



Médiation & Relation avec les publics

Bilan 2019

La médiation à la RTBF

Faire de la médiation, c'est faciliter et soutenir un échange constructif entre plusieurs acteurs. Les mettre en relation et les accompagner dans une démarche émancipatrice inscrite sur le long terme.

La médiation à la RTBF met en relation la RTBF et ses publics.

De façon neutre, elle favorise la compréhension des points de vue des uns et des autres, elle facilite la rencontre véritable et a pour objectif de l'installer.

La médiation écoute, relaie, sensibilise, crée des espaces-temps permettant aux publics de se rendre sensibles aux contenus médias et à leur fabrication, d'y participer. Elle crée d'autre part des espaces permettant à la RTBF de s'ouvrir aux publics, à leur ressenti, leurs incompréhensions.

Les pages qui suivent décrivent le travail de médiation développé en 2019 à la RTBF.

Bonne lecture !

Louise Monaux, Marie Gilson, Michèle Vanlaer

En préalable au bilan de médiation

Le contrat de gestion 2019-2022

L'article 47 bis du nouveau contrat de gestion de la RTBF amène une distinction importante dans la gestion de la relation de contacts entre la RTBF et ses publics.

En effet, tous les messages et demandes parvenant à la RTBF ne nécessitent pas un travail de médiation. La plupart d'ailleurs relève d'un service aux usagers parce qu'ils concernent des demandes de renseignements complémentaires sur la programmation ou le contenu d'une émission, une aide technique (pour la connexion, la lecture sur audio) ou encore des questions d'ordre pratique.

De nombreux contacts sont aussi des contributions (en images, en témoignages...) ou des suggestions de contenus. L'ensemble de ces messages ne requiert pas de travail de médiation. Il s'agit d'une relation avec les publics propre à chaque type de contenu ou émission.

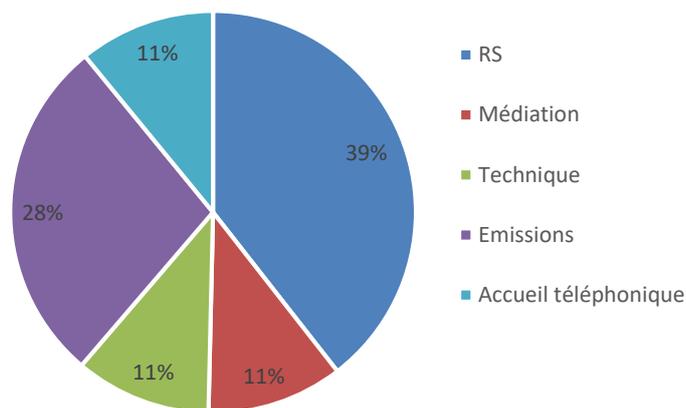
Cette relation aux téléspectateurs, auditeurs, internautes, usagers a lieu à différents niveaux au sein de l'entreprise. Elle s'appuie sur les supports web et les réseaux sociaux, les contacts par téléphone. Le courrier postal est de moins en moins fréquent.

En 2019, l'auditeur, le téléspectateur ou l'internaute peut entrer en contact avec la RTBF via :

- La page « Contact et questions » du site entreprise, comprenant des FAQS et 4 entrées principales de contact, dont celle de la médiation : www.rtbef.be/entreprise/contact-et-question
- Le bouton d'aide audio
- Les différents comptes réseaux sociaux
- Les formulaires de contact des émissions, dont ceux de l'info
- Le bouton info « Alertez-nous »
- L'accueil téléphonique sur les sites et au central via le numéro 02/737.21.11

Les réactions sur les Réseaux Sociaux sont majoritairement des interactions et des discussions autour du sujet d'une publication. Les internautes utilisent la fonctionnalité message privé des réseaux sociaux pour poser des questions, demander des renseignements à la RTBF. Ces messages privés sont traités par les Community managers et gestionnaires de pages et comptes.

Les sites radio et TV de la RTBF comptent également des formulaires de contacts par émission. Parmi les émissions les plus sollicitées, on retrouve en 2019 *On n'est pas des pigeons*, *les journaux télévisés*, *Les associés*, *The Voice*, *la météo*, *Affaire conclue* et *le 20:02*.



Répartition des contacts par supports pour les années 2018 et 2019 - Extrapolation sur base des chiffres disponibles pour l'ensemble de l'entreprise

En 2019, auvio est, au niveau technique, la principale raison de prise de contact avec la RTBF, avec une moyenne de 30 demandes par jour via le bouton d'aide auvio (présent sur le site). Le formulaire d'assistance technique de la page « Contact et questions » a rassemblé 1690 demandes d'aide dont la majorité (1114) concerne auvio : problème à la connexion, à la lecture, à la recherche de contenus.

L'ensemble des réactions des publics à la rédaction et dans les émissions, sur les réseaux sociaux, à la médiation nourrissent les émissions de médiation visées à l'article 30 du contrat de gestion.

Vers plus de clarté et de visibilité

Afin de s'adapter à l'évolution des pratiques et à la réactivité des publics, notamment sur les médias sociaux et pour faciliter la prise de contact avec la RTBF, l'entreprise a entamé en 2019 une réflexion globale sur la structure de contact avec les publics. L'objectif est d'uniformiser, sur les sites et autres supports, la prise de contact avec la RTBF, de clarifier l'accès aux informations pratiques et de contact, de centraliser toutes les demandes d'informations et de renseignements, tous les retours d'expérience des publics afin d'obtenir en interne une vue globale des réactions et faciliter l'amélioration des services offerts.

Bilan de la médiation 2019

En prolongement d'un service de relation avec les auditeurs, téléspectateurs et internautes pour gérer les demandes d'aide technique, de renseignements et les questions pratiques, le service de médiation de la RTBF développe une forme de relation plus approfondie avec les publics. Il reçoit les avis, interpellations et questions de fond du public. Il travaille de façon autonome pour traiter ces différentes réactions, afin de garantir la transparence dans les réponses, d'y apporter un suivi et une mise en perspective.

Pour créer ce lien privilégié entre la RTBF et ses publics, la médiation à la RTBF se développe sous trois formes en s'appuyant sur les réactions reçues :

- Une **médiation éditoriale** portée sur l'explication et l'analyse des choix de traitement de l'information et de l'offre RTBF.
- Une **médiation culturelle** qui se concrétise par des visites guidées, des activités interactives, des rencontres et des ateliers d'immersion. Ses finalités sont tout à la fois éducatives, récréatives et citoyennes.
- Une **médiation des plaintes** qui s'attache aux questions plus sensibles.

Le travail de médiation se fait en collaboration avec les autres secteurs de l'entreprise. L'indépendance du service de médiation vis-à-vis des services producteurs de l'entreprise garantit le respect des principes inhérents à la démarche de médiation. S'il faut parfois les rappeler en interne comme en externe (écoute du point de vue de l'autre, attitude constructive) et insister pour obtenir des éléments de réponse en interne, le travail de médiation a fortement été facilité depuis 2018 pour l'information avec le lancement du projet INSIDE, étendu en 2019 à tous les genres de contenus.

La démarche offre plus d'échanges et de partage avec la rédaction, ses journalistes et les différents services producteurs.

En 2019, **INSIDE** devient le nom générique des activités de médiation culturelle, des contenus de médiation éditoriale et d'éducation aux médias de la RTBF.

INSIDE

INSIDE s'affirme donc autour de **trois volets participatifs** : des contenus de médiation et d'éducation aux médias, des visites guidées thématiques et des ateliers interactifs, des événements et partenariats spécifiques avec les mondes associatif, culturel et de l'enseignement.



Contenus multimédias de médiation et d'éducation aux médias



Visites thématiques et ateliers d'immersion



Evénements spécifiques et partenariats

1. INSIDE et la MEDIATION EDITORIALE

La **médiation éditoriale** est centrée principalement sur l'explication, la transparence et le ressenti des publics face aux choix éditoriaux et de programmation de la RTBF pour ses différents contenus et sur ses différents médias.

La médiation éditoriale se concrétise par des réponses personnalisées et des réponses sur antennes (art. 30 du contrat de gestion) dans les contenus **INSIDE**. Il s'agit d'articles web, de chroniques en radio, de séquences et d'émissions qui, à partir des questions du public, expliquent le traitement de l'information, les choix de programmation, les mettent en perspective et les décodent, ouvrent l'échange en présence ou non d'experts, de téléspectateurs, auditeurs et/ou internautes.

Pour remplir cette mission, le service de médiation relaie les questions et interpellations des publics aux équipes de production et aux journalistes INSIDE. Il s'assure de leur bonne compréhension et de leur juste prise en compte. Il participe également à la fabrication des contenus de médiation, soit en éditant des contenus soit en collaborant à leur préparation.

