



Médiation & Relation avec les publics

---

Bilan 2018

Avant-propos	3
2018 en chiffres	4
Relations avec les publics	5
Médiation éditoriale	7
Médiation des plaintes	14
Médiation culturelle	16

# AVANT-PROPOS

---

Le service de médiation et de relation avec les publics de la RTBF a pour ambition de nouer un **lien constructif** entre la RTBF et vous, nos publics.

Répondre à vos mails est un pan important de nos activités. Depuis plusieurs années, nous avons également développé des dispositifs spécifiques de médiation et d'éducation aux médias en collaboration avec différents secteurs de l'entreprise, pour faciliter les échanges de points de vue, l'explication des choix éditoriaux, des pratiques journalistiques et médiatiques.

Nous partons du principe, en effet, que pour mieux se comprendre, il faut d'abord mieux se connaître.

Trois formes de médiation coexistent ainsi :

- 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
- une **médiation des plaintes** qui s'attache aux questions plus sensibles.

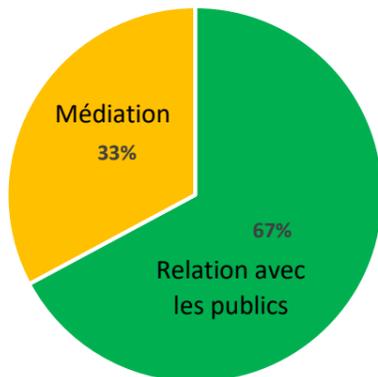
Chacune travaille un type de relation spécifique, mais vise toujours l'échange constructif.

L'année 2018 a renforcé et consolidé ces formes de médiation par la réalisation de **capsules pédagogiques** sur les pratiques journalistiques, par l'élargissement de l'offre de visite et le développement de supports pédagogiques, par le lancement de la page **INSIDE info** en collaboration avec la rédaction. Nous vous proposons de découvrir ces évolutions dans les pages qui suivent, aux côtés des bilans chiffrés de 2018.

Louise Monaux, Marie Gilson, Michèle Vanlaer



## 2018 EN CHIFFRES



**6.279** messages ont transité par le service de médiation et de relation avec les publics. Un travail de médiation a été effectué sur **2.062** d'entre eux.



**11.536** personnes ont découvert les studios de la RTBF, à Bruxelles, Marcinelle ou Liège, et appréhendé la production audiovisuelle et la fabrication de l'information, au travers des visites et des ateliers interactifs.



**13** capsules pédagogiques ont été produites pour vulgariser les fondamentaux de l'information et les pratiques journalistiques.



Plus de **30** questions de médiation ont été traitées dans le magazine de médiation et d'éducation aux médias, **MediaLog**

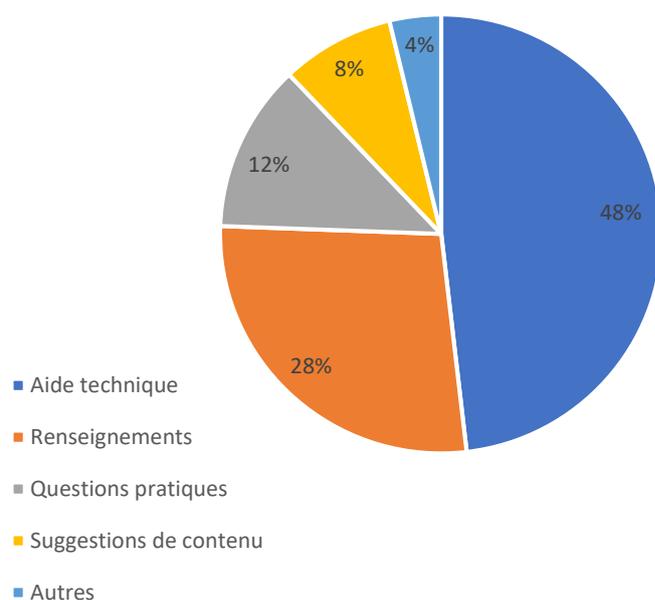
# INSIDE

**1** nouvel onglet a fait son apparition sur le site Info de la RTBF : en partant des questions des publics, **INSIDE** info revient sur les choix éditoriaux de la rédaction et les met en perspective dans des articles de fond.

