

ÉTATS GÉNÉRAUX DES MÉDIAS D'INFORMATION

ATELIER 2

FORMATION ET STATUT DES JOURNALISTES

Rapport et recommandations des experts

SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| <u>Introduction</u> | 3 |
| 1. Une inquiétude et un malaise généralisés chez les journalistes | 3 |
| 2. Les opportunités d'un espace médiatique en transition | 4 |
| 3. La mutation annoncée des « seigneurs » de l'information | 5 |
| 4. Repenser le statut des journalistes, les collectifs de rédaction et le contrat de lecture de l'information | 6 |
| 5. L'engouement pour les études de journalisme et ses questions | 7 |
| 6. Nécessité, demande et offre de formation continuée | 9 |
| <u>Recommandations</u> | 10 |
| Statut et conditions de travail | 10 |
| 1. Statut social des journalistes | 10 |
| a) Statut des journalistes freelances | 10 |
| b) Statut des journalistes salariés | 13 |
| c) Régime des droits d'auteur | 14 |
| 2. Statut juridique des journalistes professionnels | 15 |
| 3. Statut des rédactions | 16 |
| 4. Conditions de travail | 17 |
| Formations aux métiers du journalisme | 19 |
| 1. Éducation aux médias | 19 |
| 2. Information sur les études et les métiers de l'information | 21 |
| 3. Formation de base | 22 |
| a) Recommandations | 22 |
| b) Questions nécessitant une analyse plus approfondie | 26 |
| 4. Formation continuée | 28 |
| 5. Recherche et développement | 30 |
| <u>Conclusions</u> | 33 |
| <u>Synthèse des recommandations</u> | 34 |

INTRODUCTION

Le diagnostic fait consensus chez les intervenants du deuxième atelier des Etats généraux des médias d'information (EGMI) consacré à la formation et au statut des journalistes : le monde des médias, de l'information et du journalisme vit une des mutations les plus profondes de son histoire. Elle est liée à l'intégration des innovations technologiques dans les processus de production et de consommation, à l'arrivée de nouveaux acteurs dans le paysage médiatique, aux tensions économiques, tant structurelles que conjoncturelles, qui en résultent...

Cette mutation se caractérise principalement par la convergence numérique des médias et des informations sur les différentes plateformes plurimédiatiques. Y règne une concurrence plus aiguë qu'ailleurs pour les parts de marché publicitaire. Ce bouleversement affecte aussi bien le modèle économique et le schéma industriel de production, comme l'a montré le premier atelier, que l'organisation de travail des entreprises de presse, les conditions de l'activité journalistique, les fonctions et les statuts qui y sont articulés, ou encore les programmes de formation des journalistes en amont.

L'atelier avait pour objectif d'examiner les capacités d'adaptation des formations à la nouvelle donne, mais aussi la nécessité et les potentialités de la formation continuée^[LM1]. D'autre part, il s'agissait de cerner la manière dont les professionnels, tant éditeurs et journalistes qu'experts, perçoivent, dans ce contexte, l'évolution de la profession, des métiers, des pratiques, des contraintes, des interactions, des attentes et impératifs, des moyens à disposition et des conditions de travail aussi.

1. Une inquiétude et un malaise généralisés chez les journalistes

Pourtant habitués, depuis toujours, à travailler dans un contexte turbulent, les journalistes subissent, plus qu'ils ne les maîtrisent encore, des bouleversements en profondeur dont l'onde de choc provoque une inquiétude généralisée. D'autant que l'heure est à la récession et à la compression des effectifs. Le malaise est relayé tant par les associations professionnelles et des témoignages publics occasionnels que par des études convergentes sur le sujet.

Les journalistes se sentent menacés à la fois en tant qu'employés d'un secteur en crise, en tant qu'acteurs sociaux en perte de légitimité, et en tant que professionnels obligés de s'adapter à de nouveaux outils et usages.

Divers phénomènes sont pointés, plus précisément. La profusion des potentialités techniques au cœur du néo-management des salles de rédaction dans un contexte d'urgence permanente. L'explosion des informations à prendre en compte en raison de la multiplication des sources, des flux et des supports. La course à l'empilement des compétences et des tâches exigées. Le temps, les ressources et les effectifs disponibles, les rémunérations allouées, en particulier pour les freelances professionnels : en regard du travail prescrit d'une part, des attentes d'une

information de qualité, d'autre part, les moyens et les conditions de travail sont jugés insuffisants, inadaptés à la charge de travail.

Peuvent aussi contribuer à l'insatisfaction globale constatée une certaine « inculture numérique » et le manque de vision largement répandus dans un univers qui n'appréhende pas encore comme il se doit la transition numérique et ses enjeux. A noter aussi, en considération [LM2]de situations sociales et professionnelles préoccupantes, la tendance à l'« auto-exploitation » dans un contexte de main d'œuvre pléthorique (mise) en concurrence...

En résumé : la profession se vit sous la pression de la chronophagie du métier, du déséquilibre des revenus, de la disparité et de la volatilité des statuts d'emploi ou des conventions de travail, de la pratique d'un journalisme « Shiva », de la dégradation ressentie des conditions d'exercice du métier, de l'incertitude quant à l'avenir du secteur dont les lignes, devenues floues, bougent sans cesse...

2. Les opportunités d'un espace médiatique en transition

La plainte, pour autant, n'est pas tout. Certains, les éditeurs principalement, mais aussi des journalistes, voient dans la recomposition à l'œuvre l'opportunité de revivifier un métier ébranlé dans son statut, son organisation, ses contraintes, son économie, ses productions mêmes. Economie Internet et pratique des réseaux sociaux obligent, se dessine aussi la perspective, pour les journalistes, de se réappropriier les outils de production à l'échelle individuelle tout en les « augmentant » de l'apport et des compétences des non-journalistes.

A portée de main, également, la possibilité d'expérimenter des formes d'écriture « enrichies » intégrant les potentiels de la technologie et de la créativité. Ou de créer de nouveaux métiers autour du journalisme, de contribuer à la recherche de nouveaux modèles économiques adaptés à la révolution digitale, d'inventer sa place et son rôle dans les nouveaux modèles opératoires d'un espace d'expression médiatique en transition.

On peut acter, en effet, les évolutions, en cours ou à venir, suivantes :

- du *one-to-many* magistral des médias de masse au *many-to-many* décloisonné de la masse des médias ;
- d'un fonctionnement en cycles (quotidien du matin, journal télévisé du soir,...) à des flux continus portés par l'immédiateté et la réactivité ;
- de la narration et la diffusion monomédia à une écriture et des éditions plurimédias ;
- de la priorité des contenus (« *content is king* ») à la valeur ajoutée éditoriale différenciée selon le support ;
- de la maîtrise d'un parc de sources entretenues à l'investissement et l'exposition sur les réseaux sociaux, les blogs, les forums et les nouveaux outils de connaissance ;

- d'une rédaction journalistique fortement pyramidale à une organisation éditoriale en essaim intégrant différentes fonctions et métiers.

En résultent un brouillage des lignes entre métiers, un entrecroisement des fonctions, une volatilité des lieux et temps de production et de consommation.

3. La mutation annoncée des « seigneurs » de l'information

Il serait risqué de considérer l'évolution – ou la révolution – en cours aujourd'hui comme une simple prolongation ou amplification d'anciennes formes de travail journalistique partagées entre différents métiers. Jusqu'ici, les recompositions et les coopérations diverses (avec les photographes, les illustrateurs, les ouvriers du livre, les cameramen...) avaient fonctionné par ajouts et compléments au processus d'information sur lequel le journaliste conservait la haute main. Le monopole, la place prédominante et le statut clairement différencié du journaliste dans le dispositif n'en étaient pas – ou peu – affectés.

Ce n'est plus le cas : la révolution digitale implique de nouveaux (r)apports dont certains se traduisent par des effets de substitution, des pertes de monopole, des mutations organisationnelles profondes...

Aujourd'hui, les contraintes combinées d'une information quasiment en temps réel, de contextualisation et de valeur éditoriale ajoutée exigent, dans une organisation repensée du collectif de production, des compétences complémentaires et simultanées qu'un journaliste seul ne peut plus assumer.

D'ores et déjà, les journalistes partagent la pertinence même de l'information et de sa construction avec des « citoyens-internautes-médias » amateurs, mais aussi, de plus en plus, avec des professionnels d'horizons et de compétences différents : des recherchistes de données, des développeurs de programmes informatiques, des spécialistes de la visualisation, des *webdesigners*... Au croisement des flux et des fonctions, les journalistes sont appelés à évoluer, partiellement au moins, vers des rôles d'orchestrateurs, d'architectes, d'éditeurs ou sous-éditeurs de l'information dûment récoltée, triée, vérifiée, agrégée, enrichie...

En d'autres termes, les journalistes sont en passe de perdre leur position de piliers ou de seigneurs de l'information qui faisaient « descendre » verticalement l'information traitée par leurs seuls soins. Le modèle en devenir consiste à organiser une coproduction, une pluri-édition, une circulation et une mise à jour continue et plus horizontale de l'information.

Dans la recomposition en cours des frontières du monde de l'information, toutefois, c'est bien le respect des normes de la déontologie journalistique qui est appelé, plus que jamais, à tenir lieu de cap et de phare. Il constitue non seulement une garantie de qualité de l'information face aux impératifs de rentabilité et aux contraintes de la concurrence entre les différents

médias, mais surtout, il doit tenir lieu de commun dénominateur au mélange des fonctions évoqué.

4. Repenser le statut des journalistes, les collectifs de rédaction et le contrat de lecture de l'information

Ces bouleversements obligent le journaliste à repenser sa place et son rôle, et la profession, le secteur même, voire le législateur, à reconsidérer la question du ou des statuts :

- le statut professionnel, social et juridique des journalistes ;
- le statut (de fait ou de droit) du collectif ou du concept même de rédaction ;
- le statut économique, mais aussi éditorial (le contrat de lecture) de l'information.

Premièrement, il paraît inévitable, à terme, d'examiner l'opportunité de renforcer, de préciser et/ou d'élargir le statut social et juridique des journalistes professionnels. En regard, d'abord, des nouvelles attentes et des nouvelles responsabilités. En regard, aussi, de l'émergence de nouveaux acteurs dans le processus de production de l'information.

Compte tenu des développements évoqués, les médias doivent trouver un équilibre entre la nécessaire adaptation attendue ou exigée des journalistes face à la nouvelle donne, et la valorisation de la qualité du travail journalistique qui doit en résulter. Il s'agit, notamment, de valoriser leur rôle de phare face à « l'infobésité », de filtre vis-à-vis du « bruit d'Internet », mais aussi leur mission d'investigation et d'enquête dans les plis enfouis de nos sociétés. Et ce, au sein d'équipes garantes de la diversité des profils et des compétences. Plusieurs journalistes auditionnés appellent de leurs vœux une forme de labellisation des sites d'information de qualité ou de « presse équitable » qui serait une forme de reconnaissance du traitement social et juste des journalistes professionnels.

Plus particulièrement, la question de la valorisation des collaborations des journalistes indépendant-e-s (en particulier s'il s'agit de collaborations exclusives), de leur rémunération, ainsi que celle des conventions qui les lient à l'entreprise, doivent, elles, pouvoir être abordées dans le contexte d'une production de plus en plus collective et intégrée de l'information, visant la valeur éditoriale ajoutée.

Deuxièmement, la métamorphose récente des salles de rédaction plurimédias intégrées l'atteste : le concept même de rédaction, le fonctionnement et le statut de celle-ci sont appelés à muter, eux aussi.

On peut pointer entre autres évolutions : une présence moindre de journalistes sur place grâce au travail à distance ; un nouveau partage ou croisement des tâches, de nouvelles coopérations interprofessionnelles et inter-médias ; une multiplication des produits rédactionnels, de formes et de formats diversifiés ; la place prise par d'autres services et fonctions de l'entreprise (le

marketing notamment) : la nécessité de développer et de gérer une « culture de la communication permanente », de nouvelles formes de sociabilité professionnelles, ainsi qu'une transmission plus rapide et plus efficace de ce qui se passe, de ce qui se fait, de ce qui se décide au sein du collectif rédactionnel...

En tout état de cause, les défis d'avenir et les changements déjà à l'œuvre tendent à « désenclaver » les journalistes qui sont plutôt habitués à travailler chacun dans leur coin. Dérive, menace pour l'indépendance journalistique ? Ou opportunité pour la profession de se réapproprier la maîtrise « culturelle » de l'ensemble des outils de production et de diffusion, de s'y forger une nouvelle place, de réaménager son rapport aux équipes du management de rédaction et d'entreprise ?

Troisièmement, tout le monde s'accorde sur le point de valoriser, plus que jamais, le professionnalisme et donc les contenus de qualité à haute valeur ajoutée. Les rédactions doivent, pour survivre, se distinguer dans leur offre journalistique. Une manière d'agir en ce sens, dans un contexte budgétaire restreint, pourrait être de s'appuyer davantage sur les modes de coopération entre la profession et les non-professionnels, de valoriser les compétences d'expertise de ces derniers, dans leurs domaines respectifs, sachant que les interactions ou la participation des « amateurs » à la mécanique globale de l'information, sur des modes variés et évolutifs, sont un fait établi.

