



UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

FACULTE DE LETTRES, TRADUCTION ET COMMUNICATION

La consommation de l'information télévisuelle par les *digital natives* en Belgique francophone.

Dans quelle mesure l'offre de la RTBF et de RTL TVI
correspond-elle aux attentes des 18-38 ans ?

LINON, Fanny

Mémoire présenté sous la direction de
Florence Le Cam en vue de l'obtention
du titre de Master en Journalisme, à
finalité journalisme, politique et
société en Belgique.

Année académique 2017-2018

Résumé du mémoire

Linon Fanny

Journalisme à finalité journalisme, politique et société en Belgique

Année académique 2017-2018

Titre: La consommation de l'information télévisuelle par les *digital natives* en Belgique francophone.

Sous-titre: Dans quelle mesure l'offre de la RTBF et de RTL TVI correspond-elle aux attentes des 18-38 ans?"

Mots-clés: *digital natives; RTBF, RTL TVI, information, télévision, consommation médiatique, journalisme.*

Résumé: Ce travail présente un état des lieux de la consommation de l'information télévisuelle des digital natives en Belgique francophone. À partir des résultats d'une enquête quantitative de 487 réponses et d'une enquête qualitative sur 20 personnes âgées de 20 à 37 ans, des entretiens ont été réalisés auprès d'acteurs de la RTBF et de RTL TVI pour connaître leurs démarches de traitement de l'information destinée à ce public. Notre recherche montre que la modification de l'offre sur le plan digital convient en partie aux attentes de cette génération, mais qu'une évolution peut être entreprise. Nos enquêtes mettent en évidence les critiques que le public de 18-38 ans adresse aux médias traditionnels et en particulier à l'information télévisuelle. Enfin, ce mémoire contient des propositions de pistes à expérimenter par la RTBF et RTL TVI afin de proposer des formats et contenus d'information les plus adaptés à notre public cible.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier ma professeur Florence Le Cam pour avoir accepté d'être ma promotrice et pour m'avoir ainsi guidée et conseillée tout au long de son accompagnement.

Je remercie également monsieur Jean-Jacques Jespers pour son regard avisé sur mon sujet de recherche

Mes remerciements vont également à Alain Dremière, Fabrice Massin, Jean-Paul Philippot, Julien Faucheux, Laurent Haulotte, Laurent Henrard, Martin Vachiery, Olivier Dwelshauvers et Yves Thiran qui ont accepté de me consacrer leur temps ainsi que pour les entretiens enrichissants qu'ils m'ont permis de récolter.

Je tiens à remercier sincèrement Alexia Duquesne, Anthony Jacques, Audran Guillaume, Audrey Libin, Charlotte Bertin, Chloé Vanderlinden, Hugo Vandercammen, Julien Potvin, Laetitia Norro, Ludovic de Beer, Manon Triffey, Merlin de Halleux, Quentin Ferrari, Roland Voglaire, Rosalie Dessy, Samantha Crispin, Sarah Decoster, Sophie Cordonnier, Tuline Akay et Valérie Ortegat pour le temps qu'ils m'ont accordé afin d'alimenter mon enquête qualitative.

Merci aux 487 personnes qui ont pris le temps de remplir mon questionnaire et enrichir mes données. Merci également à toutes les personnes qui ont partagé ce formulaire et qui ont permis d'atteindre un si grand nombre de répondants.

Je remercie Audran Guillaume, Sophie Cordonnier et William Collard pour leur aide précieuse.

Merci à ma mère Muriel van Ruymbeke pour ses innombrables relectures, ses conseils, ses commentaires et pour son soutien sans faille. Merci également à mon frère Gauthier Linon et mon père Jacques Linon pour l'aide et la motivation qu'ils m'ont apportées.

Merci à Joey Van Impe pour sa patience, son écoute et ses encouragements tout au long de la réalisation de ce mémoire. Merci aussi pour tous nos débats autour de ma question de recherche qui m'ont aidée à affiner ma réflexion autour de ce sujet.

Table des matières

1. Introduction.....	p. 6
2. Méthodologie.....	p. 8
3. Revue de littérature.....	p. 9
3.1. Les médias face à l'arrivée du numérique.....	p. 10
3.2. Les digital natives.....	p. 16
3.3. La consommation médiatique.....	p. 17
3.4. Utilisation des sources.....	p. 22
4. Contexte télévisuel en Belgique francophone.....	p. 22
4.1. Historique.....	p. 22
4.2. Les modèles économiques	p. 24
4.3. L'information sur Google et Facebook	p. 25
4.4. Les mesures d'audience.....	p. 26
5. Analyse de l'enquête quantitative.....	p. 27
5.1. Présentation de l'enquête	p. 27
5.2. Présentation de l'échantillon	p. 31
5.3. Analyse de la consommation médiatique des 18-38 ans et comparaison avec les générations précédentes.....	p. 34
5.4. Analyse des données sur la consommation des journaux télévisés par les <i>digital natives</i>	p. 41
5.5. Discussion des résultats.....	p. 55
6. Analyse de l'enquête qualitative.....	p. 60
6.1. L'information télévisuelle en question.....	p. 61
6.2. Éléments notoires.....	p. 62
6.3. Techniques appréciées.....	p. 71
6.4. Pistes d'adaptation des modèles.....	p. 77
7. Analyse transversale.....	p. 86
7.1. Points majeurs ressortant des enquêtes.....	p. 87
7.2. Réponses de la RTBF et de RTL TVI.....	p. 88
8. Conclusion	p. 92
9. Bibliographie.....	p. 94
10. Annexe 1 : Réponses aux questions ouvertes du questionnaire.....	p. 97
11. Annexe 2 : Entretiens de l'enquête qualitative.....	p. 137
11.1. Entretien avec Charlotte Bertin.....	p. 137
11.2. Entretien avec Sophie Cordonnier.....	p. 138

11.3.	Entretien avec Laetitia Norro.....	p. 139
11.4.	Entretien avec Audran Guillaume.....	p. 140
11.5.	Entretien avec Alexia Duquesne.....	p. 141
11.6.	Entretien avec Rosalie Dessy.....	p. 142
11.7.	Entretien avec Julien Potvin.....	p. 143
11.8.	Entretien avec Chloé Vanderlinden.....	p. 143
11.9.	Entretien avec Manon Triffoy.....	p. 144
11.10.	Entretien avec Quentin Ferrari.....	p. 145
11.11.	Entretien avec Anthony Jacques.....	p. 146
11.12.	Entretien avec Ludovic de Beer.....	p. 148
11.13.	Entretien avec Tuline Akay.....	p. 149
11.14.	Entretien avec Audrey Libin.....	p. 150
11.15.	Entretien avec Hugo Vandercammen	p. 151
11.16.	Entretien avec Sarah Decoster.....	p. 152
11.17.	Entretien avec Samantha Crispin	p. 154
11.18.	Entretien avec Merlin de Halleux	p. 156
11.19.	Entretien avec Roland Voglaire	p. 156
11.20.	Entretien avec Valérie Ortegat	p. 157
12.	Annexe 3 : Entretiens avec les experts.....	p. 159
12.1.	Entretien avec Julien Faucheux, responsable marketing de RTL TVI	p. 159
12.2.	Entretien avec Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF....	p. 161
12.3.	Entretien avec Alain Dremière, éditeur de Vews	p. 162
12.4.	Entretien avec Fabrice Massin, responsable stratégie digitale RTL TVI... p.	166
12.5.	Entretien avec Olivier Dwelshauvers, chef de projet client chez EVS.....	p. 171
12.6.	Entretien avec Laurent Henrard, présentateur de Vews.....	p. 172
12.7.	Entretien avec Laurent Haulotte, directeur information RTL TVI.....	p. 173
12.8.	Entretien avec Yves Thiran, chef de la rédaction Info nouveaux médias de la RTBF.....	p. 175
12.9.	Entretien avec Martin Vachieri, éditeur de Check.....	p. 177

1. Introduction

Dans le monde entier, l'arrivée du Web a bouleversé les entreprises et les groupes médiatiques n'ont pas été épargnés. En Belgique plus particulièrement, ce changement de paradigme a impacté les rédactions des chaînes de télévision RTBF et RTL TVI. Celles-ci ont mis en place un processus d'adaptation à l'ère digitale, dans l'objectif de continuer à informer leur public de la manière la plus complète possible. L'entreprise publique comme l'entreprise privée prévoient d'ailleurs de continuer à s'adapter. Les changements déjà implémentés, comme ceux qui sont simplement projetés, visent à réagir à une consommation médiatique toujours plus fragmentée. L'une des questions de ce mémoire est de savoir si ce morcellement s'opère à toutes les tranches d'âge ou s'il est plus marqué chez les 18-38 ans, natifs du numérique une catégorie d'âge généralement désignée sous l'anglicisme de *digital natives*. Si nous avons décidé de nous intéresser à cette tranche d'âge, c'est qu'elle constitue la réserve de consommateurs d'information de demain. Dans un contexte où les *Fake News* se multiplient, il nous a semblé intéressant de nous questionner sur la façon de continuer à rester crédible, intéressant et même attirant vis-à-vis de ce public. Pour affiner cette question de recherche, nous avons énoncé trois hypothèses auxquelles nous tenterons de répondre dans la conclusion :

- Hypothèse 1: Les digital natives consomment l'information différemment de leurs aînés.
- Hypothèse 2: Les rédactions de RTL TVI et de la RTBF adaptent leur offre en matière d'information dans le but de répondre aux attentes de ce nouveau public.
- Hypothèse 3: Les modifications de l'offre en matière d'information de la RTBF et de RTL TVI répondent à la demande des *digital natives*.

Pour appréhender ce vaste sujet, nous avons pensé que la première étape consisterait à enquêter à propos de la consommation de l'information par les *digital natives*. Utilisent-ils plus de diversité de plateformes que ne le font leurs parents ? S'informent-ils plus que d'autres publics sur les réseaux sociaux ? Quels sont les contenus et les thèmes d'actualité particulièrement recherchés ? Afin de répondre à ces questions, nous avons réalisé deux enquêtes. La première d'entre elles, une enquête de nature quantitative a été réalisée entre le 9 février et le 22 mars 2018. Elle a obtenu 487 réponses. Nous avons ensuite entrepris une enquête qualitative alimentée de 20 entretiens menés auprès de personnes âgées de

20 à 37 ans. Nous avons, parallèlement à ces entretiens, interviewé une petite dizaine d'experts, à qui nous avons demandé de décrire les stratégies mises en place par leur média, ou leur société, pour répondre aux attentes des *digital natives*. La confrontation des résultats des deux enquêtes avec les stratégies des médias constitue ensuite une analyse. Celle-ci propose non seulement une évaluation des stratégies des médias en fonction des résultats des enquêtes, mais également quelques pistes qu'il nous semblait intéressant de lancer dans l'objectif de reconnecter les deux chaînes d'information télévisuelles avec leur public âgé de 18 à 38 ans.

Les apports principaux de ce travail consistent d'une part dans les résultats de l'enquête quantitative et son analyse. Ils mettent en évidence les grandes tendances caractérisant la consommation d'information télévisuelle par le public belge francophone de 18 à 38 ans, un sujet à propos duquel il existe jusqu'à présent peu de sources publiées. Il faut cependant préciser dès à présent les limites de cette enquête quantitative : tout d'abord, l'échantillon des répondants à cette enquête n'est en aucun cas représentatif des Belges francophones, qu'il s'agisse de l'échantillon général ou de celui des *digital natives*. Les proportions socioculturelles et géographiques ne sont pas caractéristiques de la population ni les pourcentages concernant les niveaux d'études. D'autre part, ce mémoire est un travail de master en journalisme. Par conséquent, certains aspects liés par exemple à l'économie des médias ou à la sociologie des *digital natives* n'ont pas été approfondis. Avec le regard d'une future professionnelle en journalisme, l'enquête est donc destinée à esquisser des lignes directrices de l'information télévisuelle sur la partie de la population dont nous faisons partie.

Plus que les résultats de l'enquête quantitative, le principal atout du travail réside plutôt dans l'analyse qualitative qui a étudié les réponses aux questions ouvertes et celles données lors des entretiens individuels). Ce chapitre apporte trois points principaux : la mise en évidence des insatisfactions des *digital natives* en matière de contenu et de qualité de l'offre actuelle, l'expression des désirs d'amélioration et enfin la proposition de pistes d'adaptation possibles pour les deux chaînes belges francophones.

2. Méthodologie

Notre travail de recherche a d'abord consisté à chercher dans la littérature les travaux se rapprochant de notre question de recherche. Après avoir mis en place le cadre théorique, nous avons pu élaborer les questions à placer dans notre enquête quantitative. Nous avons fait le choix de réaliser celle-ci sur le programme "Google Forms" par sa facilité d'utilisation et de diffusion. Le lien de l'enquête a été partagé sur Facebook et par e-mail et a atteint 487 personnes âgées de 13 à 86 ans. C'est volontairement que nous avons choisi d'adresser l'enquête à toutes les tranches d'âge afin de nous constituer une base de données regroupant l'échantillon le plus représentatif possible de la population belge francophone. L'objectif était de pouvoir comparer la consommation d'information de notre public cible à celle des plus âgés dans l'espoir de dégager de premières constatations. L'analyse des données s'est donc déroulée en deux étapes. La première était composée d'un constat sur la consommation médiatique générale des 18-38 ans comparée à celle de leurs aînés afin d'en extraire plusieurs différences. La deuxième portait sur l'observation de l'usage des journaux télévisés de la tranche d'âge 18-38 ans. Nous nous sommes basés sur la définition de Marc Prensky de 2001 pour établir notre public cible. Les digital natives représentent les personnes nées à partir de 1980¹. Après une première analyse de l'enquête sur Excel, une forte différence socio-économique s'est dégagée entre les répondants de la première tranche de notre public et la deuxième. En effet, alors que les 18-27 ans sont majoritairement des étudiants dont beaucoup vivent encore chez leurs parents, les 28-38 ans sont majoritairement des travailleurs. À partir de cette constatation, il nous a semblé pertinent de considérer notre échantillon en deux groupes distincts.

Après une analyse plus approfondie des chiffres de l'enquête et la création de graphiques, nous avons confectionné un questionnaire destiné aux entretiens qualitatifs. Celui-ci nous a servi à alimenter le tableau de la consommation médiatique des digital natives, mais également à composer un modèle de média d'information favorable au 18-38 ans que nous avons ensuite appliqué à la RTBF et RTL TVI. Une fois mis sur papier, nous avons donc commencé les entretiens auprès de 20 personnes âgées de 20 à 37 ans. Tout au long de l'année, nous avons réalisé des entretiens avec des acteurs de

¹ «Digital immigrants», Prensky (Marc), "Digital Natives, Digital Immigrants", in : *On the Horizon*, n° 5, 2001, p.1.

l'information télévisuelle. Nous avons donc contacté Jean-Paul Philippot, Yves Thiran, Alain Dremière, Laurent Henrard, Laurent Haulotte, Fabrice Massin, Julien Faucheux, Olivier Dwelshauvers et Martin Vachier. Les premiers entretiens servaient majoritairement de base pour nous constituer une connaissance du sujet, ensuite nous avons réalisé les interviews dans l'idée de confronter les acteurs des entreprises médiatiques aux résultats de nos enquêtes et aux attentes de nos répondants. Afin de rassembler toutes les informations et configurer une analyse pertinente, nous avons répondu à notre question de recherche dans une analyse transversale qui comprend également les pistes que nous proposons pour rendre le contenu et le format de l'information proposée par RTL et la RTBF plus intéressante pour notre public cible.

3. Revue de littérature

Avant de délimiter le périmètre thématique du présent mémoire, il était important de prendre connaissance d'un certain nombre de publications nous permettant de nous faire une idée plus précise des changements récemment vécus par les médias à la suite de l'irruption du numérique dans leurs champs d'action. Nous avons également cherché à documenter les tranches d'âge de consommateurs les plus sensibles à cette transformation au point d'impacter les stratégies rédactionnelles et technologiques des médias. Nous avons enfin tenté d'identifier les pistes de reconnexion possible entre les médias et leur public. À la suite de ces lectures, il nous a semblé le plus pertinent d'arrêter notre choix de public cible sur les natifs du numérique, ces personnes nées entre 1980 lorsque le numérique est apparu et 2000, lorsqu'il s'est ancré dans les mœurs. En effet, la littérature explique que la consommation médiatique de ces sujets, par rapport à celle de la génération précédente, est manifestement transformée par l'utilisation du numérique, ce qui a pour conséquence de forcer les médias d'information à se repositionner par rapport à ces nouvelles attentes. Cette revue de littérature présente les principaux travaux relatifs aux différentes thématiques abordées dans ce mémoire.

En ce qui concerne le public belge, sa consommation est peu abordée dans la littérature. Les travaux de Bijleveld, Meier ainsi que Sonnac et Gabszewicz permettent de tisser une trame théorique intéressante sur les volontés et intérêts du public que nous pourrions mettre en perspective avec les stratégies des chaînes de télévisions belges. La problématique de l'*infotainment* développée par Jean-Jacques Jaspers et Patrick Amey

nous intéresse particulièrement au vu des résultats de notre enquête quantitative et de l'attrait grandissant pour l'information traitée de manière ironique.

3.1. Les médias face à l'arrivée du numérique

Les ouvrages de Patrice Flichy et Henry Jenkins nous éclairent sur les difficultés rencontrées par les médias lors de l'arrivée du numérique tout comme ceux de Fassarella et de Negrodo . La notion de convergence est largement abordée et permet d'observer à quel point l'avènement d'internet et a fortiori des Digital Natives a bousculé l'ordre établi dans les rédactions. Ferreria et Luciane Fassarella, Gilles Rouet et Marianne Cornet permettent de nous poser la question de la conséquence de cette convergence sur le métier de journaliste. Si nous avons pu trouver de nombreux travaux appliquant cette problématique à la presse écrite, ce thème au sein de la télévision semble avoir été moins abordé, particulièrement au niveau de la Belgique francophone. Pourtant, à voir la récente restructuration au sein de RTL Belgium et la réorganisation de la rédaction à la RTBF, la convergence a un impact réel sur la télévision.

Les natifs du numérique sont, par définition, des personnes nées, et surtout ayant grandi, avec le digital. Les ordinateurs et téléphones portables, l'accès illimité aux informations sont des facilités qui ont toujours fait partie de la vie de cette génération. Il est donc indispensable, avant même de parler de ces nouveaux consommateurs, d'aborder l'arrivée de tous ces outils digitaux au sein des rédactions. Selon Jean-Claude Soulages, ces bouleversements liés à l'utilisation massive du digital, ont conduit à un paradoxe. Alors que le flux d'informations transmis et reçu via internet est plus abondant que jamais, les médias d'information traversent l'une des plus grandes crises de leur histoire. Cela a pour conséquence l'écroulement de leur modèle économique, mais aussi des pratiques professionnelles des journalistes².

Si l'auteur aborde les ruptures que connaissent les médias d'information, il note l'importance de parler des convergences et des phénomènes de continuité, d'après lui trop souvent sous-estimés dans l'analyse de cette problématique³. Il énumère trois types de convergence. Tout d'abord celle liée à l'hégémonie du numérique, poussant les médias

² Soulages (Jean-Claude), "Nouveau journalisme, nouveau public? Le cas du Huffington Post", *Ação Midiática*, « Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura », 2015, p. 48.

³ Soulages (Jean-Claude), "Nouveau journalisme,...", p. 46.

d'information à adopter une pratique transmédia. Une deuxième sorte de convergence est celle du partage du réseau ayant pour conséquence la production d'information par le public également appelée *User Generated Content*. Le public passe de récepteur à émetteur-récepteur d'information. Il détermine ensuite une troisième forme de convergence d'ordre économique avec les stratégies d'intégration horizontale et ce qu'il nomme la « cannibalisation de différents médias par de nouveaux acteurs »⁴. En d'autres mots, le rachat de petites entreprises médiatiques par de plus grosses dans l'objectif afin d'exercer du pouvoir sur les premières. Soulages suppose que toutes ces formes de convergences sont liées au principe de temporalité de Patrice Flichy pour qui le temps technique, le temps industriel, le temps de l'évolution des métiers, le temps esthétique et le temps des usages marquent la communication depuis plus de deux siècles⁵. Sur base de cette théorie, Soulages déduit que les rédactions vivent maintenant entre deux temporalités, celle de l'industrie et celle des usages entraînant une division entre métiers anciens et métiers nouveaux⁶.

Bien avant Soulages, en 2001, Henry Jenkins⁷ avait déjà proposé dans “Convergence? I diverge”, de classer la convergence en plusieurs catégories:

- technologique (digitalisation),
- économique (économies par intégration horizontale)
- sociale (adoption des chaînes multimédias par les utilisateurs)
- culturelle (nouvelles formes de créativité et storytelling transmedia)
- globale (flux internationaux de contenus)

Sept ans plus tard, Vinciane Colson et François Heinderyckx⁸ proposent d'ajouter une sixième dimension: la convergence éditoriale. Ils expliquent que celle-ci nécessite une réelle collaboration entre les journalistes en ligne et les journalistes papier⁹, collaboration

⁴ Soulages (Jean-Claude), “Nouveau journalisme,...”, p. 51.

⁵ Flichy (Patrice), “Communication : progrès technique et développement des usages”. In: *Réseaux*, vol. 5, n°24, 1987, pp. 99-100.

⁶ Soulages (Jean-Claude), “Nouveau journalisme...”, pp. 41-61.

⁷ Jenkins (Henry), “Convergence? I diverge”, *Technology Review*, vol. 194, n°5, p. 93.

⁸ Colson (Vinciane), Heinderyckx (François), “Do online journalists belong in the newsroom? A Belgian case of convergence” in: Domingo (David) et Paterson (Chris), *Making online news*, New York, Peter Lang Publishing, 2008, p. 152.

⁹ L'ouvrage porte sur l'analyse de cas à La Libre Belgique

alliée à une vision plus positive du travail de chacun. C'est à ce prix que fonctionne la convergence au sein de la rédaction.

En 2014, Kenia Ferreria et Luciane Fassarella pointent une vague de restructuration ces dernières années comme aux États-Unis avec le New York Times, en Angleterre avec Daily Telegraph, mais aussi au Brésil avec O Globo, Zero Hora et Folha de Sao Paulo¹⁰. Elles déplorent l'impact direct sur les journalistes qui se heurtent alors à "la précarisation du travail, des menaces de licenciements, mais aussi la dégradation de la qualité de son produit."¹¹

Les journalistes seraient-ils les premières victimes de cette convergence ? Marianne Cornet explique la division entre les médias traditionnels et leur audience par des problèmes d'adaptation de la part des journalistes face aux mutations dans la société de l'information. En résulte un public plus critique envers les médias de masse et qui se tourne vers l'auto publication¹².

De son côté, Gilles Rouet explique que la convergence pose également de nombreux problèmes du point de vue éditorial. Il explique qu'il devient difficile pour les journalistes de conceptualiser l'information et que leur légitimité est mise en doute. Il voit en ce phénomène une : « conséquence de la désacralisation de la presse en général avec la généralisation de l'accès à l'internet »¹³.

La récente enquête de Frode Guribye & Lars Nyre apporte un regard plus contrasté sur l'impact de la l'irruption du numérique sur le travail journalistique. Ils montrent que l'attrait pour un matériel technique de plus en plus petit permet aux journalistes de couvrir certains évènements de manière plus pratique, mais la dépendance au réseau mobile pour envoyer les images rend la tâche compliquée lorsqu'ils se trouvent dans une foule pendant un évènement particulier et que le réseau arrive à saturation¹⁴. Les auteurs mettent en

¹⁰Fassarella (Luciane Agnez) et Ferreria (Kenia Beatriz Maia) "La convergence dans la production de l'information: deux modèles d'intégration dans la presse écrite et en ligne" in: Le Cam (Florence) et Ruellan (Denis), *Changements et permanences du journalisme*, Paris, L'Harmatan, «communication et civilisation», 2014, p. 159.

¹¹Fassarella (Luciane Agnez) et Ferreria (Kenia Beatriz Maia) "La convergence...p. 160.

¹² Cornet (Marianne), *L'information Web 2.0*, Pessac, Presses universitaires de Bordeaux, 2016, p. 51.

¹³ Rouet (Gilles), "Presse écrite et médias en ligne dans l'espace européen", *Studia UBB Europaea*, n° 60, 1, 2015, pp. 194-195.

¹⁴ Guribye (Frode) et Nyre (Lars), "The Changing Ecology of Tools for Live, News reporting", *Journalism Practice*, n° 11, 10, 2017, pp. 1220-1221.

évidence un travail « de bricolage » dont doivent faire preuve certaines équipes sur le terrain avec du nouveau matériel¹⁵. Ils déplorent également un temps réduit réservé au travail premier de journalisme qui mène à de nombreux problèmes éthiques comme des décisions auparavant prises délibérément par le journaliste sur le terrain de plus en plus faites par les rédacteurs en chef ou éditeurs¹⁶.

Dans un article publié en 2015, Gilles Rouet évoque une obligation de réinvention économique des médias « traditionnels » face aux évolutions numériques. Pour expliquer la crise dans la presse, Rouet aborde les conséquences de la crise économique de 2008 ayant réduit drastiquement les ressources publicitaires. Depuis, selon lui, les entreprises de presse ne vendent plus de l'information, mais bien des consommateurs aux annonceurs. Comme Soulages, l'auteur aborde la problématique de la convergence et avance que les grands groupes internationaux créés dans les années 1980-1990 n'arrivent pas à s'adapter à la convergence entre les télécommunications¹⁷.

Eric Scherer pour sa part propose une solution collaborative pour pallier les problèmes liés à la convergence. Comme les journalistes ne sont maintenant plus les seuls à manier les outils médiatiques, ils devraient selon lui s'écarter de l'apport factuel d'information pour se tourner vers « une organisation de la conversation, recommander et donner des conseils en lesquels on a confiance (...) aider le public qui manque de compétences dans la bonne utilisation des outils pour mieux raconter le monde dans l'idée d'aider les communautés d'intérêts à partager et à s'exprimer »¹⁸. Il voit dans les natifs du numérique une occasion favorable de nouvelle mission pour le journaliste qui devra maintenant alphabétiser cette génération aux médias¹⁹.

Soulages a analysé le cas du Huffington Post, ce qui lui permet de démontrer que certains médias ont déjà trouvé des pistes pour correspondre aux nouvelles utilisations des médias par le public. Il montre que ce *pure player*²⁰ a adopté le principe de

¹⁵ Guribye (Frode) et Nyre (Lars), "The Changing Ecology...", p. 1225.

¹⁶ Guribye (Frode) et Nyre (Lars), "The Changing Ecology...", pp. 1226-1227.

¹⁷ Rouet (Gilles), "Presse écrite ...", p. 193.

¹⁸ Scherer (Eric), *A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un "journalisme augmenté"*, Paris, Presses universitaires de France, 2011, pp.186-188.

¹⁹ Scherer (Eric), *A-t-on....id.*

²⁰ Média fonctionnant exclusivement sur le Web.

participation de «profanes»²¹ sous forme de blogs et vidéos alternatifs. Si la néo-télévision²² a déjà commencé à utiliser le public comme un acteur «décisionnaire»²³, ces pratiques amènent l’auteur à se questionner sur l’aspect de la déontologie. Motivés par le buzz, journalistes et consommateurs d’information risquent de cohabiter dans une même sphère d’agissements alors que de plus en plus de médias placent le public au centre du «flux de l’information»²⁴.

Gilles Rouet décrit un contexte de diminution du budget des médias dangereux pour la protection de la déontologie alors que les journalistes se raccrochent à celle-ci pour légitimer leur métier face à un public producteur d’information²⁵. Il écrit que l’enjeu pour les médias n’est pas de type économique. La solution selon lui viendra du rédactionnel²⁶. Rouet propose également de faire appel aux instances européennes pour éviter que le modèle économique de l’information sur internet ne signe l’arrêt de mort de la liberté d’information²⁷.

En 2011, Charles de Laubier proposait également des solutions aux rédactions, notamment celle de trouver des stratégies quant à l’information sur téléphones mobiles. Selon lui, les applications mobiles constituent une source de revenus qui pourrait compenser la baisse du chiffre d’affaires traditionnel des médias. Il précise cependant que les utilisateurs de smartphone préfèrent les applications gratuites, mais que le smartphone pourrait devenir le point de convergence de tous les médias et qu’il est donc devenu indispensable pour les groupes de presse de considérer cet outil de télécommunication avec plus d’intérêt²⁸. Pour Eric Scherer, ce point de convergence serait plutôt internet. Un outil au centre de toute forme de consommation chez les jeunes donnant une importance particulière à l’image plus qu’au texte et étant moins motivés à payer pour du contenu sur le WEB²⁹.

²¹ personnes n'exerçant pas le métier de journaliste.

²² en opposition à la paléo-télévision. La télévision depuis 1980.

²³ Soulages (Jean-Claude), "Nouveau journalisme,... p. 57.

²⁴ Soulages (Jean-Claude), "Nouveau journalisme,... id.

²⁵ Rouet (Gilles), "Presse écrite,..., p. 195.

²⁶ Rouet (Gilles), "Presse écrite..., p. 194.

²⁷ Rouet (Gilles), "Presse écrite..., p. 218.

²⁸ De Laubier (Charles), *Le guide de l'info mobile. Gérer l'information sur le premier média du monde.*, Paris, CFPJ, 2011, p. 40.

²⁹ Scherer (Eric), *A-t-on encore*..., pp. 10-12.

Jacek Dabala va plus loin quant au futur technologique de l'information télévisuelle. Il imagine un journalisme virtuel en trois dimensions à travers laquelle le public pourrait se sentir plus proche de l'actualité. La qualité journalistique ne serait alors plus de produire de l'émotion chez le spectateur, mais bien de produire une analyse et une description du contexte. Il se pose cependant plusieurs questions quant à cette perception de l'avenir. Il s'interroge sur le rôle joué par le journaliste dans un contexte dans lequel le consommateur d'information pourrait vivre l'instant présent se demandant si ce genre d'expérience serait bénéfique au journalisme ou si au contraire l'information se transformerait en divertissement³⁰.

Selon Eric Schrerer, le journalisme doit se réinventer à l'aide des nouveaux outils qui sont mis à sa disposition. Il affirme que le WEB, qu'il définit comme le Far West de l'information, offre de très nombreuses possibilités à qui sait s'en servir. Il faut maintenant d'après lui que les médias deviennent pluriels et utilisent tous les outils qu'offrent le WEB que sont l'image, le son, la vidéo et le texte³¹ pour éviter d'être «démédiatisés»³² par le public et les politiques qui passent maintenant par leurs propres canaux pour prendre la parole³³

Schrerer mise sur l'authenticité pour le futur du journalisme. Dans un contexte d'« infobésité », il indique que la population a de plus en plus besoin de repères pour s'assurer une information de qualité³⁴. Tout comme Jacek Dabala, Schrerer accorde une importance particulière au contexte qui deviendrait une valeur ajoutée «là où la simple diffusion de factuel ne suffit plus». ³⁵ Grâce à internet, les consommateurs devinent les exclusivités infondées et sont fatigués de voir passer toujours les mêmes images des agences de presse. Selon Schrerer, la notion d'objectivité du journaliste ne convainc plus. Le public demande maintenant de la transparence. Il veut comprendre comment le journaliste a eu l'information et comment l'image lui est parvenue ³⁶.

³⁰ Dabala (Jacek), *Creative paths to television journalism*, Francfort-sur-le-Main, Peter Lang GmbH, 2015, pp. 153-154.

³¹ Scherer (Eric), *A-t-on encore*,...pp. 17-21.

³² Scherer (Eric), *A-t-on encore*,...p. 28.

³³ Scherer (Eric), *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un "journalisme augmenté"*, Paris, Presses universitaires de France, 2011.

³⁴ Scherer (Eric), *A-t-on encore*,..., p. 17.

³⁵ Scherer (Eric), *A-t-on encore*,...,id.

³⁶ Scherer (Eric), *A-t-on encore*,... p. 64-68.

3.2. Les digital natives

L'expression *digital native* est utilisée pour la première fois en 2001 par l'écrivain Marc Prensky. Si certaines critiques lui ont été adressées quant à la conceptualisation de cette génération, le terme *digital native* est utilisé à de nombreuses reprises dans les ouvrages scientifiques et semble maintenant adopté dans la littérature scientifique. Dans son article, Prensky oppose les natifs du numérique aux «immigrants du numérique»³⁷ (nés avant 1980) forcés d'apprendre à utiliser les ordinateurs et internet³⁸.

En 2013, les auteurs Qian, Wang, Myers, et Sundaram élargissent la définition de ces deux expressions proposées par Prensky. Ils proposent de ne pas considérer les énoncés comme une «dichotomie rigide»³⁹, mais plutôt comme un continuum. Ils cherchent à savoir «comment mieux conceptualiser l'habileté technologique»⁴⁰. Pour parvenir à ce continuum, les auteurs se basent sur le principe de «fluidité numérique»⁴¹ définissant une démarche active face au numérique qui permet de conceptualiser une information pour ainsi la reformuler, au lieu de simplement la comprendre⁴². Ils exposent dans leur article qu'il ne faut pas considérer la différence entre les digital natives et les digital immigrants comme seulement liée à l'âge et aux aptitudes. Il faut aussi prendre en compte différentes dimensions qu'ils définissent comme suit: «les caractéristiques démographiques, les facteurs organisationnels et psychologiques, l'influence sociologique, la chance, les intentions et l'utilisation réelle des technologies numériques»⁴³. En incorporant ces facteurs, ces auteurs apportent un regard moins déterministe sur cette génération que celui de Prensky.⁴⁴

³⁷ «Digital immigrants», Prensky (Marc), "Digital Natives...", p. 1.

³⁸ Prensky (Marc), "Digital Natives,..." id.

³⁹ «Rigid dichotomy» Wang (Qiang), Myers (Michael) et Sundaram (David) "Digital Natives and Digital Immigrants Towards a Model of Digital Fluency", in: *Business & Information Systems Engineering*, vol. 5, n°6, 2013, p. 416.

⁴⁰ Wang (Qiang), Myers (Michael) et Sundaram (David), "Digital Natives,..." p. 409.

⁴¹ «Digital fluency» Wang (Qiang), Myers (Michael) et Sundaram (David), "Digital Natives,..." id.

⁴² National Research Council, *Being fluent with information technology*, Washington, National Academy Press, 1999, p.8.

⁴³ «Demographic characteristics, organizational factors, psychological factors, social influence, opportunity, behavioral intention, and actual use of digital technologies» Wang (Qiang), Myers (Michael) et Sundaram (David), "Digital Natives,..." p. 417.

⁴⁴ Wang (Qiang), Myers (Michael) et Sundaram (David) "Digital Natives and Digital Immigrants Towards a Model of Digital Fluency", in: *Business & Information Systems Engineering*, vol. 5, n°6, 2013, pp. 409-419.

D'autres auteurs démontrent que les stéréotypes liés à cette partie de la population peuvent se révéler faux. Bartol, Dolnicar, Podgornik et Sorgo écrivent en 2017 que l'aisance considérée comme naturelle des natifs du numérique à utiliser les outils digitaux n'est pas égale chez tout le monde. Eux aussi ajoutent des facteurs socio-économiques et sociétaux pour analyser les usages de cette génération comme le fait que si certains utilisent internet, les smartphones, les ordinateurs et les tablettes dès leur plus jeune âge, d'autres n'y sont autorisés que plus tard lorsqu'aucun autre choix ne leur est offert.⁴⁵

Guy Paré préfère le terme de génération internet pour parler des caractéristiques de cette population, mais il ne se concentre que les personnes nées entre 1977 et 1997 qu'il compare à des «chercheurs actifs d'informations»⁴⁶ en les opposant aux «capteurs passifs»⁴⁷ de la génération précédente marquée par la télévision⁴⁸. Paré affirme qu'ils vivent dans l'immédiateté et que cela bouleversera le fonctionnement des entreprises⁴⁹.

3.3. La consommation médiatique

Nathalie Sonnac et Jean Gabszewicz expliquent que la consommation médiatique change considérablement ces dernières années notamment d'un point de vue audiovisuel avec des téléspectateurs s'éloignant considérablement de la consommation linéaire. Ils nomment « distance »⁵⁰ le concept qui séparerait l'idéal de consommation du public avec la réalité des choix qui lui sont proposés. Les consommateurs choisissent leur média en fonction de cette distance augmentée par le prix du produit. Ils ajoutent à leur analyse la variable «*brand loyalty*»⁵¹ étant la fidélité du public à une chaîne où une marque. Ils décrivent ensuite le paradoxe d'un désintérêt grandissant pour la télévision linéaire dans une société où l'attrait pour la vidéo augmente. Ils précisent cependant que celle-ci se consomme majoritairement via un service à la demande.⁵² Cette même théorie est

⁴⁵ Bartol (Tomaz), Dolnicar (Danica), Podgornik (Bojana Boh) et Sorgo (Andrej), *Attributes of digital natives as predictors of information literacy in higher education*, British Journal of Educational Technology, volume 48, numéro 3, 2017, p. 751.

⁴⁶ Paré (Guy), "La génération Internet : un nouveau profil d'employés", *Gestion*, volume 27, numéro 2, 2002, p. 49.

⁴⁷ Paré (Guy), "La génération,...", *id.*

⁴⁸ Paré (Guy), "La génération,...", p. 50.

⁴⁹ Paré (Guy), "La génération...", p. 52.

⁵⁰ Gabszewicz (Jean), Sonnac (Nathalie), *l'industrie des médias à l'ère numérique*, La Découverte, Paris, «Repères», 2006, p. 40.

⁵¹ Gabszewicz (Jean), Sonnac (Nathalie), *l'industrie des...*, *id.*

⁵² Gabszewicz (Jean), Sonnac (Nathalie), *l'industrie des...*, pp. 41-43.

avancée par Andreu Casero-Ripollés Castellón. Sur base de l'analyse de son enquête quantitative et d'une revue de littérature, l'auteur présente une génération qui se tourne vers des *mass medias* sur internet pour consommer l'information plutôt que les journaux papier payants. L'auteur explique que la rapidité d'accès aux sources permet aux jeunes de diversifier leurs médias d'information. Ils passent donc d'une consommation linéaire à une consommation fragmentée qui va de pair avec leurs habitudes prises sur internet⁵³.

Dans la littérature plus spécifiquement axée sur l'histoire de la télévision, les avis divergent sur la fragmentation exposée ci-dessus. Certains y voient un danger signant tout simplement l'arrêt de mort de l'information. La délinéarisation de l'information télévisuelle amène : "des nouvelles éparpillées, servies et corrigées à la volée, pas nécessairement liées à quelque chose de significatif à l'extérieur"⁵⁴ selon Menahem Blondheim et Tamar Liebes. D'autres sont plus positifs comme Beuscart, Beauregard et Maillard qui se réjouissent de la "désynchronisation des consommations"⁵⁵ qui permet au consommateur de regarder le contenu à n'importe quel moment de la journée.

L'étude de Beuscart et ses collègues énumère des particularités intéressantes des habitudes de consommation de la "catch-up TV" ou télévision de rattrapage sur le Web. Premièrement, de nombreux programmes suivent la logique de la télévision linéaire dans sa consommation. Les programmes comme les JT ou les feuilletons sont consommés rapidement après leur mise en ligne, ce qui montre que la numérisation "prolonge le rendez-vous télévisuel"⁵⁶. Deuxièmement, ces mêmes programmes en replay font émerger une consommation "à la carte" de sujets. Des reportages sont choisis en particulier au détriment de certains⁵⁷.

En 2015, Elodie Kredens et Florence Rio font les mêmes constatations, mais leur étude apporte un élément supplémentaire. Les auteures remarquent que malgré une place encore importante au sein des foyers, la télévision fait preuve de nombreuses critiques et

⁵³ Casero-Ripollés (Andreu), "Beyond Newspapers: News Consumption among Young People in the Digital Era", *Communicar*, vol 10, n°39, Castellion, 2013, p. 5.

⁵⁴ Blondheim (Menahem), Liebes (Tamar), "Television News and the Nation: The End?", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, n°625, 2009, p. 193.

⁵⁵ Beuscart (Jean-Samuel), Beauvisage (Thomas) et Maillard (Sisley), "La fin de la télévision, recomposition et synchronisation, Des audiences de la télévision de rattrapage", *Réseaux*, vol. 5, n°175, 2012, pp. 43-82.

⁵⁶ Beuscart (Jean-Samuel), Beauvisage (Thomas) et Maillard (Sisley), "La fin,..." , p. 77.

⁵⁷ Beuscart (Jean-Samuel), Beauvisage (Thomas) et Maillard (Sisley), "La fin,..." , p. 78.

de méfiance de la part d'un public ayant maintenant accès à de nombreux autres médias grâce au numérique. Les chaînes de télévision semblent encore peiner à trouver une place sur internet, car la consommation de leurs contenus sur le Web n'a que très peu de succès. Les auteures indiquent donc un besoin de reconfiguration pour le futur de la télévision⁵⁸.

Irene Costera Meijer et Hildebrand P. Bijleveld quant à eux se sont penchés sur la mesure de la consommation des médias régionaux qu'ils comparent à la vision de qualité perçue par les consommateurs afin de théoriser « l'écart entre les critères de marketing (popularité) et les dimensions journalistiques (importance sociétale) »⁵⁹. Les auteurs partent du postulat que la consommation médiatique et le principe de journalisme de qualité sont incompatibles avec le devoir journalistique sociétal. Ils emploient deux techniques statistiques. « L'analyse factorielle confirmatoire »⁶⁰ et « l'analyse factorielle exploratoire »⁶¹ pour arriver à la conclusion que les concepts pouvant réduire l'écart entre les critères de *marketing* et les dimensions journalistiques sont les suivantes:

1. L'urgence. Les consommateurs souhaitent que l'information importante soit partagée rapidement, mais qu'elle soit aussi facilement accessible. Ensuite, le mot "urgence" pour eux signifie autant de l'information dite "chaude" que par exemple le prochain festival ou la prochaine course hippique de la région. Le terme "urgence" se comprend plus comme "immédiateté"⁶².
2. La connexion publique comme utilisation du lien social. Les consommateurs veulent de l'information dite "*Talker News*", « d'intérêt humain ou avec une touche légère ou humoristique »⁶³. Cela permet au public d'en discuter en société⁶⁴.
3. La compréhension de la région. Les participants à l'enquête préconisent une information plus dans le contexte des régions dans le but de donner une idée plus juste de sa population et des complexités de celle-ci⁶⁵.

⁵⁸ Kredens (Elodie), Rio (Florence), "La télévision à l'ère du numérique: entre pratiques émergentes et reconfiguration de l'objet médiatique", *Etudes de communication*, 44, 2015, pp. 26-27.