# 1. LA RELATION AVEC LES PUBLICS

---

Sur les 6.279 messages qui ont transité à la médiation en 2018, 4.217 messages se rapportent à des questions d'utilisation et de consommation des médias de la RTBF.



Sur la totalité de ces 4.217 messages enregistrés, 2.031 concernent des demandes d'aides techniques, 1.156 des renseignements sur une émission ou un secteur de la RTBF (dans ce cas, notamment de la part des étudiants pour un travail d'étude); 521 demandes sont d'ordre pratiques et près de 350 messages proposent des idées, des sujets, des musiques, des séquences.



C'est **auvio** qui suscite le plus de questions, de demandes et d'assistance de la part des utilisateurs avec 1307 messages reçus en 2018. Ils mentionnent des problèmes lors la connexion ou à la lecture, des difficultés dans la recherche de contenus. Le nombre de questions concernant **auvio** a sensiblement augmenté de février à juin, après le lancement de l'inscription obligatoire, le 19 février 2018.



Parce ces questions étaient nombreuses, l'émission de médiation et d'éducation aux médias, *MediaLog*, y a consacré plusieurs séquences en février, mars, en avril et en mai. Elles ont été l'occasion d'expliquer et de répondre aux différents problèmes rencontrés, de rappeler des infos utiles et pratiques, de revenir sur les enjeux de l'inscription obligatoire.

D'autres questions techniques ont retenu votre attention et suscité vos réactions. Le désaccord entre Tune In et la RTBF a continué, en 2018, à générer son lot de réactions. Principalement parce que la firme Bose a changé de fournisseur d'agrégation de streams en novembre, passant de VTuner à TuneIn. Les radios de la RTBF n'étant plus reprises par TuneIn depuis l'automne 2016, les propriétaires d'appareils Bose ne pouvaient plus écouter les radios de la RTBF. La situation a été rétablie en juillet 2019. Les radios, webradios, ainsi que l'offre de podcasts de la RTBF sont depuis accessibles aux utilisateurs des enceintes connectées et des barres son BOSE.

La panne TNT de l'antenne de Profondeville, survenue le 30 décembre 2017 a débordé sur l'année 2018 et a généré 17 messages.

Enfin, la réduction des heures de diffusion de l'émetteur en ondes moyennes de Wavre a également suscité plusieurs messages d'incompréhension.



*MediaLog s'est également arrêté sur ces différentes questions. En janvier sur la panne TNT de l'émetteur de Profondeville, au mois de juin pour la fin de l'émission en ondes moyennes, au moins de décembre pour Tune In et Bose.*

Concernant les demandes et questions pratiques, les plus fréquentes restent, en 2018, les suivantes :

