

ENTRE NOUS

Cultiver le lien de confiance

Dans un paysage médiatique en constante évolution, la qualité de la relation avec l'ensemble de ses publics est plus que jamais essentielle pour la RTBF. Par le biais de la médiation et des contenus dédiés à l'éducation aux médias, la RTBF s'engage en faveur d'un dialogue ouvert et transparent.

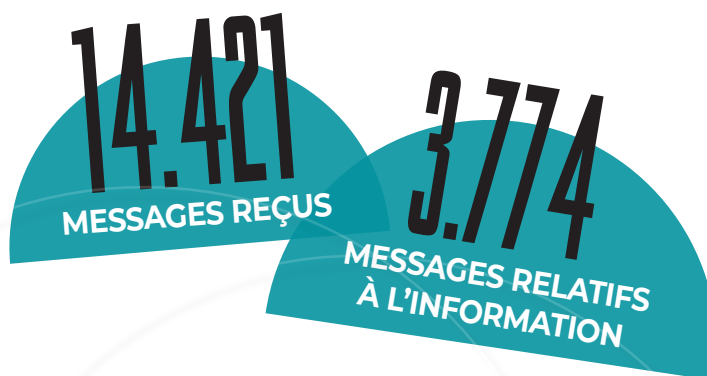
Les missions du service de médiation et de relation avec les publics en 5 grands axes.

1. Encourager une culture du public en interne
2. Accueillir les publics à la RTBF
3. Construire des dispositifs d'échanges approfondis
4. Éditorialiser l'échange avec les publics
5. Rapporter et faire circuler

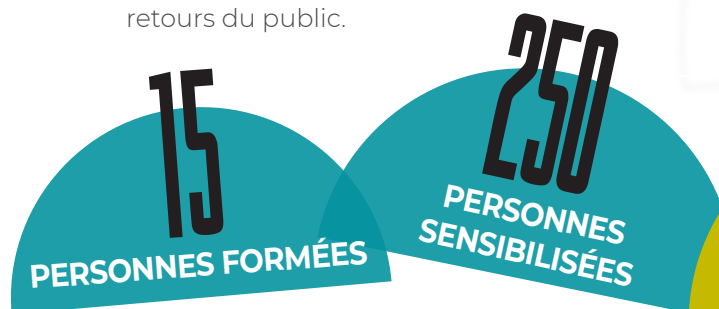
L'espace **CONTACT** sur le site **RTBF.be** est désormais l'unique point d'entrée pour trouver une réponse à sa question, le formulaire d'inscription à une activité ou une émission de la RTBF.

L'interface a été lancée le 6 mai avec à bord les équipes d'Auvio et de la Médiation, suivies par les équipes de RTBF Actus et de l'Info, qui sont également très concernées par les retours du public.

Une première analyse concernant ce nouvel espace Contact montre une satisfaction de la part du public. Des ajustements restent nécessaires, comme l'amélioration du délai des réponses.



Les questions liées à l'utilisation de nos plateformes Auvio et RTBF Actus viennent en priorité, arrivent ensuite les réactions sur les contenus d'informations, les choix éditoriaux, la qualité des interventions, le pluralisme et la compétence des invités.



Depuis son lancement, ce nouvel espace unique a permis d'améliorer la fluidité et l'efficacité du traitement des demandes du public. C'est aussi une source d'enseignements utiles pour les équipes internes, dans leur lien avec les publics.



En dehors de l'information, le public réagit pour les catégories suivantes :

- 36,6 % Sports
- 15,7 % Culture et musique
- 12,6 % Fictions
- 12,0 % Divertissement
- 11,6 % Société
- 9,4 % Documentaire
- 5,5 % Services
- 0,6 % Jeunesse

Total de 1480



300
INSIDERS

Les activités *Inside* sont des activités d'éducation aux médias. L'objectif est de favoriser le développement de l'esprit critique dans l'utilisation et les relations avec les médias. Pour accompagner le groupe en visite, aux côtés des guides dédiés, des internes sont également sollicités, les « insiders » pour présenter leur métier et répondre aux questions.