⁵⁹ «The gap between marketing criteria (popularity) and journalistic dimensions (societal importance)», Bijleveld (Hildebrand P.) et Meijer (Irene Costera), "Valuable Journalism. Measuring news quality from a user's perspective", *Journalism Studies*, vol.17, n°7, 2016, pp. 834-836.

⁶⁰ CFA, Confirmatory Factor Analysis.

⁶¹ EFA, Exploratory Factor Analysis.

⁶² Bijleveld (Hildebrand P.) et Meijer (Irene Costera), "Valuable Journalism,...", p. 832.

⁶³ Bijleveld (Hildebrand P.) et Meijer (Irene Costera), "Valuable Journalism,...", p. 833.

⁶⁴ Bijleveld (Hildebrand P.) et Meijer (Irene Costera), "Valuable Journalism,...", id.

⁶⁵ Bijleveld (Hildebrand P.) et Meijer (Irene Costera), "Valuable Journalism,...", id.

4. La réactivité du public. Le public souhaite avoir la parole, être entendu par les médias⁶⁶.

Ce quatrième point est également développé par Soulages qui caractérise ces nouveaux usagers des médias comme ayant un pouvoir d'action sur la production d'information. Il propose donc une nouvelle définition du consommateur d'information précédemment passif et séparé de la sphère publique à une personne capable de passer de consommateur à "agent médiatique à part entière"⁶⁷.

L'auteur Eric Scherer dresse le même constat dans son livre. Il y aborde la consommation de l'information des *digital natives*. Se voulant d'abord rassurant, il affirme que cette génération consomme toujours de l'information et même abondamment. Néanmoins, ils ne consomment pas l'information directement par les médias traditionnels et arrivent en général sur un article ou une vidéo Web par l'intermédiaire de leur communauté Facebook ou groupe d'amis. L'auteur explique que si cette génération est fatiguée par le format traditionnel de l'information, ils cherchent du contenu de qualité quitte à chercher l'information à plusieurs endroits différents. Le point plus inquiétant est qu'ils semblent préférer l'information qui les intéresse uniquement, et passent donc à côté de nombreuses actualités importantes à transmettre de la part des médias⁶⁸.

Pour pallier le problème, Stéphanie Edgerly propose que les entreprises médiatiques jouent un rôle pour "redorer" leur image auprès de cette génération. Leur étude montre que l'image de ces médias d'information auprès des plus jeunes est particulièrement négative. Les jeunes considèrent l'information des médias traditionnels comme biaisée, et subjective. Les auteurs remarquent que si cette génération est bien mise au courant qu'il faut avoir un regard critique sur les informations trouvées sur internet, les jeunes ne savent pas pour autant comment bien s'informer⁶⁹.

L'an dernier, les auteurs Jung Kim et Wonneberger se sont intéressés à la consommation de la télévision chez les adolescents (des *digital natives* donc). Ils affirment que si la

⁶⁶ Bijleveld (Hildebrand P.) et Meijer (Irene Costera), "Valuable Journalism,...", pp. 833-834.

⁶⁷ Soulages (Jean-Claude), "Nouveau journalisme,...", p. 56-57.

⁶⁸ Scherer (Eric), *A-t-on...*, pp. 38-41.

⁶⁹ Edgerly (Stéphanie), "Seeking Out and Avoiding the News Media: Young Adults' Proposed Strategies for Obtaining Current Events Information", *Mass Communication and Society*, vol. 20, n°3, 2017, p. 375.

consommation médiatique de cette génération se caractérise par un élargissement du nombre de supports médiatiques et que le Web devance la télévision, cette dernière n'a pas pour autant disparu chez cette génération. Ils continuent à la regarder, mais différemment de leurs parents, majoritairement pour se divertir, mais également pour s'informer. Leur analyse démontre que "le niveau général d'écoute de la télévision parmi les jeunes adultes diminue à mesure que le nombre de chaînes disponibles augmente"⁷⁰. Paradoxalement, ils remarquent que plus le répertoire de chaînes est large chez un consommateur de l'information, plus son niveau d'exposition à l'information est élevé. Selon les auteurs, dans un contexte de surexposition aux médias, l'éducation qui débiterait dans le cadre familial est un élément déterminant afin d'éviter une consommation passive de la télévision⁷¹. Sur ce point, ils rejoignent donc Stéphanie Edgerly sur le besoin d'éduquer aux médias⁷²

Konbini News, Brut, Quotidien, ces médias ont comme point commun un traitement ironique sur l'information. Selon Patrick Amey, des nouveautés en termes de format et de contenu ont été amenées par le Grand Journal en 2004⁷³. Cette émission comme le décrit Amey casse les codes d'émissions politiques et rapproche jusqu'à les inviter sur un même plateau pour discuter d'un même sujet, acteurs politiques et personnalités du *Show-business*. L'auteur décrit l'ironie comme une "lecture critique et défiante de l'information" et s'apparente parfois à une "distance intéressée"⁷⁴. En 2009 Jean-Jacques Jaspers s'était déjà penché sur la question. Il allait même plus loin que Patrick Amey car il a décrit le procédé d'*infotainment* de manière plus globale et expliquait que le téléspectateur regarde l'information pour se sortir de son quotidien. Il arrive donc que les chaînes de télévision se servent de cela pour définir quels sujets diffuser. Il ajoutait que cette particularité relève de la différence entre la "paléotélévision" visant la sphère

⁷⁰ «The overall level of TV news viewing among young adults has decreased as the number of available channels has increased. »: Wonneberger (Anke) and Jung Kim (Su), "TV News Exposure of Young People in Changing Viewing Environments: A Longitudinal, Cross-National Comparison Using People-Meter Data," *International Journal of Communication*, vol. 11, 2017, p. 12.

⁷¹ Wonneberger (Anke) and Jung Kim (Su), "TV News...", pp. 68-69.

⁷² Edgerly (Stéphanie), "Seeking Out..." p. 375.

⁷³ Emission de Canal+ diffusée du 30 août 2004 au 3 mars 2017.

⁷⁴ Amey (Patrick), "Du traitement journalistique des acteurs politiques dans Le Grand Journal", *Questions de communication*, n° 24, 2013, p. 63.

publique et le relationnel et la “néo-télévision” se basant sur la sphère privée et l’affectif⁷⁵.

3.4. Utilisation des sources

En fonction des sources bibliographiques consultées, le choix du périmètre du public cible de ce mémoire se porte sur les *digital natives* ou natifs du numérique en français. Suite à l’analyse de la littérature, cette formulation, bien que critiquée, de Charles Prensky désigne une génération de personnes marquées par le succès des outils numériques et dont l’utilisation bouscule le fonctionnement des entreprises médiatiques. Nous nous basons sur les études déjà réalisées pour considérer que la consommation médiatique des 18-38 ans peut se séparer en deux tranches d’âges (18-24 ans / 25-35 ans) légèrement différenciées par des facteurs socio-économiques et culturels. Nous nous efforcerons d’éviter les stéréotypes liés à une génération en particulier et considérons les aspects nécessaires pour appréhender cette tranche d’âge de la manière la plus objective possible sans tomber dans le déterminisme technologique.

Soulignons par ailleurs qu’il manque de sources liées aux digital natives dans les médias d’information. Nous nous sommes donc basés sur des articles scientifiques sociologiques, faisant partie d’un corpus majoritairement lié à l’éducation. Les lectures que nous avons effectuées sur la consommation médiatique nous ont aidé à construire un questionnaire qualitatif en lien avec les problématiques de la génération des digital natives.

4. Contexte télévisuel en Belgique francophone

4.1. Historique

Si la télévision publique connaît ses balbutiements dès 1920, c’est le 2 juin 1953 que les réseaux hertziens permettent une diffusion grand public, lors de l’accession au trône à Londres de la princesse Elisabeth. Il s’agit du premier événement retransmis en direct. La télévision belge avait commencé à émettre dès 1947, mais elle était mal perçue par un grand nombre d’intellectuels qui considéraient la télévision comme un média qui ne

⁷⁵ Jaspers (Jean-Jacques) *Journalisme de télévision : Enjeux, contraintes, pratiques*, Bruxelles, De Boeck « Info & Com », 2009, p. 66.

méritait pas que l'on s'y intéresse. Appelée alors Télévision expérimentale belge, celle-ci attira finalement quelques milliers de spectateurs à 20H le 31 octobre 1953. Au début, la télévision belge ne diffusait qu'un documentaire ou un programme national par semaine. Les autres jours, l'INR (Institut National belge de Radiodiffusion) diffusait les émissions de la télévision d'Etat française (RTF). En 1955, influencée par la volonté des Belges d'être informés de manière plus approfondie sur les enjeux de société et les problèmes politiques, l'INR diffuse le voyage du roi Baudouin au Congo belge. Le véritable journal télévisé s'installe ensuite dès 1956. Arrive alors l'exposition universelle de 1958 à Bruxelles pendant laquelle la télévision prend de plus en plus d'ampleur et l'INR diffuse à cette occasion environ 800 heures d'émission. Deux ans plus tard, l'INR devient la RTB avec Robert Wangermée comme administrateur général. Le journal télévisé de 20h devient un rendez-vous incontournable pour les foyers belges jusqu'en 1970, lorsqu'il sera avancé d'une demi-heure⁷⁶.

Le site Web de la RTBF est mis en ligne en 1996. La convergence s'installe en 2008. À partir de cette année-là, la rédaction se veut transversale afin d'affiner son offre sur tous les supports. En 2010, RTBF.be est créée et propose également du contenu écrit. À la suite de cela, les médias privés (papier et audiovisuels) accusent la RTBF de concurrence déloyale. Le dimanche 30 décembre, le tribunal de commerce de Charleroi donne raison à la chaîne publique. Six mois plus tard, la page Facebook « RTBF info » est créée. La plateforme de catch up TV « Auvio » est mise en ligne en 2016.

Il faut remonter en 1924 pour voir le début de la chaîne privée. Radio Luxembourg disposait alors d'un émetteur de 50 watts. Mais ce n'est que 20 ans plus tard, en 1954 que naît Télé Luxembourg, à Dudelange. Elle émet alors au Luxembourg, en Lorraine et dans les Ardennes belges. Rebaptisés RTL, les premiers studios bruxellois sont installés en 1968 Avenue Lloyd George. Le premier journal télévisé destiné aux Belges (le JBL) présenté à partir du Luxembourg débute en 1983. La chaîne RTL TVI *Radio Télévision Luxembourg – Télévision indépendante* est lancée en 1987. Le Web entre en jeu à partir de 1999 et RTL info ainsi que sa page Facebook sont créés en 2007, suivis en 2010 par l'apparition des applications mobiles.

⁷⁶ de Séllys (Elodie) et Lauwens (Jean-François), *Mesdames, Mesdemoiselles, Messieurs, Bonsoir, Cinquante ans de JT à la RTBF*, Fléron, Jordan editions, 2006, pp. 5-20.

Fin 2014 le journal télévisé de RTL TVI fait peau neuve et se voit attribuer le nom de “RTL info”. En 2018 est implantée la dernière nouveauté en date, RTL Play, un site internet semblable à celui mis en place en 2016 à la RTBF (Auvio) sur lequel sont disponibles des programmes en rediffusion. Pour avoir accès aux vidéos, il faut s’inscrire par Facebook ou par e-mail.

En 2017, confrontée à une concurrence accrue à la suite de l’arrivée de publicités belges sur TFI, RTL TVI annonce le plan de restructuration Evolve . En mars 2018, l’entreprise privée licencie 88 personnes. Outre ces licenciements, la chaîne a décidé d’innover : dès le mois d’avril débutent des formations au montage pour les journalistes Web, radio et télévision. Désormais, on parlera de journalistes “deskeurs”⁷⁷ qui monteront seuls des EVN⁷⁸, de journalistes MOJO⁷⁹ et de cameramans JRI⁸⁰, formés également pour se rendre seuls sur le terrain afin de produire de la matière (Images et interviews) qu’ils envoient à la rédaction. Les journalistes radio ainsi que certains journalistes de télévision sont formés au MOJO. Cette formation les prépare à se rendre seuls sur le terrain dans le but de réaliser des images et des interviews à l’aide de smartphones.

4.2. Les modèles économiques

Selon que la chaîne de télévision est privée ou publique, son modèle économique est différent. La RTBF est financée à 75% par l’état. Elle déclare recevoir 25% de son budget de la publicité commerciale, non commerciale, du parrainage, et d’autres opérations publicitaires et commerciales. D’autres revenus proviennent de dons ainsi que de dividendes et recettes provenant d’organismes auxquels prend part l’entreprise.⁸¹ RTL Belgique est majoritairement financée par la publicité. Ses actionnaires sont CLT-UFA S.A (65,6%), AUDIOPRESSE LUX S.A (33,8%) et RTL Belux SA (0,6%)⁸². Ces modèles, comme ceux des médias papier, s’éloignent finalement assez peu de ceux des nouveaux médias, exclusivement numériques, et dont l’importance va grandissant.

⁷⁷ Journalistes restant à la rédaction pour monter des sujets.

⁷⁸ Eurovision News Exchange. Bourse européennes d’échange d’images entre les chaînes.

⁷⁹ Mobile journalist

⁸⁰ Journaliste reporter d’images

⁸¹ “Statut et financement”, www.rtbef.be, Site de la RTBF, URL : https://www.rtbef.be/entreprise/article_statut-et-financement?id=3433, consulté le 01/08/2018

⁸² “Infos société”, www.rtl.be, Site de RTL TVI, URL: <https://www.rtl.be/info/infosociete.htm>, consulté le 01/08/2018.

En effet, pour ces derniers, la publicité (et donc l'accès à l'information), l'abonnement et la vente au numéro restent les manières classiques de financement. Ce qui change par contre, ce sont tous les nouveaux acteurs comme les fournisseurs d'accès internet, les groupes de télécommunications et les *pure players* qui deviennent tous producteurs d'information et fragmentent le modèle d'affaires traditionnel des médias d'information. Ajoutant à cela la production d'information par les consommateurs (*User generated content*) et l'information gratuite proposée sur internet depuis des années, les consommateurs sont maintenant de plus en plus réticents à payer pour consommer de l'information⁸³. Un nouveau modèle appelé *freemium* mélange accès gratuit (free) et payant souvent de meilleure qualité (premium). Une pratique utilisée en presse écrite en Belgique notamment par Le Soir et la Libre Belgique donnant accès à certains articles gratuits alors que d'autres sont payants⁸⁴.

Il existe encore une autre technique de financement utilisée par les nouveaux médias comme Konbini, BuzzFeed, Melty. Il s'agit du *native advertising* proposant notamment des vidéos faisant la promotion de marques sur les réseaux sociaux. Leur modèle économique fonctionnant uniquement sur la publicité, l'objectif de ces sites d'info divertissement est de faire un maximum de clics sur leurs articles.⁸⁵

4.3. L'information sur Google et Facebook

Google, avec ses outils comme Google search et Google actualité, possède un certain pouvoir sur l'information diffusée sur le Web. Pour qu'un site d'information apparaisse en premier sur la recherche d'un utilisateur, l'éditeur doit respecter certaines règles de format :

- 3 chiffres doivent composer l'URL des pages afin de faire comprendre à Google que l'éditeur souhaite une indexation.

⁸³ Sonnac (Nathalie), "Financement des Médias ", in: Frau-Meigs (Divina) et Kiyindou (Alain) *La diversité culturelle à l'ère du numérique : glossaire critique*, Paris, La Documentation française, 2015, p. 138.

⁸⁴ Sonnac (Nathalie), "Financement des...", p. 139.

- Les URL doivent être “uniques et permanentes” pour différencier les articles anciens et neufs.
- Pour apparaître sur Google actualité, il faut un format HTML
- Les images doivent respecter plusieurs critères comme une taille minimum de 60x60 pixels.
- Des balises sont obligatoires pour préciser la présence de forum ou de commentaires.

Grâce au White Hat SEO, une balise qui permet de « donner une courte description de la page, qui sera ensuite reprise sur les résultats en dessous du titre ⁸⁶», il est possible pour les éditeurs d'introduire des métadonnées pour donner à Google des informations supplémentaires relatives à l'article ce qui est notamment important s'il s'agit d'un scoop⁸⁷.

L'algorithme Facebook bouscule toute production journalistique. L'accès et l'apparition dans les fils d'actualités des contenus produits ou relayés sur cette plateforme sont totalement indépendants de la volonté (et des souhaits) des journalistes. En effet, pour qu'une personne puisse voir passer un article d'information dans son fil d'actualité, il faut que celui-ci soit compatible avec les informations que l'utilisateur renvoie à Facebook. En janvier 2018, cette fonctionnalité s'est affinée afin de prioriser l'accès aux publications des amis et de la famille, au détriment d'autres pages, dont celles des médias d'information⁸⁸.

4.4. Les mesures d'audience

En Belgique, les mesures d'audience sont faites par le CIM dont sont membre la RTBF et RTL⁸⁹ TVI. Pour récolter les données sur la consommation des Belges des chaînes de télévision, le CIM fait appel à un panel 1500 ménages belges : 750 dans le Nord du pays

⁸⁶ Sire (Guillaume), “Google et les éditeurs de presse en ligne. Une configuration négociée et négociable”, *Sur le journalisme*, vol. 2, n°1, mis en ligne le 15 avril 2013, p. 91, URL : <http://surlejournalisme.com/rev>, consulté le 20/07/2018.

⁸⁷ Sire (Guillaume), “Google et...”, id.

⁸⁸ Maitra (Julian), Tandoc Jr (Edson) “News organizations’ use of Native Videos on Facebook: Tweaking the journalistic field one algorithm change at a time”, *New media & society*, 2018, vol. 20, n°5, p. 1685.

⁸⁹ “Qu'est-ce que le CIM ? ”, www.cim.be, Site du centre d'information sur les médias, URL : <https://www.cim.be/fr/cim/quest-ce-que-le-cim-0>, consulté le 20/07/2018.

(Flandre et Bruxelles) et 750 dans le Sud du pays (Bruxelles et Wallonie). Un audimètre est distribué dans chacun des foyers pour représenter un échantillon de 3.700 personnes.

Il existe également la possibilité de réaliser une étude CIM internet (qui mesure la fréquentation des sites Web) depuis le 1er juin 2014. Pour le 31 juillet 2018, nous pouvons observer les chiffres du nombre de pages consultées pour le mois de février sur RTBF.be (33 831 295 pages consultées et 10 372 643 visites sur le site) et sur RTL info (26 383 830 pages consultées et 9 895 798 visites sur le site.⁹⁰)

5. Analyse de l'enquête quantitative

5.1. Présentation de l'enquête

Le questionnaire a été déposé sur la plateforme en ligne Google Forms. La durée de l'enquête s'est étendue à un mois : du 9 février au 9 mars 2018. La promotion de cette enquête a été réalisée essentiellement sur base des réseaux sociaux. 487 personnes y ont répondu. Le questionnaire se composait de quarante questions. Il a été développé avec pour objectif principal l'obtention d'une meilleure connaissance de la consommation de l'information télévisuelle par la génération des « *digital natives* ». Dans cette optique, il était nécessaire d'ouvrir l'accès au questionnaire à tous les publics, de manière à comparer la consommation médiatique de notre public cible avec celle de ses aînés. L'idée était également de pouvoir ensuite confronter ces résultats aux données publiées dans la littérature et traitant des habitudes d'usage des médias d'information. Nous avons construit le questionnaire en trois parties : la caractérisation du répondant (âge, sexe, niveau d'étude, situation professionnelle et familiale), la consommation médiatique générale et enfin celle des journaux télévisés en particulier. Le formulaire contenait des questions fermées ainsi que des questions ouvertes. Il nous a semblé plus pertinent de présenter les tendances générales des réponses aux questions ouvertes dans le chapitre consacré à l'analyse qualitative.

La première partie du questionnaire concernait le sexe, le code postal, l'âge, le diplôme maximum obtenu, le statut professionnel et la situation familiale (en famille avec enfants,

⁹⁰«Résultats Belgique», www.cim.be, Site du centre d'information sur les médias (partie sur les audiences internet), URL: <https://www.cim.be/fr/internet/resultats-Belgique>, consulté le 20/07/2018.

en couple, seul, en colocation, en famille avec parents) des répondants, ainsi qu'un « détail » logistique important : la possession, ou non, d'un téléviseur.

Nous nous sommes ensuite concentrés sur la consommation d'information en général. Pour cela, nous avons tout d'abord interrogé les répondants sur leur manière favorite de s'informer. La réponse, à choix multiple, proposait le Web, l'information télévisuelle, l'information radiophonique et l'information papier. Pour récolter plus de données sur notre question de recherche principale, nous avons posé la question de la fréquence du visionnage des reportages des journaux télévisés en précisant que cela concerne également les reportages du JT sur internet. Il était possible de choisir « jamais », « moins d'une fois par semaine », « une à deux fois par semaine », « plusieurs fois par semaine » ou « tous les jours ». Venait ensuite une question ouverte « Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi ? ».

La question suivante s'attachait à connaître la manière de s'informer en particulier sur internet. Les répondants avaient le choix entre : « sur les réseaux sociaux », « sur les sites de médias traditionnels », « sur des *pure players*⁹¹ », « sur Youtube », « sur des médias alternatifs », « sur des médias humoristiques », « sur des blogs », « ne consulte pas l'information sur le Web » ou « autre ».

Nous avons ensuite étudié la consommation de l'information sur les réseaux sociaux. La RTBF et RTL étant tous les deux présents uniquement sur Facebook et Twitter⁹², nous avons choisi de nous concentrer sur ces deux réseaux sociaux en particulier avec des questions sur la fréquence d'utilisation des pages Facebook et comptes Twitter des médias. À cela, les personnes pouvaient répondre « Jamais », « Moins d'une fois par semaine », « Une à deux fois par semaine », « Plusieurs fois par semaine » ou « Tous les jours ». Pour mieux aborder les aspects liés à cette utilisation, nous avons voulu connaître les comportements des répondants par rapport à l'actualité sur les réseaux sociaux. Les personnes pouvaient sélectionner plusieurs réponses parmi : « Je regarde l'information partagée par mes amis », « Je regarde l'information partagée par les médias officiels »,

⁹¹ Médias fonctionnant exclusivement sur internet

⁹² Les deux médias sont aussi sur Instagram mais pas encore dans le but de partager de l'information.

« Je partage l'information », « Je like l'information », « Je commente l'information », « Je ne consulte pas l'information sur les réseaux sociaux » ou « autre ».

Au vu des changements sur le plan technique des méthodes d'information télévisuelle et de l'évolution du métier de journaliste vers le multitâches⁹³, nous trouvions également pertinent de nous interroger sur l'avis du public à propos de la qualité technique des vidéos d'information. Nous avons donc divisé la question en deux parties : la qualité de la résolution de l'image de la vidéo d'information et celle du son de la vidéo d'information. Les choix de réponses étant « Très importante », « importante », « Peu importante », « Pas importante », « Sans avis ».

Plus généralement, nous nous sommes également intéressés aux raisons qu'a (ou que dit avoir) le public de s'informer. Les répondants pouvaient faire plusieurs choix parmi les réponses « Pour suivre l'actualité », « Pour comprendre le monde dans lequel je vis », « Pour pouvoir interagir en société à propos de sujets d'actualité », « Pour me cultiver », « Par curiosité », « Pour me divertir », « Par habitude ».

La suite des questions concerne quasiment exclusivement les journaux télévisés. Nous avons d'abord voulu approcher la perception des journaux télévisés en Belgique francophone par le public. La première question portait donc sur la couverture de l'offre en matière d'information télévisuelle à laquelle les répondants pouvaient répondre « Complète », « Assez complète », « Incomplète » et « Sans avis ». Un onglet « pouvez-vous préciser » était également disponible. Pour compléter cette question, la suivante traitait de la qualité de l'information des JT. L'intitulé : « Les JT me donnent... » était suivi des propositions suivantes : « Toute l'information dont j'ai besoin », « De l'information dont je n'ai pas besoin », « Pas assez d'information », « Trop d'information », « Sans avis » et « Autre ». Les répondants pouvaient ensuite s'expliquer dans une question ouverte intitulée « Pouvez-vous préciser votre réponse ? »

Nous avons ensuite tenté de récolter plus de données relatives aux désirs de contenu du public en proposant les questions « Je souhaiterais plus de contenu » et « Je souhaiterais moins de contenu » auxquelles les personnes pouvaient répondre « Social », « Culturel »,

⁹³ Voir page 24

« Politique », « Economique », « International », « National », « Local/régional », « Sportif », « Rien de spécial » et « Autre ».

Il convenait également de nous interroger sur les outils de consommation de l'information télévisuelle pour dresser un examen complet de cette problématique. Nous proposons donc avec la possibilité de faire plusieurs choix : « Sur la télévision », « Sur le smartphone », « Sur PC », « Sur Tablette ».

Un aspect important de la consommation de l'information télévisuelle consistant à savoir à quelle fréquence et de quelle manière celle-ci est visionnée, nous avons posé plusieurs questions visant à déterminer si le public la regardait plutôt en direct, en replay en entier sur le site Web ou en replay « à la carte »⁹⁴. Les réponses possibles, pour chaque possibilité, étaient « Jamais », « Moins d'une fois par semaine », « Une à deux fois par semaine », « Plusieurs fois par semaine » et « Tous les jours ».

Venaient ensuite des questions relatives à la fréquence de visualisation des Journaux télévisés de la RTBF et de RTL TVI. Les répondants pouvaient répondre « Jamais », « Moins d'une fois par semaine », « Une à deux fois par semaine », « Plusieurs fois par semaine » et « Tous les jours ». Nous avons posé la question pour chaque édition de chaque JT (13h et 19h de RTL, 13h et 19h30 de la RTBF)

L'intérêt pour les journaux télévisés en soirée a également fait partie de notre formulaire. Nous demandions à quelle fréquence le répondant les consomme, avant de demander aux répondants de préciser lesquels si la réponse était positive.

Nous avons également voulu savoir si les répondants consommaient de l'information télévisuelle sur une autre chaîne (flamande ou étrangère). S'ils répondaient « oui » à cette question, ils pouvaient préciser de quelle chaîne il s'agissait. Enfin, la question suivante était une question ouverte « Mes programmes d'information télévisuelle préférés sont: ».

Le comportement face au JT est un élément crucial pour comprendre l'intérêt que lui portent les spectateurs. C'est pour cette raison que l'une de nos questions proposait de

⁹⁴ Choix de certains reportages par le consommateur en rediffusion sur le site Web.

répondre « Je me concentre uniquement sur ce que je fais », « J’effectue une autre tâche en même temps », « Je passe quand cela ne m’intéresse pas ».

Ayant entendu à quelques occasions des remarques relatives à la manière de parler des journalistes dans les reportages du JT, nous avons souhaité savoir s’il s’agissait d’un sentiment plus largement partagé. À la question « la manière de parler des journalistes au JT... », les répondants pouvaient cocher « Ne me dérange pas », « Me déplâit », « Me plaît » et « Sans avis » et préciser pourquoi.

C’est également à partir d’un questionnaire personnel que nous avons énoncé la question « Le format des reportages du JT (1min30 à 2min) » suivi des propositions « Me convient », « Je les préférerais plus longs », « Je les préférerais plus courts » et « Sans avis ». Enfin, le formulaire se terminait par une question ouverte « Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste...) » suivi d’une demande de coordonnées pour ceux étant d’accord de participer à mon enquête qualitative.

5.2. Présentation de l’échantillon

287 femmes, 199 hommes et 1 « autre » ont répondu à notre enquête, ce qui donne un total de 487 personnes.

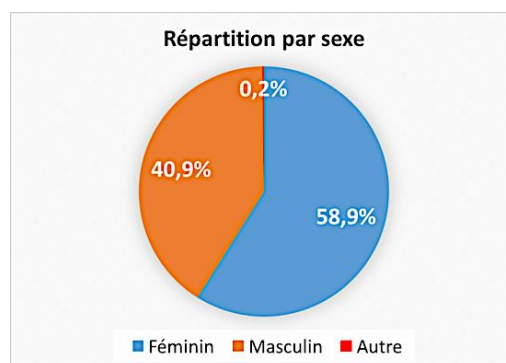


Figure 1

Nous avons recueilli les réponses de personnes de 13 à 86 ans. 66 âges différents, l’âge le plus fréquent est 23 ans avec 29 répondants de cet âge. L’âge moyen de l’échantillon est de 38,29 ans. L’âge médian est de 34 ans. Mon public cible de 18-38 ans constituait un échantillon de 253 personnes, 216 de 39 ans et plus et 18 personnes âgées de 13 à 17 ans.

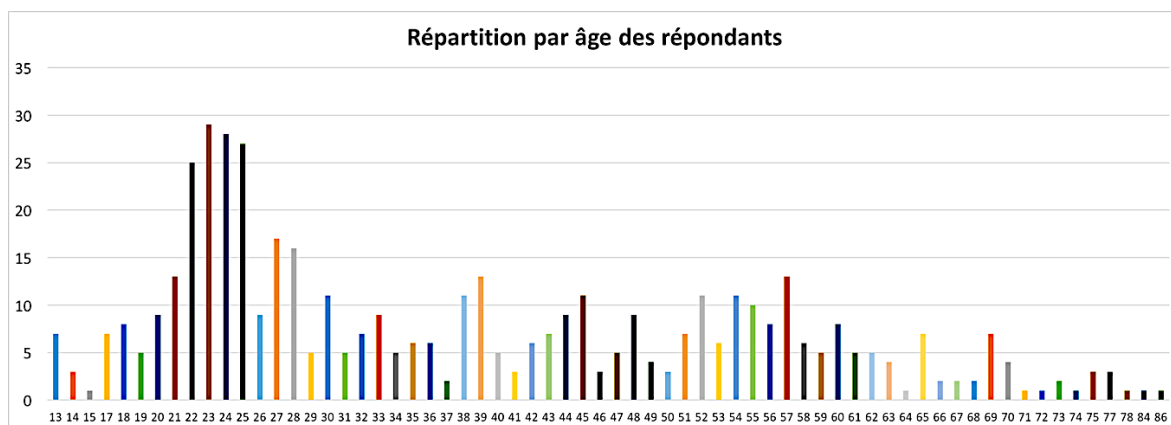


Figure 2

La majorité des répondants sont détenteurs d'un diplôme de Master universitaire (34,3%). Le second diplôme le plus représenté est le Bachelier non universitaire (25,6%). Ces résultats montrent que nous disposons d'un échantillon de personnes peu représentatif de la population belge francophone, car 79,5% des répondants ont un diplôme du supérieur alors qu'en Belgique c'est le cas de 29,9% de la population totale⁹⁵.

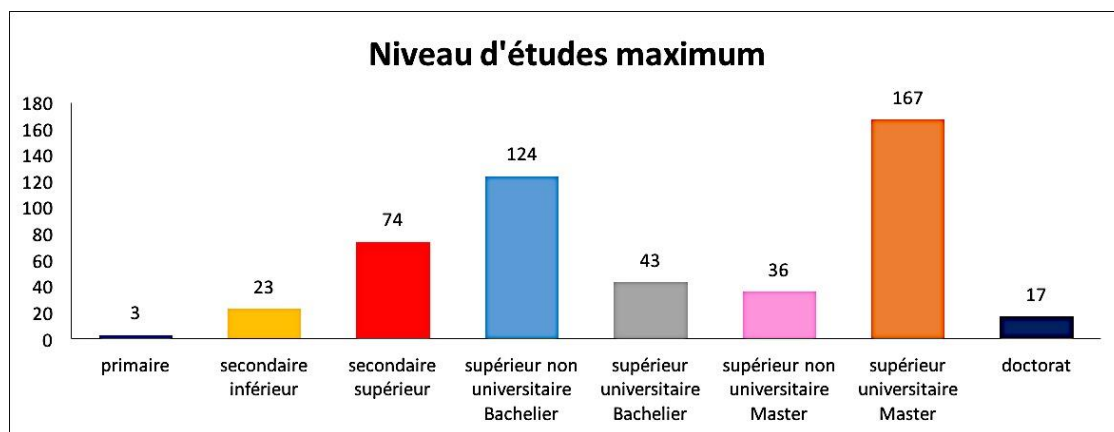


Figure 3

27% des personnes ayant répondu à l'enquête vivent en couple, 26,3% en famille (avec enfants), 19,7% en famille (avec parents), 14% seuls et 12,1% en colocation. Les chiffres représentés sur ce graphique correspondent au nombre de réponses pour chaque catégorie.

⁹⁵ « Niveau d'instruction », www.statbel.fgov.be, le site de statistiques en Belgique, URL : <https://statbel.fgov.be/fr/themes/emploi-formation/formation-et-enseignement/niveau-dinstruction> consulté le 1^{er} aout 2018.

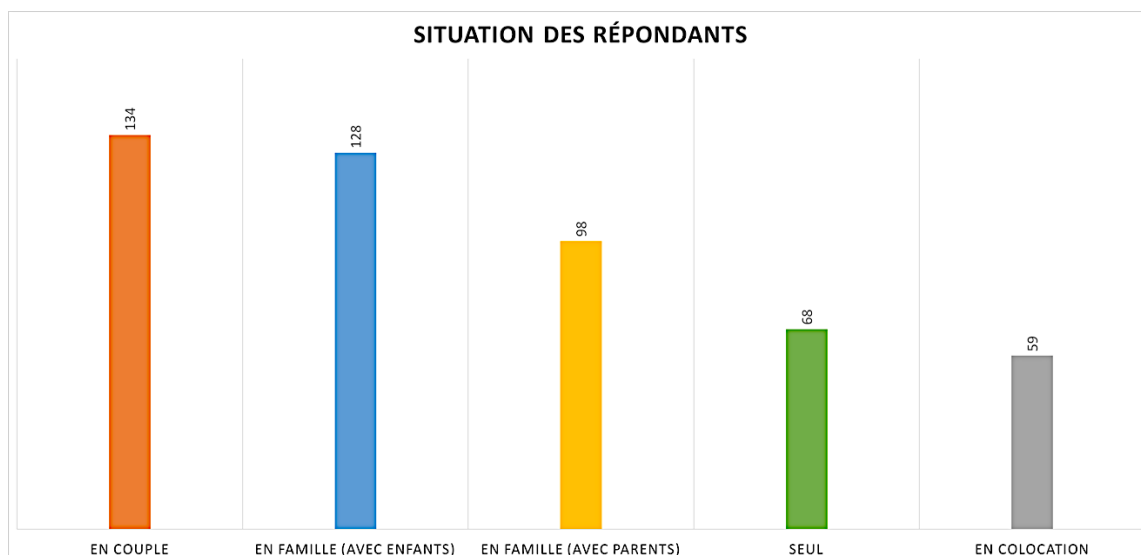


Figure 4

36,7% des répondants à l'enquête sont en CDI, 22,8% sont étudiants, 11,9% sont indépendants, 8,8% sont pensionnés, 7,8% sont en CDD, 3,3% sont sans emploi, 2% sont intérimaires ou pigistes et 0,2%, doctorants. Le tableau ci-dessous reprend également les réponses à la question « autre ».

Tableau 1

En CDI	179
Étudiant	111
Indépendant	58
Pensionné	45
En CDD	38
Sans emploi	16
Intérimaire/pigiste...	10
Fonctionnaire	4
Enseignant	4
Invalidité	4
Freelance	3
Doctorant	2
CDI + indépendant complémentaire	3
En mi-temps	1
En formation	2
En voyage	1
Au pair	1

Avec notre question « code postal », nous avons récolté des informations de personnes venant de neuf provinces différentes en Belgique. Alors que nous avons bien spécifié que le questionnaire était destiné aux Belges francophones, huit Français et une personne originaire de la province d'Anvers ont également répondu. Comme il peut également s'agir de Belges francophones, nous avons quand même pris en compte leurs réponses.

Tableau 2

Anvers	1
Code erroné	1
France	8
Hainaut	26
Liège	112
Limbourg	4
Luxembourg	79
Namur	60
Pas de code postal	50
Région bruxelloise et les deux Brabants	146

5.3. Analyse de la consommation médiatique des 18-38 ans. Comparaison avec les générations précédentes

Rappelons-le, notre questionnaire s'adressait à tous les publics par souci de comparaison entre les différentes tranches d'âge. Le but était de dégager les caractéristiques des « *digital natives* » (253 répondants de 18 à 38 ans) par rapport à celles de leurs aînés (216 répondants de 39 ans et plus). Nous avons remarqué certaines différences, notamment en matière de fréquence de la consommation des journaux télévisés, ou dans la manière de recourir aux différents supports disponibles sur le Web. Par contre, certains autres aspects, comme la motivation à s'informer ou l'importance accordée à la qualité de l'image et du son ont montré que les 18-38 ans partagent les mêmes exigences que leurs aînés.

- *Consommation générale de l'information*

Les données sur les médias majoritairement consommés par ces deux tranches d'âge nous montrent que les 18-38 ans consomment plus d'information sur le Web (37%) que

les 39 ans et plus (21%) qui en consomment moins que l'information radiophonique (26% contre 20% pour les 18-38 ans). Pour les 18-38 ans, le web est la première source d'actualité avant l'information télévisuelle qui reste cependant une source importante (32%). Notons que l'information papier est la moins représentée dans les deux graphiques (11% chez les 18-38 ans et 17% chez les 39 ans et plus).

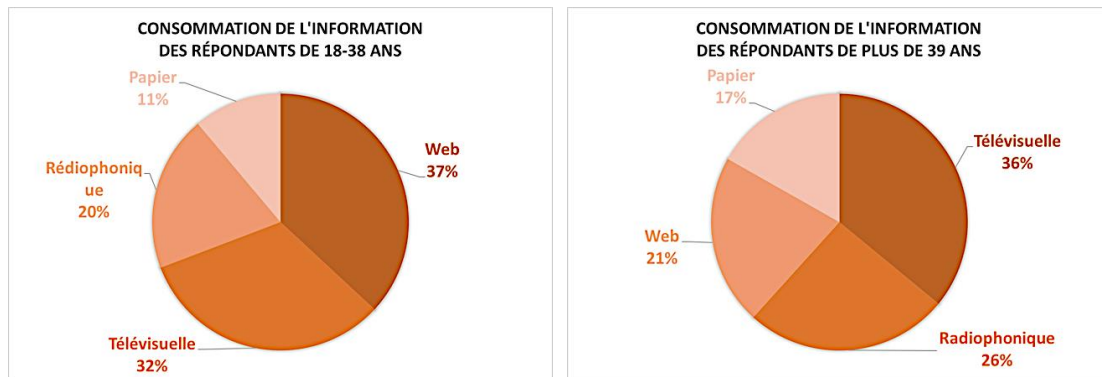


Figure 5

- Possession d'une télévision

La présence d'une télévision dans les foyers est moins répandue chez les personnes de 18-38 ans que chez les 39 ans et plus (81% contre 96%). Ayant remarqué que 45% des répondants de 18-27 ans vivent encore chez leurs parents (la présence de la télévision est donc indépendante de leur volonté), il nous a semblé pertinent de chercher un lien, pour cette tranche d'âge, entre la situation familiale et la possession d'un téléviseur.

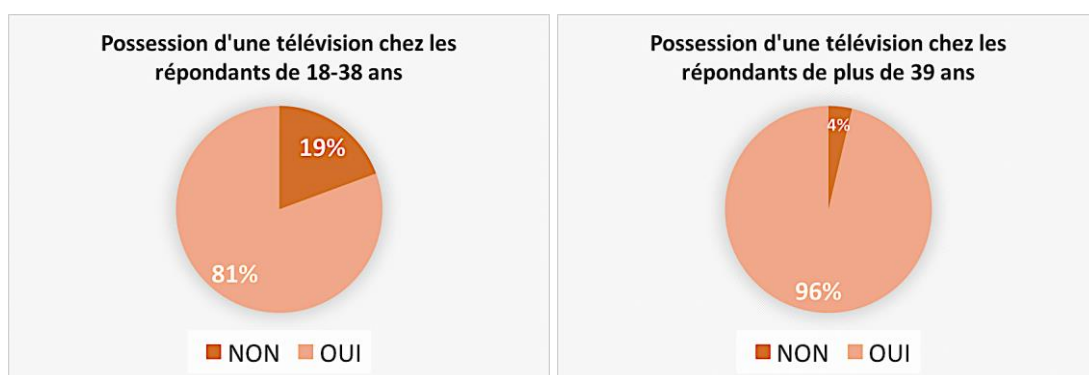


Figure 6

Nous constatons que les possesseurs d'une télévision sont majoritairement des (jeunes) personnes habitant avec leurs parents (52%). À l'inverse, ceux qui n'en possèdent pas vivent majoritairement en colocation (79%).

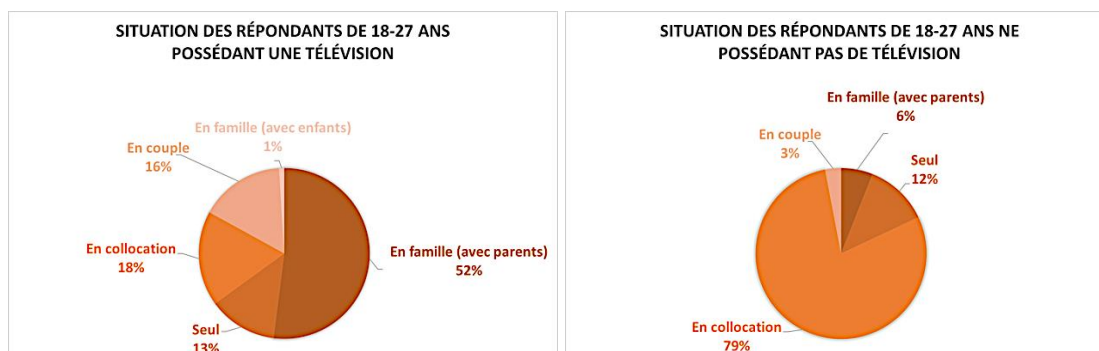


Figure 7

- *Motivations de l'accès à l'information*

La comparaison des tranches d'âge concernant la question des motivations à s'informer dépeint une volonté de consommation similaire entre les générations. Certaines motivations sont cependant plus importantes pour les répondants de 39 ans que pour les plus jeunes comme « Pour suivre l'actualité » (26,5% des réponses au total et 87,9% des répondants contre 21,5% des réponses au total et 75,9% des répondants) « me cultiver » (18,5% des réponses au total et 62,5% des répondants contre 16,1% des réponses au total et 56,5% des répondants) et « comprendre le monde dans lequel je vis » (17,5% des réponses au total et 59,2% des répondants contre 14,8% des réponses au total et 52,6% des répondants). La variable « par curiosité » remporte plus de succès chez les répondants de 18-38 ans que les répondants plus âgés (16,9% des réponses et 59,5% des répondants contre 11,3% des réponses et 37,5% des répondants).