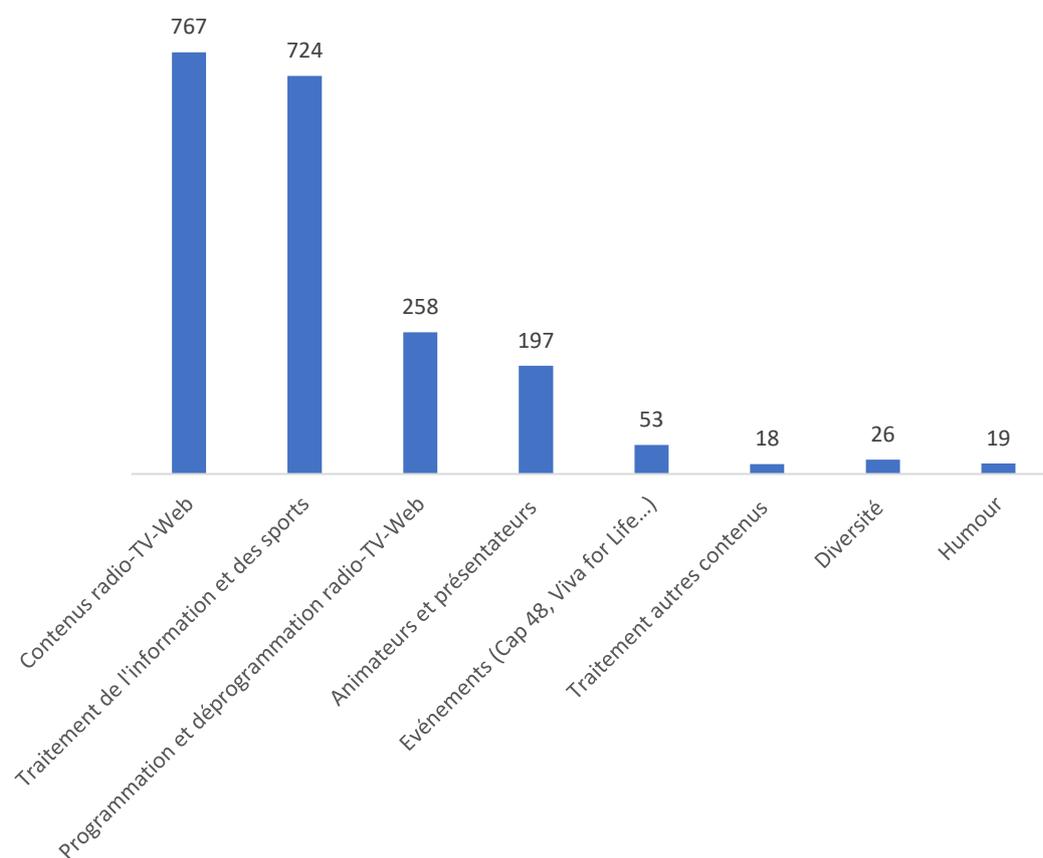
- La RTBF fournit-elle des gadgets et objets promotionnels ?
- Comment obtenir une archive ou une copie d'émission ?
- Quelle est la politique de la RTBF en matière de partenariats et sponsorings ?
- Où introduire sa demande de stage ?
- Où envoyer sa candidature spontanée ?

## 2. LA MÉDIATION ÉDITORIALE

---

En dehors des questions d'utilisation et de consommation des contenus et des médias de la RTBF, le service de médiation reçoit vos avis, questions de fonds ou interpellations. La frontière entre plaintes, avis ou interpellations est parfois mince. La plainte ne repose pas toujours sur des éléments factuels mais exprime des ressentis. Certains avis ressemblent à des questions ou inversement.

Nous regroupons les messages sur des questions de fonds en huit grandes catégories qui touchent aux contenus de la RTBF, à ses choix éditoriaux, aux valeurs de service public ou encore aux logiques de programmation :



L'**offre de contenus** toutes thématiques et tous médias confondus (divertissement, fiction, info, sport, services, culture, éducation permanente) rassemble 767 messages en 2018, qu'ils s'agissent d'avis, positifs ou négatifs, de questions ou d'interpellations. Ils portent sur la la qualité des contenus et l'offre par chaîne, sur la crédibilité des experts ou des invités, sur les sources utilisées, ...



L'une des interpellations récurrentes concerne la présence de magazine ou de télé-réalité française sur les antennes de la RTBF (*Tout le monde veut prendre sa place, Bienvenue chez nous, etc...*). L'émission *MediaLog* est revenue sur cette question dans son **débat du mois de janvier**.

Les messages mettent également en avant des contradictions entre la teneur de certains contenus et les valeurs affichées de l'entreprise. C'est le cas principalement en ce qui concerne la publicité. Si la programmation de publicités (géré par la RMB, filiale de la RTBF) et le développement des contenus sont gérés de façon totalement indépendante, l'effet ressenti d'une contradiction de message d'une publicité pour un SUV dans un documentaire sur les enjeux climatiques par exemple laisse de plus en plus perplexe les téléspectateurs, auditeurs et internautes.

Viennent ensuite les **questions de programmation et de déprogrammation** avec 258 messages. Les questions de disponibilité des contenus sur aúdio entrent dans cette catégorie (124 messages) et rattrapent en 2018 les réactions sur les grilles TV et radio (au nombre de 134). En télévision, Les déprogrammations de contenus génèrent vos réactions et c'est le manque de communication à ce sujet qui vous fâchent le plus. Qu'il s'agisse de séries, comme *Plus belle la vie* ou *Les feux de l'amour*, de changement dus aux sports ou aux éditions spéciales.