La totalité des messages reçus par la médiation ne débouchent pas sur un contenu sur antennes. Les messages trouvent néanmoins une réponse personnelle par mail. De même les contenus INSIDE ne naissent pas toujours des réactions du public. La démarche INSIDE inclut également le partage de réflexions nées de discussions internes, des coulisses de contenus en préparation, des questions que le public ne se pose pas mais qu'il est pertinent de partager.

Les contenus multimédias INSIDE ont remplacé, à partir de septembre 2019 le magazine TV *MediaLog le mag*. Ils ont emboîté le pas et la démarche des contenus INSIDE du site info de la RTBF (lancés en 2018), en adoptant un ton plus dynamique et inclusif.

Ces contenus multimédias INSIDE, ce sont donc en 2019 :

- Des **articles** pour expliquer le fonctionnement de l'info, ses choix éditoriaux, ses difficultés, etc. Une journaliste de la rédaction est assignée à INSIDE info pour 7 semaines : 7 semaines pour réfléchir à son métier avant de laisser la place à la suivante. Ainsi, chacun peut faire l'exercice de se confronter aux critiques et questionnements du public.
- Différentes **capsules** et séquences publiées sur la page Facebook. Elles expliquent, décryptent, font découvrir en images l'envers du décor de la RTBF, elles répondent aux questions du public et de la société (voir détails dans l'encadré de la page suivante).

- Une **émission télé mensuelle** diffusée sur nos 3 chaînes linéaires. Présentée par Guillaume Drigeard et Jessica Riga, l'émission télé est une agrégation des sujets développés d'abord pour le digital. Les plateaux qui encadrent ces sujets sont l'occasion de découvrir d'autres coulisses ou facettes cachées des métiers de la RTBF.
Dans sa version linéaire, INSIDE comprend également une séquence de médiation : une **rencontre-débat** autour d'un sujet choisi parmi les réactions reçues et qui permet de confronter les points de vue entre les utilisateurs et ceux qui font les reportages ou émissions de la RTBF. Un expert de la société civile est également convié en plateau pour faire part, via son regard plus extérieur, de ses remarques et analyses.
- Une **chronique hebdomadaire en radio** (Vivacité – La semaine Viva). Présentée par la médiatrice, Louise Monaux, elle répond aux questions des publics, en complément ou non d'un article web ou d'une capsule vidéo.



Les séquences/capsules digitales

Séquence Portraits : Séquence décalée pour découvrir au travers de portraits croisés les métiers liés aux médias.

Média Woman : Présentée par Pauline Saive qui, le temps de la séquence, devient la porte-parole du public au travers des questions parvenues à la médiation et se plie en quatre pour trouver les réponses auprès des responsables ou spécialistes internes à la RTBF.

Séquence Coulisses : Guillaume Drigeard ou Jessica Riga font découvrir les coulisses de production de la RTBF. L'occasion d'expliquer comment on pense et fabrique nos émissions.

Questions des médias : Jessica Riga ou Guillaume Drigeard reviennent sur les fondamentaux, les pratiques médiatiques qu'ils expliquent et vulgarisent.

Séquence info : Orchestrée par un journaliste de la rédaction, cette séquence prolonge un des articles web de la page INSIDE info et explique, décrypte un choix éditorial de la rédaction.

Les messages reçus en 2019

En 2019, le service Médiation a effectué un travail de médiation éditoriale sur **1978 messages**. Il faut noter que 3655 autres messages ont transité par le service de médiation avant d'être redistribués vers différents services concernés en interne. Le nombre encore assez élevé de messages à rediriger justifie l'importance du travail de clarification et de visibilité expliqué plus haut.

Le service de médiation enregistre et accuse réception de tous les courriels qu'il reçoit. Il répond aux messages reçus dans les 30 jours ouvrables, à quelques exceptions près. Les retards de traitement surviennent en cas de dossiers complexes ou d'absences d'éléments provenant des services internes.

Le service de médiation peut être sollicité en interne, en particulier par les équipes des réseaux sociaux pour répondre à certaines demandes.

Il transfère par ailleurs à la direction juridique de la RTBF toutes les plaintes concernant les droits audiovisuels (droit d'auteur, droit à l'image, droit à la vie privée...).

Dans les réponses apportées, les internautes, auditeurs et téléspectateurs sont informés des possibilités de recours auprès du Conseil de déontologie journalistique, du Conseil supérieur de l'audiovisuel, du Médiateur de la FWB ou d'autres instances selon les cas.

Focus sur l'information

Sur les 1978 dossiers traités en médiation durant l'année 2019, **861 concernent l'information** et principalement les journaux télévisés avec 613 messages (pour *Le 13h*, *Le 19h30* et les éditions spéciales). Le site info génère 162 messages. Nous les regroupons dans les sept catégories suivantes :

- 1. L'exactitude des propos.** C'est-à-dire l'exactitude dans des dates ou des chiffres présentés, dans les noms. Le choix des mots entre également dans cette catégorie. Ainsi que les réactions relatives à la qualité des traductions (6). L'analyse et le traitement des messages porte à 59 le nombre de réactions fondées sur 169 reçues dans cette catégorie.

Si une inexactitude est présente dans un article du site info, elle est rectifiée. Si elle a eu lieu dans une séquence du journal télévisé ou du journal parlé, le contenu ne peut plus être modifié dans la séquence elle-même.

Un traitement peut alors être fait à travers les contenus INSIDE. Même s'ils ne traitent pas des « petites » erreurs, plusieurs articles et séquences se sont arrêtés sur la question de l'exactitude des mots, des noms à partir des questions des auditeurs, téléspectateurs et internautes :

- Le 27 janvier 2019, sur la façon de qualifier l'extrême-droite : ["Ultra-droite", "Extrême droite", "Droite radicale"... Quels mots pour quelle réalité ?](#)
- Le 26 avril 2019, sur l'emploi du terme « féminicide » : [Tuée parce que femme: faut-il parler de "féminicide"?](#)
- Le 28 avril 2019, sur la féminisation des noms de métiers : [Factrice, cafetière, écrivaine : parler des femmes au féminin, certes... mais comment ?](#)
- Le 06 juin 2019, à propos des illustrations d'articles : [Ces images que nous n'aurions pas dû publier : pourquoi nos articles sont parfois mal illustrés.](#)
- Le 31 octobre 2019, sur l'emploi des noms de jours de congés, fériés ou vacances scolaires : [Pentecôte, j'écris ton nom... Toussaint, j'écris "automne" ?](#)
- Le 11 décembre 2019, enfin, un article INSIDE revenait sur une information contradictoire : [Bronchiolite : une info, deux articles RTBF, cherchez l'erreur](#)

Les interpellations au sujet de Fake News ont également fait l'objet d'articles et de séquences :

- Le 8 janvier : [Après le faux décès d'une Gilet jaune... Devons-nous davantage entrer dans la bataille des fake news ? Et comment ?](#)
- *MediaLog* a consacré son débat du mois d'avril à l'utilité des poissons d'avril à l'heure des fake news en lien avec l'article [Poissons d'avril dans la presse, des fake news comme les autres ?](#)
- Le 04 octobre 2019 l'article : [Non, Jean-Luc Mélenchon n'a pas dit qu'il "devait tout" à Jacques Chirac](#) rectifiait et expliquait une erreur relevée par un téléspectateur.

- L'affaire Xavier Dupont de Ligonnès a bien sûr fait l'objet d'un article INSIDE publié le 13 octobre : [Affaire Dupont de Ligonnès : comment la RTBF a pris part à l'erreur collective](#) et d'une chronique dans La Semaine Viva : [Le traitement médiatique de l'affaire Xavier Dupont de Ligonnès](#).