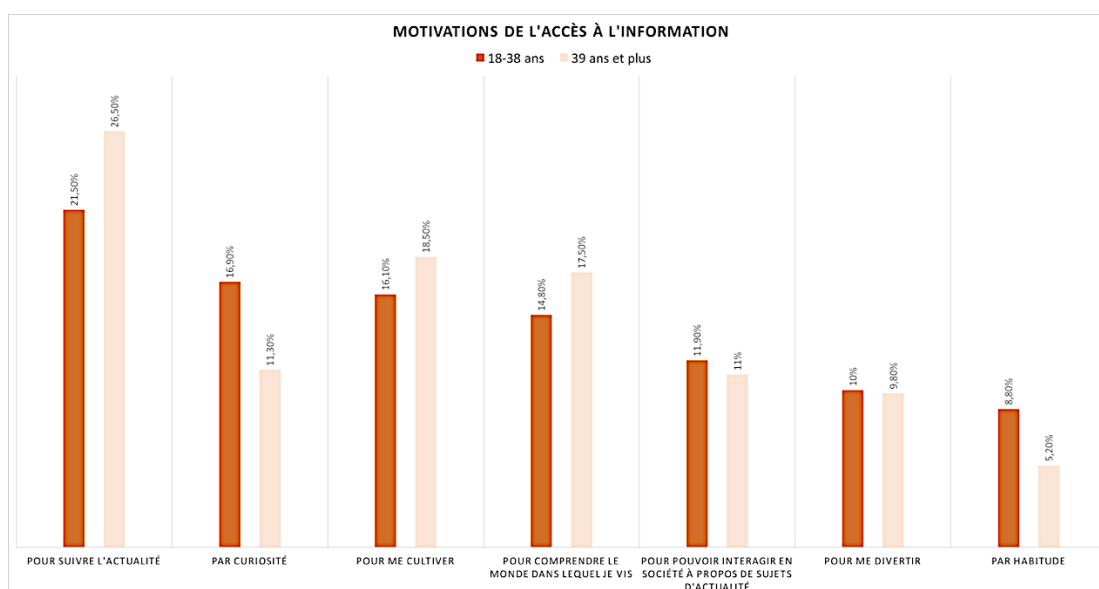


Figure 8

- *Consommation de l'information sur le Web*

Les données sur la consommation de l'information sur internet montrent une différence entre les 39 ans et plus et les 18-38 ans : la préférence donnée à la consommation d'information relayée par les réseaux sociaux. Bien que les pourcentages des deux tranches d'âge soient à quelques décimales près similaires (32,58% et 32,64% des réponses au total), les réseaux sociaux ont plus de succès (79,8% des répondants) que le site internet des médias pour les 18-38 ans (67,6% des répondants et 28,23% des réponses au total). C'est le contraire pour les 39 ans et plus et la différence de pourcentage est plus élevée que pour la génération suivante (62,9% des répondants pour le site internet des médias contre 51,4% des répondants pour les réseaux sociaux). Un autre constat important est celui de l'utilisation plus importante de YouTube par les 18-38 ans (12,10% contre 6,82% des réponses au total chez les 39 ans et plus) et des médias humoristiques (8,87% contre 3,56% chez les 39 ans et plus) par rapport aux médias alternatifs (7,74% contre 8,01% chez les 39 ans et plus), aux Blogs (3,55% contre 5,34% chez les 39 ans et plus) et aux *pure players* (6,94% contre 3,56%).

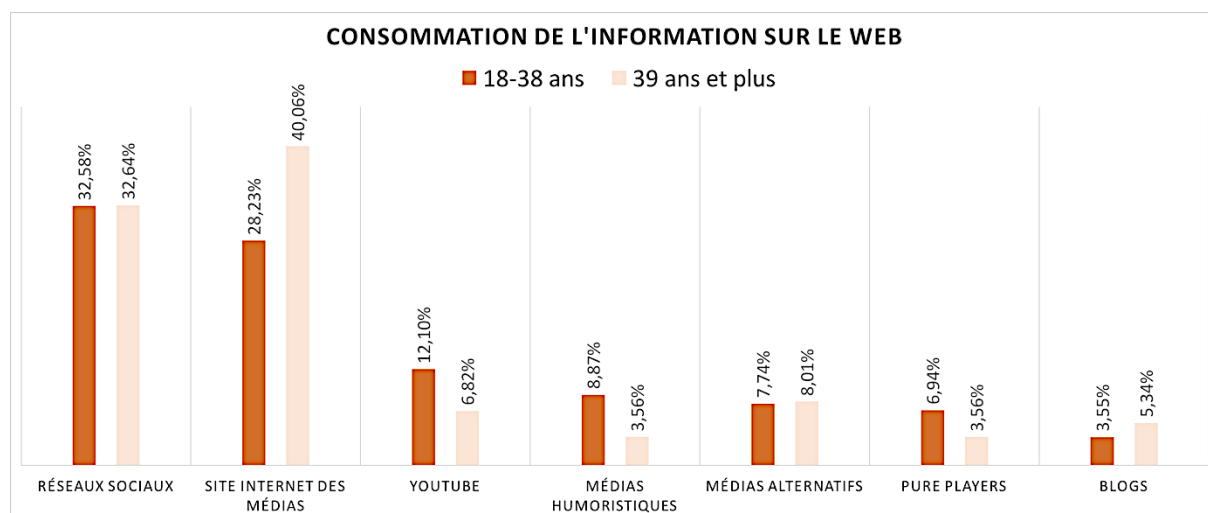


Figure 9

- *Consommation de l'information sur la page Facebook des médias*

L'analyse de la fréquence d'utilisation des pages Facebook des médias montre que les « 39 ans et plus » sont plus nombreux à ne jamais utiliser les pages Facebook des médias pour s'informer que les 18-38 ans (53,6% contre 31,4%). Si les données sur les *digital natives* sont plus contrastées, les réponses « Jamais » et « Moins d'une fois par semaine »

constituent le panel le plus représenté de cette question (52,6% cumulés) et il est encore plus élevé pour les 39 ans et plus (71,9%).

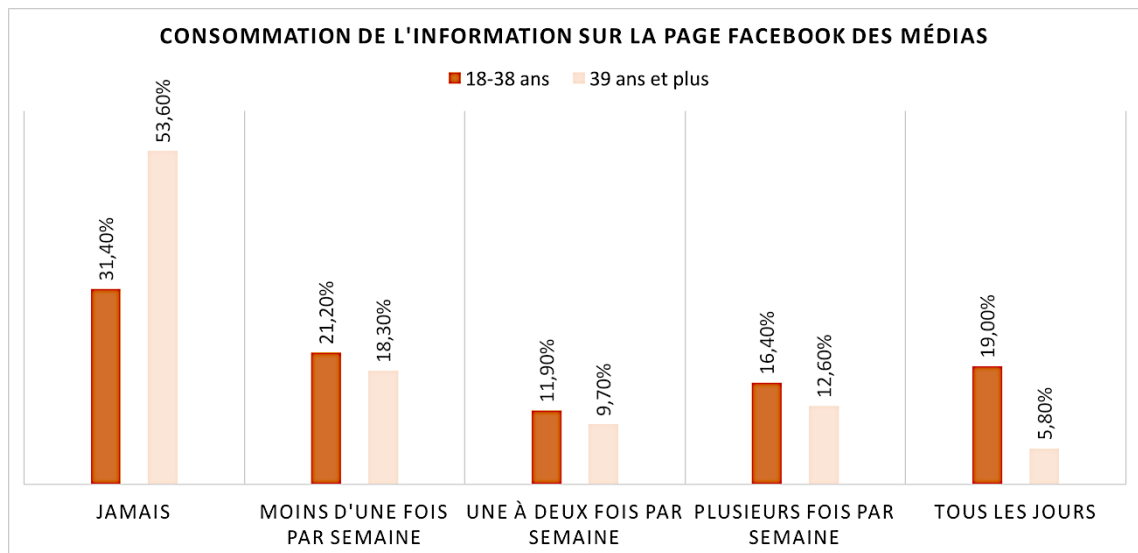


Figure 10

Les comptes Twitter des médias récoltent un très faible succès dans les deux tranches d'âge comme source d'information. Autant les 18-38 ans que les « 39 ans et plus » ont répondu en grande majorité « jamais » (respectivement 81% et 91,3%). Il apparaît une très faible consommation plus élevée chez les 18-38 ans, mais celle-ci reste insignifiante.

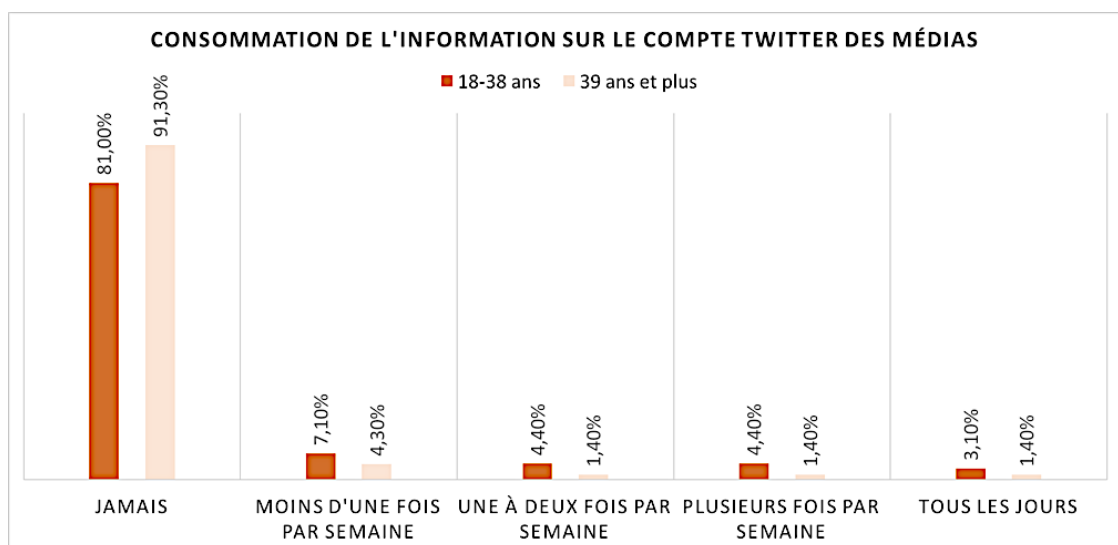


Figure 11

- *Comportement face à l'information sur les réseaux sociaux.*

À la question de savoir quel usage est fait de l'information diffusée sur les réseaux sociaux, nous constatons un pourcentage de réponses « Information partagée par les amis », plus important chez les 18-38 ans que chez leurs aînés (35,4% des réponses totales et 62,8% des répondants contre 27,1% des réponses totales et 58,3% des répondants de 39 ans et plus). La réponse « Information partagée par les médias » est également plus importante chez les plus jeunes que chez les 39 ans et plus (32,3% et 57,3% des répondants contre 22,6% des réponses totales et 48,6% des répondants de 39 ans et plus). Les 18-38 ans préfèrent « liker » l'information (14,7% des réponses au total et 26,1% des répondants) que la partager (8,9% des réponses au total et 15,8% des répondants) et inversement pour les 39 ans et plus (11,8% des réponses au total et 25,5% des répondants contre 17,2% des réponses au total et 37% des répondants). Le commentaire est le comportement le moins fréquent pour les 18-27 ans (5,01% des réponses totales et 9,1% des répondants de 18-38 ans contre 9,7% et 20,8% des répondants de 39 ans et plus).

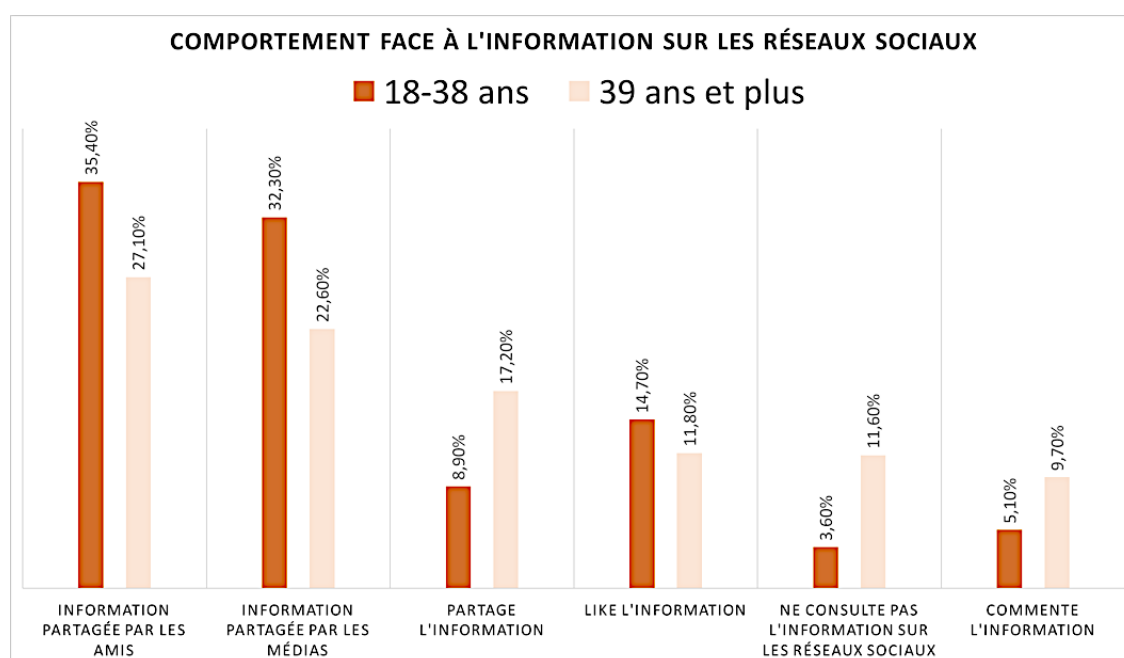


Figure 12

- *Qualité technique de la vidéo d'information*

Ces données questionnant les répondants à propos de la qualité de l'image et du son montrent un intérêt significatif pour la qualité technique des vidéos d'information autant pour les 18-38 ans que pour les 39 ans et plus. Les variables « importante » et « Très

importante » cumulées représentent un pourcentage élevé des réponses autant chez les 18-38 ans (75,5% pour le son et 88,5% pour l'image) que chez les 39 ans et plus (81,4% pour l'image et 88,8% pour le son). Nous remarquons que le son connaît un intérêt plus important que la vidéo pour les deux tranches d'âge.

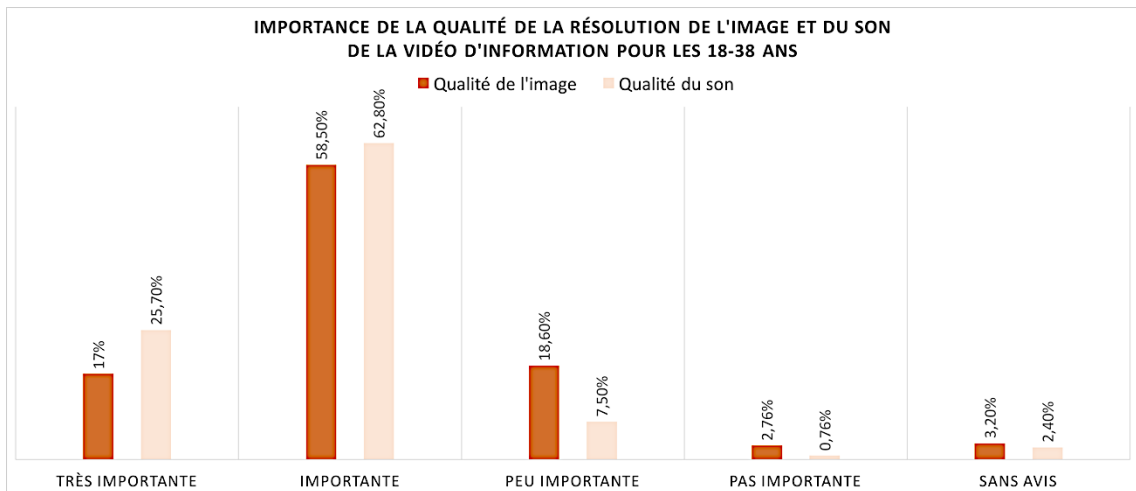


Figure 13

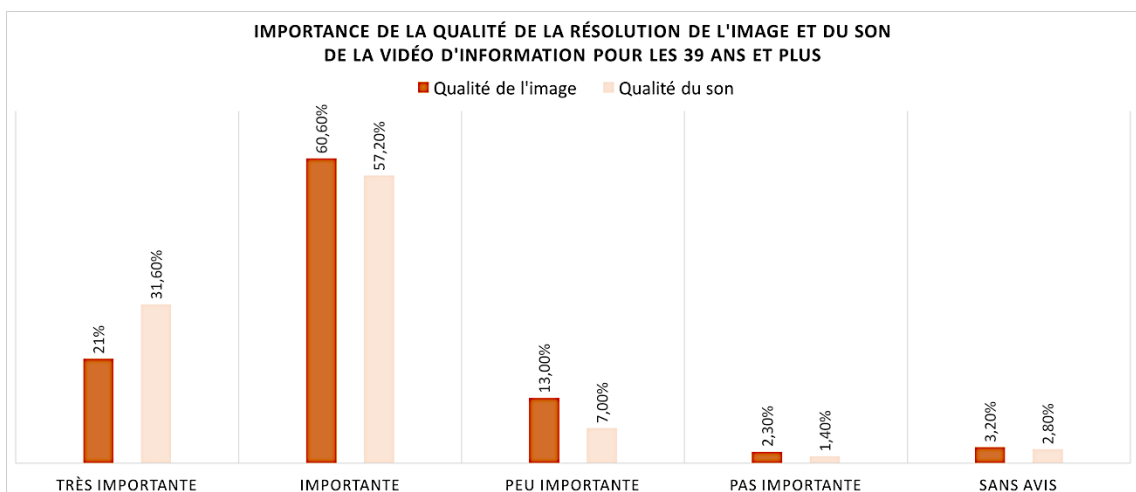


Figure 14

- Consommation des reportages des journaux télévisés

L'examen des réponses à la question de la fréquence de la consommation des journaux télévisés montre que les réponses « Tous les jours » et « Plusieurs fois par semaine » cumulées sont plus nettement plus représentées chez les 39 ans et plus (52,4%) que chez les 18-38 ans (41,9%). À l'inverse, le pourcentage des réponses « Jamais » et « Moins

d'une fois par semaine » cumulées est plus élevé chez les 18-38 ans (32,8%) que chez leurs aînés (25,25%) ainsi que celui de la réponse « une à deux fois par semaine » (25,3% contre 22,38% pour les 39 ans et plus).

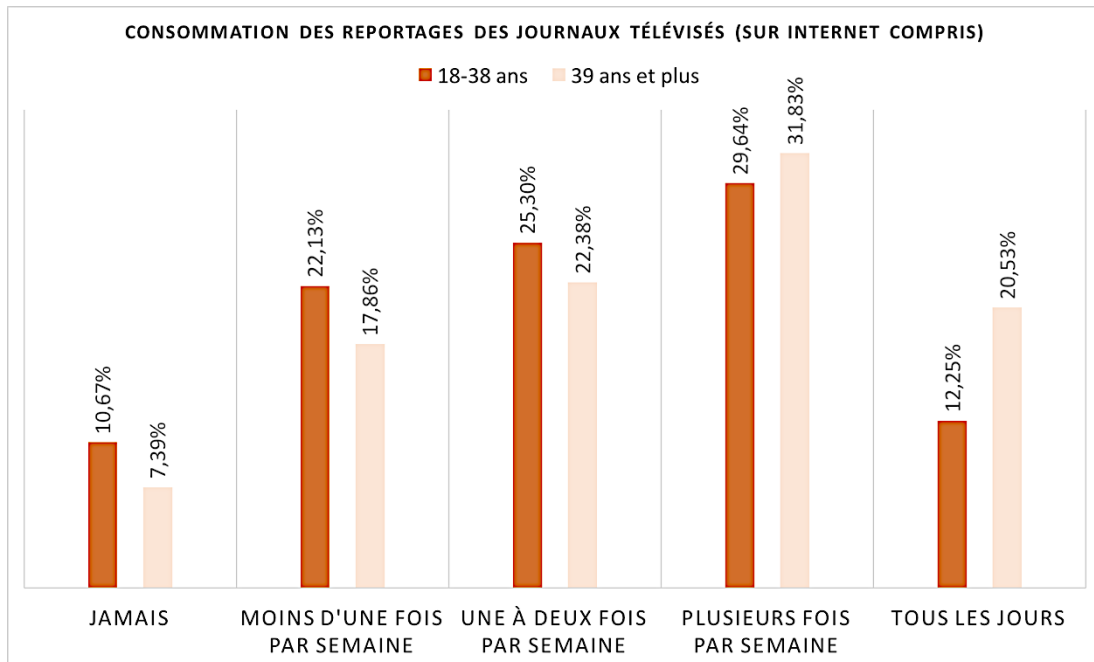


Figure 15

5.4. Analyse des données sur la consommation des journaux télévisés par les *digital natives*

- Niveau d'études :

Pour les 18-27 ans, le diplôme supérieur universitaire Master est le plus représenté: 38%. Il est suivi par le diplôme de bachelier non universitaire (26%), puis le bachelier universitaire (18%), le secondaire supérieur (14%), le secondaire inférieur (2%) et le doctorat (2%). La tendance est assez similaire chez les répondants de 28-38 ans où l'on retrouve en tête le Master universitaire (41% suivi du bachelier non universitaire (35%), du secondaire supérieur (10%), du Master du supérieur non universitaire (7%), du doctorat (5%) et enfin du secondaire inférieur (2%). Si les chiffres des types de diplômes sont diversifiés, les répondants détenteurs d'un Master sont majoritaires ce qui minimise quelque peu la qualité de l'échantillon.

- *Situation professionnelle :*

Sans surprise, le groupe des 18-27 ans est constitué majoritairement d'étudiants (58%), suivis des personnes en Contrat à Durée déterminée (CDD) (20%), de ceux jouissant d'un Contrat à durée indéterminée (CDI) (16%), d'indépendants (6%), d'intérimaires/pigistes (6%), de personnes sans emploi (6%), des doctorants (1%), CDI avec statut indépendant complémentaire (1%) et des personnes en plan formation insertion (1%). Par contre, les travailleurs en CDI sont plus nombreux chez les 28-38 ans (64%), suivis par les indépendants (14%), les détenteurs d'un CDD (13%), les personnes sans emploi (6%) et des intérimaires/pigistes (2%).

- *Situation familiale:*

Les répondants de 18-27 ans sont encore nombreux à vivre avec leurs parents (45%), le nombre des répondants habitant en colocation est légèrement moins élevé (33%), suivi par les personnes vivant en couple (15%) et seules (13%). Les personnes vivant avec leurs enfants sont minoritaires (0,6%). Les répondants de 28-38 ans vivent majoritairement en famille avec enfants (38%), en couple (35%), seuls (13%), en famille avec parents (7%) et en colocation (6%).

Afin de mieux cerner la consommation des journaux télévisés par les “*digital natives*”, il m'a semblé important de marquer une séparation entre deux tranches d'âges dissemblables quant aux activités et rythmes de vie de leurs représentants. En effet, 73 des 84 répondants de 28-38 ans (soit 87%) travaillent, le reste étant sans emploi, alors que 93 des répondants de 18-27 ans sont encore étudiants (54%) et que 8 sont sans emploi (5%). Il est donc indispensable de prendre en compte ces différences pour analyser les données de manière précise.

- *Avis relatifs à l'offre en matière d'information télévisuelle en Belgique francophone⁹⁶.*

Si 74 des 18-27 ans et 28 des 28-38 ans ont répondu « assez complète », 57 des 18-27 et 24 des 28-38 ont répondu « incomplète ». 14 des 18-27 et 17 des 28-38 ans sont sans avis. 7 des 18-27 ans et 5 des 28-38 ans trouvent l'offre « complète ». Il faut aussi préciser

⁹⁶ La question posée dans l'enquête était: “En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est...”

que les graphiques ci-dessus représentent les pourcentages de ceux ayant répondu. Or, 18 répondants de la classe des 18-27 ans et 7 répondants de la classe des 28-38 ans n'ont pas répondu à cette question. L'information que nous retenons de ce graphique est le pourcentage des réponses « complète » (faible) et « incomplète » (relativement élevé). Dans la tranche d'âge la plus jeune, le pourcentage des répondants estiment l'offre « complète » ou « assez complète » est légèrement majoritaire (54%). Ce n'est plus le cas pour la tranche d'âge des 28-38 ans, où ce pourcentage tombe à 45%. Nous verrons plus loin ce que les répondants souhaiteraient voir pour compléter l'offre, tant en matière de contenu que de support.

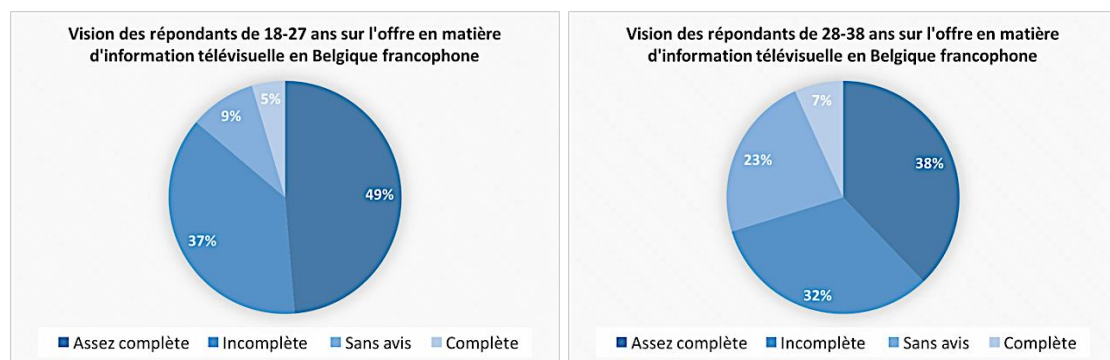


Figure 16

- *Quantité d'information fournie par les Journaux télévisés⁹⁷:*

Les réponses à la question relative à la quantité d'information présente dans les journaux télévisés permettent de donner une première explication au faible taux de satisfaction observé dans la question précédente. À l'exception de 6% (chez les 18-27 ans) et 12% (chez les 28-38 ans) les répondants des deux catégories ne trouvent pas l'information qu'ils attendent, en matière de quantité tout au moins. Soulignons que les deux critères favorisés sont "trop peu d'information⁹⁸" et "information superflue⁹⁹" suivis de "sans avis" et "toute l'information nécessaire¹⁰⁰". Notons que 17 personnes parmi les 18-27 et 16 parmi les 28-38 n'ont pas répondu à cette question. La contradiction apparente entre les

⁹⁷ Question "Les journaux télévisés me donnent..."

⁹⁸ Réponse "Pas assez d'information" dans le questionnaire en ligne.

⁹⁹ Réponse "De l'information dont je n'ai pas besoin" dans le questionnaire en ligne.

¹⁰⁰ Réponse "Toute l'information dont j'ai besoin" dans le questionnaire en ligne.

deux groupes de réponses (trop d'information, ou pas assez) met en évidence la différence qui existe entre les attentes du public et les choix rédactionnels posés.

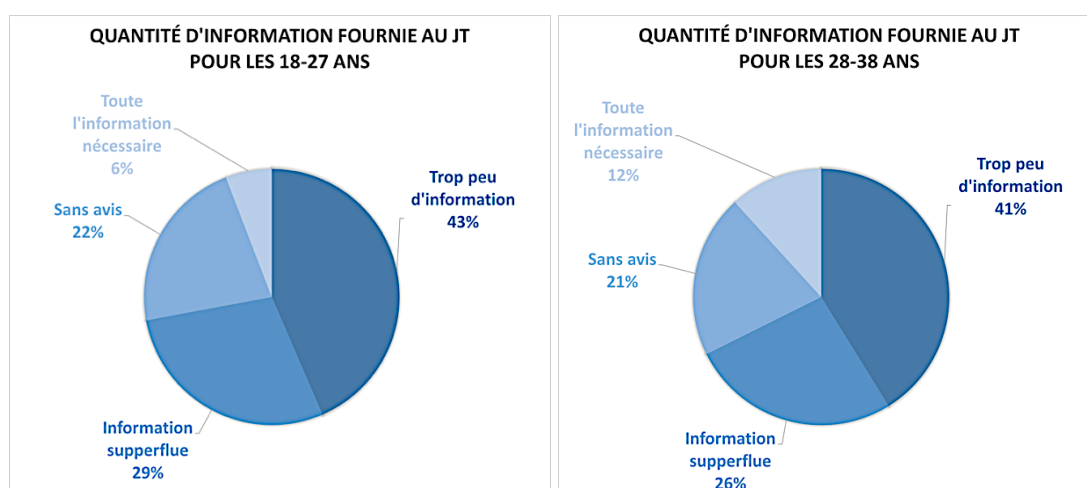


Figure 17

- *Comportement durant la consultation du JT* :¹⁰¹

Les données relatives au comportement des « digital natives » devant le JT montrent que la majorité des répondants effectuent une autre tâche en même temps, et ce dans les deux tranches d'âges. Les répondants ayant eu la possibilité de choisir plusieurs réponses, nous avons également analysé les données groupées suivantes :

Chez les 18-27 ans, 74 personnes ont expliqué qu'ils effectuent une seule autre tâche en même temps (43,8%) ; 3 ont assuré qu'ils effectuent une autre tâche en même temps tout en se concentrant uniquement sur ce qu'ils regardent (1,8%) ! 2 répondants regardent le JT en effectuant une autre tâche, se concentrent uniquement sur ce qu'ils regardent et zappent quand ils ne sont plus intéressés (1,2%). 16 ont répondu qu'ils effectuent une autre tâche, et passent à autre chose quand cela ne les intéresse pas (9,5%). 4 disent qu'ils se concentrent uniquement sur ce qu'ils regardent et passent quand cela ne m'intéresse pas (2,4%). 1 dit qu'il ne regarde jamais (0,6%), 11 disent uniquement qu'ils passent quand cela ne les intéresse pas (6,5%).

Chez les 28-38 ans, 39 affirment systématiquement regarder le journal télévisé en effectuant une autre tâche (49,4%). 2 personnes affirment en même temps effectuer une

¹⁰¹ Question "Lorsque je regarde le journal télévisé..." dans le questionnaire en ligne.

autre tâche et se concentrer uniquement sur ce qu'elles regardent (2,5%). 2 personnes disent à la fois effectuer une autre tâche et se concentrer uniquement sur ce qu'elles regardent et passer quand cela ne les intéresse pas (2,5%). 7 répondants effectuent une autre tâche et changent de chaîne quand cela ne les intéresse pas (8,9%). 13 disent se concentrer uniquement sur ce qu'ils regardent (0,2%). 2 répondent qu'ils se concentrent uniquement sur ce qu'ils regardent et passent quand cela ne les intéresse pas (2,5%). Huit cochent uniquement qu'ils passent quand cela ne les intéresse pas (10,1%).

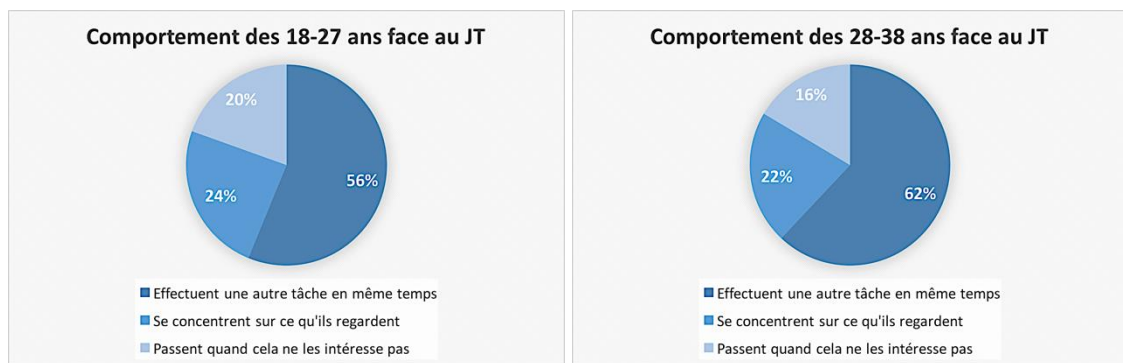


Figure 18

- *Supports de consommation de l'information télévisuelle*¹⁰²

Si les deux premiers graphiques ci-dessous témoignent encore du succès de la télévision comme premier outil de consommation des journaux télévisés, nous remarquons que le PC est plus utilisé chez les 18-27 ans que chez leurs aînés. Ces derniers lui préfèrent le smartphone.

Nous constatons que les 28-38 ans sont proportionnellement plus nombreux à utiliser uniquement la télévision pour regarder les journaux télévisés (32,4% contre 23,8% des réponses des 18-27 ans). Les 18-27 ans par contre sont plus nombreux à utiliser exclusivement le PC comme outil de consommation du JT (17,2% contre 13,5% des réponses des 28-38 ans). Cette tendance s'inverse avec l'utilisation exclusive du Smartphone pour regarder le JT (4% des réponses des 18-27 ans et 8,1% des réponses des 28-38 ans). Les 18-27 ans utilisent également plus la télévision et le PC (16,5% contre 10,8%), la télévision et le smartphone (12,6% contre 5,4%), le PC et le smartphone

¹⁰² Question "Je regarde majoritairement l'information télévisuelle..." dans le questionnaire en ligne.

(12,6% contre 5,4%), télévision, PC et smartphone (9,9% contre 6,7%) que les 28-38 ans. La tablette par contre n'est utilisée que par seulement 4 des 18-27 ans et 4 des 28-38 ans, sa représentation est basse, et de plus nous remarquons qu'elle est majoritairement utilisée en addition à d'autres outils. Enfin, 45,7% des répondants de 18-27 ans disent n'utiliser qu'un outil pour regarder le JT contre 55,4% des 28-38 ans.

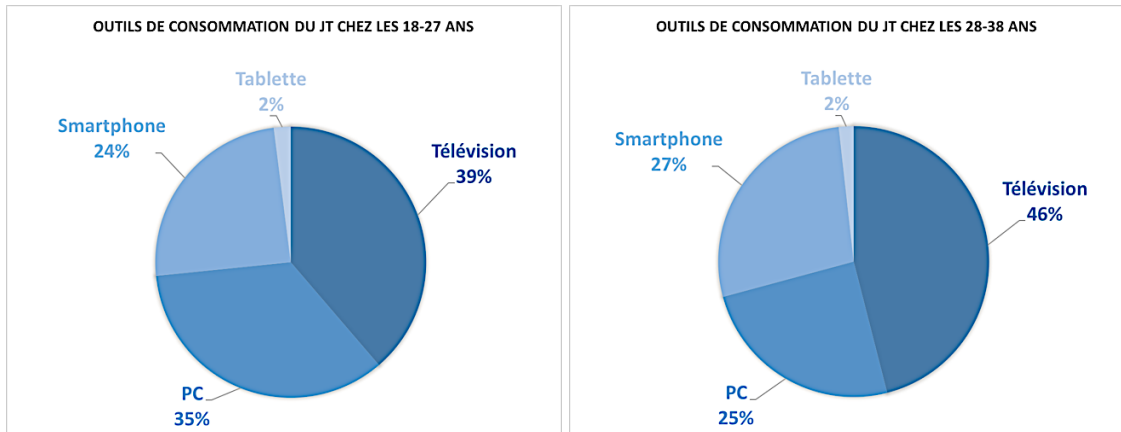


Figure 19

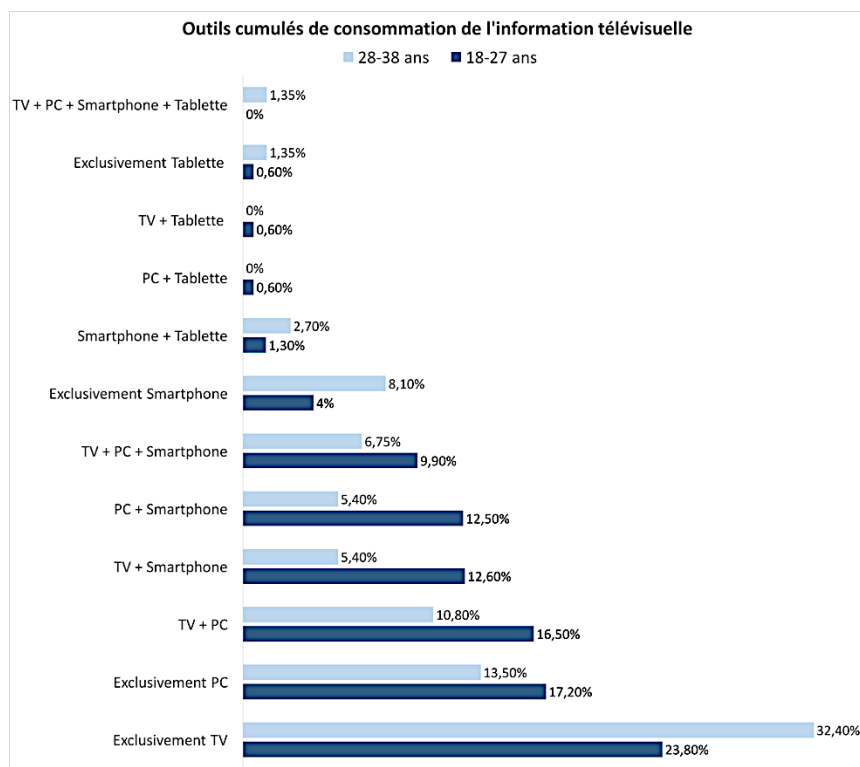


Figure 20

- *Timing de consommation des journaux télévisés*

Les données récoltées à propos des moments de la consommation des JT par les « digital natives » présentent que les deux tranches d'âge consomment plus les JT en direct qu'en rediffusion en ligne, que ce soit en entier ou à la carte. En effet, le pourcentage des répondants ne regardant jamais le JT en direct (8% des réponses au total pour les 18-27 ans et 10,8% des réponses au total pour les 28-38 ans) est plus faible qu'en replay en entier (62,5% des réponses au total pour les 18-27 ans et 20,2% des réponses au total pour les 28-38 ans) et qu'en replay à la carte (32,2% des réponses au total pour les 18-27 ans et 35,1% des réponses au total pour les 28-38 ans). Les réponses concernant le JT en direct « plusieurs fois par semaine » (28,9% des réponses au total pour les 18-27 ans et 36,5% des réponses au total pour les 28-38 ans) et « tous les jours » (5,9% des réponses au total pour les 18-27 ans et 20,8% des réponses au total pour les 28-38 ans) sont plus nombreuses que celles des répondants préférant les replay à la carte (2% des réponses au total pour les 18-27 ans et 4% des réponses au total pour les 28-38 ans disent regarder le JT tous les jours. 11,18% des réponses au total pour les 18-27 et 17,6% des réponses au total pour les 28-38 ans disent le regarder plusieurs fois par semaine). Pour ce qui concerne les replay en entier, les réponses montrent un taux assez faible : 0% des réponses au total pour les 18-27 ans et 1,3% des réponses au total pour les 28-38 ans disent regarder le JT en replay tous les jours, mais 4,6% réponses au total pour les des 18-27 et 8,1% des réponses au total pour les 28-38 ans le regardent plusieurs fois par semaine). Nous constatons que la consommation du JT en direct surpasse la consommation en replay. Sur le Web, il existe une préférence pour la consommation du JT en rediffusion à la carte par rapport au JT en entier. Notons que les personnes n'ayant pas répondu à cette question sont au nombre de 18 pour les 18-27 ans et 9 pour les 28-38 ans dans les deux questions.

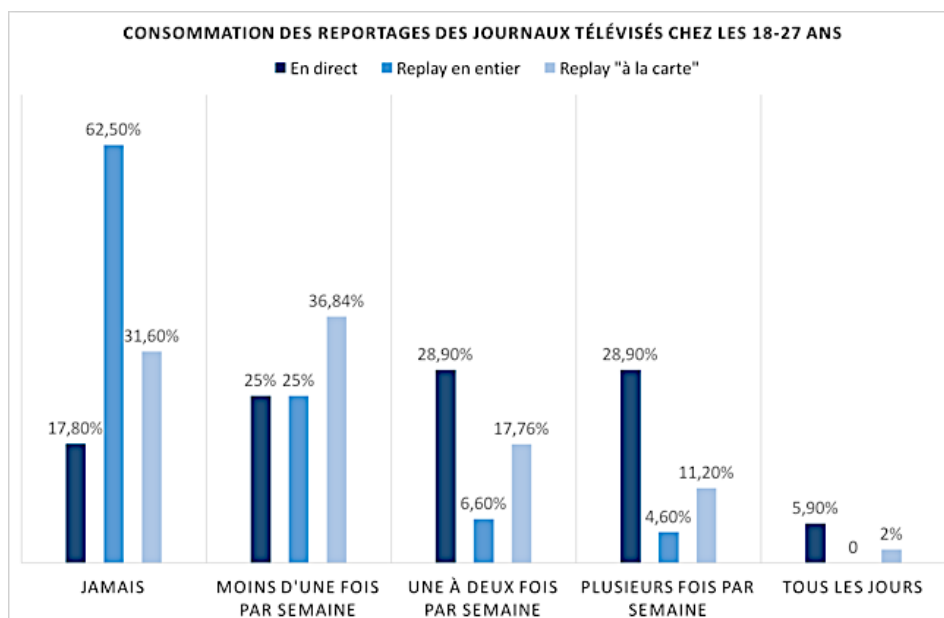


Figure 21

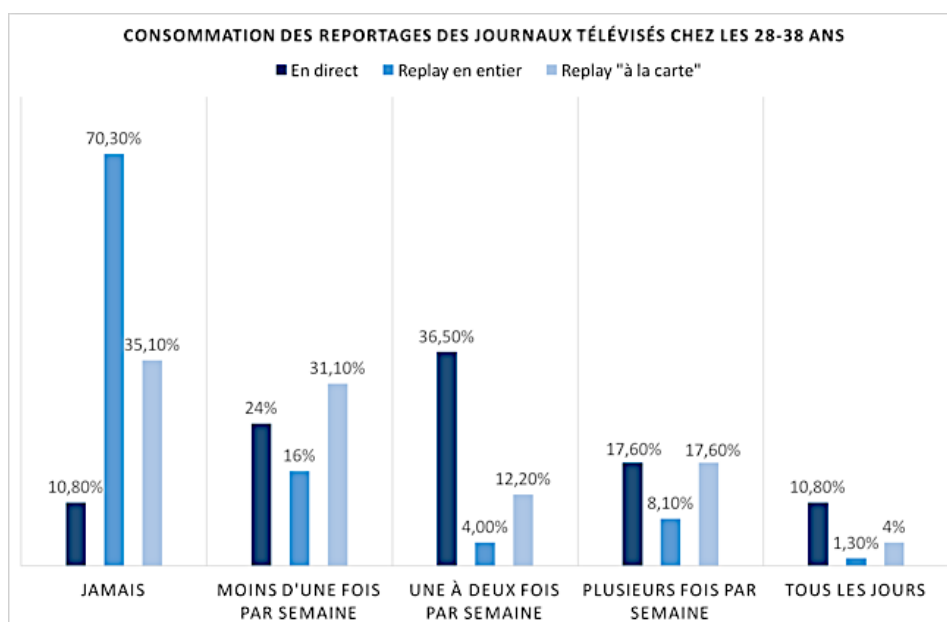


Figure 22

- Consommation des journaux télévisés de la RTBF et de RTL TVI :

- RTL TVI

Si la consommation du JT de 13h de RTL TVI dans cette tranche d'âge (90% de personnes répondent «jamais » ou « moins d'une fois par semaine » chez les 18-27 ans et 86,5% chez les 28-38 ans), l'édition de 19h a plus de succès, mais reste peu consommée par cette génération (70,4% des répondants des 18-27 ans et 70,3% des 28-38 disent

« jamais » ou « moins d'une fois par semaine »). Pour le 13h, 7,2% des répondants de 18-27 ans et 6,7% des 28-38 ont choisi « une à deux fois par semaine » ; 2,6% des 18-27 ans et 6,7% des 28-38 ans ont coché « plusieurs fois par semaine » ou « tous les jours ». Notons que les personnes n'ayant pas répondu à cette question sont au nombre de 18 pour les 18-27 ans et 9 pour les 28-38 ans dans les deux questions.