Concernant aúdio, vous pointez les délais et durées de mise en ligne. Les contenus absents ou pas complets réclament également vos explications.

En radio, c'est principalement la programmation musicale qui génère quelques réactions.

Les **animateurs et présentateurs** rassemblent 197 messages. Félicitations, encouragements mais aussi critiques : attitude désinvolte, vêtements inadaptés, ton grossier ou léger, agressivité ressentie dans la manière de parler aux invités ou aux auditeurs.

Les messages de soutien reçus suite au coup de gueule de **Cécile Djunga** entrent dans cette catégorie. Ils sont au nombre de 114.

Les **événements** comme Cap 48, Viva for Life, l'Eurovision, D6bels ou le concours Reine Elisabeth ont suscité 53 messages en 2018. Questions et interpellations sur la récolte de dons et leur distribution, sur la politique de solidarité mise en place par la RTBF.

Les questions de **diversité** vous laissent de moins en moins indifférents. Égalité et représentativité dans les contenus, rôle et place laissée aux expertes.



*Medialog* s'est emparé de la question de la diversité à travers la thématique du racisme ordinaire. Elle a fait l'objet du débat du mois de septembre 2018.



Le **traitement de contenus** hors info et sport, en particulier sur les sites tendances et culture récolte 18 messages.



Les contenus du Site Tendances de la RTBF, qualifiés de légers ou de racleurs par certains internautes ont fait l'objet d'une séquence dans *Medialog* en avril.

## “La médiation éditoriale, soit celle qui s’attarde à l’explication et l’analyse des choix éditoriaux, touche surtout l’information”

Le **traitement de l’information et des sports** compte 724 messages, dont la majorité sont des questions et des interpellations. C’est le journal télévisé et le site info qui génèrent le plus de réactions concernant le traitement de l’information. Nous les regroupons dans les sept catégories suivantes :

1. **L’exactitude des propos.** C’est-à-dire l’exactitude dans les dates, des noms ou des chiffres présentés. Ainsi que les réactions relatives à la qualité des **traductions** (8). L’analyse et le traitement des messages porte à 28 le nombre de réactions fondées sur 180 reçues dans cette catégorie.
2. **Les choix éditoriaux** (97 messages) : Ordre des sujets dans le JT, choix des titres sur le portail info, durée et contenu des éditions spéciales. Celle consacrée aux tueries à Liège ont particulièrement fait réagir (15 messages expriment que la RTBF a versé dans le sensationnalisme).



*MediaLog* a débattu à plusieurs reprises durant l’année 2018 à partir de vos questions sur les choix éditoriaux de la rédaction. La justesse des mots (« Le poids et choix des mots ») en avril, la couverture de la manifestation contre l’avortement en septembre, La couverture des tueries à Liège a quant à elle fait l’objet du débat de juin en centrant la réflexion sur le caractère violent de certaines images diffusées.

3. **La qualité du traitement** (pertinence dans les interviews, choix des intervenants, animation des débats, approfondissement du sujet, pluralité des points de vue) a rassemblé 82 messages.
4. Les questions d’**indépendance** dans le traitement des sujets, des journalistes et de la rédaction plus globalement s’élèvent au nombre de 64.



Le dispositif électoral et son application ainsi que le principe de cordon sanitaire a fait l’objet du débat d’octobre. En décembre, l’émission s’est largement consacrée à la question de la neutralité et de l’indépendance des journalistes à la RTBF. L’« affaire Eddy Caekelberghs » a fait l’objet d’une séquence en février. L’agression d’une journaliste lors d’une manifestation de gilets jaunes a également été traitée dans *MediaLog*, en novembre.

5. **Les pratiques journalistiques.** Beaucoup de questions (286) concernant l'information témoignent d'une méconnaissance des pratiques journalistiques. Ces questions ont nourri, en 2018, la création de capsules explicatives. Intitulée *Questions médias – L'ABC du journalisme*, elles reviennent sur les fondamentaux des pratiques journalistiques. La question de l'angle, de la ligne éditoriale, le choix des sources, les principes déontologiques.... Cette vulgarisation des pratiques journalistiques est indispensable pour permettre à la RTBF et à ses publics de mieux se comprendre pour mieux échanger par la suite.