2. Les choix éditoriaux (159 messages) : Ordre des sujets dans le JT, choix des titres sur le portail info, durée et contenu des éditions spéciales. Le relai des différents messages a donné lieu à plusieurs articles sur l'onglet INSIDE du site info, des séquences INSIDE et débats dans les émissions MediaLog et INSIDE :

- Un article publié le 11 janvier 2019 expliquait [Pourquoi nous tenterons \(à nouveau\) d'aller couvrir les élections en République Démocratique du Congo](#)
- Le débat *MediaLog* du mois de janvier 2019 était consacré à la couverture du procès Nemouche et à travers lui au traitement de l'actualité judiciaire à la RTBF en lien avec l'article [Procès Nemouche : comment la RTBF couvre ce procès d'envergure](#)
- Le 23 mars 2019 : [Christchurch, Utrecht... Parlons-nous trop ou pas assez vite de "terrorisme"?](#)
- Le 10 mai 2019 : [Ras-le-bol de l'info qui déprime : et si on parlait plutôt des solutions ?](#) et [Ras-le-bol de l'info qui déprime : parler des solutions, c'est encore du journalisme ?](#)
- Le 27 juin 2019 : [Pourquoi avons-nous publié la photo d'un père et de sa fille noyés ?](#)
- Le 11 septembre 2019 : ["Tous les ans, on nous bassine avec cette rentrée des classes qui n'a aucun intérêt": le JT de la RTBF répond](#)
- Le 10 octobre 2019, le site info publiait [Affaire de mœurs de Thimister : fallait-il décrire la scène dans nos journaux ?](#) Deux semaines plus tard, la même question était au centre du [débat de l'émission INSIDE](#)
- Le 14 novembre, INSIDE info publiait, suite à plusieurs réactions de téléspectateurs choqués : ["De mauvais goût, offensant" : Pourquoi la rédaction a choisi de parler de la mort sous l'angle écologique ?](#)

- Le 15 novembre 2019, un article répond à d'autres interrogations : [Personnes disparues : pourquoi on en parle... ou pas ?](#)
- Le 16 novembre 2019, [l'ordre des sujets au JT](#) fait l'objet de la chronique INSIDE de la Semaine Viva.
- Le 23 novembre, la chronique INSIDE de la Semaine Viva s'arrêtait sur [les images de la campagne choc de Child focus diffusées dans le journal télévisé](#) et qui avaient suscité plusieurs réactions indignées. Le 26 novembre, INSIDE info y consacrait également un article : [« Campagne-choc" de Child Focus : le journal télévisé sous les critiques](#)

3. La qualité du traitement. La pertinence des questions posées lors des interviews, le choix des intervenants, l'animation et la modération des débats, l'approfondissement des sujets ou encore la pluralité des points de vue... ont rassemblé 47 messages. Les critères de qualité s'expriment de façon diverse et ont nécessité plusieurs mises en perspective au travers des contenus de médiation et d'éducation aux médias.

- Le 20 janvier 2019 : [Comptez les femmes expertes sur nos antennes: notre info est-elle sexiste ?](#) et ["Le carnet d'adresses du journaliste, c'est le reflet de sa manière de voir le monde"](#)
- Le 18 février 2019 : [RTBF et "putaclic" : jusqu'où irons-nous pour vous faire cliquer ?](#)
- Le 20 février 2019 : [Orthographe : la rédaction prise en flagrant délit](#) et le 22 février 2019 : [Orthographe: "La correction de la langue n'a pas l'air de faire partie des priorités des directions des médias"](#)
- Le 26 septembre 2019, à propos des publications du site info : [Dépêches d'agence : la RTBF "se contente de copier-coller"?](#)
- Le 15 octobre 2019 : [Quand les journalistes font des interviews sans connaître la langue : quel impact sur notre information internationale ?](#)
- Le 16 octobre 2019 : [Quand le journaliste ne comprend pas sa propre interview : les dessous d'un reportage](#)
- Le 17 novembre 2019 : [La FEB a-t-elle une trop grande visibilité à la RTBF?](#)

- Le 11 décembre 2019 : [Bronchiolite : une info, deux articles RTBF, cherchez l'erreur](#)
- Le 19 décembre 2019 : [Victoire du Vlaams Belang : "C'est le plus gros crash média de l'année, l'info politique qu'on a ratée"](#)

4. Les questions d'indépendance dans le traitement des sujets, des journalistes et de la rédaction plus globalement s'élèvent au nombre de 61. La plupart des réactions témoigne d'une méfiance et d'un manque de confiance dans le travail et l'objectivité des journalistes. On pointera plus particulièrement pour l'année 2019 les réactions reçues à propos du test électoral et de l'application du cordon sanitaire.

- Le 08 février 2019, un article traite d'une question qui revient régulièrement à propos de la parité entre écoles catholiques et officielles dans les séquences info : [Les écoles catholiques sont-elles les chouchoutes de nos journalistes ?](#)
- L'émission *MediaLog* du même mois consacrait son débat à la « [Méfiance et à la violence du public envers les journalistes](#) » en lien avec la couverture du mouvement des Gilets jaunes
- La séquence *De quoi j'me mails* du magazine de médiation, en avril, s'intéressait aux questions posées par les publics à propos du [test électoral proposé par la RTBF](#). Elle était précédée par une [Chronique Viva sur le même sujet](#).
- Le 27 mai 2019 : [PTB et Vlaams Belang sur nos antennes : un cordon sanitaire élastique ?](#)
- Le 26 mai 2019 : [L'extrême droite apparaît dans notre JT: une rupture du cordon sanitaire?](#)
- Le 21 juin 2019 : [Maduro-Guaido au Venezuela : la rédaction roule-t-elle pour un camp?](#) et [Insécurité, coupures d'électricité, suspicion de partialité : le quotidien de notre correspondant au Venezuela](#)
- Le 09 septembre 2019 : [Vews et le "Sauvage", média \(im\)partial ?](#)
- Le 14 novembre 2019, l'article [Extinction Rebellion : pouvait-on filmer les arrestations par la police ?](#) revenait sur une séquence du JT qui avait fait beaucoup réagir, quand un journaliste avait expliqué avoir obtempéré à l'injonction de la police de ne pas filmer les arrestations.

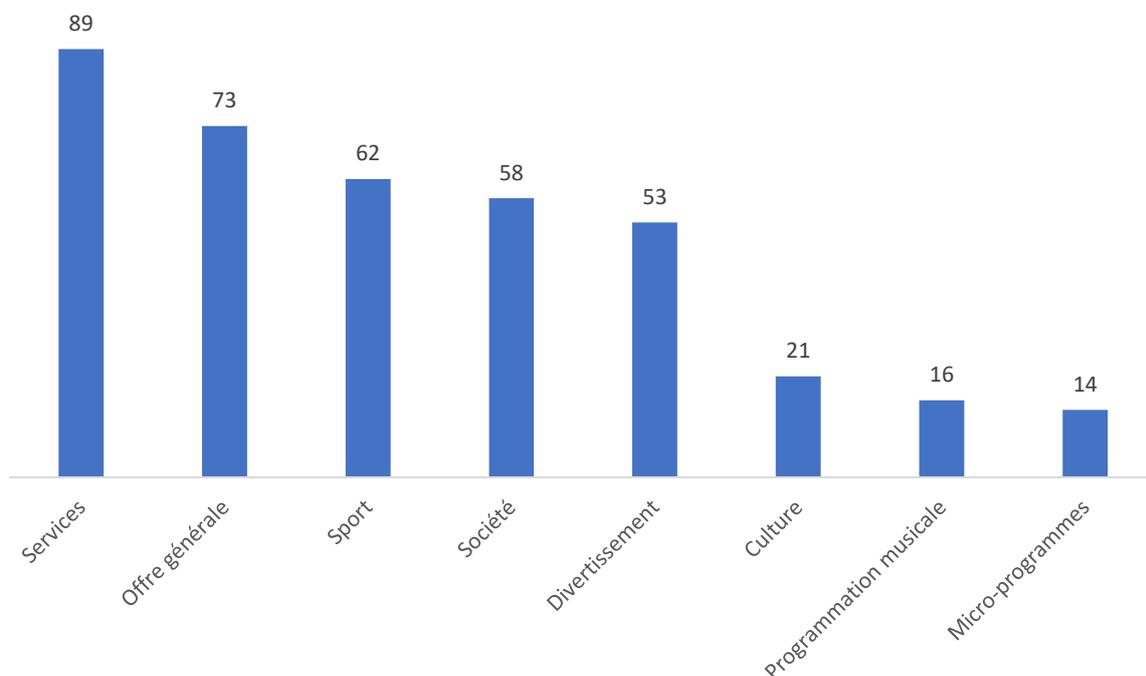
5. Les pratiques et principes journalistiques. Beaucoup de questions (348) concernant l'information témoignent d'une méconnaissance des pratiques et principes journalistiques. La question de l'angle, de la ligne éditoriale, le choix des sources, les principes déontologiques... Cette vulgarisation des pratiques journalistiques et de la déontologie est indispensable pour permettre à la RTBF et à ses publics de mieux se comprendre afin de mieux échanger.