Personne n'envisage prendre la place des journalistes. L'objectif est plutôt de faire une certaine place à des extérieurs à partir de l'espace ou du domaine d'où ils s'expriment, tout en maintenant le journaliste comme seul chef d'orchestre au milieu des flux de contenus.

Corollairement et sachant que le public, en moyenne, connaît de mieux en mieux le fonctionnement de l'information et de son système, un nouveau contrat de lecture de l'information doit pouvoir être mis à l'ordre du jour. Ceci aussi dans une optique d'éducation continuée aux médias.

Il s'agirait, concrètement, de clarifier le statut même de l'objet d'information, de rendre plus lisible et plus transparente la pluralité réelle du processus de fabrication, des sources mentionnables, des apports extérieurs de contenus, des démarches effectuées en collaboration numérique. Il y a là, en tout cas, matière à responsabilisation croisée, à appropriation davantage partagée des supports ou des marques d'information à partir des « co-produits ».

5. L'engouement pour les études de journalisme et ses questions

La grande mutation renvoie également à la question de l'adaptation des formations de base actuellement proposées. L'enjeu principal, pour les écoles de journalisme, est de parvenir à combiner préparation de leurs publics aux besoins actuels du marché de l'emploi, et anticipation des évolutions de celui-ci.

De ce point de vue, la formation au journalisme est depuis longtemps une formation en soi, qui dépasse le strict cadre de l'apprentissage reproductif de techniques, et de connaissances thématiques sectorielles. Des questions plus globales d'éthique professionnelle, de démarche personnelle et collective, de responsabilité sociale, de maîtrise de l'économie des médias, de réflexion critique sur les enjeux du métier, de prospective... font plus spécialement partie des programmes des enseignements de cycle long^[LM3], qui offrent la seule formation spécifique complète au journalisme.

Ceux-ci, structurellement, reposent sur le modèle, croisé ou distinct, de l'enseignement général de niveau universitaire et de l'apprentissage professionnel fondé sur le principe de l'échange d'expérience et de pratiques d'apprentissage avec des journalistes patentés.

Dans ces centres de formation spécifique au journalisme de la Fédération Wallonie-Bruxelles, au fur et à mesure de l'évolution des médias, de nouveaux enseignements ont été créés pour épouser les transformations qui touchent le secteur. Mais l'apprentissage de nouveaux outils, de nouvelles compétences, l'immersion dans de nouvelles cultures (de l'image, de l'informatique, de l'économie...) ne se suffisent pas à eux-mêmes. Encore faut-il adopter une posture « éclairée » de la chose numérique, particulièrement dans un contexte d'obsolescence extrêmement rapide des techniques et des savoirs.

Il s'agit, en conséquence, d'élargir le champ de vision, de ne pas se contenter d'une formation par empilement de matières nouvelles, par spécialisations techniques additionnées. Il s'agit plutôt de croiser les cultures, de décloisonner les formations (via les coopérations internationales par exemple), de même que les lieux et les temps de formation. Mais il faut aussi pouvoir intégrer dans l'enseignement des postures, des démarches et des questions – partagées entre enseignants et enseignés – d'expérimentation, d'innovation, de recherche appliquée autour des changements à l'œuvre et de leurs conséquences....

Ce modèle d'enseignement a fait la preuve de son efficacité et de son haut niveau de qualité, attestés par une évaluation positive récente de l'AEQES (Agence pour l'évaluation de la qualité de l'enseignement supérieur). Il a formé et forme des professionnels de qualité.

Ce qui explique en partie, sans doute, la forte demande pour ce type d'études de la part d'un public étudiant souvent attiré aussi par une représentation encore mythifiée du journalisme.

L'engouement pour ces études et le nombre élevé d'étudiants diplômés en FWB sont souvent jugés excessifs en regard de l'univers de référence professionnel. Ils doivent être appréhendés à la lumière de la grande hétérogénéité des formations d'une part, de la différence entre le nombre d'étudiants formés spécifiquement au journalisme, au terme d'un second cycle, et le nombre d'étudiants titulaires d'un diplôme de bachelier au terme d'études généralistes en communication, tous types d'enseignement confondus, d'autre part. Dans les formations de cycle court, seule une minorité (10 à 20 %) des bacheliers formés en tant que professionnels polyvalents de la communication s'orientent vers le secteur du journalisme.

Des questions se posent, et elles ont été posées et débattues lors de l'atelier 2 des EGMI.

- Les démarches d'information et d'orientation des futurs étudiants déployées par différentes instances (salons, opérations d'éducation aux médias, journées portes ouvertes, pré-orientations...), que ce soit en amont ou en début de parcours académique, dans ou hors des écoles de journalisme : quelle pertinence, quelle visibilité, quels effets, quelles garanties pour la diversité des profils ?

- La nature des rapports, des distinctions, mais aussi des passerelles entre les formations de cycle court et les enseignements de type long.

- L'impact des nombreux stages professionnels sur les rédactions, sur les collaborateurs de celles-ci, également ; la durée des stages, mais aussi les finalités différentes de ceux-ci, et les profils professionnels variés des stagiaires, selon le type d'enseignement dont ils sont issus.

Ces questions appellent, à tout le moins, des clarifications diverses, une accentuation des échanges et une concertation plus étroite entre les divers acteurs.

6. Nécessité, demande et offre de formation continuée

L'évolution des trajectoires professionnelles a toujours obligé les journalistes à acquérir de nouvelles compétences au cours de leur carrière. C'est plus vrai que jamais : la métamorphose complète en cours du système éditorial est telle que sa maîtrise appelle le recours à la formation continuée pour les professionnels de l'information. Tant éditeurs que journalistes constatent, en effet, que les difficultés d'adaptation à la culture numérique nouvelle se manifestent à tous les niveaux des entreprises médias et concernent à la fois les journalistes, les cadres de la rédaction et les éditeurs.

D'autant que rien n'est figé, beaucoup de potentialités restent à explorer : il convient de combiner dans la formation l'apprentissage des principes et des outils de base actuels, et la compréhension des dynamiques qui continueront à transformer les médias et les façons de faire de l'information.

Non seulement il y a nécessité d'une formation continuée – tous les acteurs des EGMI en conviennent – mais, désormais, la demande existe, comme l'ont tour à tour répété les éditeurs de presse quotidienne et de presse périodique, les responsables de l'audiovisuel public, ainsi que les journalistes interrogés à ce sujet par l'AJP. Si elle est encore trop peu connue, l'offre est bel et bien présente du côté des institutions de formation, universitaires ou non, de type long. Différents projets ou initiatives, à cet égard, ont été rendus publics, accompagnés dans certains cas^[LM4] d'une demande de financement public

RECOMMANDATIONS

Le sentiment prévaut aujourd'hui, dans de larges secteurs de l'opinion, que les conditions actuelles de production de l'information menacent la qualité de celle-ci. Les recommandations reprises dans ce volet (en caractères gras) ne sont dictées que par une préoccupation fondamentale : promouvoir la qualité et la fiabilité de l'information reçue par les citoyens. Cette qualité et cette fiabilité ne peuvent être assurées que par des éditeurs et des journalistes bien formés, conscients de leur responsabilité sociale, respectueux d'une déontologie qu'ils connaissent, avertis des conditions du marché, aguerris aux techniques professionnelles et capables de choix libres et éclairés. Dans ce but, il est impératif, d'une part, que les éditeurs puissent développer leur entreprise et la faire prospérer et, d'autre part, que les journalistes bénéficient d'une part de la meilleure formation possible, et d'autre part des meilleures conditions possibles d'exercice de leur métier, en sorte qu'ils puissent résister aux tentations et aux influences extérieures, qu'ils aient le temps et l'indépendance d'esprit nécessaires pour se consacrer avec fruit à la collecte et au traitement des informations et qu'ils puissent vivre décemment de ce travail. Tant la position concurrentielle des entreprises d'information que le fonctionnement d'une démocratie libre et éclairée dépendent largement de la crédibilité, de la responsabilité et de la sérénité des journalistes. C'est la raison pour laquelle leur formation, leur statut et leurs conditions de travail doivent faire l'objet d'une attention particulière de la part du législateur autant que de la part des employeurs.

STATUT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

1. Statut social des journalistes

La situation sociale des journalistes dans la Fédération Wallonie-Bruxelles peut se résumer en quelques constats : précarisation, accroissement de la proportion de journalistes freelances exerçant le métier sous le régime du contrat d'entreprise (dont certains sont liés à un maître d'œuvre unique par des liens qui s'apparentent au contrat d'emploi sans en revêtir les formes), exigence croissante de polyvalence et de compétence « pluri-médias », modification des modes de rémunération, persistance d'une disparité numérique et pécuniaire entre hommes et femmes.

a. Le statut des journalistes freelances

La problématique actuelle se cristallise autour du statut social des freelances et de leur rémunération, d'autant plus que l'émergence des médias en ligne et des médias contributifs entraîne l'apparition de nouveaux acteurs de l'information qui ne sont que très rarement salariés et qui apparaissent comme des entrepreneurs individuels nouant avec les éditeurs des relations réputées « commerciales ».

Dans le domaine du contrat d'entreprise, priorité est donnée, dans le droit belge, à la « libre volonté des parties », même si, étant donné les contraintes d'un marché très compétitif, cette volonté n'est pas toujours totalement libre dans le chef de l'une de ces parties. Ces contraintes incitent en effet les éditeurs à recourir à des freelances afin de flexibiliser leur gestion des ressources humaines et, par ricochet, certains freelances risquent de se trouver dans une situation sociale proche du niveau de pauvreté, en raison notamment de leur relatif isolement et du fait qu'ils ne peuvent bénéficier d'une représentation syndicale. Les conditions de travail des freelances peuvent par ailleurs être génératrices de stress et nuisibles à la qualité de l'information.

C'est pourquoi les experts recommandent un ensemble de mesures relevant soit de la législation fédérale, soit du décret, soit de conventions collectives, soit d'engagements au sein des associations d'éditeurs, afin de clarifier et d'homogénéiser le régime des rémunérations des freelances.

- **[RECOMMANDATION 1] Une réforme légitime mais radicale pourrait s'inspirer de la loi française Filioud-Cressard (loi n° 74-630 du 1^{er} juillet 1974, art. L-761-2 du Code du travail) instaurant la *présomption de contrat d'emploi* : toute prestation effectuée par un-e journaliste professionnel-le serait présumée relever d'un contrat d'emploi à durée déterminée ou à objet déterminé, même si elle revêt la forme d'un contrat d'entreprise. Autrement dit, un statut spécial serait conféré à la prestation journalistique (à l'instar de la « pige » en France), mettant le/la prestataire dans les conditions d'un salarié du point de vue de la législation fiscale et sociale. Cette solution devrait relever à la fois d'une initiative législative fédérale, dérogeant pour la circonstance au principe de la « libre volonté des parties », et d'une négociation paritaire entre éditeurs, organisations syndicales et associations professionnelles, par exemple au sein d'une *plateforme* suggérée à l'atelier n° 2 par le représentant de la CSC.**
- **[RECOMMANDATION 2] Faute d'accord sur la création d'un statut légal de *pigiste*, la même plateforme devrait entreprendre, en vue de clarifier et d'unifier les tarifs de facturation, la confection d'un *barème unique des prestations des freelances*, selon le type de média. Cette réforme devrait s'accompagner d'un engagement conventionnel des éditeurs à respecter ce barème, quels que soient les conditions du marché et le type d'information concerné (sport, faits divers, politique, culture...) et que le travail facturé fasse ou non l'objet d'une publication. Le nouvel engagement collectif résultant de cette négociation paritaire pourrait prendre la forme d'une *charte*, à l'exemple de celle qui a été conclue dans le secteur de la bande dessinée en France. Ce barème devrait prendre en compte des *éléments objectifs* tels que : les déplacements effectués, les frais engagés, le temps réel de réalisation du travail (selon un montant horaire ou journalier, en ce compris l'alerte ou la veille sur différents supports), la valorisation financière de l'éventuelle clause d'exclusivité, les suppléments pour travail de nuit, de week-end ou de jour férié. Ces éléments pourraient remplacer les critères actuels (signe, ligne, page, tirage de photo, etc.).**

Notons que, selon certains éditeurs, notamment de la presse périodique, l'unification des tarifs et des barèmes serait non seulement inopportune mais illégale dans un système de libre concurrence. Un choix (ou un équilibre) s'impose donc entre le principe de la libre

concurrence, la viabilité des entreprises et la protection des droits élémentaires des freelances. **Des dérogations spécifiques et justifiées pourraient être prévues en faveur des éditeurs de la presse périodique.**

- **[RECOMMANDATION 3]** Une autre manière d'atteindre le même type d'objectifs serait la généralisation des *conventions de collaboration* standardisées et transparentes, basées sur les mêmes critères. Ce type de convention devrait prévoir des clauses particulières en cas de rupture unilatérale de la convention par l'une ou l'autre partie, en considération des services rendus et de la durée des liens d'exclusivité ayant existé entre les parties.
- **[RECOMMANDATION 4]** Afin d'encourager le secteur à conclure et à respecter un accord sur ces sujets au sein de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le décret sur l'aide directe à la presse pourrait inclure un *nouveau critère d'attribution*, en l'occurrence la signature et le respect du barème conventionnel des prestations des freelances et/ou l'approbation de conventions de collaboration prenant une forme déterminée et contenant des clauses de garantie. Toutefois, le décret en question ne concernant que la presse quotidienne, la presse périodique généraliste et les médias audiovisuels devraient être encouragés à adhérer au système par d'autres moyens.

