

Prix/awards

Le prix ***Merci Patron*** est délivré à « *Matin première* », qui a invité près de deux fois plus de patrons et de représentants du patronat que de représentant des travailleurs durant l'année 2016.

Et ***téléphone rouge de l'économiste de garde*** est confié à Bruno Colmant, invité économique le plus fidèle de la Première.

Ces prix pourraient être réattribués chaque mois/année

Analyse approfondie

Le traitement médiatique de l'actualité sociale et économique est problématique à plus d'un titre :

- Déséquilibre entre les temps de paroles des travailleurs et des patrons
- Accent mis sur les nuisances liées aux mouvements sociaux et non remise en perspective des enjeux
- Point de vue basé sur le discours économique dominant : compétitivité, économie libérale
- Stigmatisation des plus fragiles : sans-emplois, travailleurs précaires... assimilés à des assistés
- ...

L'une des façons de s'intéresser à cette problématique est l'analyse systématique des invités principaux des médias. Dans ce cas-ci, ce sont les émissions d'information de « la Première » qui ont été passées en revue durant l'année 2016 : *Matin première*, *Soir Première*, *Le Forum de Midi*, *Dans quel monde on vit ?*, *la semaine de l'Europe*. Pour comparaison, l'invité principal du matin de BelRTL a également été relevé.

Du point de vue de la répartition des invités entre syndicats et représentants patronaux apparaît un fort déséquilibre, puisque ces derniers sont invités presque deux fois plus souvent que les premiers. Ce déséquilibre induit évidemment un pouvoir plus fort au message patronal, beaucoup plus souvent entendu.

SYNDICAT/PATRONS

Nombre d'invités	Syndi cat	Patrona t
Toutes émissions	29	55
Invité principal du matin RTBF	10	19
Invité principal du matin BelRTL	13	8

Lorsque on analyse les moments où sont invités ces représentants des travailleurs et du patronat apparaît un second déséquilibre : les représentants syndicaux sont surtout audibles en période de conflit social, alors que les représentants patronaux sont invités tout au long de l'année. Ceci a plusieurs conséquences :

- Le bruit de fond, le discours entendu tout au long de l'année sur les rapports sociaux est très largement dominé par la parole patronale, on

invite rarement un représentant syndical pour débattre/discuter de la situation sociale hors période de conflits

- Au contraire, en période de crise, alors qu'ils étaient jusque-là inaudibles pour expliquer les enjeux de fond, les représentants des travailleurs sont invités et doivent expliquer/justifier ces manifestations/grèves (et les nuisances associées et surmédiatisées cfr : <http://inegalites.be/Trop-de-greves-tue-la-greve-Une> ou <http://inegalites.be/Les-attaques-contre-l-action>) sans avoir pu préparer le public.
- Les représentants des travailleurs sont plus facilement associés aux nuisances liées aux conflits sociaux et passent pour des « emmerdeurs », des empêcheurs de tourner en rond, puisqu'on ne les entend qu'à ce moment-là.
- Pour être audibles, les représentants des travailleurs se voient contraints d'aller au conflit, l'antenne leur étant difficilement accessible sinon.

En période de conflit social (1 semaine avant/après une grève, une manifestation) :

	Syndicat	Patronat
Invité principal du matin RTBF	7	6
Invité principal du matin BeRTL	8	2

Dans un même ordre d'idée, le discours économique est largement dominé par la parole des économistes « orthodoxes », c'est-à-dire ceux défendant le modèle économique dominant libéral actuel, sur base d'une approche théorique classique ou néo-classique. Au contraire, les économistes « hétérodoxe » proposant un discours alternatif, critiquant les choix économiques actuels sont peu audibles.

- ÉCONOMISTES ORTHODOXES / HÉTÉRODOXES

Nombre d'économistes invités

	Orthodoxe	Hétérodoxe
Toutes émissions	17	6
Dont Bruno Colmant	7	
Invité principal du matin	6	0
Invités du soir	7	3
Invités autres tranches horaires	4	3

Ceci accrédiète auprès du public l'image d'une absence d'alternatives par rapport aux choix économiques actuels : libre-échange, compétitivité, économie libérale, limitation des dépenses sociales et pression sur les prestations, austérité, réduction des charges sociales, dérégulation du monde du travail...

De plus, il n'est pas rare que ces « experts économiques » mènent en parallèle des activités (chief economist, expert bancaire, expert politique, membre d'un conseil d'administration...) remettant en cause leur « objectivité » de leur point

de vue. Pourtant, leurs différentes « casquettes » sont très rarement signalées par les journalistes qui les invitent.

Sur La Première, Bruno Colmant est l'économiste le plus fréquemment invité en 2016. Son parcours et son profil en font un très bon exemple de l'économiste Orthodoxe multi-casquette puisqu'il est ou a été (<https://be.linkedin.com/in/brunocolmant>) :

- Professeur d'économie dans différentes université et business schools
- Expert économique pour plusieurs banques d'investissements
- Membre de comité d'audits
- Membre du conseil d'administration et exécutif de groupes financiers, d'assurances et bancaires
- Directeur d'un organisme boursier
- Chef de cabinet du Ministre des finances (Didier Reynders)

Malgré ce profil « peu neutre », Bruno Colmant continue à être invité en tant qu'expert, rarement confronté à un contradicteur et sans que son profil et ses multiples activités ne soient précisés.

Ces choix rédactionnels, que ce soit pour le déséquilibre Patronat/syndicat ou économistes orthodoxes/hétérodoxes tiennent certainement à plusieurs éléments :

- Proximité sociale entre journalistes « vedettes » et invité patronaux ou économiques (et les points de vue qu'ils défendent)
- Il y a beaucoup plus d'économistes orthodoxes qu'hétérodoxes, la formation en sciences économiques est fondamentalement basée sur une approche orthodoxe
- Il est plus simple et plus rapide de ne pas remettre en cause le discours dominant, dans un contexte où les journalistes ont moins de temps pour préparer leurs sujets
- Il est plus rapide et simple d'inviter et réinviter un panel limité d'invités, que l'on peut contacter à tout moment, de « bons clients », toujours disponibles
- Les organisations patronales ont un pouvoir économique et de lobbying puissant et peuvent envoyer rapidement des communicants/communiqués.

Comment le mesurer / quelles questions se poser ?

Pour mettre en évidence ce déséquilibre des invités, plusieurs méthodes existent :

- Comptabiliser systématiquement la répartition des invités principaux dans les médias (ce que nous avons fait).
- Comptabiliser systématiquement les invités au sein des émissions d'informations, pour chaque sujet traité (ce que nous n'avons pas fait).
- Analyser le temps de parole des différents invités (ce que nous n'avons pas fait).

Dans un deuxième temps, il s'agit de se poser différentes questions :

- Quel point de vue/groupe social défend l'invité ?
- Quelles sont les (autres) activités de l'invité ? Sont-elles signalées par le journaliste ?
- Combien de fois cet invité a-t-il eu le droit à la parole ?
- Quelle est l'actualité sociale/économique ?
- L'invité est-il confronté à un contradicteur ?
- Comment est traité l'invité par le journaliste ?