- Le 01 février 2019, en période de manifestations pour le climat, le site info publiait dans sa rubrique INSIDE : [Vos enfants et vos ados au JT : quand faut-il les flouter \(ou pas\) ?](#)
- Le 12 février 2019 : [La presse censurée par la Justice: la nouvelle circulaire qui fait bondir les journalistes](#)
- Le 19 avril 2019 : [Avant les élections, c'est la "prudence" vis-à-vis des candidats](#)
- Le 25 juin 2019, l'article [Pudeur ou dignité : ces corps imparfaits qui nous dérangent](#) s'arrête sur la notion de dignité humaine dans l'information.
- La rubrique *De quoi j'me mails* du *MediaLog* de juin s'est arrêtée sur le principe du « mort-kilomètre ». La question s'est poursuivie en débat : [Pourquoi et quand un fait divers fait-il la Une de la presse écrite ou ouvre-t-il le JP ou le JT](#)
- Lors du même numéro *MediaLog*, la séquence *Questions médias* s'interrogeait : [Qu'est-ce qu'une info au sens journalistique du terme ?](#)
- Le 28 septembre, la chronique INSIDE de La Semaine Viva s'arrêtait sur [la traduction des interviews dans les journaux télévisés](#).
- Le 30 septembre 2019, INSIDE info explique l'existence des sujets « marbre » : [Jacques Chirac reposait déjà dans le "cimetière virtuel" de notre rédaction](#)
- Le 29 novembre 2019, un article relatait les relations entre la rédaction et le palais : [Le Roi, la loi, la liberté \(de la presse\) : quand les journalistes parlent de la monarchie](#)
- Le 17 décembre 2019, c'est la notion de marronnier qui fait l'objet d'explications : [Ce marronnier fleurit toute l'année... Et c'est un choix de notre rédaction](#)

- Le mois de décembre consacre deux articles aux conditions de reportage sur le terrain : le 20 avec [Offensive turque en Syrie : communiquer entre journalistes sans mettre les habitants en danger](#) et le 21, avec [Incendies en Amazonie : "On pourrait se demander pourquoi aller à 800 km des feux"](#)

Focus sur les contenus hors info

Sur les 1978 dossiers traités en médiation durant l'année 2019, **386** concernent les **contenus** hors information.



Les réactions sur les *Services* arrivent en tête, principalement au sujet de la version multilingue (besoin d'explication ou insatisfaction), du sous-titrage à destination des personnes sourdes ou malentendantes et de la météo. Il s'agit d'avis ou d'expression d'incompréhension face à un élément de contenu.

- Le 14 septembre 2019, la chronique INSIDE de La Semaine Viva s'est arrêtée sur la plateforme audio et a notamment traité la question [de la disponibilité des contenus en direct et en replay.](#)

- Le 21 septembre, la même chronique a relayé les réactions des téléspectateurs concernant le ton et la manière de présenter les [bulletins météo](#)

L'*Offre générale* regroupe les réactions sur l'offre de contenus de service public. En 2019, cette catégorie est majoritairement concernée par la décision d'arrêt de plusieurs émissions (*Les associés, 69 minutes sans chichis, Vews, Questions à la Une, Devoir d'enquête, le 20:02, Pop M, Tellement ciné, Automobile*). La fin de la plupart d'entre elles a suscité l'incompréhension et l'insatisfaction de nombreux téléspectateurs, celle des associés a particulièrement fait réagir.

- Cette décision a été le sujet du débat-rencontre de l'émission INSIDE du mois de novembre : [Pourquoi certaines émissions disparaissent de nos antennes ?](#) Deux téléspectateurs ont pu échanger avec Xavier Huberland, directeur du pôle médias.
- Le 30 novembre, La chronique Inside de La Semaine Viva a donné des explications concernant les [modifications apportées au rendez-vous d'information Vews](#)
- Le 14 décembre, [la fin de plusieurs émissions cultes](#) faisait l'objet de la même chronique.

Côté *Sport*, les réactions sont principalement des avis. Certaines remarques sur la place des femmes dans le sport ont justifié un traitement sur antennes :

- Le débat du mois de mai de l'émission MediaLog s'est intéressé à [La place des femmes dans le sport à la RTBF : quelle couverture médiatique pour les sports féminins ?](#)

Les contenus relatifs aux questions de *Société* ainsi que le *Divertissement* regroupent des messages d'avis ou d'incompréhension assez divers. La *Programmation musicale*, fait réagir les auditeurs lorsqu'elle ne met pas assez en valeur la chanson française.

Focus sur les valeurs

2019 voit également une augmentation significative du nombre de réactions portant sur la problématique du changement climatique en lien avec certains contenus. Les auditeurs ou téléspectateurs interpellent la RTBF et comprennent mal la présence de publicités de produits polluants sur les antennes publiques. Il en va de même pour les séquences recettes contenant des produits exotiques ou encore des concours offrant la possibilité de partir en croisière... L'incohérence entre certains contenus et certaines valeurs est pointée du doigt dans d'autres domaines. **Sur les 1978 dossiers traités en médiation durant l'année 2019, 49 portent sur ces incohérences ressenties.** Ces réactions parce qu'elles touchent aux valeurs de service public, aux principes démocratiques, aux questions d'indépendance et de responsabilité justifiaient un éclairage particulier sur antennes.

- La séquence *De quoi j'me mails* du mois de février (MediaLog) s'est arrêtée ainsi sur une affaire qui a fait beaucoup de bruit : [Le match Pigeons/IKEA](#), notamment en raison de la responsabilité de la RTBF dans ce que certains décrivent comme une « incitation à des comportements frauduleux ».
- *MediaLog* a consacré son débat du mois de mars aux [relations entre contenus de programmes et messages publicitaires](#), relayant ainsi les incohérences mentionnées dans les interpellations reçues.
- La transmission de *La finale de l'Eurovision de la Chanson* qui se déroulait en Israël a fait l'objet d'une campagne d'appel au boycott ou d'appel à un traitement spécifique. La campagne a notamment visé la RTBF. La séquence *De quoi j'me mails* en a parlé dans l'émission MediaLog du mois de mai : [L'appel au boycott de la finale de l'Eurovision de la Chanson](#).
- La séquence *De quoi j'me mails* du mois de juin répondait quant à elle à la question : [Pourquoi et comment, lorsque l'on suit The Voice Belgique sur le Facebook de la RTBF, apparaissent des publicités pour le Vlaams Belang ?](#)
- Le 7 septembre, la séquence INSIDE de la semaine Viva répond aux réactions survenues suite à [l'annonce d'un The Voice Kids](#) et aux inquiétudes soulevées quant à la participation d'enfants à une émission d'une telle envergure.
- Le 21 septembre, la même chronique a relayé les réactions des téléspectateurs concernant le ton et la manière de présenter les [bulletins météo](#), pas toujours en lien avec les préoccupations du changement climatique.

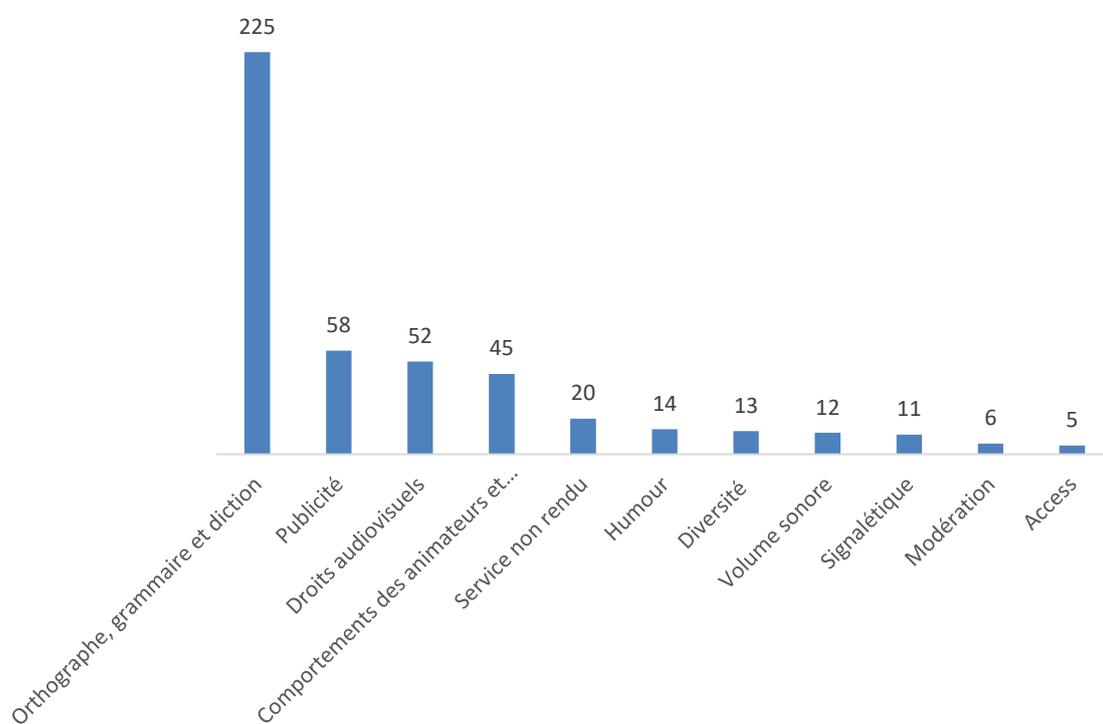
- Le 26 septembre, la rencontre-débat de l'émission INSIDE tente de répondre aux questions de plusieurs auditeurs, téléspectateurs et internautes : [La RTBF doit-elle faire de la sauvegarde de l'environnement sa priorité ?](#) Un téléspectateur échange son point de vue avec Frédéric Gersdorff, manager info, sous le regard critique de Hughes Dorzée, rédacteur en chef du magazine « Imagine »
- Le 28 septembre, la chronique INSIDE de La semaine Viva donnait des explications sur [la traduction et le doublage des interviews dans les journaux télévisés](#), relayant par la même occasion les demandes de certains d'intensifier le sous-titrage pour permettre à chacun de se familiariser avec d'autres langues.
- L'émission INSIDE du mois de décembre s'est arrêtée quant à elle sur la valeur de solidarité et a répondu aux critiques du public à propos de [l'opération Viva for life](#). Sur le plateau, Eric Gilson, responsable de l'offre *La Une & Vivacité* et Renaud Tockert, administrateur délégué de Cap 48 et responsable de la gestion des dons pour Cap 48 et Viva for Life ont échangé avec Christine Mahy, secrétaire générale du Réseau wallon de lutte contre la pauvreté sur base des réactions reçues.
- Dans la même émission, la séquence *Média Woman* a répondu à la question : [Que devient l'argent récolté par Viva for life et quel rapport avec cap 48 ?](#)