Une autre forme de stabilisation sociale des freelances est suggérée par le système que représentent des sociétés comme *Merveille* et *SMart* : l'adhésion à ce système permet de déclarer ses revenus sous le statut de salarié, avec tous les avantages sociaux que cela représente. Toutefois, dans la situation juridique actuelle, ces sociétés sont contraintes d'adopter la forme d'entreprises de travail intérimaire, ce qui accroît les prélèvements qu'elles doivent effectuer, au détriment de leurs membres, sur les sommes facturées aux employeurs réels (une cotisation de 9,7 % au Fonds de solidarité des sociétés de travail intérimaire).

- **[RECOMMANDATION 5]** Une piste prometteuse est suggérée : celle d'une structure coopérative de « producteurs associés » ou d'une *instance médiane* qui encadrerait le travail de ces micro-entrepreneurs que sont les freelances, les représenterait face aux employeurs et pourrait réduire leurs coûts de production en les mutualisant. Cette instance pourrait comporter un secrétariat social de prestataires, assumant la gestion sociale des journalistes freelances sans leur imposer les inconvénients de l'entreprise d'intérim. Le législateur pourrait reconnaître juridiquement le statut de cette instance médiane et en encourager la création par des mesures sociales ou fiscales. Une adaptation ad hoc du décret sur l'aide directe à la presse devrait également être envisagée par la Fédération Wallonie-Bruxelles, moyennant les réserves mentionnées plus haut et concernant les éditeurs de la presse périodique spécialisée.
- **[RECOMMANDATION 6]** Les experts suggèrent également au législateur fédéral de mettre à son ordre du jour les propositions suivantes émanant notamment de l'AJP : a) un assouplissement des conditions d'indemnisation des chômeurs qui exercent des activités de journaliste freelance, par l'attribution à ces personnes d'un statut semblable au statut « d'artiste » reconnu par l'ONEm ; b) la généralisation du contrat d'étudiant, afin d'éviter aux étudiants exerçant des activités journalistiques d'avoir à faire face à des cotisations sociales très lourdes ; c) la suggestion que soit rendue obligatoire pour tous les journalistes une assurance de la responsabilité civile leur permettant d'échapper aux effets de

la responsabilité en cascade, effets qui peuvent être très dommageables en particulier pour les freelances.

b. Le statut des journalistes salariés

Les conditions de rémunération et d'embauche des journalistes sous contrat d'emploi suscitent également des interrogations. Ainsi, plusieurs médias ont connu récemment des plans sociaux et des réductions d'effectifs. Dans d'autres, une réduction des salaires et du temps de travail a été décidée de commun accord entre direction et rédaction. Certains éditeurs remplacent une partie de la rémunération fixe des journalistes par un paiement sous forme de droits d'auteur, ce qui leur permet de réduire leurs cotisations sociales. Certains journalistes acceptent une cession forfaitaire voire gratuite de leurs droits sur leurs productions. Il arrive que des heures supplémentaires soient prestées sans être rémunérées. Un déséquilibre persiste entre hommes et femmes, tant dans le niveau des rémunérations que dans les chances de promotion (une seule femme rédacteur en chef dans la presse francophone !).

Plusieurs mesures sont suggérées pour contrecarrer ces inconvénients.

- **[RECOMMANDATION 7] *En ce qui concerne les effectifs des rédactions* : les experts proposent que, pour l'attribution des aides prévues par le décret sur l'aide directe à la presse, le critère de la proportion de journalistes sous contrat d'emploi à durée indéterminée passe de 40 % à 60 % et que la mesure soit élargie aux médias non visés par le décret (sous la réserve de la situation particulière des éditeurs la presse périodique spécialisée). Il est également suggéré aux employeurs, dans le même but, de s'engager à rémunérer toutes les heures supplémentaires.**
- **Comme alternative aux plans sociaux, lorsque l'évolution technologique le commande, les éditeurs devraient privilégier la reconversion professionnelle (par exemple, reconvertir les photographes en opérateurs vidéo dans une rédaction pluri-médias).**
- **[RECOMMANDATION 8] *En ce qui concerne les rémunérations* : les experts estiment indispensable le respect des barèmes existants et l'amélioration des barèmes les plus défavorables (fixés par les commissions paritaires 227 et 329). Ils suggèrent aussi que les barèmes de rémunération soient communs à toutes les rédactions situées au sein d'un même groupe de presse. Toutefois, les éditeurs font remarquer que, sur les supports en ligne, leurs entreprises sont mises en concurrence avec des opérateurs chez qui les relations sociales ne sont pas régulées. Il conviendrait donc de légiférer au niveau fédéral sur les modalités d'élaboration des grilles de rémunération au sein de tous les éditeurs de service, quel que soit leur statut, afin d'évoluer vers une harmonisation des barèmes. Cette harmonisation devrait s'appliquer également aux autres métiers de l'information (cadreurs, preneurs de son, infographistes). Les télévisions locales demandent, dans cette optique, aux autorités de la Fédération Wallonie-Bruxelles une révision de leurs critères de subventionnement qui, à l'heure actuelle, ont pour effet de donner plus d'importance à la quantité qu'à la qualité de la production.**

- **[RECOMMANDATION 9] En ce qui concerne le déséquilibre hommes-femmes : les experts recommandent l'alignement des rémunérations des journalistes femmes sur celles des journalistes hommes. Ils suggèrent de favoriser autant que possible, non seulement l'engagement, mais surtout la promotion de journalistes femmes à des postes de responsabilité rédactionnelle.**

c. Le régime des droits d'auteur

La rémunération des journalistes sous la forme de droits d'auteur (partielle voire parfois totale pour certains freelances) s'avère une solution porteuse à la fois d'avantages et de risques. Elle présente l'avantage de permettre aux éditeurs de limiter leurs dépenses sans modifier la rémunération nette du/de la journaliste, les droits d'auteur étant taxés forfaitairement comme revenus mobiliers. Mais elle risque de placer le/la journaliste dans une position délicate face à l'administration fiscale et de porter une atteinte disproportionnée à ses droits sociaux. Les experts formulent les recommandations suivantes à ce propos :

- **[RECOMMANDATION 10] Il est recommandé que le statut d'auteur soit légalement reconnu à tous les journalistes.**
- **[RECOMMANDATION 11] Par ailleurs, il conviendrait que le législateur fédéral examine la position de l'AJP, qui demande que soit interdite toute présomption de cession de droits et toute cession gratuite privant les auteurs de leurs droits secondaires (en cas de republication, d'exploitation d'archives, etc.). Lors de cet examen, il s'imposerait de prendre en compte la situation particulière des éditeurs de la presse périodique spécialisée : des dérogations spécifiques devraient être prévues à leur endroit. On devrait également prendre en compte la déclaration de certains éditeurs¹ selon laquelle la cession par les journalistes de leurs droits d'exploitation des contenus sur tous les types de plateformes est pour leur entreprise une condition de survie.**
- **[RECOMMANDATION 12] En ce qui concerne les droits secondaires, le législateur fédéral pourrait s'inspirer de la loi française, qui prévoit la cession intégrale des droits d'exploitation sur tous supports pendant une période de référence (à déterminer conventionnellement), mais instaure une rémunération (à définir conventionnellement) pour toute utilisation au-delà de l'expiration de ce délai.**
- **[RECOMMANDATION 13] Il faudrait en outre que le barème conventionnel des prestations, dans le cas des freelances, ou la convention collective, dans le cas des journalistes salariés, prévoit une limite à la proportion de la rémunération sous forme de droits d'auteur : un maximum de 30 % est proposé², sauf pour les indépendants à titre complémentaire et pour des droits secondaires.**

¹ Voir l'intervention de François Le Hodey à l'atelier 2.

² Sur la base de l'expérience en Communauté flamande et d'informations officielles émanant du SPF Finances.

2. Statut juridique des journalistes professionnels

Le titre de *journaliste professionnel* reconnu par la loi du 30 décembre 1963 est attribué par une commission d'agrément en application d'un arrêté royal qui en organise la procédure et le fonctionnement. Les documents de presse décernés aux seuls journalistes professionnels constituent une forme de reconnaissance officielle de leur fiabilité. Toutefois, l'une des conditions impératives pour l'octroi et la pérennité du titre de journaliste professionnel est source de dilemme pour la commission d'agrément : celle qui interdit toute forme d'activité commerciale. Cette incompatibilité décourage notamment certains journalistes d'introduire une demande d'agrément, ce qui crée une dichotomie à l'intérieur de la profession. De plus, satisfaire à cette condition s'avère difficile pour les journalistes débutants en raison des conditions du marché de l'emploi.

- **[RECOMMANDATION 14] La commission d'agrément pourrait être autorisée par la loi à octroyer le titre de journaliste professionnel à toute personne qui consacre au moins la moitié de son temps d'activité professionnelle à un travail d'information générale et dont les autres revenus proviennent exclusivement d'activités qui ne sont pas susceptibles de limiter son indépendance journalistique.**
- **[RECOMMANDATION 15] Comme le recommande la commission d'agrément, l'accès au titre de journaliste professionnel doit être ouvert à toute personne travaillant, quel que soit son statut, dans les conditions légales telles qu'elles sont interprétées par la commission d'agrément, pour un média d'information générale sur n'importe quel type de support.**

Le titre de journaliste professionnel représente un « label de qualité journalistique ». Il convient de renforcer par tous les moyens cette portée positive du titre, de telle sorte que le recours à des journalistes professionnels soit de nature à améliorer l'image de marque et la crédibilité d'un média. Dans cette optique, il est regrettable que l'adhésion au système d'autorégulation déontologique ne fasse pas partie des conditions d'octroi du titre. Le fait que l'AJP incite ses membres à signer un engagement de respect des codes déontologiques ne peut être considéré comme suffisant, dans la mesure où l'adhésion à l'AJP ne revêt aucun caractère obligatoire.

- **[RECOMMANDATION 16] Une modification de la loi du 30 décembre 1963 devrait être envisagée par un amendement ajoutant aux conditions pour obtenir et conserver le titre de journaliste professionnel la signature par le/la journaliste d'un engagement d'adhésion au système d'autorégulation déontologique existant dans chaque Communauté (RvdJ et CDJ) et de respect des règles et avis déontologiques édictés par les organes d'autorégulation de sa Communauté.**

Le titre de *journaliste de profession* fait également l'objet d'une reconnaissance officielle, même si ses conditions d'octroi sont différentes de celles prévues par la loi du 30 décembre 1963. Le/la journaliste de profession exerce ses activités dans la presse périodique spécialisée.

- **[RECOMMANDATION 17] Il convient de poursuivre la négociation en cours en vue de rapprocher les titres de *journaliste professionnel* et de *journaliste de profession* afin d'aboutir à un titre unique dont l'octroi et la conservation**

seraient notamment conditionnés par le respect des normes déontologiques et professionnelles.

3. Statut des rédactions

L'autonomie intellectuelle des rédactions fait partie des conditions nécessaires à la qualité et à la fiabilité de l'information reçue par le citoyen. La sélection et la hiérarchisation de l'information ne doivent dépendre que de la rédaction et de ses responsables, à l'exclusion de toute consigne des actionnaires visant à orienter les choix éditoriaux dans des buts étrangers au droit à l'information des citoyens. Pour assurer la qualité et la fiabilité de l'information qu'ils transmettent, les journalistes ne doivent pas être considérés comme de simples exécutants. En tant que détenteurs de savoir et de savoir-faire, ils doivent participer à l'orientation de la politique rédactionnelle et aux choix éditoriaux. C'est dans ce but que les experts font les recommandations suivantes :

- **[RECOMMANDATION 18] Une initiative législative et/ou un accord conventionnel devrait organiser plus formellement le statut des rédactions en élargissant clairement les compétences de celles-ci aux nouveaux médias et aux nouveaux métiers et en donnant davantage de pouvoir représentatif et une existence légale aux sociétés de rédacteurs, qui représentent le « capital intellectuel » de l'entreprise.**
- **[RECOMMANDATION 19] A minima, la société de rédacteurs devrait avoir le dernier mot quant à la désignation du rédacteur en chef, lequel devrait avoir des prérogatives nettement distinctes de celles du chef d'entreprise : il serait « le premier des journalistes » et non « le dernier des directeurs »³. Dans cette perspective, tout doit être mis en œuvre (au niveau légal et conventionnel) pour que, dans tous les médias d'information générale, le rédacteur en chef soit titulaire du titre de journaliste professionnel, comme le recommande le CDJ et à l'instar de ce que prévoit le décret de la Communauté française dans les télévisions locales.**
- **A maxima, la société de rédacteurs pourrait se voir dotée d'une structure juridique distincte et se transformer en opérateur autonome, lequel se verrait confier le travail rédactionnel pour le compte de l'éditeur⁴.**
- **[RECOMMANDATION 20] La rédaction devrait être clairement distincte des autres services de l'entreprise et principalement des services de marketing⁵. Un protocole devrait être adopté dans ce sens au sein de chaque société éditrice ou au sein des associations d'éditeurs.**
- **[RECOMMANDATION 21] Dans le même esprit, les experts suggèrent que les éditeurs faisant partie de l'AADJ s'engagent formellement à publier toute**

³ Selon l'expression de Jean-Paul Marthoz.

