Non déterminable	189	231	13	433	12,81%
Total général	1777	1585	19	3381	100,00%

● SUJETS INTERNES SELON LA DISTRIBUTION DES RÔLES

Les résultats de ce tableau montrent, comme les précédents, 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	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Autre journaliste	3	1			4
Journaliste auteur du reportage	253	38	2	47	340
Journaliste correspondant ou envoyé	45	20	8		73
Présentateur ou co-présentateur	2315	202	59	386	2962
Professionnel expert, invité permanent ou habituel du programme		2			2
Total général	2616	263	69	433	3381
En %	77,37%	7,78%	2,04%	12,81%	100%

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

Les chiffres de ce tableau viennent confirmer ceux du tableau précédent: les jeunes sont majoritaires parmi les professionnels des radios, mais sont souvent cantonnés à présenter les journaux radiophoniques.

Type émission	25-35	36-49	50 ans ou plus	Non déterminable	Total général
Autres	14	9		40	63
Débat d'information	33	9		3	45
Émission de service	211	9		34	254
Émission religieuse	1	2		12	15
Information parlementaire	2				2
Jeu	7				7
Journal	1319	144	51	333	1847
Journal/Magazine sportif	115	13			128
Magazine culturel/scientifique ou Documentaire	607	48	14		669
Reportage ou Magazine	283	19	4		306
Spectacle de variétés ou Émission musicale	9	9		9	27
Talk-show léger	15	1		2	18
Total général	2616	263	69	433	3381



III. CONCLUSIONS

Le monitoring a porté sur 2 radios et de 2 télévisions algériennes 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

Les jeunes en tant que sujets externes (invités, interviewés ou dont on parle ...) dans les télévisions algériennes dépassent à peine un quart (26 %) de la totalité des sujets externes. Pire encore, la fréquence d'apparition des jeunes ayant entre 19 et 24 ans est très faible (6,51%) dans les télévisions algériennes observées, ce qui témoigne d'une sous-représentation de cette catégorie d'âge qui reste donc très peu sollicitée par les médias.

C'est le même constat dans les radios: 24,41% du total des acteurs externes sont des jeunes, avec une très faible proportion - 5,88% des sujets externes- pour la tranche d'âge 19-24 ans. C'est le cas aussi des jeunes femmes, qui représentent 21% du total des jeunes sujets des télévisions, et qui ne comptent que pour un 15,79% dans les radios.

Les jeunes dans les professions média : juste une vitrine ?

Les jeunes sont fortement présents dans les rangs des professionnels des télévisions algériennes, avec un pourcentage de 63,68%. Ils occupent 77,37 % du total des professionnels des radios. Mais cette présence marquée n'a malheureusement pas favorisé l'existence d'émissions dont les sujets centraux seraient les jeunes ni 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 des informations télévisées ou (15,3 %) est centré sur les jeunes. En effet, sur un total de 4476 d'informations, 685 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 22,84% dans les télés et les 17,55% dans les radios. Ce taux se réduit considérablement lorsqu'on se penche sur la catégorie des jeunes entre 19 et 24 ans. Les médias rarement font appel à eux pour vérifier une information, la commenter ou pour émettre leur avis sur l'actualité. Est-ce parce que l'on considère qu'un jeune de cette tranche d'âge n'est pas fiable en tant que source, ou est-ce qu'on préjuge de son désintérêt des questions relatives à l'actualité politique ou économique ? Ces questions mériteraient d'être approfondies pour expliquer cette mise à l'écart des jeunes en tant que source d'information par les médias.

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 15 jeunes en situation de handicap ont été recensés dans les télévisions observées, se répartissant ainsi : 3 femmes et 12 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 sur-représentation des adultes. Dans les télévisions observées, les jeunes apparaissant dans la rubrique politique représentent 0,32% du total des sujets externes observés dans toutes les catégories, et ce pourcentage est 2,38% dans la rubrique économique. Même constat dans les radios, avec des chiffres qui dégringolent : les jeunes apparaissant dans la rubrique politique se réduisant à 0,17% du total général des sujets externes observés, et à 0,96% 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. La façon de laquelle on les cantonne dans ces rubriques dites «légères» ou de divertissement, suggère que les jeunes sont souvent associés à une certaine idée d'insouciance et de non-sérieux. Est-ce cette perception qui les pousse finalement à s'exprimer davantage sur les réseaux sociaux et à être plus actifs sur cette plateforme qui finalement leur offre un espace plus ouvert pour faire entendre leur voix sur des sujets politiques, économiques, etc. ?

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 de 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) Éviter 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) Prendre en considération les jeunes 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 aux 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) 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

(1) Réaliser des projets d'observation de la visibilité des jeunes dans les médias ;

(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 ;

(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...)

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 médias, 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.

Troisième partie : les sujets

L'UNITE D'ANALYSE EST LE SUJET : LES PRÉSENTATEURS, LES JOURNALISTES ET PROFESSIONNELS INTERNES À L'ÉMISSION, LES PERSONNES DONT ON PARLE ET À QUI ON DONNE LA PAROLE.

Pour tout sujet pertinent, il faut enregistrer une série d'informations, en consacrant pour chacun une ligne de la fiche d'analyse.

1. Tout d'abord, sont pertinents les présentateurs, les journalistes et, en général, les professionnels internes au programme.
2. Deuxièmement, est considéré un sujet pertinent (en couleur bleue dans le tableau) :
 - un sujet dont on parle, et qui est protagoniste de la nouvelle, de l'émission ou d'une partie de celle-ci, qu'il soit interviewé ou pas ; et les personnes mentionnées (citées)
 - un sujet à qui l'on donne la parole, qu'il soit protagoniste ou pas.

Protagoniste

Présence d'expression directe	<ul style="list-style-type: none">- Protagoniste- S'exprimant directement <p>PERTINENT</p>	<ul style="list-style-type: none">- Protagoniste- Mentionné mais ne s'exprimant pas direc- tement <p>PERTINENT</p>	Absence d'expression directe
	<ul style="list-style-type: none">- Non protagoniste- S'exprimant directement <p>PERTINENT</p>	<ul style="list-style-type: none">- Non protagoniste- Mentionné mais ne s'exprimant pas direc- tement <p>PERTINENT</p>	

Non protagoniste

10. N° PROGRESSIF DU SUJET : numéroter les sujets, en commençant toujours par le présentateur du programme. Celui-ci est enregistré seulement une fois et, dans les JT, il n'est pas répété dans les apparitions successives, SAUF quand il est le seul sujet d'une nouvelle (nouvelle lue en studio et sans sujets pertinents).

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).