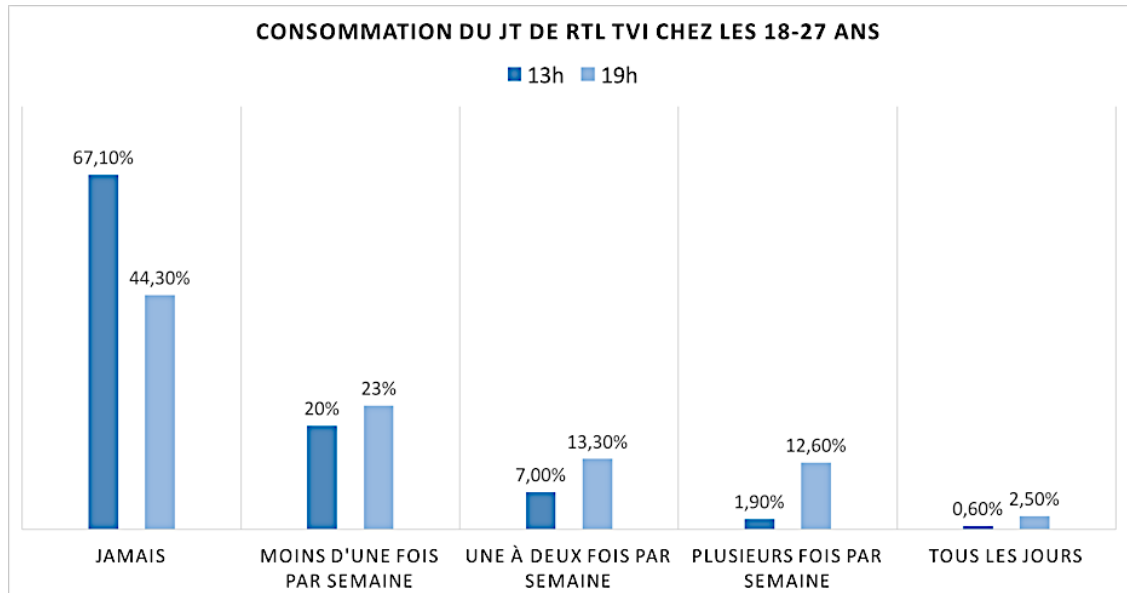


Figure 23

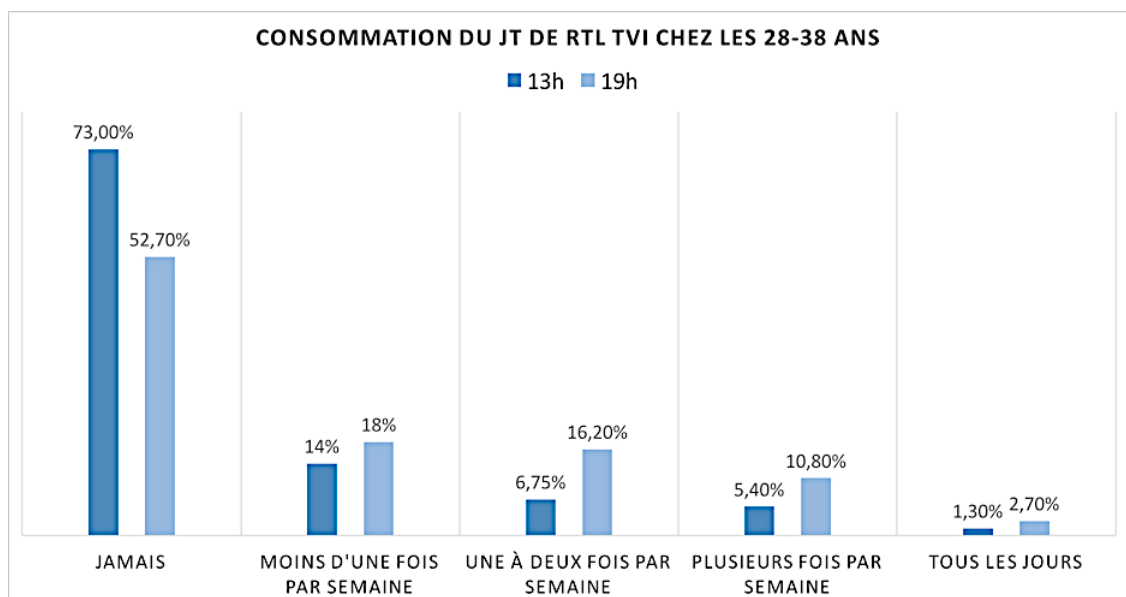


Figure 24

- RTBF :

Comme pour RTL TVI, la consommation de l'édition de 13h du journal de la RTBF est très faible. 79,6% des 18-27 ans et 86,5% des 28-38 ans ont répondu « jamais » ou « moins d'une fois par semaine ». 10,5% des 18-27 ans et 2,7% des 28-38 ans ont coché « plusieurs fois par semaine » ou « tous les jours ». 9,9% des 18-27 ans et 10,8% des 28-38 ans ont répondu « une à deux fois par semaine ».

L'édition du 19h30 connaît plus de succès avec 31,6% des 18-27 et 28,4% des 28-38 ans qui disent le regarder « plusieurs fois par semaine » ou « tous les jours ». 51,3% des 18-27 ans et 48,6% des 28-38 ans disent ne le regarder que « jamais » ou « moins d'une fois par semaine ». 17,1% des 18-27 ans et 23% des 28-38 ans le consomment « une à deux fois par semaine ».

La comparaison des graphiques et pourcentages nous montre que la consommation de la RTBF est plus élevée dans cette tranche de la population que celle de RTLTVI.

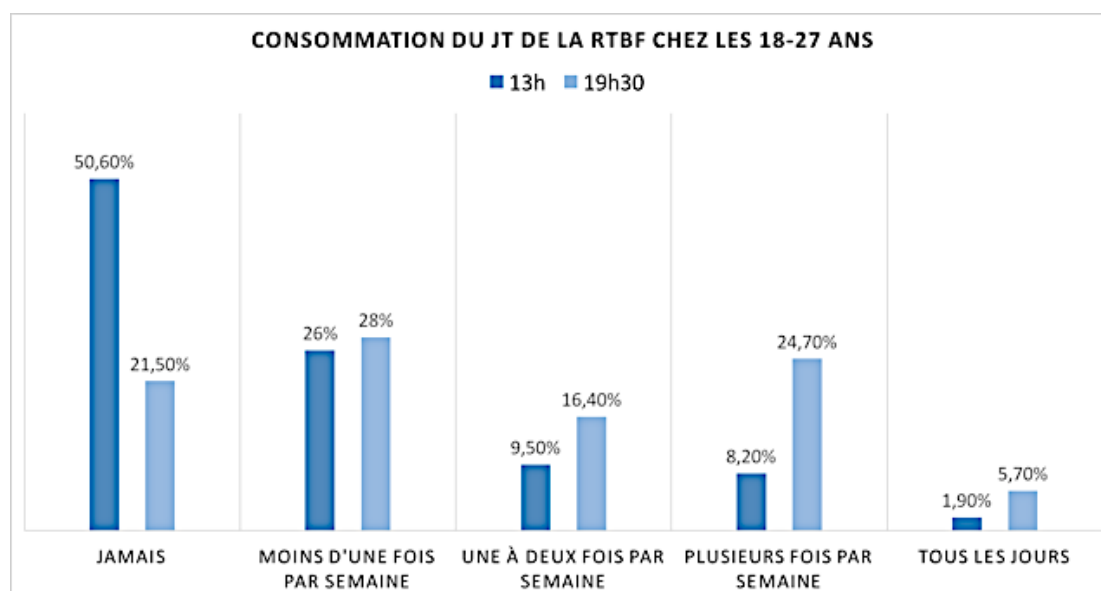


Figure 25

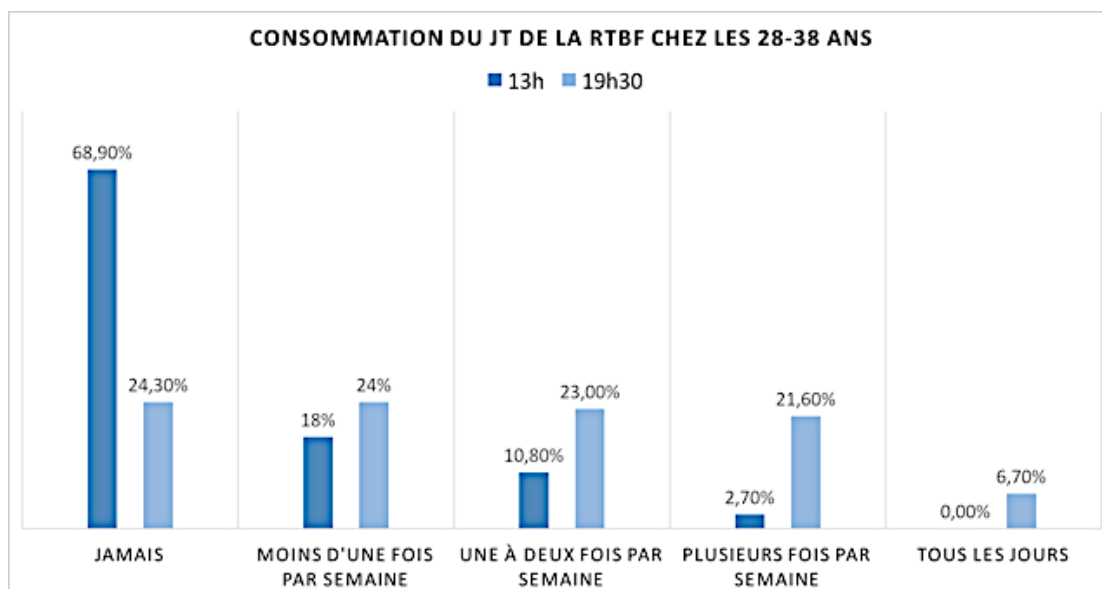


Figure 26

- *Consommation des journaux télévisés nocturnes¹⁰³*

La consommation des JT nocturnes comme Vews en Belgique ou Soir 3 en France est moins importante chez les 18-27 ans (5% de réponses positives contre 95% négatives) que les 28-38 ans (18% de réponses positives et 82% de réponses négatives). Notons que 19 des 18-27 ans et 9 des 28-38 ans n'ont pas répondu à cette question.



Figure 27

¹⁰³ Question “Je regarde les journaux télévisés nocturnes (Vews, Soir 3,...) » dans le questionnaire en ligne.

- *Consommation des journaux télévisés sur une autre chaîne*¹⁰⁴

Les réponses concernant la consommation sur d'autres chaînes que la RTBF ou RTL TVI diffèrent entre les deux tranches d'âges. Alors que les 18-27 ans ont répondu majoritairement « non » (59% contre 41% de oui), les 28-38 ans ont répondu majoritairement « oui » (55% contre 45% de non). Notons que 19 des 18-27 ans et 9 des 28-38 ans n'ont pas répondu à la question. Parmi les chaînes regardées, ce sont les chaînes françaises qui ont le plus de succès, dont TF1 (mentionnée 25 fois dans la question ouverte par les 18-27 ans et 14 fois par les 28-38 ans) et France 2 (mentionnée 15 fois dans la question ouverte par les 18-27 ans et 12 fois par les 28-38 ans).



Figure 28

- *La manière de parler des journalistes dans le JT*

Chez les 18-27 ans, 48 répondants ont coché « me plaît », 84 « ne me dérange pas », 20 « me déplaît », et 18 « sans réponse ». Chez les 28-38 ans, 15 disent que la manière de parler des journalistes leur déplaît, 17 ont coché « me plaît », 42 ne sont pas dérangés et 10 n'ont pas répondu.

¹⁰⁴ Question « je consomme l'information sur une autre chaîne que la RTBF ou RTL TVI... » dans le questionnaire en ligne.

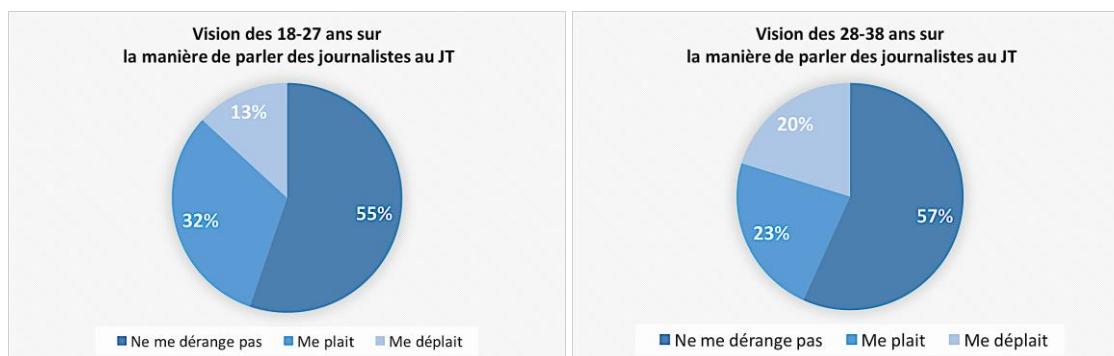


Figure 29

- *Le format des reportages dans le JT (1 minute 30 - 2 minutes)*

Les avis sur le format des reportages du JT sont partagés. Si chez les 18-27 ans 66 personnes (46%) ont répondu que ce format leur convient, 49 les souhaiteraient plus longs (34%) et personne ne les préférerait plus courts. 29 sont sans avis (20%) et 18 personnes n'ont pas répondu. Les répondants de 28-38 ans sont 31 à dire que le format leur convient (45%), 20 à les préférer plus longs (29%), 3 à les vouloir plus courts (4%), 15 à ne pas avoir d'opinion sur ce sujet (22%). 5 personnes ont répondu « autre » et expliquent que cela dépend du sujet traité. 9 personnes n'ont pas répondu à cette question.

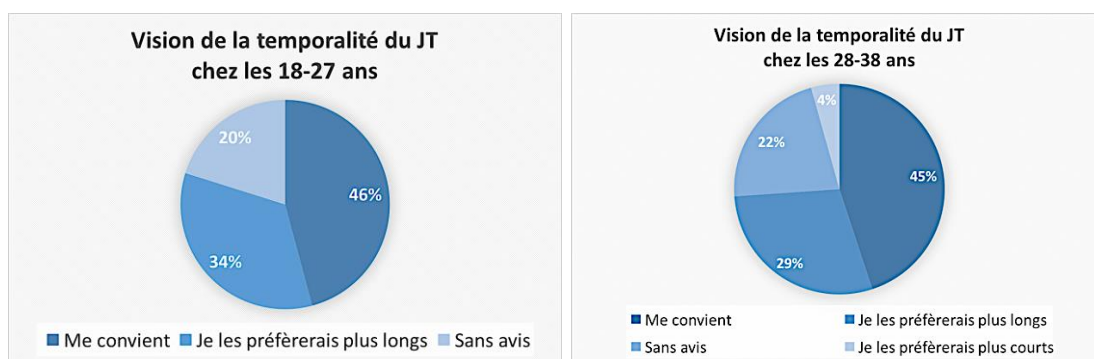


Figure 30

- *Contenus des journaux télévisés¹⁰⁵*

Alors que les répondants de 18-27 ans privilégient l'information internationale (22% des réponses totales et 64,4% des répondants), elle n'arrive qu'en deuxième position (14,4% des réponses totales et 36,6% des répondants) pour leurs aînés qui lui préfèrent

¹⁰⁵ Questions "j'aimerais plus de contenu..." et "j'aimerais moins de contenu..." dans le questionnaire en ligne.

l'information culturelle (19,8% des réponses totales et 48,6% des répondants contre 15,8% et 46,3% des répondants de 18-27 ans). L'information locale/régionale récolte très légèrement moins de succès chez les 18-27 ans (11,9% des réponses totales et 34,9% des répondants) que chez les 28-38 ans (14,3% des réponses totales, 36,6% des répondants). Nous constatons la même tendance concernant l'information économique moins importante pour les 18-27 ans (9,4% des réponses totales et 27,5% des répondants) que pour les 28-38 ans (12% des réponses totales et 31,9% des répondants). L'information sportive, la moins représentée remporte plus de succès chez les plus âgés (5,5%) que chez les plus jeunes (2,3%). Cette tendance s'inverse pour l'information politique plus importante pour la tranche d'âge plus jeune (9,8%) que pour la tranche d'âge plus élevée (6%) ainsi que pour l'information sociale toujours plus importante pour les 18-27 ans (14,4%) que pour les 28-38 ans (11,5%).

Les contenus les moins désirés par les « digital natives » sont plus contrastés. Alors que le contenu sportif est ce que les 18-27 ont le plus coché (24,7%), ce n'est pas le cas des 28-38 ans (21,3%) qui cochent en premier lieu le contenu politique (24,7%) en deuxième position pour les 18-27 ans (19,6%). Le contenu local/régional est plus coché chez les 28-38 ans (18%) que chez les 18-27 ans (12,9%). Les 18-27 ans ont plus sélectionné « rien de spécial » (18,5%) que les 28-38 ans (14,8%). L'international apparaît plus souvent chez les aînés (7,9%) que chez les plus jeunes (3,6%). Le contenu social a plus d'intérêt chez les 18-27 ans (4,12%) que chez les 28-38 ans (2,2%) ainsi que le culturel (3,6% des réponses des 18-27 ans et 2,2% des réponses des 28-38 ans). Le contenu économique est moins désiré chez les 18-27 ans (10,8%) que chez les 28-38 ans (7,9%). Le contenu national n'a été choisi qu'à 1% dans les deux tranches d'âge. Les 18-27 ans rajoutent les faits divers (1%). Notons ici que les chiffres du graphique représentent le pourcentage des réponses au total.

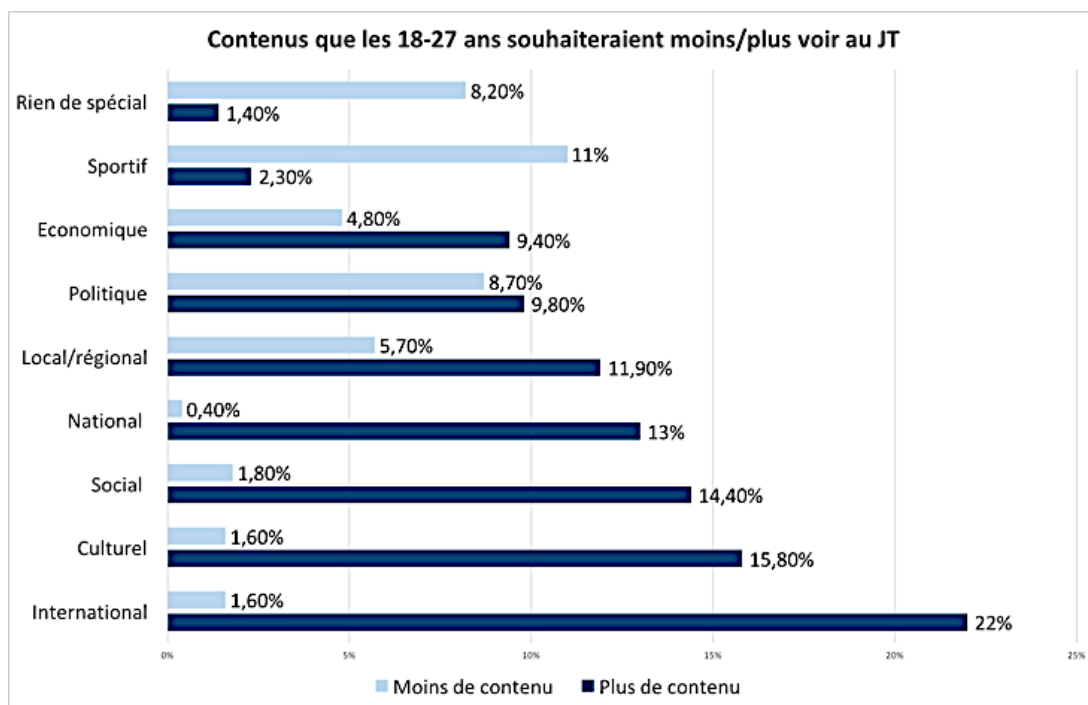


Figure 31

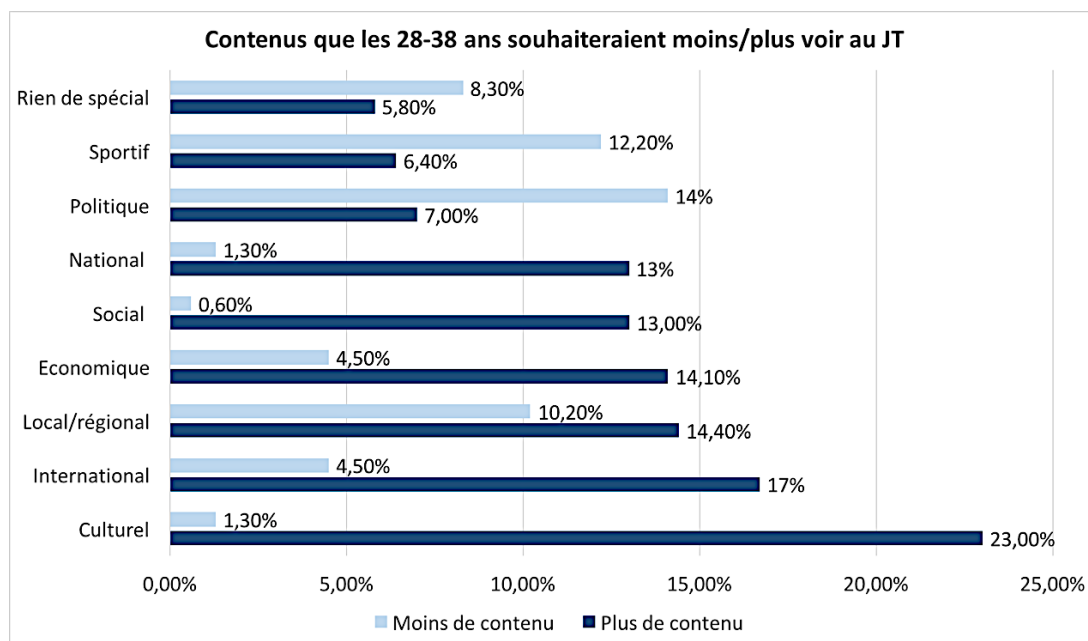


Figure 32

5.5. Discussion des résultats

Notre enquête a montré que la consommation médiatique des “*digital natives*” diffère de celle des 39 ans et plus sur certains points. Tout d’abord, ils utilisent plus majoritairement le Web comme source d’information avant la télévision, même si celle-

ci reste la deuxième source d'information avant la radio et le papier¹⁰⁶. Nous remarquons d'ailleurs que les plus jeunes sont moins nombreux à posséder une télévision¹⁰⁷. Ceux des 18-27 ans possédant une télévision sont en grande majorité les personnes vivant encore avec leurs parents¹⁰⁸, ce qui laisse présager que les pourcentages peuvent encore évoluer dans les prochaines années.

Ces mêmes graphiques ont montré que si la consommation de l'information papier est plus basse chez les 18-38 ans que chez leurs aînés. Ceux-ci l'utilisent également peu puisqu'il s'agit du médium ayant récolté le pourcentage le moins élevé. À la description d'Andreu Casero-Ripollés Castellón sur le délaissement des journaux papier par les jeunes¹⁰⁹, nous ajouterions que cette constatation n'est pas uniquement propre à cette génération. L'arrivée du Web dans les foyers a bousculé également la consommation médiatique des plus âgés, même s'il s'agit d'une modification à moindre impact.

Les données sur la consommation de l'information sur internet¹¹⁰ fournissent un éclairage intéressant pour notre recherche. Les 18-38 ans utilisent en priorité les réseaux sociaux pour se tenir informés avant le site internet des médias, ce qui contraste avec les habitudes des 39 ans et plus, car ceux-ci se rendent d'abord en majorité sur le site Web des médias pour se tenir au courant de l'actualité. Ces données nous permettent également de dégager un aspect particulier de la consommation d'information des digital natives : l'attrait pour les médias humoristiques. Plus important que celui des médias alternatifs, des blogs et des pure players, bien que ces derniers connaissent un succès légèrement plus important dans la tranche d'âge la plus basse.

Vu le succès de l'information via les réseaux sociaux, nous avons tenté d'analyser plus en détail les comportements des consommateurs d'information sur ces plateformes et sommes tombés sur une situation paradoxale. À la question « A quelle fréquence consommez-vous l'information sur la page Facebook des médias ? »¹¹¹ La majorité des réponses s'avèrent « Jamais », plus fréquentes, notons, chez les 39 ans et plus que chez les plus jeunes. La consommation de l'information sur Twitter est encore moins

¹⁰⁶ Figures 5

¹⁰⁷ Figures 6

¹⁰⁸ Figure 7

¹⁰⁹ Casero-Ripollés (Anderu), "Beyond Newspapers...", p. 5.

¹¹⁰ Figure 9

¹¹¹ Figure 10

importante¹¹². Nous pouvons répondre à ce paradoxe par le graphe suivant¹¹³. Celui-ci donne les informations sur le comportement des répondants sur les réseaux sociaux. « Je regarde l'information partagée par mes amis » et « je regarde l'information partagée par les médias officiels » sont les réponses les plus représentées et cela confirme la théorie d'Eric Scherer qui fait le portrait d'une génération intéressée par une information transmise dans son cercle d'amis et donc une information filtrée pour convenir uniquement aux centres d'intérêt du consommateur¹¹⁴. Nous en concluons que les répondants se tiennent au courant de l'actualité à travers leur fil d'actualité. L'information qu'ils obtiennent des médias est celle partagée et donc ils ne se rendent pas sur la page Facebook, mais consomment de manière « passive » l'information qui leur est proposée par l'algorithme Facebook. Cela contraste avec la définition de Guy Paré d'une génération internet faisant des consommateurs d'information des « chercheurs actifs d'information » en comparaison avec la génération de « capteurs passifs » devant la télévision¹¹⁵ ainsi que celle de Soulages proposant une définition d'« agent médiatique à part entière¹¹⁶ ». Bien que les sources d'information sur le Web sont en effet légèrement plus nombreuses chez les 18-38 ans que chez les 39 ans et plus, la consommation est largement majoritaire sur les réseaux sociaux et l'est de manière passive puisque les répondants ne font pas la démarche active de recherche d'information. De nouveau, nous constatons ici une tendance similaire de comportement des 18-38 ans et des 39 ans et plus. Il semble judicieux de s'interroger sur les effets du Web sur la population en général et non pas sur les « digital natives » particulièrement.

Les données sur la qualité technique de la vidéo d'information¹¹⁷ montrent qu'autant le public de 18-27 ans que celui de 39 ans et plus apprécie que l'image et le son soient bons. Cela est important à prendre en compte par les entreprises médiatiques en pleines restructurations. RTL TVI devra s'assurer notamment que le contenu réalisé par ses journalistes « MOJO¹¹⁸ » soit d'assez bonne qualité pour éviter de perdre une partie de son public.

¹¹² Figure 11

¹¹³ Figure 12

¹¹⁴ Scherer (Eric), *A-t-on ...*, 2011, pp. 38-41

¹¹⁵ Paré (Guy), « La génération... », p. 49.

¹¹⁶ Soulages (Jean-Claude), « Nouveau journalisme,... », p. 31.

¹¹⁷ Figures 13 et 14.

¹¹⁸ « Mobile Journalist »: journalistes tournant des images eux-mêmes avec un smartphone.

L'analyse des données permet de constater qu'il existe bien certaines différences en matière de consommation entre les deux tranches d'âge des Digital Natives. Nous constatons que leur consommation du JT diffère notamment dans les outils¹¹⁹. Alors que les 18-27 ans utilisent majoritairement le PC après la télévision pour regarder l'information télévisuelle, les 28-38 ans font usage du smartphone après la télévision. Ces différences peuvent être expliquées par les dimensions socio-économiques des répondants. Rappelons que dans notre échantillon, 93% des 28-38 ans travaillent contre seulement 34% des 18-27 ans. Sur ce point, notre analyse rejoint les conclusions de Myers et ses collègues allant dans le sens d'une vision contrastée des habitudes de consommation des « digital natives » liée à de nombreuses dimensions socioculturelles¹²⁰.

Nous constatons également que les outils de consommation du journal télévisé sont peu variés. Les 18-27 ans ainsi que les 28-38 ans continuent à consommer en grande partie le JT uniquement sur la télévision. Les utilisations « exclusives » sont majoritaires et l'image du « digital native » « multi-plate-forme » est peu représentée dans cette enquête. Cela contraste avec la description faite par Andreu Casero-Ripollés Castellón d'une génération faisant preuve d'une consommation médiatique fragmentée¹²¹.

L'autre différence constatée concerne la consommation des journaux télévisés nocturnes¹²². Les 28-38 ans sont plus nombreux à répondre positivement à cette question et à consommer le programme Vews, destiné particulièrement à la tranche d'âge 18-38 ans¹²³. Par ailleurs, le pourcentage de ceux qui regardent reste faible, ce qui montre que l'information proposée à la télévision dans cette édition n'est pas entièrement adoptée par son public cible. De plus, plusieurs commentaires ajoutés à cette question font état d'une déception du remplacement du « 12 minutes » par l'émission Vews.

De manière plus générale, nous constatons une faible consommation de l'information télévisuelle alors qu'au vu des résultats de l'enquête, la télévision reste le média le plus utilisé par les « digital natives » pour s'informer. Comme l'ont écrit Ugalde et ses

¹¹⁹ Figures 19 et 20.

¹²⁰ Wang (Qiang), Myers (Michael) et Sundaram (David) « Digital Natives... », p. 417.

¹²¹ Casero-Ripollés (Andreu), « Beyond Newspapers... », p. 5.

¹²² Figures 27.

¹²³ Entretien avec Alain Dremière éditeur de Vews.

collègues, la télévision n'est pas totalement supprimée de l'environnement médiatique des « digital natives », mais sa consommation diffère des générations précédentes¹²⁴. Nous remarquons cependant qu'ils accordent peu d'attention aux journaux télévisés puisque le pourcentage de réponses¹²⁵ “effectuent une autre tâche en même temps” est plus important que celui des autres réponses dans les deux tranches d'âges.

La « délinéarisation », si celle-ci s'inscrit dans un contexte d'accès au JT majoritairement par le Web, connaît un succès plus important que la lecture linéaire du JT en ligne. Cette constatation avait été théorisée par Nathalie Sonnac et Jean Gabszewicz en 2006.¹²⁶ Notons qu'au vu de notre enquête, le journal télévisé reste d'abord consommé sur la télévision en direct. L'accès aux reportages en replay connaît plus de succès “à la carte” qu'en entier comme l'ont décrit Jean-Samuel Beuscart et ses collègues.¹²⁷

Les répondants regardent plus majoritairement le journal de 19h30 de la RTBF, que le 19h sur RTL TVI¹²⁸. Ces données doivent cependant être considérées avec une certaine distance puisque les résultats de cette enquête vont à l'encontre des chiffres du CIM. Sur le mois de juillet 2018 par exemple, le JT à avoir été le plus regardé est celui de RTL TVI du 12 juillet avec une audience moyenne de 15,8%, 694 290 téléspectateurs et 51% de parts de marché contre 13,6% d'audience moyenne, 597 646 téléspectateurs et 38,1% de parts de marché pour la RTBF¹²⁹. Si l'on se concentre sur les audiences de notre public cible, du lundi 23 juillet 2018, les 15-34 ans étaient 50 173 devant le RTL INFO 19H, avec une audience moyenne de 4,3% et 47,04 % de parts de marché contre 24.807 téléspectateurs, une audience moyenne de 2,1% et 19,50 % de parts de marché pour le 19H30 de la RTBF¹³⁰.

Comme le mentionne Jean-Jacques Jaspers, il est indispensable de prendre du recul sur les données d'audience réalisées par Audimétrie qui peuvent biaiser les résultats tout

¹²⁴ Martínez-de-Morentín (Juan-Ignacio), Medrano-Samaniego (Concepción) and Ugalde (Leire), *Adolescents' TV Viewing Patterns in the Digital Era: a Cross-cultural Study*, Espagne, Comunicar, 2017, vol. 25, n. 50, pp. 72.

¹²⁵ Figure 18.

¹²⁶ Gabszewicz (Jean), Sonnac (Nathalie), *l'industrie des médias à l'ère numérique*, La Découverte, Paris, «Repères», 2006, p. 40.

¹²⁷ Beuscart (Jean-Samuel), Beauvisage (Thomas) et Maillard (Sisley), “La fin...”, pp. 43-82.

¹²⁸ Figures 23, 24, 25 et 26.

¹²⁹ “Résultats publics”, www.cim.be, site du centre d'information sur les médias, URL: <https://www.cim.be/fr/television/resultats-publics>, consulté le 2 août 2018.

¹³⁰ Voir annexe 4. Documentation interne d'RTL TVI sur les audiences fournies par la société Nielsen.

comme les enquêtes quantitatives dans laquelle les répondants ont tendance à livrer des informations plus flatteuses que ce qu'ils ne consomment en réalité¹³¹.

Concernant la satisfaction vis-à-vis du contenu des JT¹³², les deux tranches d'âge ressentent un besoin significatif de plus d'information internationale et culturelle, au détriment d'une information sportive boudée par les deux tranches d'âge. Notons que ce critère est probablement lié à l'échantillonnage socioculturel des répondants à l'enquête, dans laquelle les catégories de personnes disposant d'un haut degré de qualification sont surreprésentées. L'information politique est celle qui divise le plus, remportant chez les 18-27 ans le deuxième plus haut taux de réponses "moins de contenu" alors que son taux "plus de contenu politique" est légèrement plus élevé. Cela peut être expliqué par la notion de "distance"¹³³ proposée par Sonnac et Gabszewicz.

Il faut également préciser que toutes les données recueillies ne sont évidemment pas significatives. Certaines analyses ne permettent aucune conclusion suffisamment sérieuse pour être pertinentes. C'est le cas notamment de la question sur la manière de parler des journalistes ou la consommation d'autres chaînes d'information.

Les questions auxquelles l'enquête quantitative n'a pas répondu sont abordées et complétées grâce aux réponses aux questions ouvertes de l'enquête ainsi qu'aux entretiens qualitatifs présentés ci-dessous. Lors des interviews individuelles, il a été possible de poser plus de questions et de demander plus de détails à l'interviewé. Nous utilisons donc cette partie du travail pour mettre en place des éléments constituant un média qui peuvent plaire à cette partie de la population.

6. Analyse de l'enquête qualitative

Pour approfondir et tenter de comprendre les tendances se dégageant des résultats de l'enquête quantitative, nous avons réalisé une enquête qualitative. Celle-ci se fonde sur

¹³¹ Jespers (Jean-Jacques) *Journalisme de...* pp. 62-64.

¹³² Figures 31 et 32.

¹³³ Un concept qui séparerait l'idéal de consommation du public avec la réalité des choix qui lui sont proposés. Gabszewicz (Jean), Sonnac (Nathalie), *l'industrie des...*, p. 40.

l'exploitation du contenu des réponses aux questions ouvertes de l'enquête¹³⁴ et sur des entretiens individuels menés avec des répondants qui avaient accepté d'être recontactés et qui avaient transmis leurs coordonnées. Ces entretiens ont été réalisés durant le mois de juillet sur 20 personnes âgées de 20 à 37 ans vivant à Bruxelles, en province de Liège et en province du Luxembourg. Nous avons donc utilisé les informations encodées dans l'enquête quantitative pour réaliser un échantillon de répondants. Nous avons veillé à varier les régions et les situations professionnelles des intervenants, mais l'échantillon reste limité à trois régions. L'objectif principal de cette enquête, après celui de cerner de manière plus précise les informations recueillies grâce au questionnaire en ligne, consiste surtout à recueillir des avis circonstanciés afin de proposer un modèle de média adapté à cette génération. Le chapitre qui suit est donc divisé en trois points. Le premier contient la présentation des questions des entretiens individuels, le second développe les éléments majeurs mis en évidence dans l'enquête et le dernier est dédié à la présentation de quelques pistes d'adaptations possibles pour que l'offre d'information télévisuelle francophone rencontre davantage les aspirations des « digital natives ».

6.1. L'information télévisuelle en question

La toute première question des entretiens individuels concernait la consommation médiatique générale des répondants. Elle visait à mettre en perspective les résultats quantitatifs des questions fermées. Par ailleurs, nous avons l'espoir qu'ouvrir les entretiens individuels au moyen de cette accroche pourrait révéler certains aspects auxquels nous n'aurions pas pensé au cours de l'élaboration de l'enquête quantitative.

La seconde question portait sur la vision des interviewés sur le journal télévisé en Belgique. Elle visait à approfondir les réponses des questions ouvertes relatives au même thème, ces dernières devant servir à éclairer et nuancer les résultats quantitatifs des questions fermées. Dans l'enquête quantitative, nous avons observé que la consommation des journaux télévisés en Belgique francophone ne rencontrait pas un franc succès auprès des « digital natives », puisque la majorité estime que l'offre incomplète et ne trouve pas le contenu qu'il attendrait. Il nous paraissait donc important d'approfondir la problématique. Nous avons donc d'abord voulu confirmer ces résultats avec la question

¹³⁴ Pour l'entièreté des contenus de ces questions ouvertes, voir ci-dessous annexe 1.

“À quelle fréquence regardes-tu le JT” ainsi que “Regardes-tu le JT sur un autre outil?” avant de récolter des avis sur le JT en général pour comprendre ce qui plaît (ou qui plairait), et ce qui déplaît à cette génération. Pour alimenter le débat sur cette question et éviter de limiter les remarques au contenu uniquement, nous avons également demandé : “Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes?”

Toujours par rapport à la consommation de la télévision, nous avons souhaité savoir si les interviewés se voyaient plus tard consommer la télévision linéaire afin de comprendre si la perte d’intérêt pour le JT chez les plus jeunes était liée à leur mode de vie actuel.

Ayant remarqué une utilisation importante des images et témoignages du public¹³⁵ dans les médias belges, nous nous sommes interrogés sur ce que pensent les *digital natives* de la place du public dans la production d’information. Nous avons donc créé la question “Quel rôle le public doit-il jouer dans la production d’information?”

Connaissant le succès des émissions comme Konbini News, Quotidien, Brut,... Nous nous sommes rendu compte que la distance et le regard ironique sur l’information deviennent une posture de plus en plus fréquente. La question “Que penses-tu de l’approche plus distante, voire satirique, de l’information?” servait donc à nous documenter sur cette problématique.

Afin d’alimenter la mise en place du modèle médiatique, nous nous sommes posé la question cruciale du paiement pour l’accès à l’information. L’accès à l’information étant majoritairement gratuit, les *digital natives* sont-ils encore disposés à payer pour consommer de l’information?

Enfin, la dernière question avait pour but de laisser libre cours à l’imagination de l’interviewé afin de lui permettre de proposer une idée de média innovante.

6.2. Éléments notoires

Dans notre enquête quantitative, les résultats concernant la fréquence de la consommation des journaux télévisés étaient négatifs. 32,8% des 18-38 ans ont répondu

¹³⁵ Particulièrement sur RTL TVI avec son bouton “Alertez-nous” et ses utilisations de témoignages dans le JT.

“jamais” ou “moins d’une fois” par semaine à la question relative à la fréquence de visionnage du journal télévisé, 72% des 18-27 ans et 67% des 28-38 ans ont répondu que les JT leur fournissent trop peu d’information ou de l’information superflue. Pour tenter de comprendre les raisons de ce phénomène, nous avons commencé par prendre connaissance, puis synthétiser les questions ouvertes du formulaire et les avons ensuite alimentées avec les réponses aux entretiens qualitatifs. De manière générale, nous constatons d’abord un “déphasage” entre l’information transmise par le JT et le jeune public. Plusieurs des répondants *digital natives* au questionnaire en ligne déplorent un déséquilibre entre les contenus diffusés et un manque de qualité dans le traitement de l’information. En voici quelques exemples¹³⁶ :

- *“Lorsqu'il s'agit de mon domaine d'expertise, je suis assez choquée de la façon dont les informations sont vulgarisées et transmises”*
- *“L'information reste souvent très superficielle. Il y a peu de place pour le débat de fond.”*
- *“Qualité médiocre / faible choix des sujets / traitement de l'information de manière convenue/conservatrice”*
- *“Je trouve que les JT nous donnent des tas d'infos qui ne sont pas vraiment de l'info, mais plus du niveau magazine de divertissement ou people”*
- *“Je trouve qu'il y a trop de détails et d'images sans intérêt. Par exemple lors d'une intempérie, cela ne m'intéresse pas d'avoir l'avis du Monsieur qui a sa maison inondée...”*
- *“Les rares fois où je passe devant une télévision, j'ai l'impression que les journalistes mainstream sont souvent en décalage avec l'information importante. On s'en fout de savoir que Michel Sardou va sortir un album ou qu'il neige dans les Alpes.”*

Cette tendance s’est confirmée lors des entretiens qualitatifs. Nous avons constaté que beaucoup des répondants étaient particulièrement critiques vis-à-vis des journaux télévisés en Belgique francophone.