⁴ Proposition de l'enquête française *Technologia*.

⁵ 30 % des pressions subies par les journalistes flamands proviennent, selon une étude récente, du service marketing de l'éditeur.

décision ou tout avis du CDJ qui concerne directement leur média. Cet engagement devrait constituer un critère supplémentaire, à ajouter au décret, pour l'attribution de l'aide directe à la presse.

- **[RECOMMANDATION 22] Le législateur pourrait organiser pour les journalistes un « droit de retrait » qui consacrerait leur droit au refus d'obtempérer, sans perte d'emploi ou de rémunération, à une consigne inacceptable en vertu de la déontologie⁶.**

4. Conditions de travail

L'avenir des médias d'information se joue sur les supports en ligne, où règne une concurrence plus dure qu'ailleurs. De ce fait, l'agilité numérique et la polyvalence pluri-médias sont de plus en plus exigées dans les rédactions. Les journalistes se transforment en aiguilleurs et en gestionnaires de contenus. Une gestion « en essaim » des rédactions intègre de plus en plus des métiers différents. Il n'est plus question de « garder un scoop » et les outils de recoupement de l'information se sont multipliés et diversifiés, d'où la nécessité d'un professionnalisme accru et l'émergence de nouveaux types de journalisme. Cette évolution inéluctable génère un stress professionnel supplémentaire, partagé par éditeurs et journalistes, notamment à cause de la suppression de la *deadline* et de l'obligation de produire à flux tendu sur les supports en ligne.

Cependant l'évolution n'est pas vécue de la même manière dans tous les médias : dans certaines rédactions, c'est la spécialisation qui prévaut ; dans d'autres, la polyvalence la plus extrême est exigée des rédacteurs. Des études convergentes semblent par ailleurs indiquer qu'une proportion significative de journalistes est mécontente de ses conditions de travail et qu'une forme de *burnout* lié notamment aux exigences nouvelles du métier se répand dans les rédactions. Quant aux freelances et aux collaborateurs extérieurs, leur isolement relatif nuit à leur intégration au projet rédactionnel, ce qui entraîne, pour eux également, un stress supplémentaire.

Des propositions sont formulées par les experts en vue de l'adéquation des rédactions au nouvel environnement de l'information et de l'amélioration de leurs conditions de travail.

- **[RECOMMANDATION 23] La quantité et le rythme de travail exigés des journalistes, quel que soit leur statut, doivent être compatibles avec une production rédactionnelle de qualité.**
- **[RECOMMANDATION 24] L'adaptation à la nouvelle donne du journalisme doit être encouragée et organisée dans le cadre de la formation continue (v. infra), mais une adaptation strictement fonctionnelle ne peut être la seule priorité de cette formation. Celle-ci doit être une clé majeure de l'amélioration de la qualité rédactionnelle et du climat de travail de l'entreprise. Elle doit viser à accroître la**

⁶ Selon une proposition faite à l'atelier 2 par Denis Ruellan, professeur à l'université de Rennes I.

culture numérique et la connaissance du marché, à développer l’aptitude à l’usage des technologies, mais elle doit principalement s’attacher à atténuer le stress face à l’évolution des métiers et à améliorer l’exécution du travail journalistique proprement dit (récolte, vérification, traitement et publication de l’information).

- **[RECOMMANDATION 25] S’attaquer au *burnout* devrait figurer parmi les objectifs des entreprises éditrices. Il s’agit d’organiser la prévention des risques liés à la charge psychosociale du travail journalistique, de prévoir une formation spécifique des cadres des rédactions à la gestion de conflits et à l’interaction personnelle, et de confier à des personnes références dans les rédactions un rôle de conseil et de médiation.**
- **[RECOMMANDATION 26] L’accès des freelances et des collaborateurs extérieurs devrait être permis et organisé aux salles de rédaction et aux réseaux intranet de l’entreprise, de même que leur meilleure intégration aux équipes rédactionnelles.**
- **[RECOMMANDATION 27] Une des clés de l’amélioration du climat de travail dans les rédactions est la diversification accrue (en âge, en genre, en origine, en culture, en formation) des équipes journalistiques afin de mieux varier les compétences et les angles d’approche de l’information.**
- **[RECOMMANDATION 28] Dans ce même esprit, et comme le recommande le CDJ, l’activité de modération ou d’animation des forums et des espaces d’expression sur les sites des médias devrait être confiée uniquement à des journalistes.**
- **[RECOMMANDATION 29] Il s’impose de soutenir l’enquête et le reportage en pérennisant le fonds de soutien au journalisme d’investigation et en renforçant son subventionnement par la Fédération Wallonie-Bruxelles.**
- **[RECOMMANDATION 30] L’éducation aux médias dans l’enseignement secondaire et l’initiation aux médias dans les écoles de journalisme doivent mieux préparer les futurs consommateurs et les futurs producteurs d’information à la constellation médiatique qui s’annonce, en améliorant la « littératie » médiatique⁷ et en objectivant notamment les réalités du métier de journaliste.**
 Cette préoccupation sera développée dans le chapitre suivant.

⁷ Selon l’expression d’Eric Scherer, directeur des médias numériques à France 2.

FORMATIONS AUX MÉTIERS DU JOURNALISME

Au terme des travaux de l'atelier 2 des États généraux des médias d'information en Belgique francophone, un constat réconcilie tous les participants : l'énorme contraste entre une formation de plus en plus exigeante et exigée, et la pauvreté croissante des conditions d'exercice des métiers de l'information.

Comment réagir devant ce grand écart de plus en plus périlleux – dont on peut par ailleurs se demander s'il est propre au seul monde médiatique ? Les propositions en matière de statut et de conditions de travail qui viennent d'être exposées sont une partie de ces réponses. Elles doivent nécessairement être anticipées et poursuivies dans le cadre des (in)formations aux métiers du journalisme, second volet des travaux de cet atelier 2 des EGMI.

La formule « Formations aux métiers du journalisme » est plurielle à dessein. L'on distingue en effet la formation de base (durant les études supérieures universitaires ou non) de la formation continuée (en cours d'exercice du métier). En amont de ces deux axes, il convient d'ajouter l'information sur les études et les professions, afin que les candidats à l'exercice des métiers de l'information choisissent leurs études en connaissance de cause. Et en aval, il faut développer la recherche et le développement des connaissances sur ces études et professions, afin de nourrir adéquatement les formations et d'innover intelligemment dans la pratique des métiers. Plus fondamentalement enfin, il convient d'introduire l'éducation aux médias dans les cycles de formation obligatoire (en primaire et en secondaire), afin que toute la société soit de mieux en mieux à même d'analyser, d'évaluer et de créer des contenus médiatiques de qualité.

C'est cette structure de l'amont à l'aval – ou d'une boucle à boucler ? – qui guide les recommandations suivantes, en caractères gras dans le texte qui les cadre.

1. Éducation aux médias

Le rapport scientifique intitulé *État des lieux des médias d'information en Belgique francophone* réalisé en préambule à ces EGMI, ainsi que les recommandations des experts du premier atelier de travail consacré à l'économie des médias ont tous deux insisté sur l'importance de l'éducation aux médias. Au terme de l'atelier 2, les experts abondent également en ce sens et insistent sur la nécessité de

- **[RECOMMANDATION 31] renforcer l'éducation aux médias dans les programmes de formation obligatoire (primaire et secondaire).**

Cette volonté d'initier et de renforcer, auprès de chaque citoyen, « *la capacité à accéder aux médias, à comprendre et à apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias*

*et de leur contenu et à communiquer dans divers contextes*⁸» se fonde sur plusieurs motivations, dont la moindre est le suivi des recommandations de la Commission des Communautés européennes (2009) et du Conseil supérieur de l'éducation aux médias, dans sa « Déclaration de Bruxelles pour une éducation aux médias tout au long de la vie » (3 mars 2011). Des citoyens éduqués aux médias (c'est-à-dire dotés d'une compétence certaine en littératie médiatique) sont en effet susceptibles d'avoir une représentation plus réaliste des métiers de l'information, de consommer davantage de médias, d'exiger de ces médias une qualité accrue et de participer davantage à l'élaboration de leurs contenus. Des citoyens bien informés étant le gage d'une démocratie de qualité, c'est toute une communauté qui se trouve ainsi tirée vers le haut.

À l'heure actuelle, il semble que cette éducation aux médias soit laissée à l'appréciation des enseignants de l'enseignement obligatoire qui choisissent, ou non, d'y consacrer du temps. L'introduire comme compétence socle en primaire et/ou secondaire pourrait avoir les effets bénéfiques décrits plus haut.

Comment renforcer l'éducation aux médias dans les programmes de formation obligatoire (primaire et secondaire) ?

- **A minima, donner les moyens aux opérations existantes (« Ouvrir mon quotidien », « Journalistes en classe », etc.) de continuer à exister.**

« Ouvrir mon quotidien » (mise à disposition de journaux dans les écoles primaires et secondaires) et « Journalistes en classe » (rencontre entre professionnels des médias et classes de primaire ou de secondaire) doivent continuer à recevoir le soutien et la visibilité nécessaire à leur bonne continuation.

Les experts conseillent par ailleurs aux organisateurs de ces opérations de consacrer du temps à la présentation nuancée du métier de journaliste, afin que les élèves se fassent une représentation plus réaliste et moins mythique des pratiques professionnelles médiatiques. Cette approche introduira l'information sur les études et les professions (cf. point 2).

- **Étudier l'opportunité de compléter/modifier ces opérations existantes par d'autres bonnes pratiques, mises en place ailleurs.**

Exemple faisant suite aux États généraux de la presse écrite en France : proposer un abonnement gratuit d'une durée limitée (3 mois, 1 an ?) à un quotidien d'information générale à tout jeune de 18 ans avec des coûts partagés à 50/50 entre éditeur et État.

⁸ Commission des Communautés européennes (2009), paragraphe 11, citée par F. Antoine et F. Heinderyckx, *État des lieux des médias d'information en Belgique francophone*, Parlement de la Communauté française de Belgique, mars 2011.

- **Idéalement, introduire l'éducation aux médias dans les programmes de formation obligatoire, c'est-à-dire dès les études primaires (en 5^e et 6^e, éventuellement auparavant), ainsi qu'au niveau secondaire.**

Cette révision des programmes et des compétences nécessite bien entendu une réflexion avec les acteurs de terrain (pédagogues, administration de l'enseignement, formateurs des futurs enseignants, spécialistes de l'éducation aux médias ; etc.) ;

Cette révision des programmes et compétences pourrait être l'objet de recherches qui articulent la pédagogie, la didactique et les sciences de l'information et de la communication (cf. point 5).

2. Information sur les études et les métiers de l'information

L'atelier 2 des EGMI rappelle combien les études supérieures (universitaires ou non) dans le secteur de l'information et de la communication sont largement plébiscitées ; l'atelier rassemble également plusieurs hypothèses explicatives quant à ce choix de masse. Parmi ces hypothèses, le poids important pris par la représentation quelque peu mythique du métier de journaliste (« écrire et voyager ») incite les experts à préconiser de

- **[RECOMMANDATION 32] renforcer l'information et l'orientation sur les études et les professions de l'information.**

L'objectif de ce renforcement n'est ni de décourager, ni d'attirer davantage d'étudiants, mais bien d'aiguiller le mieux possible les futurs étudiants, afin d'éviter l'incompétence ou les désillusions.

Comment renforcer l'information sur les études et les professions de l'information ?

- **En première ligne, donner aux acteurs de l'organisation de salons type « salon de l'étudiant » les moyens de continuer à organiser le rassemblement de tous les acteurs de formation.**

Ces grands rassemblements que sont les salons de l'étudiant sont une porte d'entrée à ne pas négliger, où parents et futurs étudiants du supérieur glanent de nombreuses informations sur les études supérieures quelles qu'elles soient.