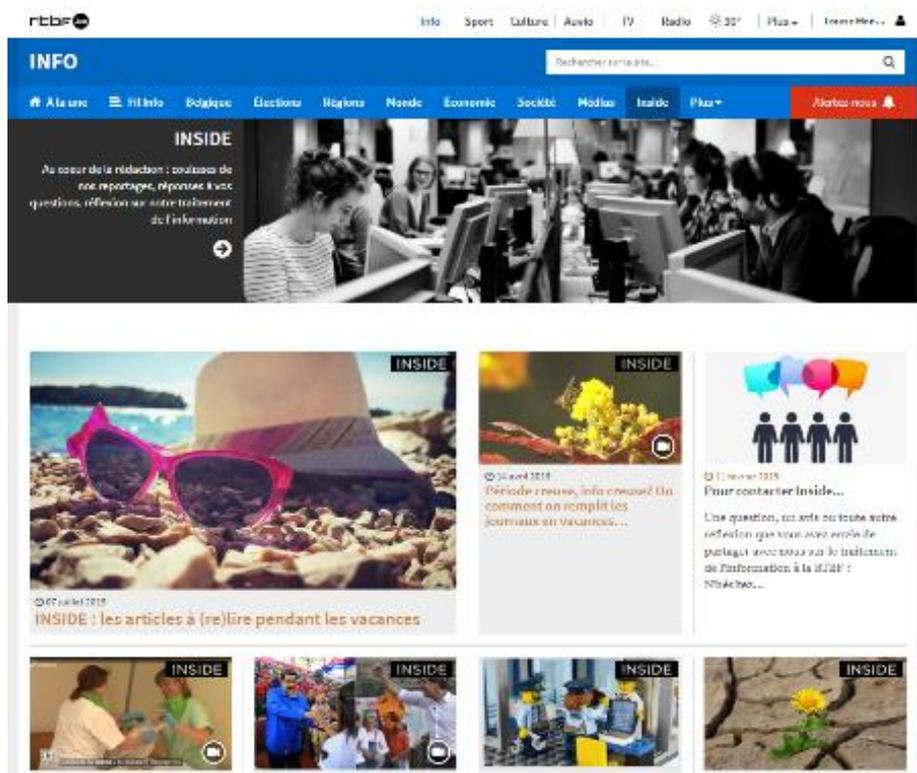


Les questions médias ont été diffusés dans *Medialog*, en parallèle ou en complément d'un débat ou d'une chronique de la médiation. Elles ont été l'occasion de revenir sur la manière dont on choisit l'info (en septembre), les questions d'heures de début du JT (en mars), la question de l'angle (en octobre), la différence entre infos prévisibles et imprévisibles et ce que cela a comme impact sur la couverture de l'information (en novembre).



La journaliste Alisson Delpierre à la présentation des capsules *Questions médias – L'ABC du journalisme*

*“ Le projet **INSIDE info** est un projet hybride médiation/rédaction. Il permet à la rédaction de mieux expliquer ses choix éditoriaux, en partant des questions du public. Et à la médiation de mieux faire comprendre les questions et ressentis du public à la rédaction. ”*



# INSIDE

Lancé en novembre 2018, la page **INSIDE Info** partage les réflexions de la rédaction et approfondit les explications sur les choix et le travail des journalistes. Les sujets traités dans

INSIDE Info s'appuient en grande partie sur les questions et réactions des publics qui parviennent à la médiation et sur les Réseaux sociaux.