Ces activités sont ouvertes à tous à partir de 8 ans. Les groupes viennent principalement du monde scolaire mais le milieu associatif, les groupes de seniors, les hautes écoles et universités font aussi partie de groupes de visiteurs réguliers.

Des événements tels que la *Semaine de l'éducation aux médias*, *La semaine du numérique*, le *Safer Internet Day*, *La Fête des droits de l'enfant* ou encore l'action européenne *Leave your mark's – Countering fake-news and hate speech online*, auxquels la RTBF apporte son soutien, participent également à cette sensibilisation à une utilisation avertie des médias.

Qu'est-ce que l'éducation aux médias ?

En lien avec ses missions de service public, la RTBF a pour vocation de « faire société », de faire sens et de créer du lien. L'ambition est de « *décoder les médias afin de développer l'esprit critique, l'émancipation individuelle et la cohésion sociale, d'accompagner les publics en quête de repères notamment dans l'univers numérique et d'encourager leur participation* » (point 11 CG).

Pour cela, un ensemble de contenus sont prévus et diffusés dans les formats adaptés aux différents publics. Ils le sont de manière transversale (ex. : dans un JT) ou à travers un contenu dédié tel que *l'Internet show*

12.289
PERSONNES
(BRUXELLES ET LIÈGE)



ou *D-Nomade*, ou lors de chroniques récurrentes dans des émissions thématiques comme *Tendances Première*, *Entrez sans frapper* ou *On n'a pas fini d'en parler*.



Les contenus d'information qui décryptent les médias ou le traitement médiatique de l'actualité participent également à cette approche comme *Inside*, *Décode/Faky*, *Matin Première*, *Déclic/Le monde en direct*, *JT/JP*, *QR*, *Les Niouzz*, *Mise à jour* et *Izi News/TarmActu*.



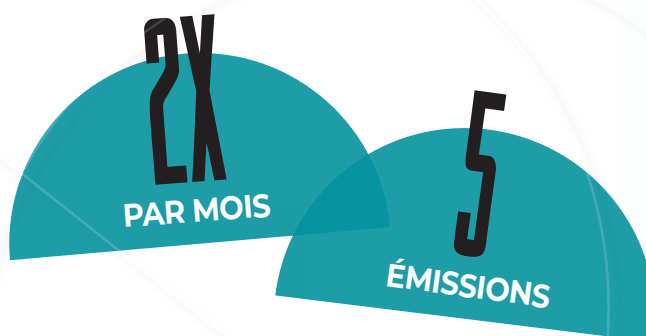
Les *Niouzz* diffusent des contenus pour expliquer et accompagner les plus jeunes dans l'univers médiatique connecté avec *Luana t'explique*.

Lors de leur venue dans les écoles, les enfants ont participé aux séquences diffusées dans *On n'a pas fini d'en parler*.



Nouveautés 2024 :

- > Le rendez-vous télé *Pause Média*
- > *Les Clés* : une classe de 5^e ou 6^e assiste à l'émission à la RTBF, participe à l'enregistrement sur un thème sélectionné par et avec la classe (ex. : la place de l'IA à l'école)



- > Les podcasts *Hors ligne* (8 épisodes) et *Good Game*, ou encore *AVenir* (passé, présent et avenir du jeu vidéo - 2 numéros).





La RTBF collabore étroitement et depuis toujours avec les acteurs de l'éducation aux médias et noue régulièrement des partenariats avec les organisations nationales ou internationales actives dans le domaine de l'éducation aux Médias, comme le CSEM, l'UNESCO, l'UER, Media Animation, les médias de proximité et Presse.be (le

Rallye des médias), l'AJP (Journalistes en classe), l'ULB (D-Nomade et le Certificat interdisciplinaire en EM), la VUB (*Difference day*), l'UCL, l'IHECS, le Mundaneum, l'ASBL Badge (Fête des droits de l'enfant), l'ASBL La Loupiotte, la FWB (SGNE – e-classe), Enabel et Amnesty International (Questions vives)...