- **En deuxième ligne, créer un centre d'information et d'orientation sur les études et les professions à l'échelle de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ou, a minima, renforcer les moyens financiers et humains des centres existants, en insistant sur la nécessité d'y trouver une information de qualité.**

Les renseignements tous azimuts dispensés par les salons de l'étudiant gagnent souvent à être complétés, réfléchis et approfondis au sein d'un service d'information et d'orientation de

qualité⁹. La qualité de l'information dispensée augmente si ce service répond à plusieurs exigences, tantôt généralistes (quel que soit le métier), tantôt particulièrement liées aux études et aux professions du journalisme et de la communication. À la suite des EGMI, les experts insistent particulièrement sur les exigences suivantes :

- être comparatiste et donc indépendant de toute institution d'enseignement ;
- se doter de supports d'informations qui dépassent la simple compilation de programmes d'études et qui soient mis à jour très régulièrement (au minimum annuellement) ;
- diversifier les outils d'informations, à l'aune de la diversité des métiers de l'information (brochures, sites web, blogues de témoignages, rencontre avec des conseillers, organisation d'opération de sensibilisation...)
- être attentif à l'analyse et à la déconstruction des idées reçues sur le métier de journaliste
- être en veille par rapport aux nouveaux métiers de l'information.

3. Formation de base

La légitimité et la solidité de l'ancrage de la discipline « Information et communication » dans le paysage de l'enseignement supérieur et de la recherche¹⁰ belge francophone ne font aucun doute. Son extrême diversité non plus : elle peut être universitaire, non universitaire de type long, non universitaire de type court ; avec ou sans spécialisation vers le journalisme ; dotée d'un master 120 ou d'un master 60 ; liée aux disciplines littéraires ou socio-économiques ; dotée de stage en baccalauréat et/ou en master¹¹.

Cette hétérogénéité, source d'attractivité, est à l'image des métiers tout aussi divers auxquels elle forme. Elle a pour corollaire de générer des prises de position très contrastées des acteurs qui l'animent. Cela constitue un défi de taille pour les experts de l'atelier 2 des EGMI, chargés de dresser une liste de recommandations qui ne baignent pas dans le consensus mou.

Au terme de leurs travaux, les experts de l'atelier proposent donc diverses recommandations liées à la formation de base. Mais ils réclament également le droit de réserver leur jugement à propos de certains points.

a. Recommandations

Les recommandations portent sur la clarification à opérer entre information et communication, ainsi que sur les stages.

⁹ Le CIO (Centre d'information et d'orientation), bien qu'attaché à une institution universitaire en particulier, a pu donner aux experts un aperçu de ce que pouvait être cette information de deuxième ligne de qualité.

¹⁰ Parmi les commissions doctorales de domaine (CDD) de la Fédération Wallonie-Bruxelles, il existe une CDD « Information et communication ».

¹¹ C'est le cas par exemple des étudiants qui réalisent leur baccalauréat aux facultés universitaires Notre-Dame de la Paix à Namur.

1) *La dénomination du cursus*

La dénomination actuelle du cursus est « baccalauréat en communication » pour le type court, « master en information et communication » pour le type long. Cette dénomination volontairement large du cursus est à l'image de l'aspect général de la formation, tantôt perçue positivement (aspect riche et pluridisciplinaire), tantôt négativement (aspect « fourre-tout »). Dans les deux cas, la filière communication attire un nombre croissant d'étudiants, parce qu'elle ouvre la voie à plusieurs métiers possibles, qu'elle attire nombre d'indécis qui ne désirent pas encore choisir un métier en particulier, parce que l'espace social est fortement marqué par les médias, et enfin, parce que la polyvalence des diplômés intéresse les employeurs, de plus en plus soucieux de flexibilité.

Les débats de l'atelier 2 ont cependant rappelé l'importance de démarquer l'information de la communication. Cette incompatibilité est d'ailleurs consacrée dans la loi de 1963 qui détaille les conditions d'obtention du titre de journaliste professionnel.

La formation de base en communication se doit donc d'insister sur la différence entre le métier de journaliste et de communicateur, sans se couper de la polyvalence qui fait la richesse de la filière. Comment ?

- **[RECOMMANDATION 33] Clarifier, par la grille de programme, la distinction à opérer entre communication et information.**

La formulation volontaire large de la dénomination du cursus (actuellement « communication » pour le type court et « information et communication » pour le type long) semble satisfaire les opérateurs de formation et les étudiants, qui y voient un signe de polyvalence. Les experts ne jugent donc pas utile de modifier l'intitulé du cursus. Par contre, ils préconisent que la distinction information/communication soit parfaitement visible dans l'organisation même de la grille de programme, particulièrement en fin de cursus (dernière année de baccalauréat de type court, masters). La dénomination et le contenu des finalités, l'intitulé et les cahiers de charge des modules de cours spécialisés ou des blocs de cours à option doivent permettre d'identifier sans équivoque quelles voies doivent emprunter les étudiants qui se destinent plus spécifiquement aux métiers de l'information (journaliste, secrétaire de rédaction, responsable de rédaction, etc.).

A priori, cette clarification paraît plus difficile à réaliser dans les hautes écoles, où le nombre d'étudiants tentés par les métiers de l'information est assez limité¹². Dans ce cas cependant, certains responsables des hautes écoles invités aux EGMI ont indiqué que la montée en puissance des nouveaux médias d'information les poussait à réfléchir à l'opportunité d'opérer des rapprochements, en fin de cursus, avec les sections « écriture multimédia » souvent présentes dans la catégorie sociale de leur haute école.

¹² Du côté des hautes écoles, parmi les 1800 étudiants inscrits dans la filière communication en Fédération Wallonie-Bruxelles, seuls 10 à 20% se destinent à une carrière journalistique. Parmi les 450 étudiants de troisième année, entre 60 et 90 embrassent finalement le métier de journaliste.

2) *Les stages*

De l'avis de tous les invités à l'atelier 2 des EGMI, le stage est un point essentiel de la formation des futurs journalistes et un moment décisif dans l'intégration professionnelle. Le moment où il apparaît dans le cursus, sa durée, la qualité de son encadrement et les effets parfois négatifs qu'il a sur l'emploi des freelances en concurrence avec le « travail gratuit » fourni par le stagiaire en fait un enjeu important de l'atelier 2 des EGMI.

- **[RECOMMANDATION 34] Proposer un canevas type de convention de stage pour l'ensemble des lieux de formation en Fédération Wallonie-Bruxelles.**

A minima, la convention de stage devrait :

- **préciser les droits et les devoirs des trois parties (étudiant, établissement d'enseignement et entreprise accueillante) ;**
- **rappeler que le stagiaire est en situation d'apprentissage et non d'emploi « gratuit » ;**
- **garantir un encadrement de qualité du stagiaire par l'entremise d'un journaliste expérimenté qui voit son emploi du temps aménagé pour remplir au mieux cette mission (transmission de savoirs intergénérationnels) ;**
- **comprendre, en annexe, les deux textes de référence en Belgique en matière de déontologie¹³ et, éventuellement, les règles internes au média intégré par l'étudiant.**

Ce canevas commun doit s'adapter, contractuellement, aux différents lieux de stage et aux différents types d'enseignement (type court/type long notamment). Mais il a surtout pour objectif de souligner et de renforcer le caractère pédagogique du stage, marchepied décisif de l'intégration professionnelle (générateur du premier emploi).

- **[RECOMMANDATION 35] Supprimer tout stage en première année, dans l'enseignement tant de type court que de type long. Et mettre à profit cette période d'intégration professionnelle pour fournir, en début de cursus, une information renforcée et adaptée sur les études et les professions du journalisme et de la communication¹⁴.**

Outre les éléments d'information déjà développés au point 2, cette information sur les études et les professions du journalisme et de la communication se devrait de :

- **prolonger et renforcer l'opération « Triangle » ;**
 Cette opération d'information sur les conditions d'exercice du métier de journaliste est menée par l'Association des journalistes professionnels (AJP) auprès des étudiants en information et communication des écoles supérieures et des universités ;

¹³ Déclaration des devoirs et des droits des journalistes (1971) et Codes des principes de journalisme.

¹⁴ Ce que plusieurs hautes écoles font déjà, en dénommant cette période « stage interne ».

- **décoder les représentations mythiques et les idées reçues liées aux métiers de l'information ;**
- **éveiller l'attention des étudiants sur l'importante galaxie des nouveaux métiers de l'information, suite à l'apport des nouvelles technologies et des nouveaux usages médiatiques ;**
- **initier les futurs journalistes aux statuts et aux fonctionnements professionnels innovants destinés à endiguer la dégradation des conditions de travail, notamment celles des indépendants : structure coopérative de producteurs associés, micro-entrepreneuriat à vocation journalistique, secrétariat social de prestataires, etc. (cf. les recommandations sur les statuts et les conditions de travail *supra*).**

Cette proposition a pour objectif principal de limiter les erreurs de choix d'étude et de réorienter les étudiants en début de cursus. Elle a également pour avantage de limiter le nombre de demandes de stage auprès des rédactions, tout en équipant les futurs stagiaires d'un bagage minimum en connaissances, en méthodologie et en savoir-faire technique avant même qu'ils intègrent ces rédactions. Le stage, dans la suite du cursus, ne s'en déroulera que mieux, au bénéfice de toutes les parties.

- **[RECOMMANDATION 36] Limiter la durée des stages dans une même rédaction.**

Sachant qu'éditeurs, hautes écoles et universités s'accordent à penser que trois mois de stage dans une même rédaction sont trop longs ; sachant en outre qu'éditeurs et hautes écoles jugent qu'un mois de stage est trop court, les experts recommandent de **limiter la durée maximale du stage à cinq ou six semaines par rédaction.**

Dans les hautes écoles, où la durée du stage est plus longue en vertu du décret¹⁵, les experts recommandent que le stagiaire séjourne au minimum dans deux rédactions distinctes par année de formation.

Cette recommandation a pour avantage de permettre à l'enseignant et au maître de stage d'apprécier les compétences de l'étudiant durant une période significative. Mais en limitant la durée du stage dans une même rédaction, elle limite du même coup les effets de la présence du stagiaire sur les activités des freelances.

- **[RECOMMANDATION 37] Assurer aux lieux de formation les moyens financiers et humains pour garantir la bonne réalisation des recommandations liées au stage.**

¹⁵ Actuellement : 4 semaines en première année ; 7 à 8 semaines en deuxième année ; 12 semaines en troisième année de baccalauréat.

Supprimer le stage en première année, inviter des conférenciers ou rendre visite à des professionnels tout au long de la première année du cursus, multiplier le nombre des rédactions à visiter lorsqu'un étudiant s'y trouve en stage nécessitent davantage de moyens humains et financiers pour les écoles et universités, qu'il convient de chiffrer et de dégager. La qualité de l'orientation et de la formation du stagiaire, et la satisfaction réciproque de la tripartite étudiant-média-formateur sont à ce prix.

b. Questions nécessitant une analyse plus approfondie

Les experts de l'atelier 2 des EGMI réservent leur jugement à propos de certains points, qu'ils souhaitent voir approfondis avant toute recommandation ou décision. Cet approfondissement pourrait faire l'objet de recherches scientifiques (cf. point 5) ou être documenté par l'AEQES (Agence pour l'évaluation de la qualité de l'enseignement supérieur).

1) L'année passerelle

- **[RECOMMANDATION 38] Documenter la nécessité de maintenir ou de supprimer l'année passerelle entre le bac en haute école et le master universitaire. L'AEQES pourrait ajouter cette analyse à sa prochaine mission d'évaluation des formations de type court en communication.**

Les responsables des cycles courts et ceux des cycles longs ont une position diamétralement opposée sur l'année passerelle. Les premiers souhaitent la supprimer ; les seconds insistent sur la nécessité de la maintenir. Devant les arguments avancés par les uns et les autres, les experts de l'atelier 2 des EGMI constatent que ces positions mériteraient d'être soutenues par une analyse de fond qui, sauf erreur, n'existe pas à l'heure actuelle. Qu'est-ce que les institutions d'enseignement supérieur qui ont mis en place cette année passerelle souhaitent en faire ? Il serait bon d'en rappeler les objectifs, mais également d'en évaluer les résultats de façon documentée. Par exemple : statistiques sur le parcours des générations d'inscrits, enquête auprès des étudiants et des diplômés, analyse des pratiques dans les pays voisins, comparaison avec les parcours d'étudiants d'autres filières ayant accédé au master sur base d'un examen ou de cours supplémentaire, rôle du master 60, etc.

Différents opérateurs pourraient mener à bien cette analyse documentée, à commencer, en interne, par les institutions d'enseignement qui ont mis en place l'année passerelle. Son évaluation pourrait également être financée dans le cadre de recherches scientifiques subsidiées (cf. point 5). Mais cette analyse pourrait surtout être du ressort de l'AEQES.

En 2009-2010, l'AEQES a réalisé une analyse transversale de l'offre de formation de type long en information et communication, regrettant d'ailleurs de n'y avoir pas intégré, à l'époque, les formations de type court, puisque des étudiants des deux cursus (court et long) postulent aux mêmes emplois. Lorsqu'elle consacrerait du temps à l'évaluation des formations de type court en communication (prochaine décennie 2012-2022), il serait opportun que

l'AEQES profite de cette étude pour y ajouter un travail d'évaluation de l'année passerelle, véritable « nœud gordien » entre les cycles long et court.