>>> [www.rtbef.be/info/inside](http://www.rtbef.be/info/inside)

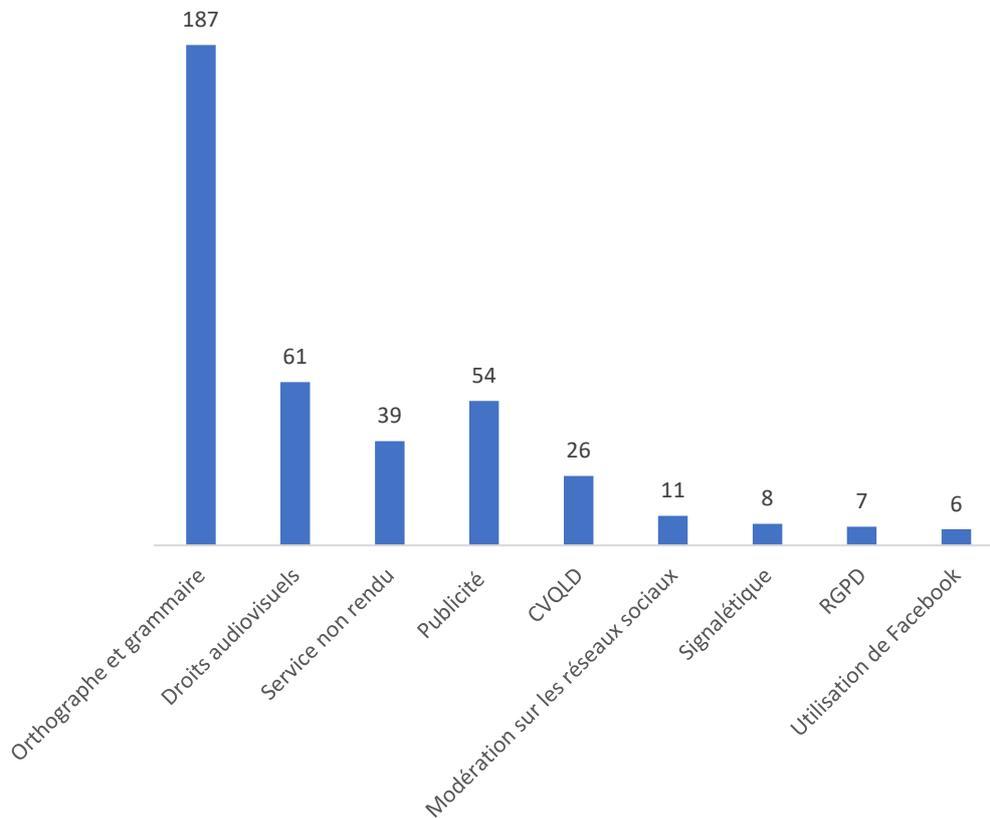
26 articles ont été publiés en 2018. Ils sont signés par des journalistes de la rédaction, nourris de vos questions, de vos réflexions et des échanges entre les journalistes, la médiation, les modérateurs des réseaux sociaux de l'info. Ils reviennent sur des choix, des pratiques, des erreurs, expliquent la démarche du projet :

- [Visite d'état d'Emmanuel Macron : la communication politique cadenassée. Comme d'habitude ?](#)
- [Rapatriement d'une famille en Serbie : "Il fallait leur donner une voix et un visage"](#)
- [Notre info, si blanche... : pourquoi et comment mieux incarner la "diversité" ?](#)
- [La RTBF empêchée de se rendre en République démocratique du Congo pour les élections](#)
- [Gare aux faux logos 'CE' : on s'est \(aussi\) fait piéger](#)
- [Le gardien des Red Lions qui a accordé une interview à La Première était en fait... l'ostéopathe de l'équipe](#)
- [Attentat de Strasbourg : pourquoi nous n'avons pas diffusé tout de suite l'identité du suspect ?](#)
- [Note De La Médiation : "On a tous un rôle à jouer dans l'objectivité"](#)
- [INSIDE, un projet de la rédaction et de la médiation... Mais la médiation à la RTBF, c'est quoi ?](#)
- [Manifestation des gilets jaunes à Paris : les dessous de cette photo](#)
- [La complexité d'informer sur la Russie : quelles sources pour couvrir l'actualité russe ?](#)
- ["Transmigrant" : un mot qui fait son chemin](#)
- [Entre-le on et le off, les coulisses d'une crise gouvernementale inédite pour les journalistes](#)
- [Comment le JT parle des sorties musicales \(ou pas\)](#)
- ["J'peux pas, j'ai climat": les journalistes, des manifestants comme les autres ?](#)
- [Le journalisme politique selon Pierre Magos: un travail qu'on fait sérieusement sans se prendre au sérieux](#)
- [Gilets jaunes et médias : quand la méfiance complique nos reportages](#)
- [Emeutes à Bruxelles en 2017 : tout bien réfléchi, s'agissait-il vraiment d'"émeutes"?](#)
- [Non, il ne faut pas de carte de parti pour devenir journaliste à la RTBF](#)
- [Nos reportages en Arabie Saoudite: une liberté d'informer sous surveillance](#)
- ["Footgate", "Kazakhgate", "Fortisgate"... mais d'où viennent donc ces "-gate"?](#)