¹³⁶ Nous les avons retranscrits tels qu’ils étaient écrits dans le questionnaire

- *“Il y a un côté télé-réalité fatigant au JT.”¹³⁷*
- *“En Flandre c’est beaucoup plus résumé pour certains sujets et il y a plus d’information. C’est plus équilibré que les journaux francophones. En France on a l’impression que c’est plus professionnel. En Belgique c’est toujours des sujets un peu intéressants ou très politiques.”¹³⁸*
- *“Quand par hasard je suis chez ma grand-mère et qu’elle regarde RTL, je trouve que les sujets sont inintéressants [...] je trouve que les faits divers ça s’apparente un peu à du voyeurisme et ça m’ennuie de savoir que les gens regardent ça.”¹³⁹*

En analysant les réponses, nous constatons qu’une grande partie de ce déphasage est dû au choix des sujets diffusés. Dans l’enquête quantitative, nous avons constaté une volonté de la part des répondants de voir aux journaux télévisés plus d’information culturelle (48% des 28-38 ans et 46,3% des 18-27 ans) et internationale (64,4% des 18-27 ans et 36,6% des 28-38 ans). Nous retrouvons cette revendication dans les réponses aux questions ouvertes du formulaire dans lesquelles plusieurs personnes souhaiteraient également plus d’information sur la Flandre.

- *“JT trop centrés sur la Belgique : pas assez d’internationaux”*
- *“Je trouve que les sujets internationaux ne sont pas suffisamment couverts”*
- *“Pas assez d’analyses de fond, de remises en perspective, en contexte + parfois manquent de visibilité de certaines thématiques par rapport aux autres (exemple: guerre au Yémen et conflits au Soudan sous-traités dans l’actualité par rapport à d’autres thématiques)”*
- *“C’est un survol de l’actualité, la politique internationale et même intercontinentale y est peu développée. Peu de débats et de reportages découverts”*
- *“Pas assez développé relation sud et nord (flamand wallon)”*
- *“Trop régionale (Wallonie et France, mais peu sur la Flandre”*

¹³⁷ Entretien du 4 juillet avec Julien Potvin, 27 ans, conducteur de train, Daverdisse (Province du Luxembourg).

¹³⁸ Entretien du 3 juillet avec Sophie Cordonnier, 24 ans, Analyste opérationnelle dans la finance, Bruxelles.

¹³⁹ Entretien du 2 août avec Tuline Akay, 28 ans, puéricultrice, Bruxelles.

Ces remarques sur le manque de diversité de sujets sont également présentes dans les réponses récoltées pendant les entretiens qualitatifs

- *“Je trouve que les JT sont toujours trop dans l’émotionnel. En plus, il y a des déséquilibres dans les choix d’actualités. On peut faire un JT de 25 min sur les accidents sur la route et consacrer seulement 2 minutes sur Kim et Trump. C’est beaucoup trop de faits divers et beaucoup trop belgo centrés.”¹⁴⁰*
- *“Le JT, c’est 70% de la politique belge et personnellement ça ne m’intéresse pas. Sinon c’est des faits divers. Je préférerais plus d’information internationale. Par exemple s’il y a un attentat en Belgique on en parle énormément alors qu’une même information en Syrie, rien du tout.”¹⁴¹*

En analysant les réponses aux questions ouvertes du formulaire, nous remarquons un nombre notoire de personnes mentionnant l’aspect anxiogène et négatif de l’information transmise dans les journaux télévisés.

- *“Il n’y a qu’un seul genre d’informations, celles qui ne montrent que les mauvaises choses. Les bonnes choses sont souvent trop peu mises en avant.”*
- *“Je pense que l’information me plairait plus si elles devenaient un peu plus positives et si des faits mineurs négatifs étaient moins souvent relayés.”*
- *“Je considère le journal télévisé comme presque inutile, voire nocif pour notre développement, de par la négativité des sujets abordés et le ton “mélodramatique” en général utilisé m’est réellement insupportable. Je trouve qu’on ne véhicule pas de bonnes informations essentielles (nutrition, bien-être, écologie, sciences, etc..) Raison pour laquelle je cherche moi-même les infos que j’estime importantes sur le net.*

Ces mêmes remarques reviennent dans les réponses lors des entretiens qualitatifs.

¹⁴⁰ Entretien du 4 juillet avec Alexia Duquesne, 24 ans, avocate stagiaire, Liège.

¹⁴¹ Entretien du 3 juillet avec Laetitia Norro, 24 ans, consultante en sécurité chez Master Card, Bruxelles.

- *“90% des informations données au JT sont négatives et pour des gens qui comme moi sont un peu émotifs ce n’est pas agréable. On focus trop sur le négatif alors qu’il y a plein de positif dans le monde. Ce qui n’arrive pas toujours jusqu’au JT.”¹⁴²*
- *“C’est un format que je ne regarde pas, trop anxiogène.”¹⁴³*
- *“De manière générale je trouve que les nouvelles ne sont pas bonnes et ça me déprime un peu”¹⁴⁴*
- *« C’est toujours la même structure avec des informations sensationnelles qui sont souvent de mauvaises nouvelles. Les sujets météo reviennent trop souvent. On focalise très rarement sur les bonnes nouvelles comme tel organisme qui a créé telle chose. »¹⁴⁵*
- *“Ce sont régulièrement des nouvelles négatives. Je trouve ça dommage, car selon moi on peut élargir à des nouvelles plus positives.”¹⁴⁶*

Alors que les réponses chiffrées montrent que la manière de parler des journalistes a majoritairement peu d’impact négatif sur la vision du public (55% des 18-27 ans et 57% des 28-38 ans disent que cela ne les dérange pas), les commentaires aux questions ouvertes montrent que plusieurs personnes sont dérangées par un ton qu’ils trouvent inadapté.

- *“C’est une manière de parler culturelle, parfois théâtrale, mais ça fait partie du jeu de dramatisation des médias”*
- *“Il faut arrêter de prendre cette voix mieleuse et chantante (écoutez le docu arte radio "et là c’est le drame" il résume totalement ma pensée)”*
- *“J’ai l’impression que dans n’importe quelle situation ce qu’il se passe est toujours grave.”*
- *“ça dépend encore du journaliste... Les commentaires du type "vieille école" sont assez lassants...”*

¹⁴² Entretien du 3 juillet avec Charlotte Bertin: 26 ans, représentante commerciale, Bruxelles.

¹⁴³ Entretien du 12 juillet avec Anthony Jacques : 24 ans, formateur en TICE: “technologies de l’information et de la communication dans l’enseignement”, Chanly (Province du Luxembourg).

¹⁴⁴ Entretien du 2 août avec Tuline Akay, 28 ans, puéricultrice, Bruxelles.

¹⁴⁵ Entretien du 6 août avec Valérie Ortegat, 31 ans, indépendante dans l’accompagnement d’entreprise et coach professionnelle.

¹⁴⁶ Entretien du 3 août avec Audrey Libin 20 ans, étudiante institutrice primaire, Theux (Province de Liège).

- *“Cette façon faussement neutre et chantante de parler me déplaît. Elle me donne une impression de non-connaissance du sujet de la part du journaliste et d’une distanciation terrible entre lui et son sujet.”*
- *“Le ton est toujours le même, artificiellement nuancé. Et est truffé d’expressions toutes faites (souvent mal employées) qui perdent tout leur sens. Quant à la neutralité du ton, elle lisse les informations et les met toutes sur le même plan”.*

Avec l’enquête qualitative, nous avons donc tenté de savoir quels autres aspects quant au format du JT pouvaient déplaire. Les répondants déplorent majoritairement le côté trop strict de la présentation, les infographies qu’ils jugent obsolètes ou inutiles, mais aussi l’impossibilité de pouvoir sélectionner ses sujets, au contraire du Web. Notons que ce type de consommation s’avère dangereuse, car comme le décrit l’auteur Eric Scherer cela induit les utilisateurs à passer à côté d’informations importantes véhiculées généralement par les médias traditionnels dans l’intérêt des citoyens.¹⁴⁷

- *“Je ne regarde plus le JT, car je ne peux pas choisir mes sujets et je vois ça comme une perte de temps.”¹⁴⁸*
- *“La manière dont c’est présenté m’agace. L’air impassible, comme si rien ne les atteignait et que tout était normal.”¹⁴⁹*
- *“C’est assez classique comme format, ça ne bouge pas trop même s’ils essaient de nouvelles séquences pour attirer les jeunes. Mais je ne pense pas que ça marche beaucoup. C’est plus adapté à un salon qu’autre chose.”¹⁵⁰*
- *“Alors que je suis un amateur des nouvelles technologies, leur numérique au JT ne sert à rien je trouve. Ça n’amène rien du tout et ne rend même pas le contenu plus dynamique, car le présentateur est au dos de l’image à faire on ne sait pas trop quoi. La mise en page est ennuyante par définition : ça fait 50 ans qu’on fait ça dans le JT. Dans l’infotainment ils ne font pas ça, on lance un sujet, pas besoin d’artifice, car les gens ne sont pas stupides.”¹⁵¹*

¹⁴⁷ Scherer (Eric), *A-t-on...*, pp. 38-41.

¹⁴⁸ Entretien du 3 juillet avec Audran Guillaume, 25 ans, in de master à la Louvain school of management, Bruxelles.

¹⁴⁹ Entretien du 4 juillet avec Rosalie Dessy, 24 ans, assistante sociale, Daverdisse (Province du Luxembourg).

¹⁵⁰ Entretien du 11 juillet avec Quentin Ferrari, 23 ans, étudiant en ingénieur civile, Mons.

¹⁵¹ Entretien du 12 juillet avec Anthony Jacques : 24 ans, formateur en TICE: “technologies de l’information et de la communication dans l’enseignement”, Chanly (Province du Luxembourg).

- *“Les présentateurs qui sont toujours très stricts et “coincés” pourraient être plus naturels.”¹⁵²”*
- *« Des fois les présentateurs sont un peu trop sérieux et carrés. Ils devraient parfois avoir un peu d’humour que les gens ne voient pas toujours de la négativité. Car on peut rester quand même sérieux.¹⁵³ »*

Si le format général du JT est problématique, c’est également le cas pour les reportages. Comme l’a confirmé notre enquête quantitative, le public est partagé sur le format temporel des reportages. 34% des 18-27 ans et 29% des 28-38 ans témoignent qu’ils souhaiteraient des reportages plus longs. Pour comprendre pourquoi, nous avons sélectionné quelques réponses aux questions ouvertes de l’enquête. De manière générale, le public souhaiterait de l’information plus courte sur certains sujets sur lesquels il estime qu’il n’y a pas besoin de s’attarder, et ce, afin de pouvoir approfondir l’actualité qui lui semble plus importante.

- *“Le temps court de l’actu n’est pas adapté pour une information de qualité”*
- *“Superflu et pas assez en profondeur dans les sujets”.*
- *“J’ai le sentiment qu’on effleure les sujets importants sans les détailler ou offrir de perspectives critique, et qu’on s’attarde sûr du trivial ou de l’information secondaire”.*
- *“Selon moi, certains sujets sont intéressants, d’autres le sont, mais ne sont pas assez largement couverts, et l’ordre de priorité des sujets du JT doit être changé (la neige sur les routes wallonnes avant l’actualité internationale, ça n’est vraiment pas sérieux)”.*
- *“Les journaux télévisés consistent en un condensé d’information. La hiérarchie de l’information, l’ordre dans lequel les infos apparaissent et l’importance donnée à chacune est parfois décevante. Elle est de plus en plus uniforme et les formats courts utilisés dans les JT ne permettent pas -selon moi- de rendre assez de la complexité des conflits.”*

¹⁵² Entretien du 3 juillet avec Charlotte Bertin: 26 ans, représentante commerciale, Bruxelles.

¹⁵³ Entretien du 6 août avec Samantha Crispin 31 ans, antiquaire, Bruxelles.

Une constatation inquiétante de notre enquête est le manque de confiance accordé par les répondants aux journaux télévisés. Cela confirme la théorie d'Elodie Kredens et de Florence Rio. En 2015, les auteures faisaient état d'un public très critique par rapport à la télévision en raison de son accès à des ressources illimitées sur internet¹⁵⁴. Cette conclusion a été partagée par Stephanie Edgerly en 2017¹⁵⁵. Les personnes interviewées dans notre enquête parlent d'information biaisée, de manipulation et d'images truquées pour faire passer un message déterminé par le média lui-même.

- *“Nécessité de trier l'information reçue par les journaux télévisés et de la recontextualiser ou la compléter, car elle est toujours lacunaire et orientée”*
- *“Les médias orientent les sujets pour montrer que les Européens (gentils) combattent les autres (terroristes... = méchants) pour que le peuple sente un danger, mais soit rassuré d'être « Protégé »*
- *“Je ne suis pas d'accord avec les politiques du moment et je considère que la télévision publique est de très mauvaise qualité et trop influencée par les politiques en place, je trouve que les sujets sont traités sous un angle avec lequel je suis en désaccord et regarder le journal me désespère profondément.”*
- *“Les journaux télévisés sont possédés par de grands groupes (Lagardère, ...), les mêmes qui financent des politiciens emploient des experts économistes, etc... Les mêmes également qui ont des actions dans les grandes industries (agro alimentaire, etc...). L'information diffusée est donc forcément biaisée parce que le journal ne va jamais aller idéologiquement à l'encontre de son patron, où diffuser une information qui pourrait nuire à son image (e.g. les avis d'"experts" vont dans le sens du groupe ; les politiciens financés par les patrons font l'objet d'un nombre gigantesque de reportages, etc...)”*
- *“De l'information contrôlée par l'état, elle-même contrôlée par les lobbys”*
- *“Il y a un biais et l'information diffusée est sélectionnée, elle n'est pas forcément la vérité. La manière dont elle est mise en scène pose aussi de nombreuses questions.”*
- *“Comme dit plus tôt, car l'information des journaux télévisés est extrêmement biaisée. Il me paraît plus pertinent de lire les différents journaux (en ligne),*

¹⁵⁴ Kredens (Elodie), Rio (Florence), « La télévision... », pp. 26-27.

¹⁵⁵ Edgerly (Stéphanie), "Seeking out...", p. 375.

accompagnés d'émissions politiques de tous bords et de me faire un avis formé à partir d'une pluralité de sources."

Si ces réponses concernaient les journaux télévisés en particulier, les réponses aux entretiens qualitatifs révèlent que pour certains répondants, il s'agit également d'une tendance dans les médias en général.

- *"Je m'informe peu, car il y a trop de fausses informations données et ça n'enrichit pas ma vie.[...]Les images diffusées au JT sont retouchées et mises hors contexte."¹⁵⁶*
- *"Il y a un manque d'objectivité et de transparence dans les médias. Moi je regarde surtout les blogs spécialisés. C'est contre-courant par rapport à l'information Mainstream.[...] Ce sont toujours les mêmes JT avec les mêmes infos, mêmes interviews. C'est la pensée unique. C'est déprimant de savoir que ce sont des grands groupes financiers qui détiennent les médias."¹⁵⁷*
- *« Ca dépend quel JT, mais au mieux je trouve pas intéressant et au pire je trouve que c'est de la manipulation. Je trouve que les journalistes traitent l'information pour faire de l'audience et pour moi ce n'est pas de l'information en tant que tel."¹⁵⁸ »*
- *" J'ai l'impression que c'est très ciblé, qu'il y a pas de différents points de vue [...]j'ai surtout l'impression d'être manipulée. La manière dont on aborde tous les sujets sert à faire passer un message unique. Je vois d'ailleurs l'effet que ça fait : ma grand-mère qui regarde la télévision à longueur de journée tient des discours de haine qu'elle ne peut entendre qu'à la télévision puisque personne ne parle comme ça dans son entourage. Typiquement sur les étrangers qui prennent les boulots des Belges, les jeunes qui font n'importe quoi et l'écologie qui ne va pas si mal."¹⁵⁹*

¹⁵⁶ Entretien du 4 juillet avec Rosalie Dessy, 24 ans, assistante sociale, Daverdisse (Province du Luxembourg)

¹⁵⁷ Entretien du 4 juillet avec Julien Potvin, 27 ans, conducteur de train, Daverdisse (Province du Luxembourg)

¹⁵⁸ Entretien du 6 août avec Merlin de Halleux, 31 ans, photographe et pompier, Saint Josse

¹⁵⁹ Entretien du 2 août avec Tuline Akay, 28 ans, puéricultrice, Bruxelles

6.3. Techniques appréciées

Pour proposer des pistes qui permettent de mener vers la proposition d'un modèle télévisuel adapté à notre public cible, nous avons posé quelques questions supplémentaires lors des entretiens qualitatifs afin de combler le manque de certaines données. En effet à la suite du dépouillement de l'enquête en ligne nous avons réalisé que trois aspects supplémentaires demandaient à être explorés: celui de la question du financement, celui de l'information satirique, et celui de l'action du public dans la production de l'information. Lors des entretiens individuels, nous avons donc posé la question de l'éventuel paiement pour accéder à l'information, celle de l'attrait pour un regard plus distant ou satirique de l'information ainsi que celle de la place que doit occuper le public dans la production d'information.

À la question “ Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?” certains ont répondu qu'ils seraient d'accord, car cela permet l'accès à une information de qualité, mais l'idée séduit peu des répondants pour qui l'information est un droit. Pour d'autres, une information payante serait inégale.

- *“Je pense que les applications, pour que ça marche il faudrait un modèle gratuit avec la possibilité de supprimer la publicité si on paie. Avoir la possibilité de personnaliser les profils de manière payante avec des outils esthétiques. Il ne faut pas freiner l'accès à ce genre de site via un mur payant sinon trop peu de personnes accèdent à l'information.”¹⁶⁰*
- *“J'ai un gros doute. On est habitué maintenant à l'avoir gratuitement. Je serais curieux de voir vers si le paiement de certains articles payants marche. Ça peut dépendre du format d'abonnement : si je paie une fois l'application pour avoir accès à vie ou pour un an alors oui. Mais si je dois payer par mois, j'éviterais sauf si l'application a vraiment une plus-value.”¹⁶¹*
- *“Je ne paierais pas, car ce serait inégal et je trouve que c'est un droit d'avoir accès à l'information gratuitement. Il faut essayer que la majorité de la population soit intéressée par l'information. Si on la fait payer en plus, moins de*

¹⁶⁰ Entretien du 11 juillet avec Quentin Ferrari, 23 ans, étudiant en ingénieur civil, Mons.

¹⁶¹ Entretien du 12 juillet avec Anthony Jacques : 24 ans, formateur en TICE: “technologies de l'information et de la communication dans l'enseignement”, Chanly (Province du Luxembourg).

gens écouterait l'info à la radio ou à la TV. Moi vu que je regarde très peu sur les réseaux sociaux, je trouve que c'est normal d'avoir de la publicité par exemple.¹⁶²”

- *“Je ne serais pas pour le fait de payer pour de l'information. S'il faut payer pour s'informer, les gens qui ont plus d'argent pourraient être mieux informés. Cela creuserait plus le fossé d'inégalité donc ce n'est pas une bonne idée. Ce n'est déjà pas gratuit de base, car il faut déjà payer les fournisseurs d'accès.¹⁶³”*

Plusieurs répondants présentent un attrait pour le regard distant et satirique sur l'information, certains expliquent qu'il faut certaines limites à la satire et ne pas tomber dans l'excès. Cette constatation rejoint les résultats d'une enquête qu'il nous a été possible de consulter. Celle-ci a été réalisée par la professeur Florence Le Cam auprès de ses étudiants de première année de Bachelier en information et communication et montre qu'une grande majorité des répondants consomment de l'*infotainment* voire des médias humoristiques comme Nordpresse ou le Gorafi.

- *“Je pense que ça a un côté plus personnel et humain contrairement au format très standardisé du JT. L'infotainment a plus de rythme. Je ne suis pas embêté que les émissions d'infotainment ne soient pas neutres. Je préfère un média qui prend position.¹⁶⁴”*
- *“Je pense que sérieux et légère ironie peuvent collaborer, mais il faut de l'investigation bien faite avec des journalistes spécialisés. Tant que l'info est de qualité, si c'est fait avec humour c'est plus agréable et attractif pour autant que l'info soit sérieuse¹⁶⁵”.*
- *“J'aime bien. Ça me fait rire. Konbini News je regarde beaucoup, j'aime bien et je trouve que ça dédramatise et en même temps l'information est bien fournie. Nord presse par exemple me fait mourir de rire, car ils se moquent des*

¹⁶² Entretien du 3 août avec Audrey Libin 20 ans, étudiante institutrice primaire, Theux (Province de Liège).

¹⁶³ Entretien du 3 août avec Hugo Vandercammen 20 ans, étudiant instituteur primaire, Theux (Province de Liège).

¹⁶⁴ Entretien du 12 juillet avec Anthony Jacques : 24 ans, formateur en TICE: “technologies de l'information et de la communication dans l'enseignement”, Chanly (Province du Luxembourg).

¹⁶⁵ Entretien du 23 juillet avec Ludovic de Beer :29 ans, Contrôleur de gestion , Bruxelles.

informations traditionnelles. Même les versions papier que je lis sont satiriques.¹⁶⁶ »

- *“La distance par rapport à l’information peut être intéressante du moment que la qualité est là. Le journal télévisé c’est très strict donc c’est bien d’avoir un style plus léger, mais il ne faut pas aller trop loin dans la satire.”¹⁶⁷*
- *« Je préfère quand c’est assumé d’avoir un regard humoristique qu’une bête présentatrice qui rigole en annonçant 5 morts. Les présentateurs n’ont pas du tout le visage de ce qu’ils annoncent donc je préfère qu’on assume l’ironie tant que le contenu reste intéressant.”¹⁶⁸ »*

Concernant la place que doit occuper le public dans la production d’information, les avis divergent, mais huit des personnes interviewées considèrent que les citoyens doivent avoir un rôle. L’idée du public qui peut envoyer une information aux médias plaît, mais les répondants précisent généralement que cette pratique ne doit pas prendre le pas sur le travail d’analyse des journalistes et que chaque annonce aux médias doit être analysée avant tout traitement. Les micros-trottoirs sont moins bien perçus par les répondants. Beaucoup n’y voient aucune utilité. Certains les cautionnent lorsqu’il y a une volonté de sonder la population.

- *“Pour un média d’information, le public est important, car les journalistes ne peuvent pas être partout en même temps. Le public peut aider à publier plus vite une info, mais il faut faire attention à la modification de l’information. C’est une source d’information de haut potentiel, mais avec laquelle il faut faire attention, ce qui je pense n’est pas toujours le cas. Je ne vois pas de mal à ça si c’est fait correctement. Par exemple les micros-trottoirs, c’est toujours les mêmes genres de personnes, un public très typé, c’est toujours les mêmes et ça, je trouve que c’est problématique.”¹⁶⁹*

¹⁶⁶ Entretien du 2 août avec Tuline Akay, 28 ans, puéricultrice, Bruxelles.

¹⁶⁷ Entretien du 3 août avec Audrey Libin 20 ans, étudiante institutrice primaire, Theux (Province de Liège).

¹⁶⁸ Entretien du 6 août avec Roland Voglaire, 32 ans, ingénieur du son, Bruxelles.

¹⁶⁹ Entretien du 3 juillet avec Charlotte Bertin: 26 ans, représentante commerciale, Bruxelles.

- *“Je ne vois pas l'intérêt d'avoir l'avis des gens souvent influencés par la caméra. Quand on laisse cette opportunité-là aux gens, les gens commencent à donner leur avis et à dire n'importe quoi¹⁷⁰. ”*
- *“Je trouve que ça décrédibilise la presse et que ça n'instruit pas. Tous les gens qui commentent sont toujours des gens qui n'ont rien à faire dans leur vie.¹⁷¹”*
- *“Les micros-trottoirs en général, les gens disent ce que tout le monde pense et ça sert un peu à rien, ça remplit un peu le reportage sans rien apporter. Alerte-nous c'est bien je pense, mais faut pas que ça soit trop poussé. Ça permet d'alerter, mais il ne faut pas que ça empêche la bonne information. Ça m'agace plus qu'autre chose quand on veut m'attirer sur l'avis du public. Je veux un point de vue objectif sur l'actualité. Je ne sais pas quel avis me faire sur l'avis de n'importe qui. Je préfère un avis d'expert qui a traité le sujet. C'est vous qui le dites par exemple ça m'agace.¹⁷²*

Les interviewés utilisent les réseaux sociaux pour s'informer, mais étonnamment, seuls 5 des 15 répondants nous l'ont indiqué alors que notre enquête quantitative montre qu'il s'agit de la première plateforme pour s'informer (81,9% des répondants de 18-27 ans et 80,7% des 28-38 ans)¹⁷³.

Concernant les supports d'information, notre enquête révèle un attrait pour les applications mobiles et la consommation de l'information sur Smartphone. N'ayant reçu que très peu de commentaires sur ce support dans les questions ouvertes de l'enquête quantitative, nous avons questionné les interviewés à ce sujet. En effet, cette génération de consommateurs sur Smartphone a été décrite en 2011 par Charles de Laubier qui voyait en cet objet l'outil de convergence par excellence sur lequel les médias devaient porter toute leur attention.¹⁷⁴

¹⁷⁰ Entretien du 3 juillet avec Sophie Cordonnier, 24 ans, Analyste opérationnelle dans la finance, Bruxelles.

¹⁷¹ Entretien du 3 juillet avec Laetitia Norro, 24 ans, consultante en sécurité chez Master Card, Bruxelles.

¹⁷² Entretien du 11 juillet avec Quentin Ferrari, 23 ans, étudiant en ingénieur civile, Mons.

¹⁷³ voir figure 14.

¹⁷⁴ De Laubier (Charles), *Le guide...*, p. 40.

- *“Réseaux sociaux et applications de journaux: DH, RTBF et la Une. Je préfère lire que regarder une vidéo, car je ne suis pas toujours dans un contexte pour la vidéo.¹⁷⁵”*
- *“ J’ai surtout des applications flamandes: De Standaard pour améliorer mon néerlandais. [...]J’aime beaucoup la BBC News, car on peut faire sa propre timeline et ajouter des topics et ça réagit en fonction de ce que tu as demandé.¹⁷⁶”*
- *“Via Facebook ou sur l’application du Soir [...] Je regarde parfois la vidéo via Facebook.¹⁷⁷”*
- *“Web et smartphone, mais surtout le smartphone. Beaucoup via reddit et le reste en général le matin je lance la première sur la radio de mon téléphone et j’utilise l’application RTBF info et je regarde les gros titres. J’apprécie la page navigateur de mon téléphone qui me propose des titres d’articles de plusieurs genres.¹⁷⁸”*
- *“J’aime les pages Facebook de la RTBF. C’est surtout sur Facebook, mais très peu à la TV sauf si quelqu’un regarde à côté de moi.¹⁷⁹”*

L’une des questions de l’enquête quantitative du formulaire servait à dégager un modèle de JT plus adapté au public. Nous présentons les réponses les plus pertinentes ci-dessous.

- *« Plusieurs petits formats (par thèmes 5-10 min) qui vont être visionnés ou pas. Les fans de sports peuvent uniquement regarder le thème 'sport' et ainsi passer toutes les infos économiques qu'ils ne souhaitent pas regarder. ==> (à la carte) »*
- *« Reportages qui impliquent davantage d'experts sur les matières traitées, pour construire une opinion basée sur la réflexion et non les émotions »*
- *« Format adapté en fonction du sujet, plus de travail d'investigation et moins de simple "reporting" d'information »*
- *« Une "émission" sans durée limitée, prenant le temps nécessaire pour présenter les faits importants. Séparer clairement les parties plus culturelles et people des partis politiques, etc. ».*

¹⁷⁵ Entretien du 3 juillet avec Charlotte Bertin: 26 ans, représentante commerciale, Bruxelles.

¹⁷⁶ Entretien du 3 juillet avec Audran Guillaume, 25 ans, in de master à la Louvain school of management, Bruxelles.

¹⁷⁷ Entretien du 5 juillet avec Chloé Vanderlinden, 23 ans, étudiante en Institutrice primaire, Waterloo.

¹⁷⁸ Entretien du 11 juillet avec Quentin Ferrari, 23 ans, étudiant en ingénieur civile, Mons.

¹⁷⁹ Entretien du 3 août avec Hugo Vandercammen 20 ans, étudiant instituteur primaire, Theux (Province de Liège).

- « Une information assez interactive, avec un bon rythme pour éviter l'ennui, moins de chichi et plus de proximité avec les gens (un peu comme l'émission quotidien, avec un peu d'humour). Aujourd'hui, les médias peuvent parfois paraître austères dans leur forme. »
- « Reportages plus élaborés, interviews qui donnent la possibilité de creuser une question. Registre soutenu. Sur les sites web, possibilité de retrouver l'information à l'aide d'un classement précis. »
- « Même format, mais avec beaucoup plus d'interactions que ce soit sur le plateau ou sur le terrain... peut-être faudrait-il parfois sortir du reportage classique. Et donc avec la présence du journaliste »
- « Des formats plus longs et qui mettent vraiment en avant une narration. Par exemple, suivre des travailleurs des prisons dans leur quotidien plutôt que de les montrer fâchés sur un piquet de grève. Aller moins vite, passer plus de temps sur un reportage pour proposer un contenu de meilleure qualité. Des désirs utopiques vu les logiques médiatiques et commerciales actuelles... Donner plus de place au public à travers le JT. Ne pas toujours se précipiter vers des sources institutionnelles et politiques. Donner la voix à monsieur et madame tout le monde, sans rentrer dans le cliché. Donner plus de place à l'écran aux femmes, aux handicapés, aux personnes d'origines magrébines, asiatiques ou africaines. Faire varier les types de narrations, prendre des angles originaux et assumer quand on met en scène un journaliste. »
- “J’aimerais des sources ou des liens vers des articles tiers plus détaillés (principalement quand les présentateurs parlent d’études scientifiques, etc)”

Nous avons ensuite élargi la question à un “média” plus général adapté à leur consommation. Cela nous permet de dégager des aspects plus techniques qui peuvent être appliqués au format télévisuel.

- “Je trouve que parfois c’est important d’avoir plus d’infos. Le contexte est important, on a pas besoin d’avoir l’avis de personnes lambda. C’est intéressant d’avoir un contexte sinon notre vision de l’information est biaisée.¹⁸⁰”

¹⁸⁰ Entretien du 3 juillet avec Sophie Cordonnier, 24 ans, Analyste opérationnelle dans la finance, Bruxelles.

- *“J’aime bien le format de l’application de BBC NEWS. Dès qu’il y a une actualité, tu reçois la dépêche, mais plus tard, ils alimentent le même article sur le même lien, mais il se construit petit à petit. Ça permet de remettre l’information dans son contexte plus tard dans la journée. »*
- *“J’apprécierais quotidiennement un condensé d’actualité de manière résumée et puis avoir un journal hebdomadaire qui reprend l’actualité de la semaine avec des articles de fond qui permettent de comprendre les informations de manière plus approfondie.¹⁸¹”*
- *“J’aime assez bien le format du Cosette : un mensuel avec une application smartphone pour les infos au quotidien. J’aime bien qu’il y ait des articles de fond de manière plus occasionnelle pour appuyer l’info quotidienne.¹⁸²”*
- *« La RTBF par exemple, car c’est quand même son rôle, pourrait améliorer le confort d’utilisation de son service streaming et mettre en ligne plus de choses qui vont vraiment en profondeur, des débats politiques par exemple qui sont un peu hors JT, améliorer les mots clés qui sont cliquables par sujet. Par rapport à tel mot clé, il s’est passé quelle chose. Qu’il y ait comme une table des matières pour pouvoir trouver des sujets en lien avec l’actualité qui nous intéresse. ¹⁸³*

6.4. Pistes d’adaptation des modèles

Plusieurs pistes d’adaptation se dégagent de l’analyse des enquêtes quantitatives et qualitatives. Tout d’abord, nous remarquons de nombreuses critiques liées aux contenus des journaux télévisés. Nous constatons que l’information internationale et culturelle est particulièrement importante pour les répondants. Ceux-ci ont l’impression que ces deux types de contenus ne sont pas assez représentés dans les éditions du journal que ce soit au niveau du temps de représentation dans le journal que dans la place que les sujets sur ces thèmes occupent, trop souvent selon les digital natives, reléguées en fin de journal, après une masse d’actualités qu’ils perçoivent comme inutile. Dans le JT idéal qu’apprécierait notre échantillon de répondants, l’information internationale occuperait une place égale à celle de l’information belge et régionale et l’information culturelle

¹⁸¹ Entretien du 23 juillet avec Ludovic de Beer :29 ans, Contrôleur de gestion , Bruxelles.

¹⁸² Entretien du 2 août avec Tuline Akay, 28 ans, puéricultrice, Bruxelles.

¹⁸³ Entretien du 6 août avec Sarah Decoster 37 ans demandeuse d’emploi, Liège.

remplacerait les sujets sur la météo ou le sport. Ces deux types de contenu serait donc une première approche intéressante.

D'autre part, le format linéaire du JT et son aspect strict dérangent un certain nombre de répondants. Ces derniers voudraient pouvoir choisir l'information qui les intéresse, et même son format. Ces aspects dessinent un modèle de journal télévisé plus léger, moins strict dans sa présentation avec des formats de reportages plus flexibles variant longs formats pour une remise en contexte de l'information et brèves pour décrire l'actualité chaude dans un style condensé. Idéalement, une formule non linéaire proposant de consommer « à la carte » tant le contenu que les formats. Par ailleurs, et d'une manière plus strictement formelle, les interviewés souhaitent un journal plus humain, avec la présence du journaliste dans les reportages. Ils souhaiteraient également plus de spontanéité chez les journalistes ainsi qu'un ton plus naturel dans leur voix off. Nous avons interrogé à ce sujet Martin Vachiery, éditeur du programme Check¹⁸⁴ à ce sujet. Selon lui, un média doit s'adresser à ce public selon leurs codes, mais il est nécessaire d'éviter de les infantiliser en essayant de parler de la même manière qu'eux¹⁸⁵.

À côté des améliorations du contenu et de la forme des journaux télévisés, il ressort de l'enquête qu'il conviendrait avant tout de renouer la confiance entre les médias d'information télévisuelle et leur jeune public : En effet, les résultats de l'enquête montrent qu'à la perception d'informations « trop négatives » diffusées dans les news traditionnelles s'ajoute le manque de confiance accordée aux médias par les *digital natives*. Cette méfiance s'alimente d'une part de l'impression que certains journalistes seraient trop peu spécialisés pour traiter certains sujets et d'autre part d'une peur générale de manipulation par les entreprises médiatiques. Nombreux sont les répondants affirmant que les images montrées au JT sont truquées pour mieux faire passer les « messages » que veulent disséminer les médias dans la population. Beaucoup disent s'informer d'une autre manière sur le Web ou simplement en se renseignant dans leur entourage. Notons que cette vision d'un JT rempli de nouvelles négatives avait déjà été observée par Jean-Jacques Jaspers¹⁸⁶. Selon plusieurs chercheurs, cette tendance à retenir majoritairement les événements négatifs est un réflex propre à l'être humain et ressort d'un mécanisme de

¹⁸⁴ Média culturel sur le Web mis en ligne par RTL en 2018.

¹⁸⁵ Entretien par téléphone du 8 août avec Martin Vachiery, éditeur de Check.

¹⁸⁶ Jaspers (Jean-Jacques) *Journalisme de...*, p. 58.

survie afin de nous préparer à une éventuelle réaction au danger. Nous sommes donc conçus pour nous souvenir des mauvaises nouvelles, afin de savoir comment réagir dans le cas où cela nous arrive. Cela s'appelle le "biais de négativité" théorisé suite à une expérience réalisée à l'Université de Mac Gill¹⁸⁷. Cette spécificité n'est donc pas propre à notre public cible. Faire preuve de plus de transparence, ou tout au moins d'une transparence mesurable constituerait donc, nous semble-t-il, une importante plus-value d'un média aux yeux des « digital natives ».

Les *digital natives* apprécient la possibilité de participer à la production d'information par le biais des boutons "Alertez-nous" et cela rejoint les théories développées par Soulages¹⁸⁸ ainsi que Jung Kim et Wonneberger¹⁸⁹ d'un public influencé par les réseaux sociaux, de plus en plus enclin à passer du rôle de consommateur de l'information à producteur d'information. Ce rôle de "lanceur d'alerte" leur plaît tant qu'il reste analysé par les journalistes et que cela ne devient pas un contenu à part entière. S'ils considèrent le rôle du public comme important, ils ne jugent pas les micros-trottoirs comme de l'information. Développer un partenariat de production d'information par le public encadré et validé par les experts professionnels pourrait peut-être permettre de renouer le dialogue et la confiance entre les médias audiovisuels traditionnels et les « digital natives »

Le format d'information télévisuelle adapté aux digital natives devrait également absolument investir les supports mobiles, car son public s'informe toute la journée sur son Smartphone et sur internet. Sur ces supports-là, l'information se présente sous quasiment toutes les formes et celles-ci se complètent sans pour autant fonctionner sans l'autre. La vidéo permet d'illustrer et remettre en contexte, l'écrit contient également des photos et les sources des enquêtes où témoignages sur lesquels se base l'article. Par ailleurs, la présence sur les réseaux sociaux est indispensable, car c'est la première, aux yeux de beaucoup de « digital natives », la première porte d'entrée vers l'accès à l'information. Devenant donc la vitrine du média, l'information fournie sur ces supports

¹⁸⁷ Stafford (Tom), "Psychology: Why bad news dominates the headlines", 29/06/2014, in : *BBC future*, [www.BBC.com](http://www.bbc.com/future/story/20140728-why-is-all-the-news-bad), site web de la télévision britannique BBC, <http://www.bbc.com/future/story/20140728-why-is-all-the-news-bad>, consulté le 12/06/2018.

¹⁸⁸ Soulages (Jean-Claude), "Nouveau journalisme,..." , pp. 56-57.

¹⁸⁹ Wonneberger (Anke) and Jung Kim (Su), "TV News...", pp. 14-15.

devrait donc être autant (voire davantage) prise en compte que sur le support télévisuel traditionnel.

Si certains des 18-38 ans accepteraient de payer pour consommer une information qui apporte une vraie plus-value, tous ne sont pas d'accord avec cette formule. Par conséquent, un modèle gratuit serait donc l'idéal pour cette génération habituée à la gratuité de l'information.

Le modèle idéal se dégageant après l'analyse des deux enquêtes s'avère donc correspondre à une formule hybride, exigeante, et très probablement utopique. Sans être de doux rêveurs, bon nombre des 487 répondants de l'enquête ont peut-être expérimenté le syndrome du « problème de schizophrénie » développé par Jean-Jacques Jespers¹⁹⁰. La réalité de consommation, mais également les désirs d'amélioration de l'information télévisuelle en Belgique francophone est peut-être bien différente. Néanmoins, il faut souligner la cohérence des réponses et des tendances observées au fil de cette enquête et l'on peut penser que si les répondants ont travesti leurs comportements et leurs avis, ils l'ont fait de la même manière.

Pour appréhender la stratégie que nos deux chaînes de télévision francophones mettent (ou prévoient de mettre) en place vis-à-vis du public des « digital natives », nous avons réalisé une série d'entretiens auprès de responsables des deux chaînes. À la RTBF, nous avons interviewé Jean-Paul Phillipot, administrateur général, Yves Thiran, chef de la rédaction Info Nouveaux Médias Alain Dremière, éditeur de Vews et Laurent Henrard, présentateur de Vews. À RTL, nous nous sommes entretenus avec Laurent Haulotte, directeur de l'information, Julien Fauchaux, responsable marketing des chaînes et de la régie publicitaire TV et Fabrice Massin, responsable de la stratégie digitale. Nous avons également interrogé avec Olivier Dwelshauvers, chef de projet client chez EVS à propos de l'aspect plus technique des transformations digitales ainsi que Martin Vachiery éditeur de Check¹⁹¹. Toutes ces interviews nous ont permis de dresser une esquisse des stratégies préparées par des deux chaînes pour mieux correspondre aux aspirations des digital

¹⁹⁰ Jespers (Jean-Jacques) *Journalisme de...*, p. 63.

¹⁹¹ Programme d'information culturelle d'RTL TVI sur le Web.

natives. D'emblée, il est important de souligner qu'il existe une différence de stratégie significative entre les deux institutions.

D'un côté RTL a choisi de viser le plus large possible : *“On ne segmente pas en se disant qu'on va toucher les jeunes d'une telle manière, les vieux d'une telle manière, etc. On essaie de trouver le plus petit dénominateur commun de ce qui va intéresser un public très large sur tous les supports.”*¹⁹² a commenté le directeur de l'information de RTL info. Cette approche a pour conséquence une nécessaire polyvalence des journalistes de la rédaction. Aucun d'entre eux ne se concentre sur un public en particulier. Dans la chaîne privée, une stratégie digitale est cependant en route au niveau de l'information. Cette stratégie implique une restructuration au sein de la rédaction comme nous l'a expliqué Laurent Haulotte : *“Au-delà de la diffusion qui est le out il y a aussi le in. On doit aussi repenser le in. La manière dont on traite l'information, dont on la choisit, et c'est ça qui amène justement à partir du moment où on sait qu'il y aura plusieurs médias en out, on sait qu'il faut revenir à l'essentiel, c'est à dire à l'info qui concerne les gens donc le but du plan de transformation est de pouvoir utiliser nos moyens de la manière la plus efficace possible pour collecter du son, de l'image, de l'information et ensuite pouvoir la traiter et la décliner sur différents supports.”*¹⁹³

D'autres réflexions sont par ailleurs en cours quant aux déclinaisons de la marque RTL info sur le digital. Fabrice Massin, responsable de la stratégie digitale pour RTL TVI nous a confié qu'il souhaitait revoir toute la stratégie de RTL info sur les réseaux sociaux et se concentrer dès que possible sur les modes de consommation des publics plus jeunes. Il a expliqué qu'il allait falloir s'adapter aux codes de consommation des *digital natives*. *“Il faut être là avec leur visuel, leur langage, les choses qui les intéressent dans des formats qui leur plaisent. Dans le cas du Live, les gens vont y arriver via un lien qui circule sur Twitter, Facebook, etc. donc il faudra un format différent également.”*¹⁹⁴

La RTBF de son côté a déjà mis en place une stratégie précise vis-à-vis de ce public et désigne comme une nécessité le fait de se concentrer sur cette partie du public, comme nous l'a confié l'administrateur général de la RTBF : *“Attirer les plus jeunes c'est une*

¹⁹² Entretien du mardi 24 juillet avec Laurent Haulotte, directeur de l'information RTL TVI

¹⁹³ Entretien du mardi 24 juillet avec Laurent Haulotte, directeur de l'information RTL TVI

¹⁹⁴ Entretien du mercredi 6 juin avec Fabrice Massin, responsable de la stratégie digitale pour RTL TVI

*des missions de la RTBF. On ne peut pas exclure cette partie de la population en sachant qu'elle s'intensifie dans l'évolution des usages.*¹⁹⁵” Yves Thiran, chef de la rédaction Info Nouveaux Médias ne dit pas autre chose : *“Faire en sorte que ces publics consomment la RTBF est une priorité, car les enquêtes sur nos publics montrent que ce sont des publics âgés. [...], Il faut absolument qu'on arrive à toucher les publics plus jeunes qui ne regardent plus les JT.”* Une restructuration est en donc phase de préparation et la rédaction se concentrera autour de quatre publics, dont celui des jeunes adultes. Chaque pôle disposera d'un éditeur de l'offre, toujours selon Yves Thiran.¹⁹⁶

Cette réflexion autour des défis liés aux nouveaux médias est apparue à la RTBF il y a déjà 8 ans. Jean-Paul Philippot explique qu'à ce moment-là, une analyse de positionnement stratégique a été mise en place afin de faire naître un département “E RTBF” qui a permis aux acteurs de mesurer l'importance du digital. Suite à cela, des recherches ont été lancées en vue de recruter du personnel spécialisé issu du monde digital. Un département transversal avec une direction des technologies intégrées a été créé afin d'adopter les méthodes de travail dédiées à la production de contenu digital. *“Un des éléments clés, c'est la traduction en terme technologique de la convergence des médias. Il existe des filières de diffusion différentes en fonction des médias. On a embrassé de façon holistique, de façon globale la problématique du digital, ça c'étaient les premières briques. Maintenant la seconde vision 2022 c'est la transformation interne de l'entreprise dans l'idée d'une vision de convergence à une situation “convergente”*¹⁹⁷.