Les autres messages

Parmi les autres messages reçus, il faut noter le nombre (86) de réactions portant sur les complications dues à l'obligation de **connexion aux sites de la RTBF** et qui sont parvenues à la médiation pour un accompagnement ou des explications personnalisées. Les **demandes d'étudiants** restent importantes, dans le cadre d'un stage ou d'un travail (74 en 2019). Des réactions sur l'habillage de nos antennes, les bandes promo ou l'ergonomie des sites s'élèvent à 33. Celles portant sur les grands événements de solidarité à 28.

2. MEDIATION DES PLAINTES

Les messages classés dans *Plainte* concernent ceux qui font part d'une **insatisfaction marquée**. Ils sont au nombre de **461 en 2019**. L'orthographe et l'usage de la grammaire arrivent en haut des plaintes avec 255 réactions. La présence de publicités en télévision et sur audio surtout a amené 58 personnes à exprimer un fort mécontentement. Le comportement de certains animateurs et présentateurs (dans la manière de poser des questions, d'animer un débat ou plus simplement de s'habiller) a généré 45 plaintes. Les questions plus individuelles portant sur les droits audiovisuels rassemblent 52 plaintes (droit à l'image, droit à l'oubli, à la vie privée, droits d'auteurs).



Des réponses sont personnellement apportées aux différents plaignants, comme pour l'ensemble des messages traités en médiation. Les contenus permettent également de relayer les insatisfactions des auditeurs, téléspectateurs ou internautes, d'y apporter une réponse susceptible d'intéresser un plus grand nombre, ainsi qu'une mise en perspective constructive.

L'orthographe a fait l'objet de deux articles. Un premier publié le 20 février 2019, [Orthographe : la rédaction prise en flagrant délit](#) et un second deux jours plus tard : [Orthographe: "La correction de la langue n'a pas l'air de faire partie des priorités des directions des médias"](#)

Les réactions relatives à la *Publicité* ont généré plusieurs contenus :

- *MediaLog* a consacré son débat du mois de mars aux [relations entre contenus de programmes et messages publicitaires](#). Les invités autour de la table, Eric Cayman, responsable des produits médias à la Régie publicitaire de la RTBF, la RMB, Sophie Benoit, responsable de la programmation Média TV linéaire ont pu partager leur point de vue et échanger avec le téléspectateur présent en plateau.
- Le 21 mai 2019, Inside info publiait deux articles se rapportant à la publicité : [La rédaction a-t-elle son mot à dire sur la publicité diffusée ?](#) et [Publicité: à quelles règles la RTBF est-elle soumise?](#)
- La séquence *De quoi j'me mails* du mois de juin répondait à la question : [Pourquoi et comment, lorsque l'on suit The Voice Belgique sur le Facebook de la RTBF, apparaissent des publicités pour le Vlaams Belang ?](#) expliquant ainsi le fonctionnement des publicités sponsorisées.
- Le 14 septembre 2019, la chronique INSIDE de *La Semaine Viva* s'est arrêtée sur la plateforme aaudio et a notamment traité de la question [de la double publicité présente lors du lancement des vidéos](#).
- En septembre toujours, la séquence *MediaWoman* répond aux interrogations des internautes à propos des newsletters de la RTBF : [Pourquoi reçoit-on des newsletters non sollicitées ?](#)
- En novembre, la séquence *MediaWoman* explique [ce qui est permis ou pas dans le placement de produit](#).

Les questions de *Droits audiovisuels* concernent les plaintes formelles, qui passent par la médiation mais sont traitées par la direction juridique de la RTBF. Les inquiétudes ou interrogations qu'elles expriment ont également trouvé réponse dans plusieurs contenus INSIDE.

- Le 5 octobre, [le droit de rétractation](#) a fait l'objet de la chronique INSIDE dans *La Semaine Viva*
- Le 26 octobre, la même chronique a traité du [droit à l'oubli](#)
- Tandis que la séquence *Question des médias* du mois de novembre s'intéressait au [droit à l'image](#).

La catégorie **Comportement des animateurs et présentateurs** regroupe un ensemble d'avis négatifs et variés sur la façon de se tenir, de s'habiller, de réagir des personnalités antennes de la RTBF.

Les *Services non rendus* le sont principalement dans la gestion des concours. [Pourquoi les gagnants des concours RTBF ne reçoivent pas toujours leurs lots ?](#) : c'était la question de la séquence *MediaWoman* du mois d'octobre.

Les messages concernant un **Humour** déplacé, choquant, inapproprié ont diminué en 2019 ainsi que ceux se rapportant à la **Diversité**. La place des femmes dans les contenus a fait l'objet de deux contenus spécifiques, décryptant assez largement la question :

- Le 20 janvier 2019, à propos de la représentation des expertes : [Comptez les femmes expertes sur nos antennes: notre info est-elle sexiste ?](#) et ["Le carnet d'adresses du journaliste, c'est le reflet de sa manière de voir le monde": entretien avec Safia Kessas, responsable de la Diversité à la RTBF](#)
- En mai, dans le débat de l'émission *MediaLog* à propos de [La place des femmes dans le sport à la RTBF](#).

La question de la modération a trouvé plusieurs prolongements dans les contenus *INSIDE* :

- Le 18 juin 2019, *INSIDE info* publiait l'article : [Ces commentaires que vous ne verrez pas sur nos pages Facebook : nous les avons supprimés ou masqués](#)
- Le 2 novembre, la chronique *INSIDE* de la Semaine Viva s'est intéressée aux [signalements et aux actions de modération](#)

Vous trouverez en annexe de ce bilan, la liste de l'ensemble des articles *INSIDE info* publié, des sujets des émissions *Medialog* et *INSIDE* en télévision et des chroniques *INSIDE* sur VivaCité.

3. MEDIATION CULTURELLE

La médiation culturelle à la RTBF regroupe un ensemble d'actions visant à mettre en **relation directe** les publics de la FWB et la RTBF. Les actions de médiation culturelle veulent créer du sens, en sensibilisant, en apportant des connaissances, en encourageant le dialogue et la participation.

Les finalités de la médiation culturelle sont :

- **Relationnelles** : dialoguer, échanger des points de vue
- **Citoyennes** : développer le sens critique et la participation citoyenne
- **Éducatives** : éduquer aux médias, développer les connaissances et l'esprit critique
- **Récréatives** : apprendre en s'amusant, expérimenter

Les différentes activités

Les activités de médiation culturelle de la RTBF se déclinent en :

- **Visites** guidées thématiques sur différents sites de la RTBF
- **Ateliers** d'immersion sur le site de Bruxelles
- **Supports pédagogiques** (dossiers et capsules pédagogiques)
- **Rencontres**
- **Événements** et **partenariats**
- Aides à la **formation**

L'offre de visites et d'ateliers est restée inchangée en 2019. Les réservations ont par contre été plus nombreuses que l'année précédente. Ainsi, tout au long de l'année et au travers de ces activités, la RTBF a fait découvrir ses métiers, ses pratiques et a échangé des points de vue avec **12.185 personnes**.

746 visites guidées ont été organisées sur les sites de la RTBF, à Liège, Marcinelle (DreamWall/KeyWall) et à Bruxelles. Le **studio Lab** offre, durant ces visites guidées l'occasion de faire l'expérience de la pratique des médias. **52 ateliers** (*Dans la peau d'un éditeur du journal* ou *Dans la peau d'un modérateur sur les RS*) se sont déroulés également en 2019. En portant sur un sujet spécifique, ils ont permis d'échanger avec un public jeune autour des notions de choix éditorial, de liberté d'expression et de modération.