2) *L'articulation théorie/pratique*

Au terme de l'atelier 2 des EGMI, les experts sont frappés par la particularité des études en information et communication. En effet, les responsables du type court veulent continuer à se définir comme des formateurs de « généralistes » des professions de la communication capables de passer d'un métier à l'autre. Dans ce cadre, les métiers de l'information sont une orientation parmi d'autres, et certainement pas la plus prégnante. Les responsables du type long (universitaire ou non), eux, revendiquent leur excellence à former des spécialistes du métier d'informer, surtout durant les masters qui couronnent le cursus.

Cette vision de la formation est particulière dans la mesure où, depuis la réforme de l'enseignement supérieur décidée à Bologne en 2004, les baccalauréats professionnalisants se vouent d'abord aux formations spécialisées vers un métier (comptable, infirmier, assureur...), tandis que les parcours de type long privilégient plutôt la connaissance encyclopédique et heuristique d'une discipline (l'économie, la médecine, le droit, etc.). La formation de base en communication préfère donc renverser ce modèle de façon chiasmatisée.

Sans remettre en question, les experts de l'atelier 2 des EGMI recommandent à tout le moins d'étudier davantage l'impact de cette singularité assumée. Il faut davantage

- **[RECOMMANDATION 39] documenter la manière dont les programmes d'études supérieures en communication articulent et répartissent le transfert des connaissances théoriques et pratiques tout au long du cursus.**

Cette analyse passe par diverses questions que les EGMI ont abordées, mais qu'une recherche plus approfondie pourrait documenter. Ainsi par exemple :

- Quel est le taux de redondance entre les cours pratiques du premier cycle de type court et du second cycle de type long ?
- Cette éventuelle redondance cycle court/cycle long est-elle un facteur dans le taux d'abandon durant l'année passerelle entre baccalauréat et master ?
- Dans l'enseignement de type long particulièrement, comment éviter les erreurs d'orientation d'étudiants confrontés tardivement aux pratiques professionnelles ? Ne serait-il pas opportun, comme le suggère l'AEQES, de répartir tout au long des cinq années du programme l'alternance entre acquisitions des savoirs théoriques propres aux sciences humaines et sociales d'une part, et initiation aux pratiques professionnelles d'autre part ? Dans cet esprit, l'organisation d'un stage dès le baccalauréat (en troisième année) serait-elle pertinente et non contradictoire avec ce qui a été recommandé plus haut sur les stages ? Dans cet esprit également, l'intégration de nombreux professionnels des médias dans les équipes pédagogiques ne devraient-elles pas débiter dès les années de baccalauréat ? Dans cet esprit enfin, décloisonner les lieux et les temps de la pédagogie ne

serait-il pas un moyen d'adapter plus fondamentalement encore la formation aux nouveaux médias¹⁶ ?

- Comment ne pas réduire l'acquisition de pratiques professionnelles au seul apprentissage d'outils techniques rapidement obsolètes, sans pour autant décourager les rédactions d'accueillir en stage ou en premier emploi des étudiants en cours de formation ?

4. Formation continuée

Les principaux acteurs invités dans le cadre de l'atelier 2 des EGMI – journalistes et leurs représentants ; éditeurs des médias d'information générale et de la presse périodique ; responsables des formations de types court et long – sont unanimes : la mise en place ou, à tout le moins, la promotion de la formation continuée dans les métiers de l'information est une nécessité en Belgique francophone.

Les experts notent cependant que l'unanimité autour du concept « formation continuée » se décline diversement selon les acteurs.

- Les journalistes d'une part, les éditeurs (surtout en presse écrite) d'autre part sont demandeurs d'une structure (que les éditeurs appellent « cluster ») qui leur permette de bénéficier de moyens financiers suffisants (évalués à 350.000 EUR/an) pour se former, rapidement et en Belgique francophone, aux outils technologiques des nouveaux médias. Cette demande est d'autant plus pressante que la survie de certains médias est en jeu et que l'offre de formation est incomplète ou peu visible en Belgique francophone.
- Les éditeurs de presse périodiques, eux, se déclarent prêts à soutenir le transfert d'une expérience et d'un modèle, celui de la « Media Academy » financée à hauteur d'un million d'euros par an par les pouvoirs publics flamands à destination de tout type de rédacteurs (information générale, association, B2B, indépendants, salariés, bénévoles, etc.).
- Enfin, l'Association des journalistes professionnels d'une part, les responsables de l'enseignement supérieur de type long d'autre part, sont à la base de deux propositions distinctes de structure de formation continuée :
 - o le « Pôle opérationnel dynamique de formation » de l'AJP : une structure à créer, interface entre formateurs et publics bénéficiaires dont les objectifs concrets de formation seraient définis par un conseil d'orientation regroupant les représentants des journalistes, les éditeurs et des experts extérieurs, et dont le financement serait à la fois public et privé ;

¹⁶ Marc Mentré, « Formations au journalisme : placer l'innovation au cœur des cursus », in *Les Cahiers du journalisme*, n°22/23, automne 2011, pp. 156-167.

- le « Centre pluridisciplinaire de perfectionnement en journalisme » : une plateforme où les écoles de journalisme de l'IHECS, de l'UCL, de l'ULB et de l'ULg rapprocheraient – sur la base des ressources mutuelles existantes – leurs compétences pédagogiques et leurs infrastructures techniques de formation continuée.

Face à ce bouquet (une demande, un modèle, deux offres), les experts s'accordent pour recommander à la Fédération Wallonie-Bruxelles de

- **[RECOMMANDATION 40] soutenir rapidement la création et le maintien d'une structure pérenne unique de formation continuée centrée sur les métiers du journalisme, de l'information et des nouveaux médias. Pour cela, la FWB devrait, soit choisir entre les deux propositions actuellement en présence, soit organiser dans les plus brefs délais une concertation entre les acteurs concernés afin de préciser l'organigramme, le financement et les modes de fonctionnement de cette structure.**

La première solution est incontestablement la plus rapide à un tournant crucial de l'histoire des médias[U5] ; la seconde est source d'atermoiements, mais plus consensuelle. Il n'appartient pas aux experts de présumer du choix que fera la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ils peuvent cependant dresser la liste des **principales questions** auxquelles la décision concernant la structure, quelle qu'elle soit, devra répondre :

- Qui sont les acteurs participants à la structure de formation continuée : journalistes, éditeurs, formateurs, chercheurs, divers organes de pouvoir, CSA, CESEM, CDJ, Observatoire des médias (s'il existe),... ?
- Quel est le rôle de ces différentes instances dans la structure (« client », formateur, conseiller, administration, coordination, etc.) et comment s'articulent ces rôles dans l'organigramme qui fonde la structure ?
- Quel est le statut de cette structure : ASBL subsidiée, centre de formation dépendant d'une structure déjà existante telle que l'AJP ou une université ou une haute école, etc. ?
- Quels sont les montants nécessaires à l'élaboration de cette structure et quels en sont les canaux de financement : origine des fonds, bénéficiaires, selon quelle clé de répartition entre pouvoir subsidiant, éditeurs, journalistes, associations professionnelles, organismes de formation, etc. ?

A ce propos, les experts retiennent l'idée des éditeurs de solliciter notamment les Régions, compétentes en matière de soutien à la transition et à l'innovation technologiques[U6], pour un montant de 350.000 euros par an destiné à financer des formations ou l'achat de matériel. Ils rappellent par ailleurs qu'un montant minimum de 300.000 euros a été cité par l'AJP comme base de départ au lancement de cette structure dont le financement pourrait à la fois être public, mais aussi issu de partenariats et d'une participation des employeurs et des

journalistes[U7]. En clair, on se trouve face à deux sollicitations de financement public, portant l'une sur la demande de formation, l'autre sur l'offre de formation. Sont-elles compatibles ou sont-elles exclusives ?

- Qui bénéficie de ces formations continuées : salariés, indépendants, journalistes professionnels, tout type de rédacteur, tout membre du personnel d'une entreprise de médias ?
- Quels sont les visages de l'offre de formation : le programme est-il prédéfini ou à la demande, étalé sur plusieurs jours ou limité à quelques heures, offert en interne ou en externe de l'entreprise médiatique, consacré aux seuls outils techniques ou élargi aux savoirs et savoir-être inhérents au métier d'informer, etc. ?

Les experts aimeraient également attirer l'attention des négociateurs sur quelques points qu'ils souhaitent voir figurer parmi les préoccupations qui fondent la future structure de formation continuée.

- **Profiter de l'élan apporté par les EGMI pour dresser l'état des lieux et promouvoir les formations continuées existantes liées principalement au développement des nouveaux médias.**
- **Intégrer dans la formation continuée des modules de reconversion de métiers anciens (photographe de presse, par ex.) et des modules de veille ou de pratique des nouveaux métiers de l'information : *fact checkers*, experts en référencement, architectes d'information, data-journalistes, journalistes de communauté, etc.**
- **Réduire « l'inculture numérique » des journalistes, mais aussi des éditeurs, responsables de rédaction et cadres des entreprises médiatiques (ressources humaines, etc.).**
- **Ouvrir une large place au droit et à la déontologie des médias, questionnés ou bousculés par la montée en puissance des nouvelles technologies et les bouleversements que suscitent les TIC dans l'économie et les pratiques médiatiques.**

À long terme, les experts espèrent que cette structure de formation continuée se nourrira des recherches menées par les analystes des médias (cf. point 5) et, inversement, que ceux-ci trouveront dans ces lieux de formation continuée un de leurs terrains d'observation des pratiques et mutations du métier d'informer (« journalisme augmenté », par ex.). Ensemble, ils influenceront également la réflexion sur les programmes de la formation de base. La boucle sera ainsi bouclée.

5. Recherche et développement

L'organisation des États généraux des médias d'information est un révélateur, parmi d'autres, de la nécessité et de l'étendue des interactions entre les décideurs politiques, les professionnels du journalisme, les formateurs de ces (futurs) professionnels et les analystes du secteur.

Analyser l'émission, les pratiques, les contenus et de la réception de l'information est du ressort des chercheurs, dont la mission est triple. Ces experts des médias sont en effet soucieux de recherches fondamentales et/ou appliquées ; ils veillent à enseigner le fruit de leurs recherches aux (futurs) professionnels de la presse, de l'audiovisuel et des médias numériques ; ils soumettent enfin leurs travaux au service ou à la question des membres de la société civile, des décideurs politiques et des praticiens de l'information.

Dans ce cadre, les experts de l'atelier 2 des EGMI soulignent l'importance de

- **[RECOMMANDATION 41] renforcer la formation de troisième cycle, dédiée à la recherche doctorale et postdoctorale en sciences de l'information et de la communication.**

Comment mener à bien cette recherche doctorale et/ou postdoctorale ?

- **Créer un Observatoire des médias belges (francophones).**

Idéalement, celui-ci devrait être belge, d'autant que la plupart des médias francophones sont aux mains d'entreprises liées à l'autre communauté du pays. Plus réalistement, à l'aune de l'initiative prise par la Fédération Wallonie-Bruxelles de mener à bien ces États généraux, il s'agirait, a minima, de créer un Observatoire des médias belges francophones.

Cet Observatoire rassemblerait autour de projets scientifiques communs les forces déjà présentes dans les différentes institutions de recherche (universités, Conseil supérieur de l'audiovisuel, centres de recherche intra-entreprises médiatiques, etc.). Pour la Fédération Wallonie-Bruxelles, il s'agirait surtout de financer une microstructure administrative et une coordination scientifique pérennes qui rassemblent les acteurs de la profession, les formateurs et les experts scientifiques autour de thèmes décidés collégialement. Les chercheurs seraient financés par le biais de crédits extérieurs issus d'appels à projets. Les résultats permettraient au secteur professionnel et aux décideurs d'orienter au mieux leurs choix éditoriaux et leurs choix de formation continuée (cf. point 4).

- **Financer des chercheurs en sciences de l'information et de la communication au sein des différentes universités en dédiant une enveloppe spécifique dans la manne des mécanismes habituels de financement de la recherche (subsidés européens, financements fédéraux, communautaires et régionaux) ;**
- **Favoriser, par des mécanismes de cofinancement éditeurs/pouvoir subsidiant, des bourses, des prix ou des chaires qui permettent spécifiquement aux**

professionnels des médias (salariés ou indépendants) d'interrompre leur carrière pour prendre un recul critique en menant une recherche scientifique sur leurs pratiques ;

- **Financer ou renforcer le financement, à l'intérieur des entreprises médiatiques, d'un service de recherche et développement qui ne soit pas seulement dédié au marketing. Ou à tout le moins, favoriser la recherche-action qui introduit le chercheur dans l'entreprise médiatique, à l'aune de ce qui se fait dans d'autres secteurs.**

Pour souligner l'intérêt de telles recherches, les experts proposent ici quelques exemples de terrains potentiels d'analyse :

- *Réaliser annuellement une radioscopie des médias d'information en Belgique francophone.*

L'outil n'existe pas ; son « embryon » – *L'état des lieux des médias d'information en Belgique francophone* réalisé en préambule des EGMI par F. Antoine et F. Heinderyckx – insiste sur la nécessité de le mettre en place afin de réaliser cette radioscopie de façon fiable et pérenne. Comment en effet prendre des décisions sans les outils d'analyses nécessaires à fonder ces décisions ? Nous prendrons pour seul exemple, durant les travaux de l'atelier 2, l'impossibilité à obtenir (et donc à comparer) des chiffres concertés sur le montant des barèmes ou sur le nombre de journalistes présents, chaque acteur ayant sa propre grille de lecture des données.