L'une des conséquences les plus visibles de cette réflexion autour du digital et du public est la création de Vews, un contenu destiné au Web, présent sur les réseaux sociaux sous forme de petites vidéos sous-titrées, mais également diffusé à la télévision sous forme de petit JT sur la Deux, remplaçant le 12 minutes, à 18h (édition de quatre à six minutes) et à 22h30 (de quinze à vingt minutes). Suite à la demande du rédacteur en chef Bruno Clément de rajeunir le “12 minutes”, la préparation de l'équipe des 6 journalistes a nécessité une formation par des professionnels anglais et français habitués aux nouvelles techniques de journalisme sur les réseaux sociaux. Les modules qu'ils préparent doivent être validés par l'éditeur et les *Social editors* au nombre de deux au sein de la rédaction

¹⁹⁵ Entretien du mardi 29 mai avec Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF

¹⁹⁶ Entretien téléphonique du mercredi 25 juillet avec Yves Thiran, chef de la rédaction Info Nouveaux Médias à la RTBF.

¹⁹⁷ Entretien du mardi 29 mai avec Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF

RTBF info. Ceux-ci servent à valider et veiller à la diffusion de l'information sur les réseaux sociaux¹⁹⁸.

Dans la pratique en effet, la manière de penser une information diffusée sur la télévision et sur les réseaux sociaux, diffère des JT traditionnels comme nous l'expliquait Alain Dremière, éditeur de Vews. *“On a pour objectif de respecter une ligne éditoriale commune sur les deux plateformes qui est celle du “pas de côté”. C'est-à-dire faire de la pédagogie: aller chercher le public là où il est avec ses questionnements. C'est une approche sans doute différente de ce qu'on peut voir au JT ou ailleurs, où en général des experts s'adressent aux experts en essayant d'être les plus pédagogues possible. Nous, on essaie de prendre le public là où il est avec ses questions.”*¹⁹⁹

D'après Julien Fauchaux, ce genre de programme est plus difficilement applicable à RTL qui est une chaîne privée, en contexte de restructurations qui plus est. En effet, cette situation de mutation ne favorise pas la mise en place de projets pilotes. *“Même dans un contexte hors Evolve²⁰⁰, faire du business avec du News, c'est délicat donc on a peu de chance d'aller vers un bouleversement des formats. Surtout que certaines marques n'ont pas envie d'être associées à certaines infos. L'environnement News n'est pas très rentable.”* Soulignons tout de même que récemment, la plateforme “Check” a été créée par RTL TVI pour attirer un nouveau public à partir d'un contenu culturel et musical. « Nous on est parti d'un principe clair: très peu de médias parlent de façon intéressante de culture or de plus en plus de personnes sont curieuses de la musique belge, des thématiques de leur époque. Pour ça, tu dois être le témoin de ton époque.²⁰¹ » Dans un premier temps cependant, Julien Fauchaux insiste sur le fait qu'il ne s'agit pas d'un média destiné à produire de l'information. *“On a voulu aller chercher des communautés sur lesquelles on a pas l'habitude de travailler. Un public plus jeune, plus urbain, indépendant, critique vis-à-vis de RTL, qui veut prendre ses propres choix. On veut proposer ça à nos annonceurs, un public que nous n'arriverons pas à avoir autrement donc il nous a fallu une nouvelle marque pour ne pas l'associer directement à RTL”*²⁰².

¹⁹⁸ Entretien téléphonique du mardi 19 juin avec Laurent Henrard, présentateur et créateur de Vews

¹⁹⁹ Entretien du mercredi 6 juin avec Alain Dremière éditeur de Vews

²⁰⁰ Plan de restructuration de RTL Belgium

²⁰¹ Entretien téléphonique du 8 août avec Martin Vachiery, éditeur de Check.

²⁰² Entretien du 22 mars avec Julien Fauchaux, responsable marketing des chaînes de RTL Belgium et de la régie publicitaire TV de RTL.

Lors des entretiens téléphoniques avec les professionnels des médias, nous avons brièvement évoqué les résultats de l'enquête en ligne et nous leur avons demandé de réagir à l'un ou l'autre aspect spécifique. Nous avons par exemple demandé à Laurent Haulotte quel serait pour lui l'impact du succès de l'information "à la carte" et de la consultation via les réseaux sociaux. Il nous a plus particulièrement semblé intéressant de lui demander ce que ces pratiques de consommation modifiaient dans la manière de produire l'information. D'après lui, cela : *« ne la bouleverse pas, car le journal en télévision, s'il veut s'assurer un avenir, doit garder quand même une partie de ses codes graphiques, vestimentaires, de plateau qui en font finalement un refuge dans un monde où les manières de s'informer sont multiples. [...] Ce n'est pas pour ça qu'on ne doit pas s'ouvrir à des formats narratifs différents, des rythmes différents »*²⁰³ A cette même question, Yves Thiran nous a répondu que la modification se fait surtout au niveau du rôle du JT qui doit maintenant permettre de contextualiser l'information emmagasinée tout au long de la journée. La manière de faire l'information reste la même, mais la diffusion doit être pensée différemment.²⁰⁴

Concernant le manque de confiance dans les médias d'information, Laurent Haulotte proposait un modèle d'éducation aux médias par l'enseignement et par les médias eux-mêmes et ajoutait qu'une plus grande transparence pourrait être mise en place dans l'écriture du contenu journalistique. *“On devrait peut-être effectivement plus dire: nous avons enquêté, nous avons vérifié, vous pouvez nous croire ou même dire “nous avons choisi de ne pas traiter ce sujet”, pourquoi. Après on peut vite rentrer dans l'auto justification permanente, la culpabilité, etc., mais on n'en est pas encore là. En tout cas c'est un phénomène que je trouve préoccupant”*²⁰⁵. Yves Thiran répondait que la RTBF est déjà dans une dynamique d'éducation aux médias grâce à plusieurs ateliers. *“Il y a eu une émission très ambitieuse: les décodeurs ayant comme vocation de faire ça (la transparence), mais cela a été un gros flop absolu. Je me méfie de l'avis du public qui veut de la transparence et puis qui s'ennuie. Si vous regardez l'ensemble de ce que produit la RTBF, il y a de nombreux contenus dans la volonté d'y voir clair.”*²⁰⁶ À ce

²⁰³ Entretien du mardi 24 juillet avec Laurent Haulotte, directeur de l'information RTL TVI

²⁰⁴ Entretien téléphonique du mercredi 25 juillet avec Yves Thiran, chef de la rédaction Info Nouveaux Médias à la RTBF.

²⁰⁵ Entretien du mardi 24 juillet avec Laurent Haulotte, directeur de l'information RTL TVI

²⁰⁶ Entretien téléphonique du mercredi 25 juillet avec Yves Thiran, chef de la rédaction Info Nouveaux Médias à la RTBF.

propos, des discussions sont en cours sur le plan politique. Un groupe d'experts sur la désinformation a été constitué par Alexander de Croo, ministre de l'Agenda numérique afin de lutter contre les Fake News et pourrait amener vers une organisation autour de l'éducation aux médias dans les écoles.²⁰⁷

Sur l'approche ironique de l'information, les deux médias prennent plus de distance pour éviter de mélanger les genres, de confondre le public et de risquer de perdre leur légitimité. Yves Thiran nous partageait sa crainte au cas où la RTBF info prenait une posture satirique. *“On a déjà eu des problèmes de confusions avec un papier comme celui de Christophe Bourdon qui faisait une version Web d'une chronique satirique. Sur Twitter il n'y a aucune différence de format et donc on a eu des réactions de gens qui ne comprenaient pas. On a tout intérêt de ne pas mélanger les genres.”*²⁰⁸ Pour Laurent Haulotte on ne peut pas imaginer une approche ironique de l'information sous la marque RTL info *“Ça ne fait pas partie de notre mission. Maintenant sur RTL de manière général, pourrait-il y avoir une sorte de talk-show d'infotainment? Oui pourquoi pas ? C'est un produit qui pourrait permettre au public de rester connecté à l'information donc ce n'est pas exclu, mais pas en l'incluant à la marque RTL info.”* À l'inverse, Alain Dremière, l'éditeur de Vews nous faisait part de son analyse de la génération des *digital natives* et de la manière d'aborder l'information pour ce public. *“Je pense que les plus jeunes ont développé une ironie, un sarcasme par rapport à un monde qui était beaucoup trop dur. On est quand même avec une génération née avec le 11 septembre 2001. On doit leur dire qu'il y a de l'espoir or, on est entouré d'une actualité qui est sinistre donc il faut leur redonner de l'espoir. Coller à la réalité: oui il y a encore des couples mixtes, des religieux ouverts et tolérants, des hommes féministes.”*²⁰⁹

Vis-à-vis de la problématique des contenus, l'éditeur de Vews perçoit les difficultés des médias à informer les 18-38 ans sur des sujets d'utilité publique. *“L'enjeu c'est le local en fait, de parvenir à traiter de l'actualité et de se dire: “comment on peut intéresser les 18-35 sur du local. Et par local je veux dire belge. Car il y a des thèmes qui sont très*

²⁰⁷ Laloux (Philippe), “Faire de la Belgique un laboratoire anti-fake news” in *Le Soir +*, Site internet du journal Le Soir, 17/07/2018, URL: <http://plus.lesoir.be/168570/article/2018-07-17/faire-de-la-belgique-un-laboratoire-anti-fake-news>, consulté le 06/08/2018.

²⁰⁸ Entretien téléphonique du mercredi 25 juillet avec Yves Thiran, chef de la rédaction Info Nouveaux Médias à la RTBF.

²⁰⁹ Entretien du mercredi 6 juin avec Alain Dremière éditeur de Vews

porteurs, les États-Unis, la question du genre, l'égalité homme femme, #metoo c'est "assez simple" si je puis dire, ce sont des thèmes qui les touchent.". En effet, la présente enquête a montré que les sujets internationaux intéressent particulièrement les *digital natives* au contraire de la politique ou du contenu national.

Parallèlement à l'adaptation de leurs contenus et de leurs formats informatifs, la mutation digitale des grands médias télévisuels est une tâche complexe. L'une de leurs différences principales avec des pure players comme Konbini News par exemple réside dans leur gestion d'images d'archives. Olivier Dwelshauvers, chef de projet client chez EVS²¹⁰, a attiré notre attention sur cette question. *"Il faut une base software importante pour la RTBF et RTL notamment à cause de la gestion d'archives. Les moyens techniques sont importants comparé à Konbini news qui fait des reportages, mais pas de l'actualité chaude. Les échanges d'images d'agences, les plateformes d'échanges et les contenus d'archives importants font la différence entre les reportages de fond et l'actualité qui doit tous les jours être alimentée par de l'image."* Il nous confiait également avoir constaté une baisse significative des budgets destinés à l'information ces onze dernières années ainsi qu'une volonté de productivité et de flexibilité importante²¹¹. On peut néanmoins se demander si au-delà de son aspect contraignant, la gestion souple et dynamique de ces données ne constitue pas au contraire une richesse sur lesquelles les chaînes pourraient s'appuyer pour asseoir leur crédibilité vis-à-vis d'un public de plus en plus sceptique.

7. Analyse transversale

Dans ce chapitre, nous tentons de répondre à la question suivante: "Dans quelle mesure les stratégies digitales de la RTBF et de RTL TVI en matière d'information répondent-elles aux attentes en matière de consommation médiatique exprimées dans notre enquête par la génération des 18-38 ans?"

²¹⁰«Groupe EVS», www.evs.com, Site d'EVS (entreprise spécialisée dans la fabrication de serveurs vidéo), URL : <https://evs.com/fr/corporate/groupe-evs>, consulté le 05/08/2018.

²¹¹Entretien téléphonique du mercredi 13 juin avec Olivier Dwelshauvers, chef de projet client chez EVS

7.1. Points majeurs ressortant des enquêtes

Comme l'ont montré les résultats des enquêtes quantitative et qualitative, on constate une consommation des *digital natives* différente de celle de leurs aînés : le Web est une source d'information importante. La télévision est moins présente dans les foyers et par conséquent moins consommée comme média d'information. Les réseaux sociaux se présentent comme la première source d'information. Bien que les digital natives disent se méfier des médias traditionnels, en recourant massivement à l'information diffusée par les réseaux sociaux ils consomment en réalité du contenu sélectionné par des algorithmes basés sur ce que l'utilisateur renvoie comme image de lui-même aux médias. Cette pratique les expose donc, probablement sans qu'ils en soient conscients, à un plus grand risque de manipulation.

Toujours sur le plan du format, les répondants aux enquêtes témoignent d'un besoin de consommation "à la carte" et délinéarisée. L'édition du journal à heure fixe leur convient moins qu'aux 39 ans et plus. De nombreux répondants souhaiteraient un média qui leur permettrait de sélectionner uniquement l'information qui les intéresse. D'après les chiffres et les témoignages de notre enquête, les informations internationales et culturelles suscitent le plus d'intérêt. Les faits divers, par contre, beaucoup moins. Les micros-trottoirs ne convainquent pas du tout ce public qui apprécie pourtant la possibilité de transmettre une information importante via le bouton "Alertez-nous" et pense même à d'autres manières de sonder la population comme des sondages ou des plateformes permettant de poser des questions ou de proposer des sujets. Si, sur les réseaux sociaux, ils apprécient la possibilité de débattre sur l'actualité dans les commentaires, plusieurs répondants suggèrent une meilleure gestion de ces derniers avec des réponses du journaliste ayant écrit l'article ou d'un expert sur l'information proposée afin d'élever le débat et d'éviter que l'espace de commentaires ne véhicule des *Fake News* ou des idées racistes.

L'enquête a montré que format de reportages du journal télévisé convient peu à cette génération demandeuse de formats plus longs, explicatifs et permettant de remettre une actualité dans un contexte plus élaboré. Habités à la gratuité de l'information, l'information plus longue et plus approfondie est la seule qu'ils accepteraient éventuellement de payer. Plusieurs répondants font preuve d'un souhait de présence du journaliste dans les reportages et de plus de transparence de la part de celui-ci. Les

réponses à l'enquête ont montré également qu'il existe une volonté de rupture avec le format strict de présentation du JT traditionnel au profit d'un format plus spontané. Cette idée de changement radical s'alimente chez certains *digital natives* d'un intérêt pour l'information traitée de manière ironique. Beaucoup déplorent l'information trop "négative" transmise dans les JT. Pour contrecarrer ce phénomène, certains répondants citent l'exemple de TF1 qui propose de l'information culturelle "positive" à la fin de ses JT.

Ajoutons que ces constatations rejoignent celles de plusieurs auteurs de notre revue de littérature comme Irene Costera Meijer et Hildebrand P. Bijleveld définissant la volonté du public d'une relation avec les médias, l'accessibilité de l'information qui les concerne ou les intéresse grandement et l'attrait pour de l'information de proximité²¹². Nous nous rapprochons également des travaux de Stéphanie Edgerly qui démontrait une génération de digital natives méfiante envers les médias²¹³. L'œuvre de Jung Kim et Wonneberger définissant les digital natives comme des personnes qui multiplient les supports de consommation médiatique rejoint également nos résultats²¹⁴.

7.2. Réponses de la RTBF et de RTL TVI

Depuis plusieurs années, les deux chaînes ont clairement perçu les changements de comportements développés par les *digital natives*. Chacune d'entre elles a développé sa propre stratégie et a adapté son offre. Précisons tout de même que parmi les propositions énoncées par les *digital natives* quant aux changements souhaitables dans les médias, certaines idées sont difficilement réalisables dans l'immédiat. C'est le cas notamment de la gestion des commentaires Facebook. Le nombre d'articles diffusés par jour ainsi que les financements de plus en plus compliqués à récolter dans un contexte de convergence sont des facteurs qui rendent peu probable la mise à disposition de journalistes ou d'experts à cet effet exclusivement.

D'un autre côté, si la mise en place de contenus plus longs sur les sites Web et les applications ne semble pas à l'ordre du jour des médias francophones, la formule

²¹² Bijleveld (Hildebrand P.) et Meijer (Irene Costera), "Valuable Journalism,...", pp. 833-834.

²¹³ Edgerly (Stéphanie), "Seeking Out...", p. 375.

²¹⁴ Wonneberger (Anke) and Jung Kim (Su), "TV News...", pp. 68-69.

d'actualité à deux vitesses proposée par RTL TVI s'en rapproche²¹⁵. Le souhait exprimé de pouvoir visionner un programme proposant à la fois de l'actualité brièvement résumée et de l'information plus longuement décrite rejoint le concept des *Fast News* et *Slow News* mis en place par la chaîne privée. Il semble que l'objectif poursuivi ici par RTL TVI soit d'approfondir le contexte de certaines actualités. Or, le rôle de référence en matière de contextualisation de l'information est une solution qui avait été proposée par Jacek Dabala comme une piste de reconnexion du média avec son public²¹⁶. D'autres demandes des répondants ont également déjà été mises en place. C'est le cas par exemple des applications pour smartphone (créées par les deux chaînes) envoyant des notifications relatives aux informations importantes. On peut aussi citer le programme *Vews* de la RTBF. Ce dernier vise à pallier le problème du format présumé trop strict des JT et offre un regard plus léger et parfois ironique sur l'information. Par contre, bien qu'Alain Dremière, éditeur de *Vews* ait remarqué chez les *digital natives* un besoin de s'écarter des nouvelles négatives pour se protéger d'un monde qu'ils trouvent trop sombre, rien ne semble à ce jour mis en place pour répondre à cette constatation.

Le cas de *Vews* mis à part, les aspects qui restent problématiques et pour lesquels les responsables de RTBF info et RTL info n'ont pas encore véritablement proposé d'alternative sont les choix éditoriaux. Les *digital natives* souhaiteraient plus d'informations internationales et moins de faits divers. Les deux médias, sachant que la moyenne d'âge dans les audiences de leurs éditions dépasse les 50 ans, considèrent peut-être qu'il serait risqué de modifier le choix des sujets et pourrait les conduire par conséquent à perdre de l'audience.

Le problème de la confiance dans les médias lui non plus n'a pas encore trouvé de vraie solution. Pourtant, les responsables des deux chaînes de télévision prennent la question au sérieux, mais ils n'ont pas encore trouvé l'approche adéquate pour y répondre. Laurent Haulotte évoque la mise en place d'une meilleure éducation de la part des médias, mais également dans l'enseignement. Il ajoute par ailleurs qu'il recommanderait plus de transparence de la part des journalistes. Soulignons à ce sujet que des discussions sont en cours sur le plan politique. Un groupe d'experts belge sur les fausses informations et la désinformation a été réuni par le ministre du numérique Alexander de Croo. Ce groupe

²¹⁵ voir ci-dessus contexte historique

²¹⁶ Dabala (Jacek), *Creative paths...*, pp. 153-154.

est constitué de sept spécialistes. Il tente d'arriver à un modèle de régulation des *Fake News* qui pourrait aboutir à une éducation aux médias²¹⁷.

De notre côté, nous pensons qu'une refonte complète de la présence des médias traditionnels sur les réseaux sociaux ainsi que celle de l'information à partager sur ces plateformes contribuerait à donner une meilleure image des entreprises médiatiques. En effet, avec une fréquentation importante de ces sites par les *digital natives*, la présence des médias y constitue tout à la fois leur vitrine et leur porte d'entrée. Idéalement, leur présence sur les réseaux sociaux devrait donc refléter une image de qualité afin de s'imposer comme média de référence en matière d'information. Cette tâche s'avère néanmoins compliquée par l'impact financier qu'il y a à récolter un maximum de clics sur les reportages et articles publiés. Cette contingence économique peut donc conduire les *community managers actuels* à sélectionner les contenus les plus attirants, au détriment éventuel de l'image de la chaîne.

Autant à la RTBF qu'à RTL TVI, des réflexions sont en cours afin d'envisager le meilleur moyen de continuer à informer le public des 18-38 ans. Pour ce faire, les deux médias innovent avec de nouveaux produits Web. Si la RTBF a déjà créé Vews, un programme destiné en particulier à cette tranche d'âge par souci d'utilité publique, RTL TVI ne l'envisage pas encore. Au sein de la chaîne privée, l'approche privilégiée consiste à éviter de segmenter les cibles. Par conséquent, on ne retrouve pas la volonté de toucher les digital natives plus qu'un autre public. Cependant, des stratégies digitales sont mises en place petit à petit pour présenter la marque RTL info sur un maximum de plateformes disponibles et notamment sur les réseaux sociaux. On peut par conséquent dire que sur ce point et au vu des résultats de nos enquêtes, les deux chaînes suivent la direction d'une stratégie digitale positive.

Les applications pour smartphone de la RTBF et de RTL info remplissent les critères avancés par les 18-38 ans. Au niveau des contenus, la RTBF se rapproche des *digital natives* en proposant notamment un espace dédié à la culture. RTL de son côté propose de l'information régionale. Les fonctionnalités de sélection des contenus de ces

²¹⁷ Laloux (Philippe), "Faire de la Belgique un laboratoire anti-fake news" in: *Le Soir* +, Site internet du journal Le Soir, 17/07/2018, <http://plus.lesoir.be/168570/article/2018-07-17/faire-de-la-belgique-un-laboratoire-anti-fake-news>, consulté le 06/08/2018.

applications ont également été abordées dans plusieurs réponses à l'enquête quantitative et lors de nos entretiens qualitatifs. Sur cette base, nous proposerions donc d'ajouter aux sites Web des deux chaînes une possibilité de recherche de sujets (et même de sujets d'archives) par mots clés ou par tags. Cela permettrait d'approfondir la connaissance de l'utilisateur sur l'actualité en s'informant sur les sujets ayant été produits auparavant. Une liste de liens vers des enquêtes scientifiques, propositions de loi, décisions juridiques rendrait les articles plus attrayants et peut-être plus convaincants pour les 18-38 ans. Certes, le site SONUMA permet d'effectuer des recherches d'archives télévisuelles, mais le site Web ne propose pas l'ensemble des reportages d'information de la RTBF, et rien de RTL TVI. Par ailleurs, cette plateforme ne renvoie pas directement au site de la RTBF qui ne tire donc aucun profit d'image de cette mise à disposition d'archives²¹⁸.

Dans sa volonté de restructurer sa rédaction et de désigner des « éditeurs de l'offre » travaillant pour quatre publics distincts, la RTBF se positionne clairement vers un traitement de l'information plus adapté à notre public cible. L'objectif de service public de l'entreprise permet évidemment de tester des formats et de sélectionner ceux qui peuvent s'avérer plus adaptés aux 18-38 ans.

D'un autre côté, la volonté de RTL info de ne pas segmenter son public dans le traitement de l'information et d'orienter sa stratégie digitale vers le public le plus large possible peut s'avérer pertinente. En effet, nos enquêtes ont montré que si les *digital natives* consomment l'information différemment des 39 ans et plus, ces derniers s'informent cependant aussi très largement sur les réseaux sociaux. Une bonne stratégie digitale et des contenus de qualité sur les réseaux sociaux peuvent donc permettre à RTL info d'élargir son public dans les deux tranches d'âge. Dans cette optique, la révision de l'usage des réseaux sociaux prévue par Fabrice Massin devrait s'avérer payante. En effet, d'après les résultats apparaissant dans les réponses aux questions ouvertes du questionnaire, l'image de la présence de RTL info sur Facebook demande à être améliorée.

²¹⁸ « À propos de la SONUMA », www.sonuma.be, site internet de la SONUMA (entreprise qui numérise les productions audiovisuelles de la RTBF, de Télévisions locales, de la Cinémathèque de la FWB ou de maisons de production indépendantes), <https://www.sonuma.be/about>, consulté le 08/08/2018.

8. Conclusion

Analyser les très nombreuses réponses données à l'enquête quantitative, dresser une analyse qualitative en interviewant en profondeur une vingtaine de personnes, et enfin s'enquérir des stratégies mises ou à mettre en place auprès d'experts du domaine fut un vaste chantier. La masse des informations recueillies dut être assimilée, analysée et mise en perspective. Le travail à présent terminé, il nous semble que l'on peut le conclure de la manière suivante :

À la suite de notre enquête quantitative, nous sommes parvenus à répondre à la première hypothèse "Les digital natives consomment l'information différemment de leurs aînés" par une affirmation positive. En effet, dans la première partie de notre enquête quantitative, nous avons remarqué que le Web prend le pas sur la télévision comme source principale d'information, ce qui peut s'expliquer par la présence d'une télévision plus fréquente chez les plus de 39 ans que chez les 18-38 ans. Ensuite, nous avons constaté que les *digital natives* consultent plus *Youtube*, les *Pure Players* ainsi que des médias humoristiques que leurs aînés. De manière générale, la consommation des journaux télévisés est plus faible chez les *digital natives* que chez les plus de 39 ans à l'inverse de la consultation de la page Facebook des médias pour se tenir informé.

À la deuxième hypothèse "Les rédactions de RTL TVI et de la RTBF adaptent leur offre en matière d'information dans le but de répondre aux attentes de ce nouveau public", nous répondons partiellement négativement. Si la RTBF prévoit une restructuration afin de répondre au mieux aux demandes de leurs différents publics, dont celui des jeunes adultes, RTL TVI se place dans l'optique de viser le public le plus large possible. Par conséquent, au contraire de la RTBF, la chaîne privée ne correspond pas totalement à l'énoncé de la deuxième hypothèse, bien que la modification de son offre sur le plan digital affecte directement la consommation d'information des 18-38 ans.

La troisième hypothèse "Les modifications de l'offre en matière d'information de la RTBF et de RTL TVI répondent à la demande des *digital natives*" nécessite également une réponse contrastée. Sur certains aspects comme la présence de Vews sur les réseaux sociaux, les applications mobiles et les sites internet permettant une consommation des

reportages “à la carte”, l’offre des deux chaînes de télévision correspond aux attentes des 18-38 ans. Néanmoins, plusieurs particularités de chacune de ces offres pourraient être améliorées afin de mieux convenir à la demande de cette génération. Citons par exemple une application spécifique au programme Vews, l’ajout d’une possibilité de recherche par mots clés sur les applications et les sites internet pour retrouver un sujet d’archive, ou l’apport de sources supplémentaires pour permettre à l’utilisateur d’approfondir le sujet. Sans surprise, le format répondant le moins aux digital natives s’avère le journal télévisé consommé de manière linéaire sur la télévision. Qu’il s’agisse du format ou du contenu, les 18-38 ans sont très critiques à ce sujet. Au niveau du format, ils le trouvent trop long, trop strict, certains considérant même son habillage visuel vétuste et inutile. Au niveau du contenu, les digital natives déplorent un manque d’équilibre dans le choix des sujets. Le JT comportant selon eux trop de sujets inintéressants et trop peu de sujets internationaux ou culturels. Enfin, au vu d’un sentiment majoritaire de méfiance vis-à-vis des informations transmises lors des JT, les deux chaînes bénéficieraient probablement d’un meilleur taux d’audience de cette tranche d’âge en proposant plus de transparence dans la manière de traiter l’actualité.

Pour terminer, il nous semble évident qu’il serait intéressant d’aller plus loin dans la recherche concernant ce sujet à plusieurs niveaux. En effet, pour des raisons techniques, il n’a pas été possible de développer dans ce mémoire certains aspects pourtant hautement prometteurs. Il pourrait notamment être intéressant de s’intéresser aux possibilités de modifications de l’offre en matière d’information sur un point de vue économique afin de vérifier ce qu’il est matériellement possible de proposer pour une chaîne de télévision belge. Ensuite, une étude de cas comparant la situation belge aux expériences réalisées par les médias étrangers permettrait d’apporter de plus amples réponses. Nous conseillerions par exemple d’analyser les formats de la BBC et du The New York Times sur les réseaux sociaux, le site internet de Radio Canada proposant un contenu *crossmedia* intéressant, *Full Circle* de CNN, une émission d’actualité quotidienne sur Facebook lancée le 16 juillet 2018. Enfin, la consommation médiatique impactée par le digital à tous les niveaux pousse les entreprises de presse à produire de plus en plus d’information *crossmedia*. Les rédactions deviennent de plus en plus hybrides et s’éloignent de leur spécificité. Avec l’arrivée d’internet, la presse écrite produit maintenant des vidéos, l’information télévisuelle produit du texte. Il nous semblerait donc intéressant de s’interroger sur les conséquences de cette hybridité sur le long terme.

9. Bibliographie

- Bartol (Tomaz), Dolnicar (Danica), Podgornik (Bojana) et Sorgo (Andrej), "Attributes of digital natives as predictors of information literacy in higher education", *British Journal of Educational Technology*, vol 48, n°3, 2017 pp. 749-767.
- Bernier (Marc-François), *Journalistes au pays de la convergence. Sérénité, malaise et détresse dans la profession*, Québec, Presses de l'Université de Laval, 2008.
- Beuscart (Jean-Samuel), Beauvisage (Thomas) et Maillard (Sisley), "La fin de la télévision, recomposition et synchronisation, Des audiences de la télévision de rattrapage", *Réseaux*, vol 5, n°175, 2012, pp. 43-82.
- Bijleveld (Hildebrand) et Meijer (Irene), "Valuable Journalism", *Journalism Studies*, vol.17, n°7, 2016.
- Blondheim (Menahem) et Liebes (Tamar), "Television News and the Nation : The End ?", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, n° 625, 2009, pp. 182- 195.
- Casero-Ripollés (Anderu), "Beyond Newspapers: News Consumption among Young People in the Digital Era", *Communicar*, vol 10, n°39, Castellion, 2013.
- Colson (Vinciane) et Heinderyckx (François), "Do online journalists belong in the newsroom? A Belgian case of convergence" in: Domingo (David) et Paterson (Chris), *Making online news*, New York, Peter Lang Publishing, 2008, pp. 143-154.
- Cornet (Marianne), *L'information Web 2.0*, Pessac, Presses universitaires de Bordeaux, 2016.
- Dabala (Jacek), *Creative paths to television journalism*, Francfort-sur-le-Main, Peter Lang GmbH, 2015.
- De Laubier (Charles), *Le guide de l'info mobile. Gérer l'information sur le premier média du monde.*, Paris, CFPJ, 2011.
- de Séllys (Elodie) et Lauwens (Jean-François), *Mesdames, Mesdemoiselles, Messieurs, Bonsoir, Cinquante ans de JT à la RTBF*, Fléron, Jordan éditions, 2006.
- Edgerly (Stéphanie), "Seeking Out and Avoiding the News Media: Young Adults" Proposed Strategies for Obtaining Current Events Information", *Mass Communication and Society*, vol. 20, n°3, 2017, pp. 358-377.
- Fassarella (Luciane) et Ferreria (Kenia) "La convergence dans la production de l'information : deux modèles d'intégration dans la presse écrite et en ligne" in : Le Cam (Florence) et Ruellan (Denis), *Changements et permanences du journalisme*, Paris, L'Harmatan, « communication et civilisation », 2014.
- Flichy (Patrice), "Communication : progrès technique et développement des usages". In: *Réseaux*, vol. 5, n°24, 1987.
- Guribye (Frode) et Nyre (Lars), "The Changing Ecology of Tools for Live, News Reporting", *Journalism Practice*, vol.10, n° 11, 2017, pp. 1216-1230.
- Jenkins (Henry), "Convergence ? I diverge", *Technology Review*, Vol.194, n°5, p.93.
- Gabszewicz (Jean) et Sonnac (Nathalie), *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, « Repères », 2006.
- Jespers (Jean-Jacques), *Journalisme de télévision : Enjeux, contraintes, pratiques*, Bruxelles, De Boeck, « Info & Com », 2009.
- Kredens (Elodie) et Rio (Florence), "La télévision à l'ère du numérique : entre pratiques émergentes et reconfiguration de l'objet médiatique", *Etudes de communication*, vol. 44, n°1, 2015, pp. 15-28.

- National Research Council, *Being fluent with information technology*, Washington, National Academy Press, 1999.
- Paré (Guy), "La génération Internet : un nouveau profil d'employés", *Gestion*, vol. 27, n°2, 2002, pp. 47-53.
- Prensky (Marc), "Digital Natives, Digital Immigrants", *On the Horizon*, n°5, 2001.
- Rouet (Gilles), "Presse écrite et médias en ligne dans l'espace européen", *Studia UBB Europaea*, vol. 60, n°1, 2015, pp.187-220.
- Scherer (Eric), *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un "journalisme augmenté"*, Paris, Presses universitaires de France, 2011.
- Sire (Guillaume), "Google et les éditeurs de presse en ligne. Une configuration négociée et négociable", *Sur le journalisme*, vol 2, n°1, mis en ligne le 15 avril 2013, URL : <http://surlejournalisme.com/rev>, consulté le 20/07/2018.
- Sonnac (Nathalie), "Financement des Médias ", in : Frau-Meigs (Divina) et Kiyindou (Alain) *La diversité culturelle à l'ère du numérique : glossaire critique*, Paris, La Documentation française, 2015, p.136-140.
- Soulages (Jean-Claude), "Nouveau journalisme, nouveau public ? Le cas du Huffington Post", *Ação Midiática*, « Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura », 2015, pp. 41-61.
- Tandoc Jr (Edson) et Maitra (Julian), "News organizations' use of Native Videos on Facebook: Tweaking the journalistic field one algorithm change at a time", *New media & society*, vol. 20, n°5, 2018, pp. 1679–1696.
- Vanoost (Marie), "Qui sont les lecteurs de mooks ?", *Communication*, vol. 34, n°2, 2017, mis en ligne le 25 juillet 2017 URL : <http://journals.openedition.org/communication/7341> ; DOI : 10.4000/communication.7341, consulté le 15 juin 2018.
- Wang (Qiang), Myers (Michael) et Sundaram (David) "Digital Natives and Digital Immigrants Towards a Model of Digital Fluency", in *Business & Information Systems Engineering*, vol. 5, n°6, 2013, p. 409-419.
- Wonneberger (Anke) and Jung Kim (Su), "TV News Exposure of Young People in Changing Viewing Environments: A Longitudinal, Cross-National Comparison Using People-Meter Data," *International Journal of Communication*, vol. 11, 2017.

Articles de presse :

- Eustache (Sophie) et Trochet (Jessica), "De l'information au piège à clics", in : *Le Monde diplomatique*, août 2017, p.21, [www.monde-diplomatique](http://www.monde-diplomatique.fr), site web du journal Le Monde diplomatique, URL : <https://www.monde-diplomatique.fr/2017/08/EUSTACHE/57804>, consulté le 17/07/2018.
- Laloux (Philippe), "Faire de la Belgique un laboratoire anti-fake news" in: *Le Soir +*, Site internet du journal Le Soir, 17/07/2018, <http://plus.lesoir.be/168570/article/2018-07-17/faire-de-la-belgique-un-laboratoire-anti-fake-news>, consulté le 06/08/2018.
- Stafford (Tom), "Psychology: Why bad news dominates the headlines", 29/06/2014, BBC future, www.bbc.com, site web de la télévision britannique BBC, <http://www.bbc.com/future/story/20140728-why-is-all-the-news-bad>, consulté le 12/06/2018.

Sites internet :

- “À propos de la SONUMA”, www.sonuma.be, site internet de la SONUMA (entreprise qui numérise les productions audiovisuelles de la RTBF, de Télévisions locales, de la Cinémathèque de la FWB ou de maisons de production indépendantes), <https://www.sonuma.be/about>, consulté le 08/08/2018.
- “Groupe EVS”, www.evs.com, Site d'EVS (entreprise spécialisée dans la fabrication de serveurs vidéo), URL : <https://evs.com/fr/corporate/groupe-evs>, consulté le 05/08/2018.
- “Infos société”, www.rtl.be, Site de RTL TVI, URL: <https://www.rtl.be/info/infosociete.htm>, consulté le 01/08/2018.
- “Niveau d’instruction”, www.statbel.fgov.be, le site de statistiques en Belgique, URL : <https://statbel.fgov.be/fr/themes/emploi-formation/formation-et-enseignement/niveau-dinstruction> consulté le 01/08/2018.
- “Qu’est-ce que le CIM ?”, www.cim.be, Site du centre d’information sur les médias, URL : <https://www.cim.be/fr/cim/quest-ce-que-le-cim-0>, consulté le 20/07/2018.
- “Résultats Belgique”, www.cim.be, Site du centre d’information sur les médias (partie sur les audiences internet), URL: <https://www.cim.be/fr/internet/resultats> Belgique, consulté le 20/07/2018.
- “Statut et financement”, www.rtbfb.be, Site de la RTBF, URL : https://www.rtbfb.be/entreprise/article_statut-et-financement?id=3433, consulté le 01/08/2018.