The screenshot shows the RTBF ENTREPRISE website. At the top, there is a navigation bar with links: A Propos, Carrières, Éducation aux médias, Espace professionnel, and Contact & Questions. Below this is the 'INSIDE' logo with the tagline 'Initiation. Décryptage. Immersion. Partage'. The main heading reads 'Visitez la RTBF ou participez à un atelier interactif.' Below this, a paragraph invites users to explore behind-the-scenes of RTBF's radio, television, and web content, and to practice image and sound techniques in the studio LAB. There are two filters: 'Visite Guidée (6)' and 'Atelier (2)'. The page displays eight items in a grid:

- Visite : Le Making of** (Image of a woman in a radio studio)
- Visite : Les soirées Making of** (Image of a water tower at night)
- Visite : Autour de l'info** (Image of a news anchor at a desk)
- Visite : Les Niouzz** (Image of a group of people sitting on a couch)
- Visite : Silence, on sous-titre !** (Image of two men in a studio setting)
- Visite : Entre réel et virtuel** (Image of a person in a green screen environment)
- Atelier : La cinquième édition** (Image of a news anchor at a desk)
- Atelier : Liberté d'expression et modération** (Image of a hand holding a laptop)

L'offre des visites et ateliers INSIDE en 2019

Grâce aux collaborations avec les mondes enseignant et associatif, des journées spécifiques ont été organisées à partir des activités de médiation culturelle et d'éducation aux médias : journées de formation (avec la ville de Bruxelles, le centre de formation continuée CAF), collaboration à des projets ou des événements (*Les Ateliers de l'avenir TADA* ou encore de l'opération *Place aux enfants*). Parmi les autres partenaires de la RTBF, on retrouve également le Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias, la ville de Liège, la ville de Charleroi ou encore *Media Animation* pour la formation Media Coach.

Le Studio Lab

Entièrement aménagé pour les activités de médiation culturelle, le **Studio Lab** est devenu le passage obligé pour les groupes en visite guidée et en atelier. Il offre la possibilité de découvrir de nombreuses facettes de la production audiovisuelle, de s'essayer à la présentation radio, face caméra et de produire des petits contenus.

De **nouveaux exercices** ont fait leur apparition en 2019 : autour du flash radio et des brèves, autour du duplex (pour les correspondants locaux ou les envoyés spéciaux) ou encore des effets spéciaux. Ils sont l'occasion de comprendre en action et de mettre en pratique des notions parfois théoriques. Et surtout de saisir les difficultés, contraintes et subtilités inhérentes à certains métiers de l'audiovisuel et au travail de journaliste.



Les Questions des médias et autres supports pédagogiques

Les thèmes des capsules *Questions des médias* produites en 2019 sont choisis sur base des questions des publics en visites ou en ateliers.

Les numéros diffusés en 2019 ont permis d'expliquer de manière simple et compréhensible pour tous les notions de storytelling, d'incarnation, de casting et de bons clients, de droit à l'image.

En 2019, les activités liées à l'info et au travail journalistique peuvent toujours compter sur un dossier pédagogique : [Comprendre l'info, les bases du journalisme](#) et sur les 13 [Questions médias portant sur les pratiques du journalisme](#).

Autant de supports qui viennent compléter les expériences tirées de la découverte des coulisses de la RTBF et de l'expérience vécue dans les ateliers d'immersion, dont les objectifs visés sont :

Pour l'atelier info [La cinquième édition \(Dans la peau d'un éditeur\)](#) :

- Découvrir les différentes sources de l'info et prendre conscience de l'abondance de l'information (choisir, c'est renoncer)
- Prendre conscience que le métier de journaliste repose sur des choix, en étant confronté à faire des choix dans des délais impartis
- Comprendre la notion de responsabilité dans le choix éditorial
- Pouvoir en débattre avec un professionnel

Pour l'atelier [Liberté d'expression et modération \(Dans la peau d'un modérateur\)](#) :

- Sensibiliser les participants aux principes du débat citoyen sur les RS
- Réfléchir aux questions de liberté d'expression
- Repérer les discours de haine en ligne et mettre au point des outils permettant d'y réagir de manière constructive (bons usages, modération etc...)
- Echanger les points de vue et débattre avec un modérateur professionnel

Pour en savoir plus : www.rtbf.be/inside



Bilan annuel du service de Médiation & de Relation avec les publics - Année 2019

<https://www.rtbf.be/entreprise/contact-et-question>

mediation@rtbf.be

RTBF Médiation Boulevard Reyers, 52 (boîte 30) 1044 Bruxelles

1. La programmation des sujets des émissions MediaLog et INSIDE

JANVIER 2019

Invité Fil Rouge : Florence Le Cam, Professeur de journalisme à l'ULB. Elle a présenté il y a peu les résultats d'une enquête fouillée sur les femmes et le journalisme.

Médias Comparés : Pour ou contre les mesures d'accompagnement du Brexit ? C'était la question posée au Parlement britannique le 15 janvier. On sait quelle fut la réponse. Mais comment en ont parlé les autres médias ?

Inside : Jérôme Colin et ses chroniqueurs sont au rendez-vous d'un talk culturel, Entrez Sans Frapper

Débat : le traitement de l'actualité judiciaire à la RTBF : Le procès Nemmouche qui a démarré au début de cette année est exceptionnel à plus d'un titre : c'est un procès qui traite de terrorisme, procédure d'une durée conséquente.

Trois invités en plateau :

Eline Fauconnier, spectatrice, qui a envoyé un mail en lien avec Devoirs d'enquête.

Bernadette Saint-Remi, la réalisatrice de ce numéro de Devoirs d'enquête.

Justine Katz, journaliste qui couvre les faits de terrorisme à la RTB.

Outside : A Binche, dans un cours de tambour : un sujet du JT qui a beaucoup fait réagir : le maquillage pour hommes.

FEVRIER 2019

Invité Fil Rouge : Aurore Van de Winkel, Docteur en Information et Communication de l'UCL, chroniqueuse sur certains plateaux radios de la RTBF. Auteure de 2 livres, l'un sur les ragots, les rumeurs et l'autre sur les légendes urbaines...

Médias Comparés : Le traitement de la grève nationale du 13 février 2019 dans les 4 grands journaux télévisés qui traitent de l'actualité belge : RTBF, VRT, RTL et VTM.

De quoi j'me mails : une affaire qui a fait grand bruit : le match Pigeons/IKEA...

Inside : les relations de confiance entre journalistes, médias et publics ne sont pas évidentes. Cette méfiance existe depuis toujours mais elle semble augmenter. L'Union Européenne de Radio-Télévisions s'est penchée sur la question. Elle a demandé à des chercheurs de faire le tour des médias de services publics pour voir

comment ils géraient ce désamour et quelles initiatives ils mettaient en place. Le résultat, c'est ce rapport qui pointe 50 initiatives intéressantes.

Débat : méfiance et violence du public envers les journalistes

Quatre invités en plateau :

Olivier Goujon, journaliste, photoreporter et auteur de plusieurs livres dont "*ces cons de journalistes*"

Régis de Rath, journaliste RTBF

Nathan Renier, spectateur

Sandie Recour, spectatrice C5

Outside : A Mons, dans un club de squash : L'info people au JT

MARS 2019

Invité Fil Rouge : Pascal Durand, professeur à l'université de Liège. D'une part dans le domaine de la sociologie des institutions culturelles et de l'autre, dans celui des théories critiques de l'information.

Médias Comparés : La journée internationale de lutte pour les droits des femmes : comparaison de 12 Jt et comparaison avec l'année précédente.

Inside : Le dispositif déployé hors antenne pour aborder les prochaines élections.

Débat : les difficiles relations entre contenus de programmes et messages publicitaires

Trois invités en plateau :

Eric Cayman, responsable des produits médias à la Régie publicitaire de la RTBF, la RMB

Sophie Benoit, responsable de la programmation Média TV linéaire.

Christophe Fink, téléspectateur

Outside : « les grenades » avis d'une troupe théâtrale d'Herstal.

AVRIL 2019

Invité Fil Rouge : Pierre Verjans, politologue, professeur au Département de science politique et plus particulièrement de politique belge à l'Université de Liège

Médias Comparés : L'arrestation très médiatique du fondateur de Wikileaks, Julian Assange. Comment les différents médias en ont-ils parlé ?

De quoi j'me mails : le test électoral proposé par la RTBF

Inside : Focus sur la nouvelle émission « Plan Cult »

Débat : Utilité des poissons d'avril à l'heure des fake news ?

Trois invités en plateau :

Jean-Claude Defossé, journaliste RTBF à la retraite.

Philippe Laloux, rédacteur en chef adjoint au Soir.

Thomas Gadisseux, dirige le service politique de la RTBF.

Outside : Les Matins Citoyens mis en place par La Première dans la perspective des élections, bonne ou mauvaise idée ? Nous soumettrons la question à des chefs scouts d'Evere.

MAI 2019

Invité Fil Rouge : Laura **Calabrese**, professeure au département d'Information et communication de l'ULB et directrice de Centre de Recherche en Information et Communication, le ReSIC.

Médias Comparés : L'émotion nationale provoquée par l'assassinat de Julie Van Espen. Ce tragique fait divers a secoué la Belgique et plus singulièrement la Flandre ces dernières semaines. Comment les uns et les autres en ont-ils parlé ?