- *Travailler à l'introduction d'un programme d'éducation aux médias dans l'enseignement obligatoire primaire et secondaire*
- *Étudier les causes et les conséquences d'une faible présence des femmes dans les rédactions.*

Les études supérieures en information et communication diplôment trois quart de femmes pour un quart d'homme. Celles-ci continuent cependant à être sous-représentées dans les rédactions belges, *a fortiori* dans les postes de cadres. Pourquoi ? Cette sous-représentation des femmes a-t-elle des conséquences sur le traitement et la qualité de l'information ? Comment est-elle ressentie par les usagers des médias ? Etc.

- *Organiser une veille des outils médiatiques, afin d'anticiper et de préparer les programmes de formation (de base ou continuée) ;*
- *(In)valider l'existence d'une année passerelle entre le baccalauréat et le master en information et communication.*

Dans le cas où l'analyse transversale de l'AEQES consacrée aux formations de type court en communication n'aborderait pas cette question.

CONCLUSION

Rarement le journalisme (dans les statuts et les conditions de travail qui lui sont attachés), l'information (dans ses conditions de production), les médias (dans la profonde mutation en cours de leur écosystème), et la profession (dans la redéfinition à l'œuvre de ses missions, de ses moyens et du collectif qu'elle constitue) ont été à ce point bousculés. La révolution numérique fait converger des difficultés économiques anciennes et nouvelles ; les changements technologiques augmentent à la fois les contraintes et les opportunités de production ; la reconfiguration d'ampleur exceptionnelle du secteur porte en elle une interpellation identitaire sans précédent pour une profession qui s'enrichit autant d'oxygène que de questionnements ; les institutions de formation sont appelées, comme jamais elles ne l'ont été dans leur jeune histoire, à nourrir cette transition brutale de leurs ressources pédagogiques et techniques, de leurs ajustements programmatiques et d'une mise en perspective des enjeux et de l'horizon.

A travers ce nouvel atelier des Etats généraux des médias d'information, que l'expression en soit inquiète ou confiante, c'est bien l'avenir de ce que doit être une bonne information de presse dans la nouvelle société Internet qui a été mis en analyses, en réflexions, en expérimentations, en débats. La nature des contraintes et des libertés nouvelles a été disséquée, les adaptations ont été identifiées, les défis auscultés, les moyens balisés.

Il en ressort que le journalisme se définira plus que jamais par des savoir-faire multiples et en évolution, par un statut principal et de nombreux secondaires à adapter, par un terreau économique à retourner et à revitaliser, par une culture du métier qui ne doit pas se diluer dans une accumulation d'activités différentes, par une fonction sociale et démocratique indiscutée mais à mettre davantage en pratique, par une référence incontournable à la déontologie professionnelle, enfin, qui ne suffira pourtant plus à délimiter, à elle seule, les métiers de la presse.

La nouvelle conception des modes de production et de consommation d'information est en train de changer le rapport du journalisme au collectif : collectif interprofessionnel, collectif d'entreprise, collectif social. Certes, cette évolution est lente et opère dans des mesures et à des degrés variables selon la nature, la taille et le projet éditorial et social du média. C'est que certains qualifient d'«artisanat collectif». Ce qui constitue une première possibilité de revalorisation du professionnalisme de chacun.

Il est un autre enseignement des paroles qui ont circulé lors de cet atelier. Si des espèces et des pratiques médiatiques sont vouées à s'éteindre, et d'autres à les remplacer, une chose est sûre : le métier du journalisme, le secteur des médias et le besoin d'information, tout en évoluant, ne disparaîtront pas. La question est de savoir si journalistes, éditeurs et formateurs parviendront à maîtriser, plutôt qu'à subir, les ajustements nécessaires à la survie dans ce changement d'ère.

Cela passe par une valorisation, sous différentes formes (statut social et juridique, rémunérations, moyens et temps à disposition, formation continuée...), du professionnalisme, c'est-à-dire des contenus journalistiques de qualité et originaux, en veillant toutefois à éviter une dualisation de la profession entre une petite élite créative et une masse de « soutiers de l'information ». Il faut aussi, pour cela et de manière concomitante, que les entreprises de presse disposent des moyens de s'adapter, de se développer, de prospérer.

L'enjeu, principal, répétons-le, est de promouvoir la qualité et la fiabilité de l'information reçue par les citoyens dans un environnement économique et informationnel en transition, décloisonné et augmenté de multiples acteurs... eux-mêmes démultipliés : les journalistes (architectes d'information, éditeurs, *fact checkers*, modérateurs, gérants de communauté...) et les professionnels des nouveaux métiers de l'information ; les employeurs, managers, développeurs, micro-entrepreneurs... ; les publics, qu'ils soient consommateurs, utilisateurs, web-acteurs, sources, contributeurs, commanditaires... ; le législateur et pouvoir subsidiant, enfin, à qui sont adressées les recommandations rassemblées ici au terme de ce deuxième atelier des EGMI.

SYNTHÈSE DES RECOMMANDATIONS

STATUT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

1. Statut social des journalistes

a. Le statut des journalistes freelances

- **[RECOMMANDATION 1]** Une réforme légitime mais radicale pourrait s'inspirer de la loi française Fliouid-Cressard (loi n° 74-630 du 1^{er} juillet 1974, art. L-761-2 du Code du travail) instaurant la *présomption de contrat d'emploi* : toute prestation effectuée par un-e journaliste professionnel-le serait présumée relever d'un contrat d'emploi à durée déterminée ou à objet déterminé, même si elle revêt la forme d'un contrat d'entreprise. Autrement dit, un statut spécial serait conféré à la prestation journalistique (à l'instar de la « pige » en France), mettant le/la prestataire dans les conditions d'un salarié du point de vue de la législation fiscale et sociale. Cette solution devrait relever à la fois d'une initiative législative fédérale, dérogeant pour la circonstance au principe de la « libre volonté des parties », et d'une négociation paritaire entre éditeurs, organisations syndicales et associations professionnelles, par exemple au sein d'une *plateforme* suggérée à l'atelier n° 2 par le représentant de la CSC.
- **[RECOMMANDATION 2]** Faute d'accord sur la création d'un statut légal de *pigiste*, élaborer un *barème unique des prestations des freelances*, selon le type de média. Cette réforme devrait s'accompagner d'un engagement conventionnel des éditeurs à respecter ce barème, quels que soient les conditions du marché et le

type d'information concerné (sport, faits divers, politique, culture...) et que le travail facturé fasse ou non l'objet d'une publication. Le nouvel engagement collectif résultant de cette négociation paritaire pourrait prendre la forme d'une *charte*, à l'exemple de celle qui a été conclue dans le secteur de la bande dessinée en France. Ce barème devrait prendre en compte des *éléments objectifs* tels que : les déplacements effectués, les frais engagés, le temps réel de réalisation du travail (selon un montant horaire ou journalier, en ce compris l'alerte ou la veille sur différents supports), la valorisation financière de l'éventuelle clause d'exclusivité, les suppléments pour travail de nuit, de week-end ou de jour férié. Ces éléments pourraient remplacer les critères actuels (signe, ligne, page, tirage de photo, etc.). Des dérogations spécifiques et justifiées pourraient être prévues en faveur des éditeurs de la presse périodique.

- [RECOMMANDATION 3] A minima, généraliser les *conventions de collaboration* standardisées et transparentes, basées sur les mêmes critères. Ce type de convention devrait prévoir des clauses particulières en cas de rupture unilatérale de la convention par l'une ou l'autre partie, en considération des services rendus et de la durée des liens d'exclusivité ayant existé entre les parties.
- [RECOMMANDATION 4] Afin d'encourager le secteur à conclure et à respecter un accord sur ces sujets au sein de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le décret sur l'aide directe à la presse pourrait inclure un *nouveau critère d'attribution*, en l'occurrence la signature et le respect du barème conventionnel des prestations des freelances et/ou l'approbation de conventions de collaboration prenant une forme déterminée et contenant des clauses de garantie. Toutefois, le décret en question ne concernant que la presse quotidienne, la presse périodique généraliste et les médias audiovisuels devraient être encouragés à adhérer au système par d'autres moyens.
- [RECOMMANDATION 5] Encourager la création d'une structure coopérative de « producteurs associés » ou d'une *instance médiane* qui encadrerait le travail de ces micro-entrepreneurs que sont les freelances, les représenterait face aux employeurs et pourrait réduire leurs coûts de production en les mutualisant. Cette instance pourrait comporter un secrétariat social de prestataires, assumant la gestion sociale des journalistes freelances sans leur imposer les inconvénients de l'entreprise d'intérim. Le législateur pourrait reconnaître juridiquement le statut de cette instance médiane et en encourager la création par des mesures sociales ou fiscales. Une adaptation ad hoc du décret sur l'aide directe à la presse devrait également être envisagée par la Fédération Wallonie-Bruxelles, moyennant les réserves mentionnées plus haut et concernant les éditeurs de la presse périodique spécialisée.
- [RECOMMANDATION 6] Mettre à l'ordre du jour du législateur fédéral les propositions suivantes émanant notamment de l'AJP : a) un assouplissement des conditions d'indemnisation des chômeurs qui exercent des activités de journaliste freelance, par l'attribution à ces personnes d'un statut semblable au statut « d'artiste » reconnu par l'ONEm ; b) la généralisation du contrat d'étudiant, afin d'éviter aux étudiants exerçant des activités journalistiques d'avoir à faire face à des cotisations sociales très lourdes ; c) la suggestion que soit rendue obligatoire pour tous les journalistes une assurance de la responsabilité civile leur

permettant d'échapper aux effets de la responsabilité en cascade, effets qui peuvent être très dommageables en particulier pour les freelances.

b. Le statut des journalistes salariés

- **[RECOMMANDATION 7]** *En ce qui concerne les effectifs des rédactions* : Pour l'attribution des aides prévues par le décret sur l'aide directe à la presse, le critère de la proportion de journalistes sous contrat d'emploi à durée indéterminée devrait passer de 40 % à 60 % et la mesure devrait être élargie aux médias non visés par le décret (sous la réserve de la situation particulière des éditeurs la presse périodique spécialisée). Il est également suggéré aux employeurs, dans le même but, de s'engager à rémunérer toutes les heures supplémentaires.
- Comme alternative aux plans sociaux, lorsque l'évolution technologique le commande, les éditeurs devraient privilégier la reconversion professionnelle (par exemple, reconvertir les photographes en opérateurs vidéo dans une rédaction pluri-médias).
- **[RECOMMANDATION 8]** *En ce qui concerne les rémunérations* : les experts estiment indispensable le respect des barèmes existants et l'amélioration des barèmes les plus défavorables (fixés par les commissions paritaires 227 et 329). Ils suggèrent aussi que les barèmes de rémunération soient communs à toutes les rédactions situées au sein d'un même groupe de presse. Toutefois, les éditeurs font remarquer que, sur les supports en ligne, leurs entreprises sont mises en concurrence avec des opérateurs chez qui les relations sociales ne sont pas régulées. Il conviendrait donc de légiférer au niveau fédéral sur les modalités d'élaboration des grilles de rémunération au sein de tous les éditeurs de service, quel que soit leur statut, afin d'évoluer vers une harmonisation des barèmes. Cette harmonisation devrait s'appliquer également aux autres métiers de l'information (cadreurs, preneurs de son, infographistes). Les télévisions locales demandent, dans cette optique, aux autorités de la Fédération Wallonie-Bruxelles une révision de leurs critères de subventionnement qui, à l'heure actuelle, ont pour effet de donner plus d'importance à la quantité qu'à la qualité de la production.
- **[RECOMMANDATION 9]** *En ce qui concerne le déséquilibre hommes-femmes* : les experts recommandent l'alignement des rémunérations des journalistes femmes sur celles des journalistes hommes. Ils suggèrent de favoriser autant que possible, non seulement l'engagement, mais surtout la promotion de journalistes femmes à des postes de responsabilité rédactionnelle.

c. Le régime des droits d'auteur

- **[RECOMMANDATION 10]** Il est recommandé que le statut d'auteur soit légalement reconnu à tous les journalistes.
- **[RECOMMANDATION 11]** Il conviendrait que le législateur fédéral examine la position de l'AJP, qui demande que soit interdite toute présomption de cession de droits et toute cession gratuite privant les auteurs de leurs droits secondaires (en

cas de republication, d'exploitation d'archives, etc.). Lors de cet examen, il s'imposerait de prendre en compte la situation particulière des éditeurs de la presse périodique spécialisée : des dérogations spécifiques devraient être prévues à leur endroit. On devrait également prendre en compte la déclaration de certains éditeurs¹⁷ selon laquelle la cession par les journalistes de leurs droits d'exploitation des contenus sur tous les types de plateformes est pour leur entreprise une condition de survie.