Annexe 1 : Réponses aux questions ouvertes du formulaire en ligne

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
1	Féminin	24	Toute l'information dont j'ai besoin	Sur 30-35 min de journal télévisés uniquement 10 minutes m'intéressent. Sur internet lorsque 1 sujet ne m'intéresse pas je suis libre de le skip et de passer à autres chose.	Plusieurs fois par semaine		assez complète
2	Masculin	20	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		assez complète
3	Féminin	23	Sans avis	Je ne suis pas intéressée par tous les sujets et par contre, je reste sur ma faim pour certains sujets où il me manque de la mise en perspective, du recul, du travail journalistique	Tous les jours		assez complète
4	Féminin	47	Pas assez d'information	On reste souvent en superficie des sujets, sans rentrer assez dans le détail pour des choses qui me paraissent importante tout en détaillant des choses sans grand intérêt	Plusieurs fois par semaine		assez complète
5	Féminin	23	Pas assez d'information	Nécessité de trier l'information reçue par les journaux télévisés et de la recontextualiser ou la compléter, car elle est toujours lacunaire et orientée	Une à deux fois par semaine		incomplète
6	Féminin	23	De l'information dont je n'ai pas besoin	le journal dure 30 minutes, des choix éditoriaux doivent être faits, pas toujours les bons selon moi...	Plusieurs fois par semaine		assez complète
7	Féminin	18	Pas assez d'information	Trop de sujets fuites pour permettre de les prendre au sérieux	Une à deux fois par semaine		assez complète
8	Féminin	22	Pas assez d'information	Information souvent trop superficielle, pour rentrer dans les détails il faut diversifier ses sources	Plusieurs fois par semaine	Je trouve la proportion de nouvelles pertinentes et importantes dans un journal télévisé (hormis chaînes internationales) trop faible pour pouvoir en faire une source principale d'information	incomplète
11	Masculin	27	Pas assez d'information	Bien peu de sujets couverts par rapport à tout ce qui se passe dans le monde.	Moins d'une fois par semaine		assez complète
12	Féminin	22	Pas assez d'information		Jamais	Je préfère avoir les informations immédiatement,	
13	Masculin	23	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
14	Féminin	25	De l'information dont je n'ai pas besoin	/	Jamais		
15	Féminin	27	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les médias orientent les sujets pour montrer que les européens (gentils) combattent les autres (terroristes... = méchants) pour que le peuple sente un danger mais soit rassurer d'être « Protégé ».	Une à deux fois par semaine		incomplète
16	Masculin	25	De l'information dont je n'ai pas besoin	je ne regarde pas les journaux télévisés	Plusieurs fois par semaine		incomplète
17	Masculin	26	Sans avis	Trop de putaclick, d'informations sensationnelles, pas assez de contenu réellement important et suffisamment objectif.	Jamais	pas pris le pli et je ne vois pas ce que ça pourrait m'apporter	
18	Féminin	22	Pas assez d'information	mais parfois trop d'informations de par les images "choc" que l'on publie dans que cela ne sois réellement utile à l'informatin	Plusieurs fois par semaine		incomplète
19	Masculin	25	Toute l'information dont j'ai besoin	je suis satisfaite des infos que j'ai	Jamais	Pour éviter des images chocs et inutiles, pour ne garder qu'un condensé de l'information	
20	Féminin	52	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète
21	Féminin	24	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		incomplète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
1		journalistes dans le JT me plait		Economique	L'info actuelle me convient parfaitement.
2	On a 3 chaines (3JT) de disponibles entre 19h et 20:30h RTL RTBF (TF1 FR)	me plait	Ils ont des voix claires	Politique	Plusieurs petits formats (par thèmes 5-10min) qui vont être visionnés où pas. Les fans de sports peuvent uniquement regarder le thème 'sport' et ainsi passer toutes les infos économiques qu'ils ne souhaitent pas regarder. ==> (à la carte)
3	J'ai le choix de regarder le journal télévisé qui m'apporte majoritairement l'info que je souhaite	me plait	Certains journalistes devriez pendant être moins pompeux	Rien de spécial	Éviter la redondance dans l'info. Plutôt que de traiter tous les jours pendant 2 à 3 minutes de Publifin, un reportage plus long 1 / semaine permettrait de mieux traiter le sujet dans un JT d1/2 heure
4	Je trouve que les sujets internationaux ne sont pas suffisamment couverts	me plait	Même si les sujets ne sont pas toujours suffisamment traités à mon goût.	Politique	Une information complète sur les problèmes internationaux (sans se concentrer uniquement sur l'Europe et les États-Unis), une information vulgarisée sur la politique, des informations sur les avancées/problèmes sociaux et économiques de Belgique et d'Europe.
5	Voir justification plus haut (info lacunaire et orientée à compléter pour prise de recul et éviter l'émul populaire)	me plait	C'est une manière de parler culturelle, parfois théâtrale, mais ça fait partie du jeu de dramatisation des médias	Sportif	Reportages qui impliquent davantage d'experts sur les matières traitées, pour construire une opinion basée sur la réflexion et non les émotions
6		Ne me dérange pas		Sportif	
7		Ne me dérange pas		Local/Régional, Economique	
8		me plait		Politique, Sportif	
9		me plait	Claire et neutre	Social, Sportif	Un condensé de plusieurs sujets avec le développement des sujets importants (pas de Giselle qui vend des napperons)
10	Etant intéressé par l'actualité internationale, je ne suis pas toujours satisfait de la couverture des médias belges (ou parfois de leur retard de plusieurs jours à traiter l'information)	me plait		Local/Régional	Je consomme beaucoup de radio, pour moi la voix suffit donc - minimum 5 min par sujet
11		me plait	bon vocabulaire, bonne articulation	Local/Régional	
12	même si le ton est assez différent entre RTL et la RTBF les reportages sont souvent sur le même sujet d'actualité				pour le JT, un reportage pas trop long, la présence du journaliste nécessaire si elle sert au reportage (interview, montrer des choses, ...)
13	pour les plus petits événements il reste les télé locales dans l'ensemble je pense que l'actu est bien traitée et complète	me plait			?
14		Ne me dérange pas	/	International	Contenu qui concerne le belge en général, avec des formats variés (reportages, enquêtes,...), avec plus d'images pour illustrer les informations.
15	Pas assez de diversification pour rendre les sujets objectifs. Les médias créent un sentiment de peur, de danger, rassurent les belges et font passer les étrangers pour des menaces.	me plait	Bon débit, bonne articulation, ton neutre	International, Politique	
16					
17	Voir ci-avant sur le problème de l'information "sensationaliste"	me déplaît	Pas toujours suffisamment objectif	Sportif	Objectivité, suivi des dossiers internationaux importants au-delà de la nouvelle sensationnelle, informations nationales concrètes et suivies
18					Le format du JT en tant que tel me convient.
19					
20	bonne présentation	me plait	audible	International	un peu comme à 13h00 au journal de t1 avec des reportages régionaux
21		me plait		Local/Régional	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
22	Féminin	23	De la mésinformation.		Jamais	Parce que je ne tiens pas à être mal informée et je préfère me concentrer sur le positif, sur les gens qui m'entourent ou que je rencontre, tout en restant ouverte bien-sûr... J'ai conscience de ce qu'il se passe dans le monde mais les images présentées à la télévision ne m'apportent rien et ne sont pas forcément véridiques.	
23	Féminin	48	Pas assez d'information	Trop rapide et pas assez de profondeur de recul trop de neutralité "trop lisse" ...	Plusieurs fois par semaine		Sans avis
24	Féminin	45	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		complète
25	Féminin	27	de l'information sélectionnée et dans une	je ne suis pas d'accord avec les politiques du moment et je considère que la télévision publique est de très mauvaise qualité et trop influencée par les politiques en place, je trouve que les sujets sont traités sous un angle avec lequel je suis en désaccord et regarder le journal me désespère profondément et quand je tombe dessus chez ma mère je le regarde seulement pour avoir une idée de l'opinion générale publique...	Jamais	et j'ai souvent la sensation que l'information est filtrée.	
26	Masculin	23	Pas assez d'information	les media parlent de ce qu'ils veulent bien	Plusieurs fois par semaine		assez complète
27	Féminin	40	Pas assez d'information		Tous les jours		incomplète
28	Féminin	21	Sans avis	Je ne regarde pas assez la télé pour avoir un avis	Moins d'une fois par semaine	parce que je n'ai pas de télévision et ma connection internet est nulle	assez complète
29	Féminin	39	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine	Les JT sont des concentrés de peur et d'idioties. Mon cerveau est assez propre, pas besoin qu'on le lave.	assez complète
30	Masculin	25	De l'information dont je n'ai pas besoin		Jamais		
31	Féminin	20	Une partie de l'information que je cherche mais je complète avec d'autres types de médias		Plusieurs fois par semaine		assez complète
32	Masculin	28	De l'information dont je n'ai pas besoin		Moins d'une fois par semaine		incomplète
33	Masculin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin	Beaucoup trop d'informations grave, comme si on devait être coupable du monde dans lequel on vit	Moins d'une fois par semaine	Parce que ce genre d'informations ne m'intéresse pas toujours et surtout, ces informations sont souvent données sur le ton de la culpabilité	incomplète
34	Féminin	50	Pas assez d'information	Info tronquée ou orientée	Plusieurs fois par semaine	Je lis plutôt	incomplète
35	Féminin	25	Sans avis		Moins d'une fois par semaine	Pas assez d'information ou mauvaises informations sur les sujets importants et trop d'information sur les sujets pas importants	assez complète
36	Féminin	27	De l'information dont je n'ai pas besoin		Jamais		
37	Masculin	27	Pas assez d'information	Un seul média ne me suffit pas. Pour s'informer correctement, il faut recouper ses sources. Les JT ne vont pas assez loin dans le traitement de l'info selon moi.	Tous les jours		assez complète
38	Féminin	27	Sans avis	parfois ils donnent des infos non importantes, et ne développent pas assez parfois	Tous les jours		assez complète
39	Féminin	30	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète
40	Masculin	28	Pas assez d'information	Manque de recherches de fond dans les journaux TV, ils ne font souvent que reprendre des communiqués ou des informations qui sont données par des sociétés, partis politique, etc	Tous les jours		incomplète
41	Masculin	23	De l'information inutile ou insuffisante	Souvent des sujets inintéressant sont fort relayés tandis que d'autres plus "graves" le sont peu, ou peu développés.	Moins d'une fois par semaine	Pour les mêmes raisons que plus haut: informations inintéressantes ou insuffisantes.	incomplète
42	Masculin	22	De l'information dont je n'ai pas besoin	Tous les sujets abordés n'ont pas d'intérêt ou sont trop souvent répétitif de journal télévisé en journal télévisé.	Une à deux fois par semaine		incomplète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
22					
23		Ne me dérange pas	Cela dépend de la chaîne. Je choisis alors ceux que j apprécie	Politique	Plus de terrain.. D interview.... De reportages
24	Lorsque je compare l'information avec d'autres sources je n'apprend pas des éléments essentiels	me plait			Ajouter un ou deux documents plus culturel ou regional
25					
26		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
27	sujets évités, manque d'objectivité	me déplaît	leur diction laisse parfois à désirer, ainsi que leur vocabulaire	Sportif	reportages objectifs, sujets internationaux dont on parle peu, retour sur des infos dont on nous a bassiné les oreilles pendant des jours
28		me déplaît	Il faut arrêter de prendre cette voix mielleuse et chantante (écoutez le docu arte radio "et là c'est le drame" il résume totalement ma pensée)	Sportif	
29		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
30					
31		Ne me dérange pas		Sportif	Format long, présence journaliste, contenu divers
32		me déplaît		Politique	
33	Il n y a qu un seul genre d informations, celle qui ne montre que les mauvaises choses. Les bonnes choses sont souvent trop peu mise en avant.	me déplaît	J ai l impression que dans n importe quelle situation ce qu il se passe est toujours grave.	Politique	Format de vidéo courte mais complète, journaliste présent/absent peu d importance... sujet: sur tout ce qu il se passe en Belgique
34		Ne me dérange pas		Economique, Politique, Sportif	
35		me plait		Rien de spécial	
36					
37	Actu nationale, presque compète/actu internationale, incomplète	Ne me dérange pas		Rien de spécial	Une information assez interactive, avec un bon rythme pour éviter l'ennui, moins de chichi et plus de proximité avec les gens (un peu comme l'émission quotidien, avec un peu d'humour). Aujourd'hui, les médias peuvent parfois paraître austères dans leur forme.
38		Ne me dérange pas		Economique, Politique	
39		me plait		Rien de spécial	Infos pertinentes, source vérifiée, moins de redondance
40		me plait			Format adapté en fonction du sujet, plus de travail d'investigation et moins de simple "reporting" d'information
41	Meme raisons qu'avant, souvent l'information est partielle	Ne me dérange pas		Social, Culturel, Sportif	Une "émission" sans durée limitée, prenant le temps nécessaire pour présenter les faits importants. Séparer clairement les parties plus culturelles et people des parties politiques etc.
42	Manque démissions de qualité	me plait	Impression de professionnalisme (la plupart du temps)	Rien de spécial	Format classique (journal), plus riche en informations avec possibilité de s'informer d'avantage sur le site si besoin.

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
43	Féminin	26	Sans avis	Je ne regarde pas	Moins d'une fois par semaine	Parce que je les trouve inintéressant et redondant.	incomplète
44	Masculin	25	Pas assez d'information		Tous les jours		incomplète
45	Féminin	26	Sans avis		Une à deux fois par semaine		assez complète
46	Féminin	26	De l'information dont je n'ai pas besoin	Certains sujets d'actu sont surmédatisés, trop d'articles pour des choses sans intérêt sinon curiosité malsaine	Moins d'une fois par semaine	L'actu est souvent trop pessimiste ou stressante	complète
47	Masculin	30	Pas assez d'information	Manque de sujets internationaux	Une à deux fois par semaine		incomplète
48	Féminin	24	Pas assez d'information	A la fois pas assez d'information pertinente, d'analyses, de remises en contexte et trop d'information dont je n'ai pas besoin (exemple: "il fait 25° ce week-end, les belges sont à la mer du nord, hourraaaaaaaaa")	Plusieurs fois par semaine		incomplète
49	Masculin	30	Ils mettent en avant ce dont ils ont envie de nous montrer		Plusieurs fois par semaine		assez complète
50	Féminin	51	Pas assez d'informations sur ce qui va bien	Montrer les initiatives locales, durables et solidaires	Plusieurs fois par semaine		assez complète
51	Féminin	25	souvent les mêmes informations tournant autour de mêmes sujets (souvent négatifs ou mal vulgarisés)	Lorsqu'il s'agit de mon domaine d'expertise, je suis assez choquée de la façon dont les informations sont vulgarisées et transmises	Une à deux fois par semaine		incomplète
52	Féminin	23	Pas assez d'information	Il y a une sélection très importante de l'information.	Moins d'une fois par semaine	Il y a un biais et l'information diffusée est sélectionnée, elle n'est pas forcément la vérité. La manière dont elle est mise en scène pose aussi de nombreuses questions	incomplète
53	Masculin	24	Sans avis	Un biais très important existe et pose problème.	Moins d'une fois par semaine	Ca me déprime trop de voir ce monde remplis de con..	Sans avis
54	Féminin	64	Toute l'information dont j'ai besoin	Il y a tellement tout et n'importe quoi qui passe au news.	Tous les jours		assez complète
55	Féminin	58	De l'information dont je n'ai pas besoin		Tous les jours		incomplète
56	Masculin	33	De l'information dont je n'ai pas besoin	Tout n'est pas très complet	Tous les jours		assez complète
57	Féminin	22	Pas assez d'information	je choisis scrupuleusement les chaînes	Une à deux fois par semaine		Sans avis
58	Masculin	61	Pas assez d'information	Les questions internationales sont trop peu présentes	Tous les jours		assez complète
59	Féminin	23	De l'information dont je n'ai pas besoin		Moins d'une fois par semaine	Car je ne regarde jamais la télévision, et sur le web cela ne m'intéresse pas	Sans avis
60	Masculin	19	De l'information dont je n'ai pas besoin		Jamais		incomplète
61	Masculin	35	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
62	Féminin	40	de l'information mais faut parfois faire le tri	beaucoup de sujets récurrents inutiles (marronniers?)	Plusieurs fois par semaine		assez complète
63	Masculin	25	Sans avis		Jamais	Pas le temps	
64	Féminin	23	Sans avis		Jamais	Pas d'intérêt	
65	Masculin	23	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
66	Féminin	61	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
67	Féminin	18	Pas assez d'information	Je trouve que parfois nous comprenons l'information mais nous pourrions peut être en savoir plus sûr le sujet. Que le sujet soit plus approfondi pour que nous puissions bien ou mieux le comprendre.	Une à deux fois par semaine		assez complète
68	Féminin	24	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
43	Les journaux sont homogènes. Parlent tous de la même chose. Ont tous le même discours.	Ne me dérange pas		Politique	Les faits et juste de les faits. Ex : lors d'un attentat. D'écrire l'événement brièvement. Pas d'interview d'une victime en pleurs pour faire de l'audimat.
44		me déplaît		National, Local/Régional	
45		Ne me dérange pas			
46		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
47	Trop de sujet sans importance	Ne me dérange pas	C'est plaisant lorsque le journaliste ne fait pas que lire ses notes ou son prompteur	Local/Régional, Sportif	Je préfère les formats comme France 24 ou Euronews. Plus de sujets internationaux et moins de foot
48	Pas assez d'analyses de fond, de remises en perspective, en contexte + parfois manque de visibilité de certaines thématiques par rapport aux autres (exemple: guerre au Yémen et conflits au Soudan sous-traités dans l'actualité par rapport à d'autres thématiques)	Ne me dérange pas		Local/Régional, Sportif	
49		me plaît	Clair	Rien de spécial	Informations objectives qui relatent l'ensemble des éléments d'un dossier,... Qui ne "dirigent" pas l'opinion publique.
50	Montrer plus ce qui va bien	Ne me dérange pas		Economique	Plus d'interactions avec le public (afficher les tweets avec un hashtag relatifs à un sujet par exemple)
51	Souvent ce sont les mêmes sujets qui sont relatés	me plaît		Rien de spécial	
52	Traitement de fond de plusieurs thématiques (une série de conflits sur lesquels on ne nous informe pas, une approche biaisée des sujets...)	Ne me dérange pas		sensationnel	Plus long, plus complet, pas de préférence quant à la présence d'un.e journaliste
53	Aucune confiance dans les médias , manipulation	Ne me dérange pas			
54		Ne me dérange pas		Politique	
55		me plaît		Rien de spécial	
56		me plaît	Sobre pro	Culturel	Sobre réel au vif du sujet
57		Ne me dérange pas		Rien de spécial	Avec 10 minutes MAX sur l'actualité locale et internationale et 1h de contenu thématique et plus informé et précis. Ex : lundi culture, mardi modes de vie alternatifs, mardi économie, mercredi crises humanitaires, jeudi religion, vendredi nouvelles technologie et week end sport et musique. Avec des interludes humoristiques et des interludes musicaux. Et de longs interviews en liens avec l'actualité et le contenu thématique du jour, mais toujours avec un ou deux invités, genre format plus discussion que interview rapide. Bref un programme long où on prends le temps de mettre en lumière des sujets qui concernent tout le monde et qui soit ouvert sur le monde.
58	Les JT et autres émissions d'infos sont assez bien faits mais il serait intéressant de développer d'autres aspects trop peu présents comme la dimension internationales, le travail associatif, les alternatives,....	me plaît	Généralement c'est clair, compréhensible du grand public et pas trop long	Rien de spécial	Une info qui permette de comprendre le quotidien mais aussi le long terme et les enjeux
59		me plaît	Car ils n'ont pas d'accent et ont une voix posée et facile à écouter	National, Politique	
60					
61	on a accès aux chaînes belges mais aussi étrangères	Ne me dérange pas		National, Local/Régional	
62		Ne me dérange pas		Sportif	de terrain mais sans exagération
63					
64		me plaît			
65		Ne me dérange pas		Sportif	
66			Généralement ils sont clairs et parlent de façon à ce qu'on les comprennent bien.	Rien de spécial	
67		me plaît			
68		Ne me dérange pas		Social, Economique, Sportif	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
69	Féminin	61	De l'information dont je n'ai pas besoin	Dans la plupart des journaux télévisés, il n'y a que du négatif. Les choses positives existantes sont rarement dites. C'est déprimant. Je préfère m'informer en lecture papier alors.	Tous les jours		incomplète
70	Féminin	22	Sans avis	Il y a des informations qu'ils veulent donner. C'est parfois plus que ce que je demande parfois moins et certaines informations importantes ne sont pas évoquées ou sont mal informées	Une à deux fois par semaine		incomplète
71	Féminin	24	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		assez complète
72	Féminin	45	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
73	Masculin	31	Souvent de l'information contrastée qui résulte d'un besoin d'audience...		Plusieurs fois par semaine		incomplète
74	Féminin	21	Pas assez d'information	Je pense qu'ils pourraient parler de sujet plus intéressant parfois. Ils sont aussi orientés par une croyance je pense.	Tous les jours		incomplète
75	Masculin	53	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		complète
76	Féminin	23	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		complète
77	Féminin	15	Toute l'information dont j'ai besoin		Une à deux fois par semaine		assez complète
78	Féminin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin	Si je pouvais cocher les deux cases : de l'info dont je n'ai pas besoin ET pas assez d'info, je le ferais. Il me semble que l'info est mal choisie et mal approfondie. Trop de négatif trop rarement des infos positives	Une à deux fois par semaine		incomplète
79	Féminin	56	Pas assez d'information		Tous les jours		assez complète
80	Masculin	24	Pas assez d'information	Beaucoup de temps pour un seul reportage. Au final on se retrouve avec 4-5 titres sur un journal de 35 minutes. Je déplore que les journaux télévisés belges partagent surtout l'information de l'actualité "triste" et non des informations insolites, régionales ou "joyeuses". En France, on voit d'autres reportages. Les informations sont ciblées.....	Plusieurs fois par semaine		incomplète
81	Féminin	24	Pas assez d'information		Tous les jours		incomplète
82	Masculin	60	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les informations sont ciblées.....	Tous les jours		incomplète
83	Masculin	52	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les marronniers, les micro-trois et les informations pleines de sensiblerie et de pathos m'agacent	Moins d'une fois par semaine		incomplète
84	Féminin	28	De l'information dont je n'ai pas besoin		Jamais	Idem que précédemment	
85	Masculin	59	Toute l'information dont j'ai besoin	L'information reste souvent très superficielle. Il y a peu de place pour le débat de fond.	Plusieurs fois par semaine		assez complète
86	Féminin	36	Pas assez d'information	Des contenus ciblés qui provoquent de la pitié, de l'effroi, etc.	Moins d'une fois par semaine	J'ai été très déçu de l'offre d'information télévisuelle, ce qui est l'une des raisons pour lesquelles je n'ai plus la télé. Etant donné la pauvreté de l'information du JT, autant s'informer sur les sites des médias traditionnels.	assez complète
87	Féminin	20	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		incomplète
88	Masculin	51	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
89	Féminin	20	Sans avis	Souvent que du négatif au JT	Plusieurs fois par semaine		assez complète
90	Féminin	27	Toute l'information dont j'ai besoin	un résumé de l'actu générale	Plusieurs fois par semaine		assez complète
91	Féminin	17	Sans avis	Cela dépend du sujet donc je reste sans avis	Une à deux fois par semaine		Sans avis
92	Masculin	18	Pas assez d'information	J'ai l'impression que les actualités importantes sont données dans le journal mais pas les plus récentes	Plusieurs fois par semaine		assez complète
93	Féminin	19	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		incomplète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
69	D'une chaîne à l'autre les mêmes infos sont présentées différemment. Les informations les plus importantes se résument à quelques secondes alors que les infos moins importantes sont fortement commentées.	Ne me dérange pas		Rien de spécial	Une information plus objective et moins politisée.
70		me plaît		Rien de spécial	Des images afin de se rendre compte, un song de bonne qualité, pas trop long
71		me déplaît		Local/Régional	
72		Ne me dérange pas		Sportif	
73	Les médias sont souvent bridés et ne peuvent montrer que ce qui est autorisé par de plus hautes instances	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
74		Ne me dérange pas		Sportif	
75		me déplaît	pas assez clair	International, Politique, Culturel, Sportif	
76		me plaît		Sportif	
77		me plaît	Ils font des fautes de français, ils colportent une vision de la neutralité	Economique, Politique	Moins d'images choc (pour en finir avec la contagion de la peur et de la pitié mal placée); des entretiens plus longs, plus fournis, mettant en valeur les contradictions que soulèvent les situations expliquées (pour en finir avec l'indirectionnel -ou le bêttement bipolaire- des discours journalistiques et politiques); des journalistes aux tenues vestimentaires variées (pour en finir avec la pseudo-neutralité du costume guindé et du surplus de maquillage); ... il y a sûrement des choses plus intelligentes à dire, désolée
79		me plaît	qui me déplaît.	Sportif	
80		Ne me dérange pas		Local/Régional	Informations nationales importantes, informations insolites, informations
81	Voir commentaire précédent (pas assez de diversité niveau reportages)	Ne me dérange pas		International, Economique, Politique	culturelles, présence d'un journaliste
82	infos ciblées	Ne me dérange pas		International, Politique	
83	Trop de malheurs à montrer à tous	Ne me dérange pas		International, National, Social, Economique, Politique, Sportif	
84					
85		me plaît	Le langage des journalistes pourrait être plus soigné, mais le niveau reste tout à fait acceptable, surtout lorsqu'on fait la comparaison avec d'autres zones linguistiques.	Economique, Politique	reportages plus élaborés, interviews qui donnent la possibilité de creuser une question. Registre soutenu. Sur les sites web, possibilité de retrouver l'information à l'aide d'un classement précis.
86		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
87		Ne me dérange pas		Politique	
88		Ne me dérange pas		Rien de spécial	Un journal sur la TV où on peut facilement passer à la rubrique suivante
89	Domage de ne pas avoir plus d'infos positives	Ne me dérange pas		Rien de spécial	Plus d'infos positives (associations locales...)
90	l'offre n'est pas très diversifiée mais elle permet quand même d'avoir un bon aperçu de l'actu	Ne me dérange pas	/	Sportif	
91		Ne me dérange pas		Sportif	Du positif
92	Le journal télévisé traite de sujets variés de l'actualité, sans se cantonner au sensationnel (sur certaine chaîne)	me plaît		Politique	Le journal tel qu'il est me semble assez intéressant. Il manque seulement selon moi un système d'interaction direct avec le spectateur (chat en live,...)
93		me déplaît		Economique, Politique	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent de la chaîne télévisée	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
94	Féminin	53	infos pas toujours objectives en fonction de la chaîne télévisée	préciser , pas précisez	Une à deux fois par semaine		complète
95	Féminin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin	Je trouve inutile de combler un journal télévisé par des informations dont on pourrait se passer	Moins d'une fois par semaine	Répétitions des informations sur la semaine	assez complète
96	Masculin	19	Sans avis		Une à deux fois par semaine		assez complète
97	Féminin	23	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
98	Féminin	17	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
99	Féminin	39	Pas assez d'information	Je croise mes données.	Moins d'une fois par semaine	Manque de temps	incomplète
100	Féminin	52	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
101	Féminin	27	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		assez complète
102	Féminin	26	Sans avis		Une à deux fois par semaine		assez complète
103	Féminin	48	De l'information dont je n'ai pas besoin	Trop de faits divers sur certaines chaînes	Plusieurs fois par semaine		Sans avis
104	Masculin	54	Pas assez d'information	Pa s assez d'analyse de fond.	Tous les jours		incomplète
105	Féminin	55	une partie de l'info dont j'ai besoin	nous recevons une info orientée, donc pas toujours objective	Plusieurs fois par semaine		assez complète
106	Féminin	23	De l'information dont je n'ai pas besoin	Pas assez ou pas la bonne peut-être	Jamais	Pas dsns mes habitudes	
107	Masculin	21	De l'information dont je n'ai pas besoin	Sujets trop grand public, peur de parler de sujet plus difficile et tabou, malheureusement.	Une à deux fois par semaine		incomplète
108	Féminin	25	Pas assez d'information	Parfois décalage entre l'info et ce qui se passe réellement. L'info toujours un peu en retard, surtout la télé !	Tous les jours		assez complète
109	Féminin	60	Pas assez d'information	Infos lacunaires	Tous les jours		Sans avis
110	Masculin	24	De l'information orientée et tronquée	L'information donnée n est jamais neutre et les journalistes déforment souvent les infos de manière à capter l'attention du public et privilégient l'information qui correspond à leurs opinions.	Tous les jours		incomplète
111	Féminin	57	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		Sans avis
112	Féminin	74	Pas assez d'information		Tous les jours		assez complète
113	Féminin	13	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
114	Masculin	13	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		complète
115	Féminin	13	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine	La semaine = pas de Tv	assez complète
116	Féminin	50	Pas assez d'information	Je préfère l'analyse des articles de presse écrite	Moins d'une fois par semaine	Parce que je suis abonnée à un journal papier et que je préfère ce canal.	Sans avis
117	Féminin	25	Pas assez d'information	L'information qui est importante à avoir n'est pas donné et celle reçue est pleine de clichés	Moins d'une fois par semaine	Je prends l'information autrement	incomplète
118	Masculin	34	Pas assez d'information	Aucun fond.	Tous les jours		incomplète
119	Masculin	21	De l'information dont je n'ai pas besoin	Trop de faits divers	Moins d'une fois par semaine	Presse écrite (FT, trends,...)	assez complète
120	Masculin	17	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
121	Féminin	21	Pas assez d'information		Moins d'une fois par semaine	Pas d'argent pour avoir une tv	incomplète
122	Féminin	23	Pas assez d'information	Seulement des formats courts, information générale, information chaude en majorité	Plusieurs fois par semaine		incomplète
123	Féminin	20	Pas assez d'information	Les journaux télévisés trient les informations et ne nous font parvenir que celles qui risquent d'apporter beaucoup d'audience.	Moins d'une fois par semaine	J'ai beaucoup de travail avec l'école et je ne prends pas le temps de la faire.	incomplète
124	Féminin	13	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
125	Féminin	14	Pas assez d'information	Non	Moins d'une fois par semaine	Je ne prend pas les bujours le temps	complète
126	Féminin	13	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
127	Féminin	27	Sans avis		Une à deux fois par semaine		assez complète
128	Masculin	32	Pas assez d'information	Les medias orientent l'information	Plusieurs fois par semaine		incomplète
129	Masculin	27	Pas assez d'information	Pas assez d'informations internationales	Plusieurs fois par semaine		incomplète
130	Masculin	55	Pas assez d'information	Trop de sujets pas intéressants	Plusieurs fois par semaine		assez complète
131	Masculin	28	qui m interesse et trop d informations sur des sujets qui ne m interesse pas		Plusieurs fois par semaine		incomplète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
94		Ne me dérange pas		Politique	
95		me plait	Va à l'essentiel, clair	Economique, Politique, Sportif	Court et sans répétitions
96		Ne me dérange pas		Economique, Politique	
97		Ne me dérange pas		Politique, Sportif	
98		Ne me dérange pas		Local/Régional	
99	Pas assez d'infos internationales. Je consulte donc rfi.	Ne me dérange pas	C'est pas ça qui compte	Local/Régional, Social, Sportif	
100		Ne me dérange pas	ça dépend encore du journaliste... Les commentaires du type "vienne école" sont assez lassant...	Moins de foot	Même format mais avec bcp plus d'interactions, que ce soit sur le plateau ou sur le terrain... peut-être faudrait-il parfois sortir du reportage classique. Et donc avec la présence du journaliste :)
101		Ne me dérange pas		Sportif	
102		me plait		Rien de spécial	Reportages plus longs avec présence de journalistes
103		Ne me dérange pas		Politique, Sportif	
104	Pas assez de reportage de fond.	me déplaît	Trop maniérée, trop théâtrale.	Culturel, Sportif	difficile de donner un avis sur ce sujet très vaste, je pense que les journalistes devraient parfois mieux préparer leurs questions, ils enfoncent parfois des portes ouvertes...
105	Nous avons une vision qui n'est pas toujours à 100 % objective	me plait	un phrasé clair et précis	AVEC EFFET DE CHOC (images chocs pas toujours nécessaires)	
106					
107	Manque d'émission pertinente du début à la fin, qui se consacre à des vrais sujets.	Ne me dérange pas		Social, Sportif	
108	Je trouve que vu le peu de chaînes que nous avons, les émissions d'information sont assez bien exploitées (documentaires surtout sur les chaînes publiques, JT deux fois par jour, enquêtes/investigations RTBF/RTL,...)	me plait	Dictionnaire, mieux qu'en France où les accents sont souvent plus prononcés.	Rien de spécial	Même format qu'actuellement (1min, 1min30), actualité incontournable mais accompagné par une actu un peu décalée, originale, une information qui surprend !
109	Ils se concentrent souvent trop sur des faits divers	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
110	peu importants et pas assez sur les décisions et faits ayant une vraie influence sur la vie des gens.	me déplaît	Trop orientée et souvent très très hostile envers certaines personnalités.	Culturel, Sportif	Concise, correcte, neutre et qui permet d'entendre tous les points de vue.
111		me plait		Rien de spécial	
112		me plait		Rien de spécial	
113	Le JT est bien fourni	Ne me dérange pas		Rien de spécial	Une information bien fournie mais pas trop longue
114		me plait		International	
115		Ne me dérange pas		Economique, Politique	Non
116		Ne me dérange pas	Difficile de généraliser	Sportif	
117	Déjà dit auparavant	Ne me dérange pas	/	Economique, Politique	Ajuster les sujets et moins de choses négatives
118	Pas de chaîne thématique	me déplaît	Pas de fautes mais parti pris.	Local/Régional	Du fond ! Pas besoin de voir la tête du présentateur
119		me plait		Faits divers	
120		me plait		Politique	
121		Ne me dérange pas		Social, Sportif	
122		Ne me dérange pas		Social, Sportif	
123	Idem qu'à la question précédente	Ne me dérange pas	En général, il n'y a pas quelque chose qui me dérange chez eux, on voit bien qu'ils sont professionnels.	Rien de spécial	
124		me plait		Politique, Sportif	
125	Il y a tout ce que j'ai besoin de savoir	Ne me dérange pas	Leur façon de parler est normale	Politique, Sportif	Ça me plaît comme ça
126		me plait		Economique, Politique	
127		me plait		Rien de spécial	
128	On ne montre que ce qui suscite des réactions	me plait	Bon rythme et clarté des explications	International, Politique	Information libre et non orientée afin de faire de l'audience
129	Du neuf !	me déplaît	Trop classique	Politique, Sportif	Dur
130		me plait	Le ton est assez neutre Cette façon faussement neutre et chantante de parler me déplaît. Elle me donne une impression de non connaissance du sujet de la part du journaliste et d'une distanciation terrible entre lui et son sujet.	Politique	Format Web à la carte. 10/20 min suivi d'un article détaillé écrit. Allié le divertissement de l'audiovisuel avec un complément plus technique écrit. (konbini news)
131		me déplaît		Sportif	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
132	Masculin	46	Pas assez d'information	Peu de sujets abordés, souvent peu de recherche, et 10 minutes de sport sur 30 minutes de JT...	Une à deux fois par semaine		incomplète
133	Féminin	69	Pas assez d'information	Infos grand public, sujets peu importants, analyse bâclée	Une à deux fois par semaine		incomplète
134	Masculin	28	Pas assez d'information	Informations générales et non particulières	Une à deux fois par semaine		complète
135	Féminin	69	Pas assez d'information	Les sujets non médiatiques sont peu abordés	Une à deux fois par semaine		incomplète
136	Masculin	50	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
137	Féminin	65	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		complète
138	Féminin	53	Des nouvelles de ce qui va bien.. c'est intéressant aussi.	Je trouve qu'il faudrait terminer les journaux pas des infos positives . belles initiatives par exp. Et réduire les redites .	Plusieurs fois par semaine		Sans avis
139	Masculin	62	Pas assez d'information	reportage incomplet en 1 minute 30	Plusieurs fois par semaine		assez complète
140	Féminin	19	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		assez complète
141	Masculin	23	Pas assez d'information		Moins d'une fois par semaine	L'information proposée n'est pas intéressante. Les journalistes ne sont en général que des vaudours cherchant à faire le buzz sur des faits tristes.	Sans avis
142	Masculin	28	De l'info manipulée		Moins d'une fois par semaine		incomplète
143	Féminin	18	Sans avis		Une à deux fois par semaine		complète
144	Masculin	25	De l'information biaisée	Les journaux télévisés sont possédés par de grands groupes (Lagardère, ...), les mêmes qui financent des politiciens, emploient des experts économistes, etc... Les mêmes également qui ont des actions dans les grandes industries (agro alimentaire, etc...). L'information diffusée est donc forcément biaisée parce que le journal ne va jamais aller idéologiquement à l'encontre de son patron, où diffuser une information qui pourrait nuire à son image (e.g. les avis d'"experts" vont dans le sens du groupe ; les politiciens financés par les patrons font l'objet d'un nombre gigantesque de reportages, etc...).	Moins d'une fois par semaine	Comme dit plus tôt, car l'information des journaux télévisés est extrêmement biaisée. Il me paraît plus pertinent de lire les différents journaux (en ligne), accompagnés d'émissions politiques de tous bords et de me faire un avis formé à partir d'une pluralité de sources.	incomplète
145	Masculin	18	Toute l'information dont j'ai besoin	Format trop court pour creuser mes sujets en profondeur	Plusieurs fois par semaine		Sans avis
146	Masculin	25	Pas assez d'information	Oui, mais je regarde différentes chaînes pour avoir toutes les infos	Moins d'une fois par semaine	Je n'ai plus la télé depuis 4ans que je suis en collog j'ai donc perdu le réflexe de regarder le jt tous les soirs.	assez complète
147	Féminin	55	Toute l'information dont j'ai besoin	Information pas très utile	Plusieurs fois par semaine		assez complète
148	Féminin	23	De l'information dont je n'ai pas besoin	Je trouve que les média de façon générale encouragent un climat de peur en donnant de l'importance à certains faits qui n'ont pas à en recevoir autant, et ce parfois de façon intéressée (ex : l'hystérie autour de la grippe aviaire)	Une à deux fois par semaine		assez complète
149	Masculin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		assez complète
150	Féminin	84	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète
151	Masculin	25	De l'information dont je n'ai pas besoin	Fréquemment les sujets sont inintéressant	Tous les jours		assez complète
152	Féminin	13	Toute l'information dont j'ai besoin	Ils disent se qu'on a besoin et on a pas besoins de plus c' vrai que parfois je préférerais ne pas entendre certaine chose mais volla	Plusieurs fois par semaine		assez complète
153	Féminin	44	Sans avis		Moins d'une fois par semaine		Sans avis
154	Féminin	13	Toute l'information dont j'ai besoin	Ils expliquent tout ce que je sais pas	Plusieurs fois par semaine		complète
155	Féminin	39	Pas assez d'information	Trop d'informations qui ne méritent pas d'être à la Une selon moi. Et en ce qui concerne le terrorisme ou les guerres, trop d'interprétations d'infos ou de prémachage qui n'est pas toujours objectif! je trouve...	Plusieurs fois par semaine		incomplète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
132	Médias mainstream inintéressants.	Ne me dérange pas		Sportif	Sujets de fond plusieurs fois par semaine, rien à l'ouïe du sport, éclairages contradictoires et critiques, clés de décodage fournies
133		Ne me dérange pas		Sportif	
134	Manque parfois de clarté	Ne me dérange pas	Pas désobligeant	International, Politique	Contenu local avec un journaliste
135		me plaît		Sportif	
136		me plaît	Ton relativement simple. Attention, je n'aime pas le sensationnalisme	Sportif	Une attention plus diversifiée et complète sur l'actualité des pays voisins et européens. A terme, cela a un impact sur la Belgique aussi.
137		me plaît	Sérieux, proches des gens, sympathiques.	International	Trop d'éditions spéciales pendant lesquelles les journalistes se répètent sans fin (Aussi bien RTL que RTBF)
138		me plaît	Cela dépend des journalistes. Le ton catastrophe me déplaît	Politique, Sportif	du simple, des femmes habillées normalement, et des infos positives
139		me plaît		Rien de spécial	
140		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
141		Ne me dérange pas		Economique, Politique	
142		me déplaît	Voix gogole	Local/Régional	Vérifiée
143		Ne me dérange pas	Ils s'expriment correctement. C'est plus souvent l'information	Sportif	Seul le contenu proposé mériterait réellement d'être changé. Les journalistes le
144	site est à vomir également). Du coup le choix est	Ne me dérange pas		Local/Régional, Culturel, Sportif	proposant également puisqu'ils sont tous liés de près ou de loin (de près surtout) aux politiciens (l'info politique étant l'info majeure d'un journal).
145	assez restreint.	Ne me dérange pas	diffusée/choisie qui m'irrite.	Sportif	Mais pour les raisons citées précédemment ça n'est pas possible. Les journaux télévisés sont trop soumis aux lois du marché.
146	Je pense qu'il y a assez de médias télévisuelles. Leur nombre est comparable aux pays voisins donc je dirais assez complète	Ne me dérange pas	Ils parlent normalement et de manière claire mais le choix des mots a son importance et n'est jamais neutre donc parfois ça peut me déranger	Rien de spécial	Un format avec une couverture aussi complète que possible edes sujets de société fondamentaux
147		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
148		Ne me dérange pas		International, Economique, Politique	Je ne connais pas assez la réalité du métier pour pouvoir imaginer ce qui me plairait mais ma vision serait assez éloignée de ce qui nous est proposé aujourd'hui
149		Ne me dérange pas		De l'ordre du "people"	
150		me plaît		Rien de spécial	
151		me plaît	C'est une habitude	Local/Régional	Le format actuel, de manière générale, est satisfaisant. Ce serait bien d'ajouter une traduction flamande en sous-titre simplement pour amener l'ensemble de la population belge à se familiariser avec cette langue, du moins pour ceux pour qui ce n'est pas encore le cas.
152		Ne me dérange pas	J'ai pas vraiment d'avis là dessus	Politique	Je préférerais qu'il parle plus de jsp de nouveau musée ou de nouvelle expo au lieu de parler de la politique tout le temps
153		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
154	Il ont rien d'autre à ajouter	me plaît	Car ils ont une belle voix et ils ne parlent pas trop vite	Politique	
155		me déplaît	Bcp de fautes, de ratures, diction imparfaite	Sportif	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
156	Féminin	44	Toute l'information dont j'ai besoin		Moins d'une fois par semaine	Manque de temps	assez complète
157	Féminin	59	Pas assez d'information	Tous les sujets ne m'intéressent pas de la même manière et de ce fait, pour les sujets qui m'intéressent, l'information peut ne pas être assez pointue. D'autres domaines me sont totalement superflus...	Tous les jours		assez complète
158	Féminin	34	envie de vérifier par moi même		Moins d'une fois par semaine	je préfère d'autres types de médias	Sans avis
159	Masculin	47	Toute l'information dont j'ai besoin		Une à deux fois par semaine		complète
160	Féminin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin		Moins d'une fois par semaine		incomplète
161	Féminin	62	Sans avis		Tous les jours		assez complète
162	Masculin	70	De l'information dont je n'ai pas besoin		Tous les jours		assez complète
163	Masculin	45	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
164	Féminin	57	De l'information dont je n'ai pas besoin	Sujet développé avec trop d'images, images trop cruës...	Une à deux fois par semaine		complète
165	Masculin	22	Sans avis		Jamais		
166	Féminin	57	Toute l'information dont j'ai besoin	J'ai souvent l'impression que les informations données ne représentent qu'un seul son de cloche. Qu'êles sont filtrées et sciemment dirigées.	Une à deux fois par semaine	Je n'ai pas trop le temps. Je prends les informations qui me reviennent et si elles m'intéressent, je creuse plus loin via les réseaux informatiques.	assez complète
167	Féminin	48	Pas assez d'information		Moins d'une fois par semaine		assez complète
168	Masculin	49	Pas assez d'information	Trop de faits divers, pas assez d'analyse approfondie	Plusieurs fois par semaine		incomplète
169	Féminin	39	Pas assez d'information	Les journaux télévisés ne donnent souvent que des nouvelles négatives.	Une à deux fois par semaine		incomplète
170	Féminin	44		actuellement moins d'infos essentielles et très brèves	Moins d'une fois par semaine	quand ça le justifie dans les horraires	incomplète
171	Féminin	28	Souvent de l'actualité négative	assez d'essentiel	Moins d'une fois par semaine	Je regarde le journal quand je vais chez mes parents	Sans avis
172	Féminin	73	Pas assez d'information	Quelque fois trop tendancieuse	Tous les jours	ne ressent pas le besoin de m'informer, je vis dans la ville, je constate par moi-même les changements/événements qui s'y opèrent.	assez complète
173	Masculin	21	Sans avis		Moins d'une fois par semaine		incomplète
174	Féminin	44	Pas assez d'information	Je complète avec la consultation sur le web des sites de journaux (l'Echo, Le Soir, Le Figaro)	Tous les jours		assez complète
175	Masculin	21	Sans avis	Je ne regarde que peu les journaux télévisés, qui donnent beaucoup d'informations, parfois trop mais qui ne relatent non plus certains événements que je juge importants.	Une à deux fois par semaine		Sans avis
176	Féminin	45	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		assez complète
177	Féminin	23	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
178	Féminin	18	Pas assez d'information	Toute l'attention sur l'occident, on ne parle que très peu des pays en développement. Les informations sont très "basiques", elles ne donnent pas assez de détails, de contenu à critiquer. Les gens ont tendance à croire tout ce qui est dit, parce qu'on leur donne l'impression qu'il n'y a rien à redire.	Tous les jours		incomplète
179	Masculin	22	De l'information dont je n'ai pas besoin	Ils donnent des informations qui me semble régulièrement dérisoires à côté d'autres événements qui se produisent dans le monde.	Plusieurs fois par semaine		assez complète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
156		Ne me dérange pas		Sportif	Donne une vue d'ensemble du pays et d'autres pays. Présence du journaliste importante
157	Mais cela dépend des domaines concernés	Ne me dérange pas	Ce qu'ils disent m'intéresse plus que la façon dont ils le disent...	Sportif	
158		me déplaît		Sportif	
159		Ne me dérange pas		Rien de spécial	La formule rtbf 12 minutes était idéale. J'ai du mal avec vews qui me semble moins structurée
160		me déplaît		Sportif	
161		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
162		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
163		me plaît		International	
164		Ne me dérange pas		Social, Economique, Politique	
165					
166	Toujours cette impression que l'information est	me plaît		Rien de spécial	
167	"dirigée".	Ne me dérange pas		Sportif	
168	Manque d'analyse	Ne me dérange pas	Même si il y a des modes ridicules. Comme faire un direct avec un journaliste qui se situe devant un bâtiment comme le parlement où l'actualité est terminée depuis plusieurs heures	Local/Régional	J'me bcp le traitement de l'information façon la première en radio. Leur analyse permet de changer d'apprendre, de changer notre regard sur les choses et de grandir. Faut arrêter de penser que les personnes ne sont intéressées que par les faits divers. Un média doit distraire mais aussi éduquer.
169	Souvent des sujets peu palpitant	Ne me dérange pas		Economique, Politique, Sportif	
170	trop de sujets "faits divers" comme cité plus haut	me déplaît	il fallait cocher....réponse nuancée, certains ont un phrasé ou débit peu agréable et peu coulant		contenu reprenant des informations nationales et inter générales, pas besoin de 36 reportages tous les ans les mêmes aux dates clés, moins de rubrique "chiens écrasés" et moins de reportages du type "il neige, les voitures n'avancent plus" par exemple,.... et soudain plus de gros titres développés si flocons. Les points importants sont vites dissimulés par une météo, un fait divers.....
171		Ne me dérange pas		Economique, Politique, Sportif	
172		me plaît	Clair	Rien de spécial	
173	Une évolution quant au support devrait se faire, l'info télévisuelle commence à toucher aux réseaux sociaux mais peut-être pas spécialement de la meilleure manière	Ne me dérange pas	Néanmoins la manière de parler dans ces JT, connoté "intellectuel", tend à rendre tout au même pied d'importance, ce qui rend parfois les choses absurdes (ex: quand ce ton est utilisé pour parler d'un fait anodin, simple on sent qu'on donne trop d'importance à ce dernier)	Sportif	un format plus ergonomique de la présentation de l'info en général; on sent encore que le JT ressort d'une autre époque, qu'il n'a pas encore totalement fait sa transition dans l'ère de l'information (ex mise en scène, fond vert, beaucoup de codes...)
174	Sur la Une Ok. Sur RTL incomplet	me plaît	Car c'est factuel sans jugement de valeur	Local/Régional	Pour la Belgique, je souhaiterais plus de reportages à thèmes (comme l'oeil du 20h du journal de Frabce 2 par ex) lors du journal télévisé afin que cela ne soit pas que de l'info à chaud mais un travail de fond sur l'info
175		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
176		me plaît		Local/Régional, Sportif	
177	Pas assez de pertinence, contenu pré-maché. Trop	Ne me dérange pas	faits divers et marronniers		
178		Ne me dérange pas	Neutre.	Local/Régional, Culturel, Sportif	
179	concentré sur l'occident	me plaît		Economique, Politique	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
180	Féminin	20	Pas assez d'information	Les journalistes nous donnent que ce qu'ils veulent, l'information n'est jamais complète et souvent modifiée.	Une à deux fois par semaine		incomplète
181	Féminin	44	Sans avis	Je ne regarde que très peu les journaux télévisés	Moins d'une fois par semaine	je ne regarde que très peu les journaux télévisés	Sans avis
182	Masculin	52	De l'information dont je n'ai pas besoin	Beaucoup d'informations non véridiques	Une à deux fois par semaine	Pas le temps	assez complète
183	Masculin	62	De l'information dont je n'ai pas besoin	calastrophes.. Trumperies..	Moins d'une fois par semaine	Je préfère investir mon temps dans des choses qui m'intéressent	Sans avis
184	Masculin	54	Toute l'information dont j'ai besoin	En general un condense d'information me suffit avec en + une appreciation des reportages ineditis, innovants ou qui font rever.	Tous les jours		assez complète
185	Féminin	22	De l'information dont je n'ai pas besoin	Pas toujours interessant ou souvent malheureusement orienté	Plusieurs fois par semaine		incomplète
186	Féminin	41	Sans avis		Moins d'une fois par semaine	Pas le temps (4 enfants)	Sans avis
187	Féminin	25	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
188	Féminin	71	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		incomplète
189	Masculin	22	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
190	Féminin	38	De l'information dont je n'ai pas besoin	Tout ne m'intéresse pas et parfois les medias en font trop sur un sujet et en zappe d autres	Une à deux fois par semaine		assez complète
191	Féminin	38	Pas assez d'information	Besoin d'avoir plusieurs points de vue	Plusieurs fois par semaine		assez complète
192	Féminin	43	Pas assez d'information		Jamais		
193	Féminin	35	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		assez complète
194	Masculin	77	De l'information dont je n'ai pas besoin	l'événementiel et l'audimat priment	Tous les jours		assez complète
195	Féminin	54	Pas assez d'information	Tout ne peut être dit en 30 min. Donc certaines infos sont "oubliées "	Tous les jours		assez complète
196	Masculin	52	Toute l'information dont j'ai besoin		Une à deux fois par semaine		assez complète
197	Féminin	21	Pas assez d'information	On ne voit l'information que d'un seul point de vue	Plusieurs fois par semaine		assez complète
198	Masculin	44	De l'information dont je n'ai pas besoin	La plupart des sujets sont traités en surface et je suis intéressé par plus de détails pour certains d'entre eux.	Moins d'une fois par semaine	Je regarde le web et j'ecoute la radio.	incomplète
199	Féminin	54	De l'information dont je n'ai pas besoin	Le footbail et le tennis par exemple ne m'intéressent pas	Plusieurs fois par semaine		Sans avis
200	Féminin	25	De l'information dont je n'ai pas besoin	Beaucoup de bêtes sujets sans importances (dame qui a accouché sur l'e411, 3cm de neige en Ardenne , ...)	Une à deux fois par semaine		incomplète
201	Féminin	28	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		assez complète
202	Féminin	26	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		incomplète
203	Féminin	27	Le résumé de l'Info, sans approfondir	Les formats sont courts donc les journalistes vont a l'essentiel et donc on ne creuse pas l'actu	Tous les jours		complète
204	Féminin	36	Toute l'information dont j'ai besoin	International national et événements régionaux plus divertissant = ok	Plusieurs fois par semaine		assez complète
205	Féminin	44	Pas assez d'information	pas assez informée pour certaines choses et trop,	Plusieurs fois par semaine		assez complète
206	Féminin	49	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		incomplète
207	Féminin	60	Pas assez d'information	pour des choses dont je n'ai pas besoin de savoir ... Les informations télévisées ne font que reléguer la tendance politique de la chaîne ... Je rêve d'une seule chaîne apolitique qui relate de l'information en laissant l'auditeur se faire sa propre opinion !	Une à deux fois par semaine		incomplète
208	Féminin	67	Pas assez d'information	assez superficiel et parfois tendancieux. Il faut se faire sa propre idée.	Tous les jours		assez complète
209	Masculin	24	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
210	Féminin	68	De l'information dont je n'ai pas besoin	Info répétitive, peu approfondie, démagogique.	Plusieurs fois par semaine		incomplète
211	Féminin	28	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		incomplète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
180		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
181	je ne regarde que très peu les journaux télévisés	Ne me dérange pas		Rien de spécial	moins de zapping, plus de mise en perspective, de sujets de fond
182		me déplaît	Les JT sont des pouvoirs puissants pour influencer le peuple		
183		Ne me dérange pas			
184	Bien mais un peu stéréotypée	Ne me dérange pas		Politique	Avec journalistes dans un style moins pessimiste, plus original et avant gardiste
185		Ne me dérange pas			
186	Il manque une info plus neutre et avec prise de recul (analyse) et à chaud	Ne me dérange pas	Suffisamment vulgarisé pour être compréhensible		Plus dans la polémique façon débat
187	Pas assez sur la Belgique	me plaît		Local/Régional	
188		Ne me dérange pas		Politique	
189		me plaît		Politique	
190	Bcp de chaînes variées	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
191		Ne me dérange pas			
192		Ne me dérange pas			
193		Ne me dérange pas		Politique	
194	vu que je regarde au moins 2 jt c'est un petit plus	Ne me dérange pas	en général , satisfaisant	National, Social, Politique	le contenu devrait être moins traité l'évènement être plus global avec présence de journalistes avisés/préférence pour tf2
195	Je trouve plus ou moins les infos nécessaires sur les chaînes belges	me plaît	C'est assez bien articulé et les phrases sont correctes	Rien de spécial	Ce qui se fait actuellement me convient. Juste les ratages concernant les lancement des reportages sont dérangeants. RTL en est coutumier
196		Ne me dérange pas		Politique	Présence du journaliste, présenter les informations de manière objective (surtout les informations politiques),
197		me plaît		Sportif	
198	Quelques médias alternatifs seraient bienvenus	me plaît		Local/Régional, Politique	La web télé appelée Le Media.
199		Ne me dérange pas		Rien de spécial	Pas de résultats sportifs en première place et comme seules info positives . Plus de nouvelles positives .
200		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
201		me plaît	Fluide et clair	Economique, Politique	
202	Plus d'info sur les régions ou provinces.	Ne me dérange pas		Economique, Politique	
203		me plaît		Local/Régional, Culturel	L'information télévisuelle qui me plaît le plus est celle a la sauce "quotidien" . Mais cela ne fonctionne pas dans tous les cas de figure, l'essai de "Vews" de la RTBF, dans le style info a la Yann Barthès, n'est pas maîtrisé par exemple
204	Diffusion de nuit appréciée, deux concurrents pour différentes versions	me déplaît	Fautes de français courantes	Rien de spécial	J'apprécie les duos mais le classique me convient
205	deux chaînes, une trop populaire, l'autre trop	me plaît	pour moi, le journaliste doit avoir une position et une manière d'être	Rien de spécial	un contenu "universel" , bien analysé , présenté avec des cartes ou des schémas explicatifs, qui fuit les émotions populistes qui induisent directement une prise de positions du spectateur ...ie jt devrait avant tout pousser le citoyen à comprendre , analyser un sujet .. pas l'abrutir de préjugés et de pensées toutes faites comme c'est souvent le cas ...
206	"étatique"il manque une information non populaire et pas à ai solde de l'état qui la paie ???	Ne me dérange pas	Neutre ...;	Local/Régional, Sportif	Pas de présence de journaliste sinon l'info est biaisée et les questions à buzz.
207	Les soi disant gros sujets ou tous les journalistes se ruent n'intéressent bien souvent personne ex procès sala Abdes	me déplaît	Nous ne leur demandons pas de poser des questions à buzz mais des questions pertinentes qui permettent à l'auditeur d'y voir plus clair ou de développer son esprit critique	Politique	Les informations doivent être brutes.
208	Il faut se faire une idée en regardant le JT sur plusieurs chaînes	Ne me dérange pas	Chacun a sa façon de faire et de s'exprimer.	Rien de spécial	
209		Ne me dérange pas		Politique	
210	Faits divers inutiles et pires. Sujets de fond banalisés.	Ne me dérange pas	Ca dépend lesquels. Certains ont des tics de langage lassants.	Sportif, De type "faits divers"	Une présentation cohérente de la journée suivie d'approfondissements.
211		Ne me dérange pas		Politique	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
212	Masculin	54	De l'information dont je n'ai pas besoin	Beaucoup de séquences pour fidéliser le public (foot, people, etc) et pas assez d'informations critiques d'actualité surtout politique.	Moins d'une fois par semaine	Je lis la gazette tous les jours et l'info y est souvent plus complète.	Sans avis
213	Féminin	49	je ne regarde plus les journaux télévisés	parce que l'information m'arrive malgré tout des gens que je rencontre	Moins d'une fois par semaine	les informations en continu m'exaspèrent ou me rendent tristes donc, je n'écoute plus ni ne lit rien des informations directes... si j'ai besoin de savoir, google est mon ami... etc.	Sans avis
214	Féminin	51	De l'information dont je n'ai pas besoin	Manipulation	Une à deux fois par semaine	Ça ne fait pas avancer les choses	assez complète
215	Féminin	43	Je ne regarde plus		Moins d'une fois par semaine		Sans avis
216	Féminin	57	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		complète
217	Masculin	21	Toute l'information dont j'ai besoin		Moins d'une fois par semaine	Je regarde uniquement pour avoir des précisions sur le sujet x	assez complète
218	Masculin	60	pas facile de contenter tout le monde		Plusieurs fois par semaine		assez complète
219	Féminin		(régional, national, mondial)	souvent , nous recevons des info anecdotiques (ex: un car d'enfants fait un accident au fin fond de la Turquie . x tués .) Elles n'ont aucune utilité mais peuvent assombrir la journée	Moins d'une fois par semaine	parce que je les écoute à la radio . Et si jamais je souhaite un complément d ' info , je regarderais en différé .	complète
220	Masculin	54	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		incomplète
221	Féminin	23	Pas assez d'information	Peu d analyse	Plusieurs fois par semaine		incomplète
222	Masculin	25	Toute l'information dont j'ai besoin		Une à deux fois par semaine		assez complète
223	Féminin	17	Toute l'information dont j'ai besoin		Une à deux fois par semaine		complète
224	Féminin	58	Pas assez d'information	Tout n'est pas dit	Une à deux fois par semaine		incomplète
225	Féminin	25	pas assez d'information , envoyés spéciaux qui ne savent rien et brode pour rester en ligne. Cherche à faire du sensationnel lorsqu'il n'y a pas besoin.		Tous les jours		incomplète
226	Féminin	45	De l'information dont je n'ai pas besoin	Dans les JT, on parle de choses souvent inintéressantes qui frisent le ridicule	Moins d'une fois par semaine	Manque de temps et souvent pas intéressant	Sans avis
227	Féminin	39	De l'information dont je n'ai pas besoin	Comme on dit chacun ses goûts et ses domaines...	Une à deux fois par semaine		assez complète
228	Masculin	28	Pas assez d'information		Moins d'une fois par semaine		incomplète
229	Féminin	60	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète
230	Féminin	65	Pas assez d'information	information "triée " avec peu de recul et d'analyse de fond	Plusieurs fois par semaine		assez complète
231	Masculin	69	Toute l'information dont j'ai besoin		Jamais		
232	Masculin	65	Pas assez d'information	Trop d'émotionnel	Une à deux fois par semaine		incomplète
233	Féminin	38	Pas assez d'information		Moins d'une fois par semaine	Manque de temps	Sans avis
234	Masculin	31	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		incomplète
235	Féminin	69	Pas assez d'information		Tous les jours		incomplète
236	Féminin	28	Pas assez d'information	Beaucoup de sujets traités sur Internet n'apparaissent pas à la télé.	Tous les jours		assez complète
237	Féminin	65	Pas assez d'information	Partiale et anecdotique . Pas de vrais dossiers.	Une à deux fois par semaine		incomplète
238	Féminin	60	De l'information dont je n'ai pas besoin		Tous les jours		assez complète
239	Masculin	22	Pas assez d'information	Je n'ai pas toujours l'impression de voir des sujets qui m'intéressent	Une à deux fois par semaine		incomplète
240	Féminin	23	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		incomplète
241	Masculin	20	Pas assez d'information		Tous les jours		incomplète
242	Féminin	58	Pas assez d'information		Jamais		incomplète
243	Féminin	54	De l'information dont je n'ai pas besoin		Tous les jours		assez complète
244	Féminin	23	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		assez complète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
212		Ne me dérange pas		Sportif	Je préfère choisir moi-même les sujets d'information qui m'intéressent : pour cette raison Internet me convient très bien !
213	ne regardant plus pour cause d'overdose, j'estime ne pas pouvoir répondre à cette question.	me déplaît	trop percutante, alarmiste souvent...	eteindre la télévision...	disponible sans être invasive
214		me plaît		Rien de spécial	
215		Ne me dérange pas		International, Economique	
216		me plaît		Rien de spécial	
217		me plaît			
218		me plaît		International, National, Local/Régional, Social, Economique, Politique, Culturel, Sportif, il y a des chaînes et programmes spécialisés....	il y a des chaînes et programmes spécialisés....impossible d contenter tout le monde
219	presque tout le monde à accès à une certaine quantité de chaînes	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
220	Pas assez d'informations des autres régions (Flandre, BxIs)	Ne me dérange pas		Sportif	Avec un système interactif qui permettrait de sélectionner les types de contenus
221	Peu de sujet de fond	me déplaît	Trop détaché	Local/Régional	Analytique creusé international
222		Ne me dérange pas		Politique	
223		me plaît		Rien de spécial	
224	Pas assez complet et pertinent lors de faits inattendus ils veulent absolument	Ne me dérange pas	Ils font leur métier les présentateurs parle de manière agréable mais pas les reporters le ton qu'ils emploient fait d'un fait simple quelque chose d'énorme ce qui est déplaçant, ils parlent sur le même ton	Rien de spécial	Genre 7 à la une plus long
225		me déplaît		Politique, Sportif	
226	passer à l'antenne sans avoir assez d'information.	Ne me dérange pas		International, Politique, Sportif	Format plus long, plus de détails, journaliste moins coincé
227		Ne me dérange pas	Parfois trop dramatique Le ton est toujours le même, artificiellement nuancé. Et j'est truffé d'expressions toutes faites (souvent mal employées) qui perdent tout leur sens. Quant à la neutralité du ton, elle lisse les informations et les met toutes sur le même plan	Politique	Clair net et précis
228	J'ai le sentiment qu'on effleure les sujets importants sans les détailler ou offrir de perspectives critique, et qu'on s'attarde sur du trivial ou de l'information secondaire	me déplaît		Local/Régional, Sportif	
229		me plaît		Sportif	
230	insuffisamment d'analyses de fond	Ne me dérange pas		Local/Régional, Economique, Sportif	sur le modèle de "Soir première" en radio (RTBF 1), une des meilleures émissions d'infos; beaucoup moins d'infos sportives
231					
232	Approche superficielle et de plus en plus populiste	me déplaît	Intonation désabusée	Sportif	
233		Ne me dérange pas		Politique	
234	Chine d'info 24/7	Ne me dérange pas		Sportif, Marronniers	
235		Ne me dérange pas			
236		me plaît		Rien de spécial	
237	Maigre maigre les sites web des grands journaux	me déplaît	Ont-ils fait des études ou ne travaillent-ils que les clichés?	Local/Régional, Sportif	Sérier les contenus. Journal sportif défini qu'on peut choisir ou zapper au choix . Fin des chiens écrasés, piétons renversés et ruptures de conduites d'eau à la RTL. Et de vrais journalistes comme Hadja Habib ou Pujadas en son temps / Non merci à Mme Darmouche qui susurre des bêtises ou au grand dadals de la rtbf qui a l'air de s'emmerder le 28 minutes d'Arte...
238	Le Monde sont plus complets et intéressants	Ne me dérange pas			je pense que l'information me plairait plus si elles devenaient un peu plus positive et si des faits mineurs négatifs étaient moins souvent relayés.
239	Comme dit précédemment, je ne trouve pas toujours l'informations inintéressante et certains sujets ne sort pas ou pas assez exploités	me plaît		Faits divers	
240		Ne me dérange pas		Sportif	
241		Ne me dérange pas		Local/Régional	
242					
243		me plaît		International, Politique	
244		me plaît			