De quoi j'me mails : La finale de l'Eurovision de la Chanson, qui se déroulait cette année en Israël, a fait l'objet d'une campagne d'appel au boycott ou d'appel à un traitement spécifique. Celle-ci a notamment visé la RTBF.

Inside : un jeu télévisé, Les Associés

Débat : La place des femmes dans le sport diffusé à la RTBF. Quelle couverture médiatique pour les sports féminins ?

Trois invités en plateau :

Cléo Dupont-Decleyn, spectatrice

Lucie Thieule, spectatrice. Joueuse de football et coach au FC St-Michel, à Bruxelles.

Michel Lecomte, Directeur des Sports à la RTBF

JUIN 2019

Invité Fil Rouge : Hafida Bachir, Secrétaire politique de vie Féminine.

Médias Comparés : La coupe du monde de football féminin se déroule en France, mais la Belgique n'est malheureusement pas qualifiée. L'événement sportif bénéficie d'une belle visibilité médiatique dans les médias français, et ce d'autant que les Bleus sont champions du monde, mais qu'en est-il chez nous et dans les autres pays participants ?

De quoi j'me mails : Pourquoi et comment, lorsque l'on suit The Voice Belgique sur le Facebook de la RTBF, apparaissent des publicités pour le Vlaams Belang ?
En plateau : Aline De Volder, coordinatrice des réseaux sociaux à la RTBF.

Autre sujet développé par notre service Médiation : Des téléspectateurs s'étonnent que la RTBF ne relaie que 10 jours après les faits la mort tragique de Nusrat Jahan Rafi, cette Bangladaise de 18 ans brûlée vive en représailles d'une plainte déposée contre le directeur de son école coranique pour agression sexuelle.

Question des Médias : qu'est-ce qu'une info au sens journalistique du terme ?

Débat : La loi du mort-kilomètre. Pourquoi et quand un fait divers fait-il la Une de la presse écrite ou ouvre-t-il le JP ou le JT, etc.

Trois invités en plateau :

Wahoub Fayoumi, journaliste RTBF
Jean-Pierre Marthoz, Chroniqueur au Soir
Jean-Marc Gheraille, Rédacteur en chef La Dernière Heure
Frédéric Gersdorff, manager info 360 RTBF
Une téléspectatrice s'est adressée à la Médiation.

Outside : A la rencontre d'une école de danse à Hannut : Le rôle de la télé est-il de raconter la vie des gens ordinaires ? Eléments de réponse au travers du projet documentaire « Ma rue couche-toi là ».

SEPTEMBRE 2019 – MediaLog est remplacé par INSIDE

Emission linéaire enregistrée au centre RTBF Liège – Centre où l'on produit quelques magazines et de grands divertissements.

Rencontre-débat : Sujet en lien avec l'info : La RTBF doit-elle faire de la sauvegarde de l'environnement sa priorité ?

Nos intervenants :

Le téléspectateur : Thomas Naessens
Frédéric Gersdorff, manager info 360 RTBF
Société civile : Hughes Dorzée, rédacteur en chef de « Imagine »

Close Up : Gestionnaire de réseaux sociaux : Nicolas Koussa et Wahiba Yachou

Média Woman : Les newsletters de la RTBF : Pourquoi ? Comment ?

Spotted : Dans les coulisses du jeu « Les associés » : D'où vient l'argent destiné aux gagnants (+ la spéciale associés cap 48)

Question des médias : Le storytelling

Focus Info : Comment le JT peut-il informer à l'heure où tout le monde est bombardé d'infos sur les réseaux sociaux ?

OCTOBRE 2019

Emission linéaire enregistrée au centre RTBF Bruxelles : Le studio TARMAC, plus qu'une chaîne ou un programme, c'est une plateforme digitale à destination des 15-25 qui met en avant la culture urbaine.

Coffee corner : Sujet en lien avec l'info : une séquence à propos d'un scandale sexuel à Thimister qui, diffusé à 19h30, a choqué certains téléspectateurs.

Nos intervenants :

Bruno Clément, rédacteur en chef JT RTBF

Axel Zwiny, téléspectateur

Société civile : Amandine Degand, rédactrice en chef de « Mammouth.media » et professeur à l' IHECS

Close Up : Journalistes sportifs : Gaëtane Vankerkom et Benjamin Deceuninck

Média Woman : Pourquoi les gagnants des concours RTBF ne reçoivent pas toujours leurs lots ?

Spotted : Les ciné sessions organisées par Tarmac à destination des gamers : Pourquoi et en quoi est-ce une mission de service public ?

Question des médias : L'incarnation : en quoi la personnalité de ceux qui s'adressent à nous est importante ?

Focus Info : La RTBF a voulu lancer Faky : un site et une appli qui permet de vérifier la fiabilité d'un article d'information en ligne... Malheureusement, son lancement a été retardé pour cause de dysfonctionnements. Explications.

NOVEMBRE 2019

Emission linéaire enregistrée à KEYWALL, filiale RTBF où on enregistre certaines émissions et la météo.

Coffee corner : Pourquoi certaines émissions disparaissent de nos antennes ?

Nos intervenants :

Les téléspectateurs, Tiziano et Cinthia qui demandent à garder sur antenne l'émission « *les Associés* »

Xavier Huberland, directeur médias

Société civile : Pierre Loïc Nihoul de News 6, agence pour une info constructive

Close Up : Les producteurs : Marie Iker et Sébastien Nollevaux

Média Woman : Le placement de produit : Ce qui est permis ou pas !

Spotted : L'Europa League : mode de captation et négociation des droits de diffusion.

Question des médias : Le droit à l'image

Focus Info : Les relations entre la rédaction info de la RTBF et le palais Royal.

DECEMBRE 2019

Emission linéaire enregistrée à Tournai à l'occasion de l'opération caritative 360 « VIVA FOR LIFE »

Coffee corner : L'opération Viva for life, une mission de service public ?

Nos intervenants :

Eric Gilson : Gestionnaire d'offre « Nous » (La Une & Vivacité)

Renaud Tockert : Responsable de la gestion des dons pour Cap 48 et Viva for Life

Christine Mahy : Secrétaire générale du Réseau wallon de lutte contre la pauvreté

Close Up : Journaliste présentateur : Ophélie Fontana en TV et Sébastien Pierret en radio.

Média Woman : Que devient l'argent récolté par Viva for life et quel rapport avec cap 48 ?

Spotted : Pourquoi la RTBF investit dans des séries télé ? Immersion sur le tournage de la nouvelle série « *UNSEEN* »

Question des médias : Les bons clients ou pourquoi voit-on toujours les mêmes invités dans les médias

Focus Info : Les marronniers en info, de quoi s'agit-il ?

2. Les chroniques Viva (de mai à décembre 2019)

Le 20 avril

[Les invités en période pré-électorale](#)

Le 27 avril

[L'emploi du terme féminicide](#)

Le 11 mai 2019

[Le journalisme constructif](#)

Le 18 mai

[Le test électoral](#)

Le 25 mai

[La publicité à la RTBF : comment ça fonctionne ?](#)

Le 1^{er} juin

[Le cordon sanitaire](#)

Le 8 juin

[Modérer les commentaires](#)

Le 15 juin

[Illustrer des articles](#)

Le 7 septembre 2019

[L'annonce d'un The Voice Kids inquiète](#)

Le 14 septembre 2019

[La plateforme Auvio : offre de contenu et double publicité](#)

Le 21 septembre 2019

[Le ton et les contenus des bulletins météo](#)

Le 28 septembre 2019

[Le doublage et la traduction sous-titrée des interviews en langue étrangère dans le JT](#)

Le 5 octobre 2019

[Le droit de rétractation](#)

Le 12 octobre 2019

[Le mercato des médias](#)

Le 19 octobre 2019

[Le traitement médiatique de l'affaire Xavier Dupont de Ligonnès](#)

Le 26 octobre 2019

[Le droit à l'oubli](#)

Le 2 novembre 2019

[La modération : le signalement des publics et les outils](#)

Le 9 novembre 2019

[Le lancement du DAB+](#)

Le 16 novembre 2019

[L'ordre des sujets dans le JT](#)

Le 23 novembre 2019

[Les images de la campagne choc de Child focus dans le JT](#)

Le 30 novembre 2019

[Le changement de format de Vews](#)

Le 7 décembre 2019

[A quoi sert la tour Reyers ?](#)

Le 14 décembre 2019

[69 minutes sans chichis, Questions à la Une, Devoirs d'enquête, Les associés : La fin des émissions cultes](#)

3. Les articles INSIDE info

Par ordre antéchronologique :

22 décembre 2019 :

[Tour de France en Belgique : la course \(aux images\) dans la course \(cycliste\)](#)

21 décembre 2019 :