- [RECOMMANDATION 12] En ce qui concerne les droits secondaires, le législateur fédéral pourrait s'inspirer de la loi française, qui prévoit la cession intégrale des droits d'exploitation sur tous supports pendant une période de référence (à déterminer conventionnellement), mais instaure une rémunération (à définir conventionnellement) pour toute utilisation au-delà de l'expiration de ce délai.
- [RECOMMANDATION 13] Le barème conventionnel des prestations, dans le cas des freelances, ou la convention collective, dans le cas des journalistes salariés, devrait prévoir une limite à la proportion de la rémunération sous forme de droits d'auteur : un maximum de 30 % est proposé¹⁸, sauf pour les indépendants à titre complémentaire et pour des droits secondaires.

2. Statut juridique des journalistes professionnels

- [RECOMMANDATION 14] La commission d'agrégation pourrait être autorisée par la loi à octroyer le titre de journaliste professionnel à toute personne qui consacre au moins la moitié de son temps d'activité professionnelle à un travail d'information générale et dont les autres revenus proviennent exclusivement d'activités qui ne sont pas susceptibles de limiter son indépendance journalistique.
- [RECOMMANDATION 15] Comme le recommande la commission d'agrégation, l'accès au titre de journaliste professionnel doit être ouvert à toute personne travaillant, quel que soit son statut, dans les conditions légales telles qu'elles sont interprétées par la commission d'agrégation, pour un média d'information générale sur n'importe quel type de support.
- [RECOMMANDATION 16] Une modification de la loi du 30 décembre 1963 devrait être envisagée par un amendement ajoutant aux conditions pour obtenir et conserver le titre de journaliste professionnel la signature par le/la journaliste d'un engagement d'adhésion au système d'autorégulation déontologique existant dans chaque Communauté (RvdJ et CDJ) et de respect des règles et avis déontologiques édictés par les organes d'autorégulation de sa Communauté.
- [RECOMMANDATION 17] Il convient de poursuivre la négociation en cours en vue de rapprocher les titres de *journaliste professionnel* et de *journaliste de profession* afin d'aboutir à un titre unique dont l'octroi et la conservation

¹⁷ Voir l'intervention de François Le Hodey à l'atelier 2.

¹⁸ Sur la base de l'expérience en Communauté flamande et d'informations officieuses émanant du SPF Finances.

seraient notamment conditionnés par le respect des normes déontologiques et professionnelles.

3. Statut des rédactions

- **[RECOMMANDATION 18]** Une initiative législative et/ou un accord conventionnel devrait organiser plus formellement le statut des rédactions en élargissant clairement les compétences de celles-ci aux nouveaux médias et aux nouveaux métiers et en donnant davantage de pouvoir représentatif et une existence légale aux sociétés de rédacteurs, qui représentent le « capital intellectuel » de l'entreprise.
- **[RECOMMANDATION 19]** A minima, la société de rédacteurs devrait avoir le dernier mot quant à la désignation du rédacteur en chef, lequel devrait avoir des prérogatives nettement distinctes de celles du chef d'entreprise : il serait « le premier des journalistes » et non « le dernier des directeurs »¹⁹. Dans cette perspective, tout doit être mis en œuvre (au niveau légal et conventionnel) pour que, dans tous les médias d'information générale, le rédacteur en chef soit titulaire du titre de journaliste professionnel, comme le recommande le CDJ et à l'instar de ce que prévoit le décret de la Communauté française dans les télévisions locales.
- A maxima, la société de rédacteurs pourrait se voir dotée d'une structure juridique distincte et se transformer en opérateur autonome, lequel se verrait confier le travail rédactionnel pour le compte de l'éditeur²⁰.
- **[RECOMMANDATION 20]** La rédaction devrait être clairement distincte des autres services de l'entreprise et principalement des services de marketing²¹. Un protocole devrait être adopté dans ce sens au sein de chaque société éditrice ou au sein des associations d'éditeurs.
- **[RECOMMANDATION 21]** Les éditeurs faisant partie de l'AADJ devraient s'engager formellement à publier toute décision ou tout avis du CDJ qui concerne directement leur média. Cet engagement devrait constituer un critère supplémentaire, à ajouter au décret, pour l'attribution de l'aide directe à la presse.
- **[RECOMMANDATION 22]** Le législateur pourrait organiser pour les journalistes un « droit de retrait » qui consacrerait leur droit au refus d'obtempérer, sans perte d'emploi ou de rémunération, à une consigne inacceptable en vertu de la déontologie²².

¹⁹ Selon l'expression de Jean-Paul Marthoz.

²⁰ Proposition de l'enquête française *Technologia*.

²¹ 30 % des pressions subies par les journalistes flamands proviennent, selon une étude récente, du service marketing de l'éditeur.

²² Selon une proposition faite à l'atelier 2 par Denis Ruellan, professeur à l'université de Rennes I.

4. Conditions de travail

- [RECOMMANDATION 23] La quantité et le rythme de travail exigés des journalistes, quel que soit leur statut, doivent être compatibles avec une production rédactionnelle de qualité.
- [RECOMMANDATION 24] L'adaptation à la nouvelle donne du journalisme doit être encouragée et organisée dans le cadre de la formation continuée (v. infra), mais une adaptation strictement fonctionnelle ne peut être la seule priorité de cette formation. Celle-ci doit être une clé majeure de l'amélioration de la qualité rédactionnelle et du climat de travail de l'entreprise. Elle doit viser à accroître la culture numérique et la connaissance du marché, à développer l'aptitude à l'usage des technologies, mais elle doit principalement s'attacher à atténuer le stress face à l'évolution des métiers et à améliorer l'exécution du travail journalistique proprement dit (récolte, vérification, traitement et publication de l'information).
- [RECOMMANDATION 25] S'attaquer au *burnout* devrait figurer parmi les objectifs des entreprises éditrices. Il s'agit d'organiser la prévention des risques liés à la charge psychosociale du travail journalistique, de prévoir une formation spécifique des cadres des rédactions à la gestion de conflits et à l'interaction personnelle, et de confier à des personnes références dans les rédactions un rôle de conseil et de médiation.
- [RECOMMANDATION 26] L'accès des freelances et des collaborateurs extérieurs devrait être permis et organisé aux salles de rédaction et aux réseaux intranet de l'entreprise, de même que leur meilleure intégration aux équipes rédactionnelles.
- [RECOMMANDATION 27] Diversifier davantage (en âge, en genre, en origine, en culture, en formation) les équipes journalistiques afin de mieux varier les compétences et les angles d'approche de l'information.
- [RECOMMANDATION 28] L'activité de modération ou d'animation des forums et des espaces d'expression sur les sites des médias devrait être confiée uniquement à des journalistes.
- [RECOMMANDATION 29] Soutenir l'enquête et le reportage en pérennisant le fonds de soutien au journalisme d'investigation et en renforçant son subventionnement par la Fédération Wallonie-Bruxelles.
- [RECOMMANDATION 30] L'éducation aux médias dans l'enseignement secondaire et l'initiation aux médias dans les écoles de journalisme doivent mieux préparer les futurs consommateurs et les futurs producteurs d'information à la constellation médiatique qui s'annonce, en améliorant la « littératie » médiatique²³ et en objectivant notamment les réalités du métier de journaliste.

²³ Selon l'expression d'Eric Scherer, directeur des médias numériques à France 2.

FORMATIONS AUX MÉTIERS DU JOURNALISME

1. Éducation aux médias

- **[RECOMMANDATION 31]** Renforcer l'éducation aux médias dans les programmes de formation obligatoire (primaire et secondaire). A minima, donner les moyens aux opérations existantes (« Ouvrir mon quotidien », « Journalistes en classe », etc.) de continuer à exister. Étudier l'opportunité de compléter/modifier ces opérations existantes par d'autres bonnes pratiques, mises en place ailleurs. Idéalement, introduire l'éducation aux médias dans les programmes de formation obligatoire, c'est-à-dire dès les études primaires (en 5^e et 6^e, éventuellement auparavant), ainsi qu'au niveau secondaire.

2. Information sur les études et les métiers de l'information

- **[RECOMMANDATION 32]** Renforcer l'information et l'orientation sur les études et les professions de l'information. En première ligne, donner aux acteurs de l'organisation de salons du type « salon de l'étudiant » les moyens de continuer à organiser le rassemblement de tous les acteurs de formation. En deuxième ligne, créer un centre d'information et d'orientation sur les études et les professions à l'échelle de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ou, a minima, renforcer les moyens financiers et humains des centres existants, en insistant sur la nécessité d'y trouver une information de qualité.

3. Formation de base

- **[RECOMMANDATION 33]** Clarifier, par la grille de programme, la distinction à opérer entre communication et information dans la dénomination des cursus des différentes formations.
- **[RECOMMANDATION 34]** Proposer un canevas type de convention de stage pour l'ensemble des lieux de formation en Fédération Wallonie-Bruxelles.

A minima, la convention de stage devrait :

- préciser les droits et les devoirs des trois parties (étudiant, établissement d'enseignement et entreprise accueillante) ;
- rappeler que le stagiaire est en situation d'apprentissage et non d'emploi « gratuit » ;

- **garantir un encadrement de qualité du stagiaire par l’entremise d’un journaliste expérimenté qui voit son emploi du temps aménagé pour remplir au mieux cette mission (transmission de savoirs intergénérationnels) ;**
 - **comprendre, en annexe, les deux textes de référence en Belgique en matière de déontologie²⁴ et, éventuellement, les règles internes au média intégré par l’étudiant.**
- **[RECOMMANDATION 35] Supprimer tout stage en première année, dans l’enseignement tant de type court que de type long. Et mettre à profit cette période d’intégration professionnelle pour fournir, en début de cursus, une information renforcée et adaptée sur les études et les professions du journalisme et de la communication²⁵.**
 - **[RECOMMANDATION 36] Limiter la durée maximale des stages dans une même rédaction à cinq ou six semaines.**
 - **[RECOMMANDATION 37] Assurer aux lieux de formation les moyens financiers et humains pour garantir la bonne réalisation des recommandations liées au stage.**

Questions nécessitant une analyse plus approfondie

- **[RECOMMANDATION 38] Documenter la nécessité de maintenir ou de supprimer l’année passerelle entre le bac en haute école et le master universitaire. L’AEQES pourrait ajouter cette analyse à sa prochaine mission d’évaluation des formations de type court en communication.**
- **[RECOMMANDATION 39] Documenter la manière dont les programmes d’études supérieures en communication articulent et répartissent le transfert des connaissances théoriques et pratiques tout au long du cursus.**

4. Formation continuée

- **[RECOMMANDATION 40] Soutenir rapidement la création et le maintien d’une structure pérenne unique de formation continuée centrée sur les métiers du journalisme, de l’information et des nouveaux médias. Pour cela, la FWB devrait, soit choisir entre les deux propositions actuellement en présence, soit organiser dans les plus brefs délais une concertation entre les acteurs concernés afin de**

²⁴ Déclaration des devoirs et des droits des journalistes (1971) et Codes des principes de journalisme.

²⁵ Ce que plusieurs hautes écoles font déjà, en dénommant cette période « stage interne ».

préciser l'organigramme, le financement et les modes de fonctionnement de cette structure.

5. Recherche et développement

- **[RECOMMANDATION 41] Renforcer la formation de troisième cycle dédiée à la recherche doctorale et postdoctorale en sciences de l'information et de la communication, par les moyens suivants :**
 - **Créer un Observatoire des médias belges (à défaut, francophones).**
 - **Financer des chercheurs en sciences de l'information et de la communication au sein des différentes universités en dédiant une enveloppe spécifique dans la manne des mécanismes habituels de financement de la recherche (subsidés européens, financements fédéraux, communautaires et régionaux) ;**
 - **Favoriser, par des mécanismes de cofinancement éditeurs/pouvoir subsidiant, des bourses, des prix ou des chaires qui permettent spécifiquement aux professionnels des médias (salariés ou freelances) d'interrompre leur carrière pour prendre un recul critique en menant une recherche scientifique sur leurs pratiques ;**
 - **Financer ou renforcer le financement, à l'intérieur des entreprises médiatiques, d'un service de recherche et développement qui ne soit pas seulement dédié au marketing. Ou à tout le moins, favoriser la recherche-action qui introduit le chercheur dans l'entreprise médiatique, à l'aune de ce qui se fait dans d'autres secteurs.**

Bruxelles, le 9 mai 2012.

Laurence Mundschau

Marc Sinnaeve

Jean-Jacques Jespers