### 3. LA MÉDIATION DES PLAINTES ET DES RÉCLAMATIONS

---

Nous avons reçu 422 plaintes marquées durant l'année 2018. Elles touchent les domaines suivants :



Les plaintes relatives à **l'orthographe** et au **bon usage de la grammaire** restent constantes par rapport à l'année 2017. C'est principalement l'information qui est concernée par les mécontentements des lecteurs et téléspectateurs : fautes d'orthographe dans les articles du site info, dans les sous-titres du journal télévisé.

Les **questions de droits** (droits d'auteur, droit à l'image etc...) relèvent de situations personnelles et spécifiques. Elles sont relayées et traitées par la direction juridique de la RTBF.

La **publicité** a suscité moins de réactions qu'en 2017. Générique de films coupés par la publicité, volume sonore des publicités, réaction sur le contenu des publicités, et tunnels de pub rassemblent les contestations des publics.



En juin, *Medialog* a consacré une séquence à la question des écarts de volume sonore des publicités.

L'émission **C'est vous qui le dites** incarnée encore en 2018 par Benjamin Maréchal continue de susciter des réactions. 26 plaintes sont spécifiquement adressées à la médiation sur le choix des thèmes de débat et sur la manière de les mener. Ces réactions ont atteint leur paroxysme après le débat consacré le 12 janvier 2018, aux propos de Brigitte Lahaye sur le viol.



*Medialog s'est arrêté sur la polémique qui a suivi l'émission C'est vous qui le dites du 12 janvier. L'équipe y a décrypté l'ampleur que la polémique a prise sur les réseaux sociaux et la décision de Benjamin Maréchal de quitter C'est vous qui le dites.*

La **modération** et la présence de la RTBF sur les **réseaux sociaux** amènent également des plaintes de la part des internautes, qu'il s'agisse de signalements, de réactions après une modération estimée injuste ou des liens jugés « trop étroits » entre la RTBF et Facebook (« pourquoi devons-nous être inscrits sur Facebook pour pouvoir vous laisser un commentaire, réagir sur vos contenus ? »).



*En novembre 2018, MediaLog a consacré un débat autour de la présence de la RTBF sur Facebook en posant cette question : « Connectés ou exclus ? ».*

La **signalétique** a récolté 8 plaintes en 2018. Elles portent sur les contenus des bandes-annonces de programmes contenant une signalétique et leur conformité avec les restrictions horaire imposées à ces programmes.



*La signalétique dans les bandes annonces a été traitée en mai dans l'émission MediaLog.*

L'entrée en vigueur du **RGPD** en mai 2018 a suscité plusieurs réactions. Elles concernent l'inscription obligatoire sur auvia. Le public se demande si cette inscription est, d'une part compatible avec les valeurs de service public, d'autre part, si elle est conforme au règlement général sur la protection des données. La prise de contact avec la RTBF, via les formulaires, fait réagir également lorsqu'il s'agit de devoir s'identifier avant de poser sa question.



*L'administrateur général est venu sur le plateau de MediaLog du mois de juin répondre à l'ensemble de ces questions sur l'utilisation par la RTBF des données personnelles.*

L'**accessibilité** aux programmes pour les personnes à déficience sensorielle a généré quelques plaintes en 2018. Principalement à propos de l'audiodescription des séries belges. La remise tardive ou la non remise des lots gagnés lors de **concours** fait aussi réagir. Ces deux types de réactions sont classées dans la catégorie « service non rendus ».