[Incendies en Amazonie : "On pourrait se demander pourquoi aller à 800 km des feux"](#)

20 décembre 2019 :

[Offensive turque en Syrie : communiquer entre journalistes sans mettre les habitants en danger](#)

19 décembre 2019 :

[Victoire du Vlaams Belang : "C'est le plus gros crash média de l'année, l'info politique qu'on a ratée"](#)

18 décembre 2019 :

[L'inconnue du Doudou : "J'ai utilisé un moteur de recherche russe, plus puissant que Google"](#)

17 décembre 2019 :

[Ce marronnier fleurit toute l'année... Et c'est un choix de notre rédaction](#)

11 décembre 2019 :

[Bronchiolite : une info, deux articles RTBF, cherchez l'erreur](#)

06 décembre 2019 :

[Saint-Nicolas : pourquoi on ne vous dit pas la vérité](#)

29 novembre 2019 :

[Le Roi, la loi, la liberté \(de la presse\) : quand les journalistes parlent de la monarchie](#)

17 novembre 2019 :

[La FEB a-t-elle une trop grande visibilité à la RTBF?](#)

15 novembre 2019 :

[Personnes disparues : pourquoi on en parle... ou pas ?](#)

14 novembre 2019 :

[Extinction Rébellion : pouvait-on filmer les arrestations par la police ?](#)

["De mauvais goût, offensant"? Pourquoi la rédaction a choisi de parler de la mort sous l'angle écologique](#)

31 octobre 2019 :

[Pentecôte, j'écris ton nom... Toussaint, j'écris "automne" ?](#)

18 octobre 2019 :

["Faky revient dans une version améliorée très prochainement" : quelle suite après le couac de la plateforme lancée par la RTBF ?](#)

[Faky, nouvel outil RTBF pour lutter contre la désinformation, suspendu, reviendra dans une version améliorée](#)

16 octobre 2019 :

[Quand le journaliste ne comprend pas sa propre interview : les dessous d'un reportage](#)

15 octobre 2019 :

[Quand les journalistes font des interviews sans connaître la langue : quel impact sur notre information internationale ?](#)

13 octobre 2019 :

[Affaire Dupont de Ligonès : comment la RTBF a pris part à l'erreur collective](#)

10 octobre 2019 :

[Affaire de mœurs de Thimister : fallait-il décrire la scène dans nos journaux ?](#)

04 octobre 2019 :

[Non, Jean-Luc Mélenchon n'a pas dit qu'il "devait tout" à Jacques Chirac](#)

30 septembre 2019 :

[INSIDE, pour une info plus ouverte](#)

[Jacques Chirac reposait déjà dans le "cimetière virtuel" de notre rédaction](#)

26 septembre 2019 :

[Dépêches d'agence : la RTBF "se contente de copier-coller"?](#)

17 septembre 2019 :

[Regardez le JT : verrez-vous ce qui a changé ?](#)

11 septembre 2019 :

["Tous les ans, on nous bassine avec cette rentrée des classes qui n'a aucun intérêt": le JT de la RTBF répond](#)

09 septembre 2019 :

[Vews et le "Sauvage", média \(im\)partial ?](#)

04 septembre 2019 :

[Comment se préparer à un crash d'hélicoptère ? Préparation d'un reportage royal en mer...](#)

07 juillet 2019 :

[INSIDE : les articles à \(re\)lire pendant les vacances](#)

27 juin 2019 :

[Pourquoi avons-nous publié la photo d'un père et de sa fille noyés ?](#)

25 juin 2019 :

[Pudeur ou dignité : ces corps imparfaits qui nous dérangent](#)

21 juin 2019 :

[Maduro-Guaido au Venezuela : la rédaction roule-t-elle pour un camp ?](#)

[Insécurité, coupures d'électricité, suspicion de partialité : le quotidien de notre correspondant au Venezuela](#)

20 juin 2019 :

[Feriez-vous un bon modérateur sur les réseaux sociaux ? Voici les travaux pratiques](#)

18 juin 2019 :

[Ces commentaires que vous ne verrez pas sur nos pages Facebook : nous les avons supprimés ou masqués](#)

06 juin 2019 :

[Ces images que nous n'aurions pas dû publier : pourquoi nos articles sont parfois mal illustrés](#)

31 mai 2019 :

[La rédaction est-elle soumise à la règle du "mort-kilomètre"?](#)

27 mai 2019 :

[PTB et Vlaams Belang sur nos antennes : un cordon sanitaire élastique ?](#)

26 mai 2019 :

[L'extrême droite apparaît dans notre JT: une rupture du cordon sanitaire?](#)

21 mai 2019 :

[La rédaction a-t-elle son mot à dire sur la publicité diffusée ?](#)

[Publicité : à quelles règles la RTBF est-elle soumise?](#)

10 mai 2019 :

[Ras-le-bol de l'info qui déprime : et si on parlait plutôt des solutions ?](#)

[Ras-le-bol de l'info qui déprime : parler des solutions, c'est encore du journalisme?](#)

09 mai 2019 :

[Des citoyens dans la peau des journalistes : « On a peut-être le droit d'être plus impertinent »](#)

07 mai 2019

[L'émission « les 109 » : « innovante » ou trop « superficielle » ?](#)

[Faut-il divertir pour ré-intéresser les citoyens à la politique ?](#)

28 avril 2019

[Factrice, cafetière, écrivaine : parler des femmes au féminin, certes... mais comment ?](#)

27 avril 2019

[Tuée parce que femme : faut-il parler de "féminicide"?](#)

19 avril 2019

[Avant les élections, c'est la "prudence" vis-à-vis des candidats](#)

14 avril 2019

[Période creuse, info creuse ? Ou comment on remplit les journaux en vacances...](#)

05 avril 2019

[Lilly la journaliste : le récap'](#)

[Poissons d'avril dans la presse, des fake news comme les autres ?](#)

25 mars 2019

[Quand Lilly en perd la voix](#)

23 mars 2019

[Christchurch, Utrecht... Parlons-nous trop ou pas assez vite de "terrorisme" ?](#)

18 mars 2019

[Lilly fait des heures supp'](#)

14 mars 2019

[Religieuses abusées dans l'Eglise : pourquoi elles ont osé témoigner](#)

11 mars 2019

[Des confettis pour Lilly](#)

01 mars 2019

[Un article, deux versions et 4 fois plus de visibilité : les résultats de notre expérience Facebook](#)

27 février 2019

[Gagner de l'argent grâce à une vache? Non, François De Brigode n'a jamais dit ça](#)

25 février 2019

[Lilly avant d'aller en studio](#)

[Procès Nemmouche: retour sur les coulisses du procès avec Justine Katz](#)

22 février 2019

[Orthographe : "La correction de la langue n'a pas l'air de faire partie des priorités des directions des médias"](#)

20 février 2019

[Orthographe : la rédaction prise en flagrant délit](#)

18 février 2019

[RTBF et "putaclic" : jusqu'où irons-nous pour vous faire cliquer ?](#)

[Lilly compte large](#)

12 février 2019

[La presse censurée par la Justice : la nouvelle circulaire qui fait bondir les journalistes](#)

11 février 2019

[Lilly s'emmêle les pinceaux](#)

[Pour contacter INSIDE INFO...](#)

08 février 2019

[Les écoles catholiques sont-elles les chouchoutes de nos journalistes ?](#)

04 février 2019

[Lilly se fond dans la masse](#)

01 février 2019

[Vos enfants et vos ados au JT : quand faut-il les flouter \(ou pas\) ?](#)

28 janvier 2019

[Lilly manque d'un rien d'assurance](#)

27 janvier 2019

["Ultra-droite", "Extrême droite", "Droite radicale"... Quels mots pour quelle réalité ?](#)

25 janvier 2019

[Commentez cet article pour lui donner une chance d'être lu... Ou comment la rédaction de la RTBF compose avec le géant Facebook](#)

21 janvier 2019

[Quand Lilly a la langue qui fourche](#)

20 janvier 2019

[Comptez les femmes expertes sur nos antennes : notre info est-elle sexiste ?](#)

["Le carnet d'adresses du journaliste, c'est le reflet de sa manière de voir le monde": entretien avec Safia Kessas, responsable de la Diversité à la RTBF](#)

15 janvier 2019

[Non, les gens en retard ne réussissent pas mieux : on a vérifié cette rumeur persistante](#)

14 janvier 2019

[Lilly au 16 rue de la Loi](#)

11 janvier 2019

[Pourquoi nous tenterons \(à nouveau\) d'aller couvrir les élections en République Démocratique du Congo](#)

10 janvier 2019

[Procès Nemmouche : comment la RTBF couvre ce procès d'envergure](#)

08 janvier 2019

[Après le faux décès d'une Gilet jaune... Devons-nous davantage entrer dans la bataille des fake news ? Et comment ?](#)

07 janvier 2019

[Lilly part en reportage sur le terrain](#)