## 4. LA MÉDIATION CULTURELLE

---

*“ La médiation culturelle vise à réduire les écarts de compréhension entre la RTBF et ses publics par l’échange et le dialogue direct, par la découverte et l’immersion dans les infrastructures (studio, régie, etc...) et dans les différents métiers qui se pratiquent au sein de la RTBF. ”*

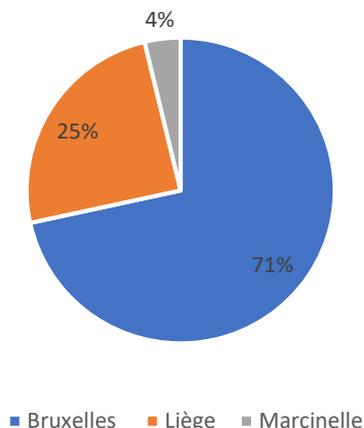
Visites thématiques, rencontres et ateliers d’immersion sont les activités développées par notre service de médiation pour réduire les incompréhensions et méconnaissances entre le producteur de contenus qu’est la RTBF, sa rédaction et les récepteurs de ces contenus que sont les publics. Ces activités sont conçues pour que l’un et l’autre se comprennent mieux et puissent échanger différemment, directement, sans passer par le filtre du mail.



Quatre types de **visite** sont proposés aux publics. Une visite généraliste à Bruxelles et à Liège, une visite sur la fabrication de l’information à Bruxelles ou des Niouzz à Liège, une visite à DreamWall et KeyWall autour de la technologie virtuelle, une visite Access, (également à Bruxelles), qui permet de découvrir le travail de la RTBF pour l’accessibilité des personnes à déficience sensorielle et déchanger avec les équipes en charge de cette accessibilité.

En 2018, **345 visites** ont été réservées sur les trois sites de la RTBF. Ce qui porte le nombre de participants à près de **11.500 personnes**.

Nombre de visites Info	53
Visite généraliste	275
Visite Technologie virtuelle	13
Visite Access	4



A côté de ces visites thématiques, les **ateliers d'immersion** permettent aux participants une plongée dans la réalité de l'édition ou du travail de modérateur.

Cet exercice immersif les confronte aux réalités du terrain :



- à l'abondance des sources d'information et la difficulté de faire des choix, à la relativité de ses choix en se mettant dans la peau d'un éditeur du journal parlé
- aux limites de la liberté d'expression, en se mettant dans la peau d'un modérateur des pages Facebook de la RTBF

25 ateliers ont été organisés en 2018. Ils durent 3 à 4 heures, durant lesquelles les participants se confrontent aux contenus, aux réalités, à la production médiatiques et journalistiques, interagissent entre eux et avec les éditeurs et modérateurs de la RTBF.

En leur donnant des clés de compréhension, par l'immersion, ils permettent aux moments d'échanges d'être nourris de nouvelles réflexions, expériences, connaissances.

	METTRE CHAQUE PARTICIPANT DANS UNE SITUATION....	POUR L'AMENER À...
Axe 1	J'analyse mes réactions face au contenu	REFLECHIR
Axe 2	Je confronte mes réactions à celles des autres	INTERAGIR
Axe 3	J'endosse un rôle, une responsabilité, je me mets dans la peau de...	PRATIQUER
Axe 4	Je rencontre des professionnels	ECHANGER
Axe 5	Je fabrique du contenu, je mets en forme	PRODUIRE
Axe 6	Je bouleverse les codes et les règles	CRÉER

Les axes pédagogiques des ateliers d'immersion

## Préparer et poursuivre l'activité avec sa classe...



Des collaborations avec le secteur de l'enseignement offrent un prolongement à nos activités de médiation culturelle (dossier pédagogiques, capsules *Questions des médias*) mais aussi, en amont, l'occasion de se préparer avec sa classe. Des formations sont organisées pour les enseignants, en collaboration avec la Ville de Bruxelles et Le Caf de Tihange. Elles s'appuient sur les ateliers et sur le relevé des compétences transversales développés dans les ateliers pour le cours *d'Education à la philosophie et à la citoyenneté*, de *Français* et de *Formation économique et sociale*.

>>> [www.rtbef.be/inside](http://www.rtbef.be/inside)



Bilan annuel du service de Médiation & de Relation avec les publics - Année 2018

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

[mediation@rtbf.be](mailto:mediation@rtbf.be)

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