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
245	Féminin	14	Toute l'information dont j'ai besoin	J'ai rien a savoir d'autre que ça	Tous les jours		complète
246	Féminin	56	Je suis suffisamment informée mais un complément web est le bienvenu		Plusieurs fois par semaine		assez complète
247	Féminin	43	Pas assez d'information	Parfois le journaux ne vont pas assez loin dans les informations qu'ils donnent, ils manquent de temps pour enquêter plus	Tous les jours		assez complète
248	Masculin	72	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète
249	Masculin	42	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		complète
250	Féminin	63	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
251	Féminin	23	Pas assez d'information	J'entends par là que pour avoir toutes les informations, regarder uniquement les journaux télévisés n'est pas suffisant d'où le fait que je complète par les notifications push des médias et l'information sur le web qui traite de sujets plus approfondis	Plusieurs fois par semaine		assez complète
252	Masculin	53	Pas assez d'information		Tous les jours		incomplète
253	Féminin	57	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
254	Féminin	60	Pas assez d'information	Je préfère multiplier les sources	Tous les jours		assez complète
255	Féminin	55	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		Sans avis
256	Masculin	77	De l'information dont je n'ai pas besoin	L'information dont j'ai besoin ou dont je n'ai pas besoin....	Une à deux fois par semaine		assez complète
257	Féminin	56	Sans avis		Jamais	pas de télévision à la maison	
258	Féminin	22	Pas assez d'information	Certains JT s'attardent sur des détails en insistant sur tout ce qui est « dramatique » pour faire monter l' audience. Et du coup ils n'insistent pas sur certains points que je considère comme beaucoup plus importants.	Tous les jours		assez complète
259	Féminin	30	Sans avis		Moins d'une fois par semaine	Cela n a pour but que de nous faire peur. Je vis ma vie au jour le jour et fais ce que je peux à mon échelle.	Sans avis
260	Masculin	65	Toute l'information dont j'ai besoin	3 Jt par jourrtb puis t1 à partir de 19 h	Tous les jours		assez complète
261	Féminin	46	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		Sans avis
262	Masculin	58	De l'information dont je n'ai pas besoin	Ils nous cachent des informations !	Plusieurs fois par semaine		assez complète
263	Masculin	25	Sans avis		Jamais	Je considère le journal télévisé comme presque inutile voire naucif pour notre développement de par la négativité des sujets abordés et le ton "mélodramatique" général utilisé m est réellement insupportable. Je trouve qu'on ne véhicule pas de bonnes information essentielles (nutrition, bien être, écologie, sciences etc..) raison pour laquelle je cherche moi même les infos que j estime importantes sur le net.	
264	Masculin	54	Sans avis	Informations diverses intéressante où non	Plusieurs fois par semaine		assez complète
265	Masculin	54	Pas assez d'information		Tous les jours		incomplète
266	Féminin	47	Pas assez d'information		Tous les jours		assez complète
267	Masculin	53	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		complète
268	Féminin	51	De l'information dont je n'ai pas besoin		Moins d'une fois par semaine		assez complète
269	Féminin	24	Sans avis		Moins d'une fois par semaine		assez complète
270	Féminin	22	Pas assez d'information	Parfois trop d'infos sur certains sujets tabdis que trop peu pour d'autres	Plusieurs fois par semaine		incomplète
271	Féminin	25	Certains sujets sont inutiles et reviennent sans arrêt (en éle : s'hydrater, images de gens prenant un bain de soleil sur la plage...), et pzrfois pas assez de détails sur de réelles informations		Plusieurs fois par semaine		assez complète
272	Féminin	23	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		assez complète
273	Féminin	24	Sans avis	Pas applicable	Moins d'une fois par semaine	Je trouve le contenu souvent peu intéressant.	assez complète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
245	J'ai tout les informations dont j'ai besoin.	Ne me dérange pas	Ça mets égale	International, National, Local/Régional, Politique	Sur le harcèlement pour que les adolescents (t-elles que moi) savez comment réagir etc
246		me plait	Succinct et direct	Culturel	Un format plus court . Les durées sont trop longues
247	Manque d'enquête parfois	me plait		Politique	
248		me plait		Sportif	
249		me plait		Local/Régional	
250		me plait		Sportif	
	Comme précisé précédemment pour avoir une		Cela dépend de la voix, il y en a forcément des plus agréables que		
251	information complète, il faut combiner l'information	me plait		Sportif	Le format qui me plait le plus pour le moment est celui proposé par Kombini
	de plusieurs médias.		d'autres mais le fond est bon.		News, les reportages sont plus longs et dépassent notre quotidien.
252	Uniquement Infos wallonne	Ne me dérange pas			Présence de journaliste avec plus de neutralité de point de vue
253	Très peu d'info de Flandres	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
254		me déplaît	souvent manque de rigueur info peu utile peu étayé politisé		présence de journalistes contenu non bâclé en 1 min30 info sérieuse contenu non bâclé
255		Ne me dérange pas	Sans avis		Sans avis
256	RTBF + RTL + TVLUX	me plait	... et certains me déplaisent	Rien de spécial	Pas de journalistes paradant, gesticulant ou terminant sa présentation sur une note qu'il considère humoristique traduisant son avis personnel ...
257					
258		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
259		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
260	Pas toujours objective...attention aux médias	me plait	Accueil ...sourire ...debout et non plus assis ...cela dépend des chaînes	Social	Pour moi rien à diretout est dit ...concislaisser de côté le côté blabla
261	Parfois trop de voyeurisme!!	me plait	Explications claires	Rien de spécial	journal des chiens écrasés comme on dit ..
262		Ne me dérange pas		Politique	
263					
264	Informations modèle sur RTL et de fond sur RTBF	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
265	manque une chaîne d'info	me plait		Rien de spécial	format de l'ancien jt du soir de la une avant le truc views...
266		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
267		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
268		me déplaît			
269		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
270		Ne me dérange pas		Economique	
271		me plait		Politique	
272		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
273	/	Ne me dérange pas	Cela ne m'évoque rien	Local/Régional, Culturel	Contenu objectif et pertinent, avec un.e journaliste (p ?)

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
274	Féminin	33	De l'information dont je n'ai pas besoin	proportionnellement trop d'actualité politique	Une à deux fois par semaine		Sans avis
275	Féminin	69	une partie de l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète
276	Féminin	34	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		assez complète
277	Féminin	78	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		incomplète
278	Masculin	59	de l'information dont j'ai besoin	Pas toute l'information donc incomplète par magazine d'informations	Tous les jours		assez complète
279	Féminin	52	Toute l'information dont j'ai besoin	je regarde des journaux télévisés sur la 1ère et puis sur la France Je regarde des émissions de reportage également	Tous les jours		assez complète
280	Féminin	56	Toute l'information dont j'ai besoin	Souvent les informations sont tronquées voire dirigées!	Plusieurs fois par semaine		assez complète
281	Masculin	67	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine	Le journal traditionnel au départ me suffit!	assez complète
282	Masculin	86	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète
283	Féminin	70	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
284	Masculin	55	Pas assez d'information	trop tendentieux et orienté politiquement	Tous les jours		incomplète
285	Féminin	26	De l'information dont je n'ai pas besoin		Moins d'une fois par semaine	Souvent intéressant Manque de temps	assez complète
286	Masculin	52	De l'information dont je n'ai pas besoin	L'information n'y est pas souvent approfondie et les journaux télévisés insistent parfois trop sur le "sensationalisme"	Moins d'une fois par semaine		incomplète
287	Féminin	53	De l'information dont je n'ai pas besoin	certains sujets ne m'intéressent pas	Une à deux fois par semaine		assez complète
288	Féminin	45	l'information qu'ils veulent ou peuvent me donner	Etant dans une ère de l'immédiateté, les informations de fond deviennent de plus en plus rare. Les journalistes sont tributaires du tout de suite sans avoir la possibilité de prendre du recul nécessaire pour avoir une information "juste".	Jamais	Je préfère de loin la radio. Et j'ai une télévision	
289	Féminin	56	De l'information dont je n'ai pas besoin		Tous les jours	sans abonnement au câble.	assez complète
290	Masculin	69	Sans avis		Jamais	Je m'informe par lecture : La Libre et The Economist	
291	Féminin	75	De l'information dont je n'ai pas besoin	Trop sv't un négativisme à outrance;bcp de sujets inutiles;un manque d'objectivité pour pas mal d'infos. Impression d'être obligé de faire de l'audience! ...	Une à deux fois par semaine		incomplète
292	Féminin	57	voir ci-dessous	L'information qui est donnée diffère selon la chaîne regardée (RTBF et RTL), selon les sujets d'actualité présents ou non. En plus des sujets qui fondent l'actualité du moment, RTL diffuse certains reportages d'avantage liés à la vie quotidienne des Belges, voire des Wallons, et la RTBF présente des reportages plus généraux avec une analyse un peu plus approfondie. Les sujets ne sont pas traités en profondeur et manquent souvent d'impartialité. Il semblerait que certaines infos ne sont pas recoupées. Beaucoup d'effets d'annonce, mais peu de réelles réponses aux interrogations.	Tous les jours		assez complète
293	Masculin	43	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		incomplète
294	Féminin	66	Pas assez d'information	Il faut varier les sources d'info ,certaines chaînes sont limitées en ce qui concerne l'info internationale , sont nettement orientées et manquent d'objectivité la TV c'est l'essentiel, mais brut et sans beaucoup de recul ou de réflexion	Tous les jours		incomplète
295	Masculin	63	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
296	Masculin	66	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
	Je ne dispose pas de la télévision belge, uniquement les chaînes française	me déplaît	ils ne se remettent jamais en question	Politique	En moins de 10 minutes, juste les informations essentielles sans traitement subjectif, peu importe la présence ou non du présentateur (ce n'est pas lui qui est important)... J'aimais beaucoup l'ancien format qui s'appelait le 6 minutes sur M6 une information critiquée et commentée.
274		me plaît		Rien de spécial	
275		me plaît	J'y attache de l'importance	Rien de spécial	
276		me plaît	Clair synthétique	Sportif	
277		me plaît		Local/Régional, Sportif	
278		Ne me dérange pas		Local/Régional	
279		me plaît	ils sont souriants et professionnels	Sportif	J'aime beaucoup les reportages sur France 2 "l'œil du 20h" cela correspond à un sujet traité plus en profondeur et avec un regard dynamique et innovant
280	Certains reportages sont parfois très éloignés de l'actualité (folklore par ex.) alors que de graves incidents se produisent dans le monde et ne sont même pas signalés!	me déplaît	Cette façon de parler à ressort, je traduirais par ... articuler comme si on parlait à des enfants me paraît puérile! Et autres habitudes telle que dire cin pour cinq sans prononcer le q font peut-être partie de la maison RTBF mais n'est pas phonétiquement jolie!	Rien de spécial	Concis, précis et à la fois complet! Honnête surtout et non dirigé!
281	Parce que la télévision ne peut pas traiter tous les sujets	me plaît	Elle est claire, facile à comprendre	Culturel, Sportif	
282		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
283		Ne me dérange pas		Local/Régional	
284	trop "belge"	Ne me dérange pas		Local/Régional	
285		Ne me dérange pas			
286		Ne me dérange pas		Local/Régional	
287		me plaît		Rien de spécial	
288					
289		Ne me dérange pas		Politique, Sportif	
290					
291		Ne me dérange pas		Politique, Trop répétitif	Je n'y ai jamais pensé.
292		Ne me dérange pas		Sportif	Au niveau du contenu: une information concise et sans parti pris qui permette au citoyen de se faire sa propre opinion, une brève analyse de celle-ci dans une position "méta", des sujets sociétaux aux enjeux réels pour l'avenir qu'ils soient sociaux, économiques, écologiques, nationaux ou supranationaux.
293	Il manque les reportages types grands reportages.	Ne me dérange pas		Rien de spécial	Au niveau du format: plus long pour donner plus de consistance au contenu
294	orientation politique ou principalement faits divers	me déplaît	manque d'objectivité		Reportage
295	trop peu centrée sur les événements internationaux	me déplaît	rtbf : il mange ses mots et est parfois incompréhensible et sur RTL,	Politique	discussion pour ou contre tel sujet, avoir les deux partis en face et laisser la parole autant à celui mis en cause (ce qui est rarement le cas) et le plaignant avec des journalistes qui servent l'information plutôt que le contraire (vedettariat), plus de sujets de société et sur le monde qui nous entoure plutôt que de l'info racoleuse (cfr RTL), avec une belle place à la culture et à l'information positive
296		me plaît	c'est creux		

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
297	Masculin	28	Pas assez d'information pertinente et trop d'information non-pertinente, par conséquent j'aurais bien sélectionné les points 2 et 3	Pas assez d'information pertinente et trop d'information non-pertinente, par conséquent j'aurais bien sélectionné les points 2 et 3	Tous les jours		Incomplète
298	Féminin	25	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		Sans avis
299	Masculin	75	Pas assez d'information	pas d'explications suffisantes , manque de finalité sur l'évolution d'un événement	Tous les jours		Incomplète
300	Féminin	55	De l'information dont je n'ai pas besoin	toujours des infos tristes, déprimantes! Rarement joyeuses et positives...	Une à deux fois par semaine		Sans avis
301	Féminin	73	Pas assez d'information	Certaines informations sont survolées ou en retard par rapport à d'autres chaînes.	Tous les jours		Incomplète
302	Féminin	52	Pas assez d'information	La lecture du journal permet d'aller plus profondément dans un sujet	Plusieurs fois par semaine		Incomplète
303	Masculin	25	Sans avis	Il est rare pour moi de regarder le journal télévisé.	Moins d'une fois par semaine	Je m'informe plutôt avec les médias papier. Lorsque je regarde une vidéo en rapport avec l'actualité, elle sera plutôt d'ordre humoristique (Quotidien, Moment Meurice,...).	Sans avis
304	Féminin	23	Pas assez d'information	Manque d'informations venant du monde	Plusieurs fois par semaine		Incomplète
305	Féminin	65	De l'information dont je n'ai pas besoin	Informations trop sélective avec comme critère principal d'augmenter l'audience.	Plusieurs fois par semaine		assez complète
306	Féminin	31	De l'information dont je n'ai pas besoin	J'ai l'impression que les médias publics (France 2 - La Une) se mettent à faire dans le spectaculaire (attentats, faits divers) et le "moins sérieux" pour gagner de l'audimat. J'aimerais que des sujets plus complexes soient abordés en profondeur, et surtout en quittant le point de vue colonialiste et conservateur (c'est une opinion évidente)	Moins d'une fois par semaine	Idem	Incomplète
307	Masculin	17	Trop dans les faits divers, pas assez de sujets approfondis		Plusieurs fois par semaine		assez complète
308	Féminin	43	Pas assez d'information	Il me semble que les sujets ne sont qu'abordés, il y a peu d'analyse. De plus, les faits divers, visant à produire de l'émotion chez le téléspectateur, sont trop privilegiés.	Moins d'une fois par semaine	Manqué de temps	assez complète
309	Féminin	65	Pas assez d'information	Car ils sont de: Qualité médiocre / faible choix des sujets / traitement de l'information de manière convenue/conservatrice	Une à deux fois par semaine		assez complète
310	Masculin	34	Je ne les regarde pas	Une information partielle (sur certains sujets) et souvent partielle	Jamais	Cf réponse précédente	
311	Masculin	63	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		assez complète
312	Féminin	27	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
313	Féminin	38	Sans avis	je regarde rarement les journaux télévisés d'international	Moins d'une fois par semaine	Je trouve que la majorité des reportages sont déprimants	Sans avis
314	Masculin	37	Pas assez d'information	JT trop centrés sur la Belgique : pas assez d'international	Plusieurs fois par semaine		Incomplète
315	Masculin	23	Pas assez d'information	Ils se concentrent parfois sur des sujets inutiles	Jamais	Pas le réflexe vu que je n'ai pas la télé et je n'en ressens pas le besoin, ayant le sentiment d'avoir de l'information de meilleure qualité ailleurs	
316	Masculin	75	Pas assez d'information	GENRE LA NEIGE BORDEL	Plusieurs fois par semaine		assez complète
317	Féminin	22	Pas assez d'information	infos trop peu développé et souvent avec un parti pris	Une à deux fois par semaine		assez complète
318	Masculin	38	Pas assez d'information	Souvent, le format "JT" ne permet pas de vraiment rentrer dans le sujet	Tous les jours		assez complète
319	Féminin	18	Pas assez d'information	Tout dépend du sujet mais ils sont eux-mêmes en général sélectionnés et pas forcément de la manière qui correspondrait le plus à mes attentes .	Plusieurs fois par semaine		assez complète
320	Masculin	56	de l'information dont j'ai besoin	Je suis globalement satisfait des journaux que je regarde	Plusieurs fois par semaine		assez complète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
297	Selon moi, certains sujets sont intéressants, d'autres le sont mais ne sont pas assez largement couverts, et la l'ordre de priorité des sujets du JT souvent être changés (la neige sure les routes wallonnes avant l'actualité internationale, ça n'est vraiment pas sérieux)	Ne me dérange pas		Local/Régional, Politique	Qui parle de sujets importants pour les gens: politique (mais moins qu'aujourd'hui), international, économie, culture et info nationale sans tomber dans le radio-troitoir
298	informations basiques	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
299		Ne me dérange pas	ils ne jouent pas une pièce de théâtre	Local/Régional	traitement de fond sur les plans socio-économique, politique internationale, informations sur les structures décisionnelles de la politique européenne.
300		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
301	Trop peu développée	me plaît	Locution très bonne	Economique, Sportif	Présence d'un journaliste sans aucun doute avec plus d'images.
302	Trop de séries, pas assez d'émissions et de bons films	me plaît		Rien de spécial	
303		Ne me dérange pas		Sportif	
304		me plaît		Local/Régional, Social	information internationale avec un context fourni ainsi que des explications objectives
305		Ne me dérange pas			
306	Ne met pas assez l'accent sur ce qui va bien	Ne me dérange pas			Événement lié à l'amélioration de la société, action positive...
307	Le journalisme d'investigation n'est pas assez "ambitieux" comparé à celui de France 2 par exemple	Ne me dérange pas	J'aime beaucoup les présentateurs de la RTBF, mais je trouve ceux de France 2 parfois "gnan-gnan", ils n'incitent pas à mieux s'informer	Local/Régional, Sportif	Exposition de "faits objectifs" avec la source, explication du sujet traité sans s'avancer sur ce qui fait polémique, puis donner la parole aux personnes concernées, à des experts mais beaucoup moins à des passants car, à part pour des sujets "soft", ils n'ont généralement pas d'expertise, pas le temps de donner un avis construit et les avis récoltés sont facilement filtrés pour renforcer le point de vue de la rédaction
308		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
309		me plaît		Local/Régional, Sportif	
310					
311		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
312		Ne me dérange pas		Politique	
313		Ne me dérange pas		Politique	Parler de choses positives de notre pays ou du monde, j'aimais beaucoup le journal de 15 min de la RTBF pour parler de l'essentiel
314	Pas assez d'international, trop centré sur la Belgique	Ne me dérange pas	Cela dépend du/de la journaliste	Local/Régional	Plus d'international, plus de sujets de fond développés plus longtemps (3-5 min)
315					
316		me plaît		Sportif	
317		me déplaît	laisse trop peu de place à la réflexion et au doute	Economique, Politique, Sportif	
318		Ne me dérange pas		Sportif	Que toutes les parties soient interrogées et les problématiques vues sous tous les angles plutôt que l'angle qui fait "vendre"
319		Ne me dérange pas		Local/Régional, Sportif	Le format classique avec peut être plus de divergences d'opinion
320	Il pourrait y avoir plus d'infos sur la Flandre	Ne me dérange pas	Le présentateur De Brigode de RTBF est quelconque; les présentatrices paraissent plus concernées; sur RTL, ils paraissent très apprêtés, maniérés; rien à voir avec les présentateurs de France 2 (Delahousse, Pujadas...)	Social, Economique	Pas de chichi; présentation classique; je n'aime pas quand les présentateurs se déplacent, ou sont debout...je ne vois pas l'intérêt. On sait se concentrer sans cela. Merci!

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
321	Féminin	29	De l'information dont je n'ai pas besoin	Je trouve que les JT nous donnent des tas d'infos qui ne sont pas vraiment de l'info, mais plus du niveau magazine de divertissement ou people	Tous les jours		Incomplète
322	Masculin	39	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		Sans avis
323	Féminin	60	Pas assez d'information	information trop superficielle	Moins d'une fois par semaine	pas le temps préférence pour les revues	assez complète
324	Féminin	21	Assez d'info sur certains points qui m'intéressent mais trop peu sur d'autres		Une à deux fois par semaine		Sans avis
325	Masculin	27	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		Incomplète
326	Féminin	40	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		assez complète
327	Masculin	25	Peu de satisfaction	Les journaux télévisés consistent en un condensé d'information. La hiérarchie de l'information, l'ordre dans lequel les infos apparaissent et l'importance donnée à chacune est parfois décevante. Elle est de plus en plus uniforme et les formats courts utilisés dans les JT ne permettent pas -selon moi- de rendre assez de la complexité des conflits.	Une à deux fois par semaine		Incomplète
328	Féminin	33	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		Sans avis
329	Féminin	33	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		Sans avis
330	Féminin	20	Sans avis		Moins d'une fois par semaine		assez complète
331	Masculin	57	Information pertinente mais aussi info inutile		Tous les jours		Incomplète
332	Féminin	57	Pas assez d'information	J'ai besoin d'autres émissions comme envoyé spécial etc. pour compléter l'information	Moins d'une fois par semaine	Je ne comprends pas la question précédente	assez complète
333	Féminin	57	Je ne les regarde guère	Pourquoi ne pas se lancer le défi: A une info négative, une deux voire trois :-). Infos positives ? On s'étend sur des banalités	Moins d'une fois par semaine	L'heure ne me convient pas	Sans avis
334	Féminin	37	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les JT me donnent une information facile, peu polémique et qui ne m'empêche pas d'être disponible pour la publicité.	Plusieurs fois par semaine	Les sujets sont rarement intéressants, trop ou trop peu développés et le rythme ne me convient pas.	assez complète
335	Masculin	33	Une information orientée	Les info montrées sont parfois juste pour intéresser le public par rapport à des événements importants dans le monde	Moins d'une fois par semaine		Incomplète
336	Féminin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin	L'image me distrait énormément, suis très peu concentrée si sur des sujets que je connais (dt j'ai assez d'informations pr les comprendre) ou sur des sujets qui m'intéressent vraiment.	Une à deux fois par semaine		assez complète
337	Féminin	61	Difficile à préciser	c'est diriger par et pour ceux qui nous gouvernent. on donne une info histoire d'avoir de l'attention et d'ainsi pouvoir faire passer des lois de M...	Tous les jours		assez complète
338	Masculin	45	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		Incomplète
339	Masculin	27	Pas assez d'information	Je trouve qu'il y a trop de détails et d'images sans intérêt. Par exemple lors d'une intempérie, cela ne m'intéresse pas d'avoir l'avis du Monsieur qui a sa maison inondée...	Plusieurs fois par semaine	Pas le temps et il y a de l'information qui ne m'intéresse pas. Je me tiens au courant de l'actualité uniquement par la radio que j'écoute lors de mes trajets en voiture (temps rentabilisé).	assez complète
340	Féminin	22	De l'information dont je n'ai pas besoin		Jamais		
341	Féminin	45	De l'information dont je n'ai pas besoin	Certaines choses ne m'intéressent pas. L'actualité sportive par exemple	Une à deux fois par semaine		assez complète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
321	les informations sont trop orientées, sans réelle objectivité. On nous informe beaucoup sur les petites choses qui se passent chez nous, sans nous informer su ce qui se passe ailleurs. Beaucoup d'infos tiennent plus du magazine que du JT	Ne me dérange pas		Social, Sportif	Une information objective
322	difficile de préciser car nous ne regardons pas souvent	Ne me dérange pas		Politique, Sportif	
323		Ne me dérange pas		Local/Régional	voir grand journal de France 3 interventions de personnalités ,avis critique rempotages plus variés
324		me plaît	Voix posée, ton calme	Local/Régional	Présence d'un journaliste ou au moins d'une voix off. En fonction de l'importance de l'événement, un reportage plus long ou plus court
325	Pas assez diversifiée notamment pour l'info internationale, beaucoup trop de marronniers et autres chiens écrasés.	Ne me dérange pas		Local/Régional, Sportif	
326	Du fait de la taille réduite du public en Belgique francophone (environ 4,7 millions de personnes), les acteurs belges ne se bousculent pas vraiment au portillon. L'influence historique de la culture française et la proximité géographique de ce pays ont rapidement poussé (aux débuts de la télévision) ce public réduit à se tourner vers les contenus français. Ce sont des façons d'expliquer pourquoi il y a si peu d'acteurs belges. L'offre en matière d'information est donc surtout l'apanage de la RTBF. RTL-TV et BX1. Le public a tout à gagner à voir de nouveaux acteurs émerger. Des acteurs capables de changer les rapports de force existants et qui remettraient en question l'ordre établi en proposant des contenus qui diffèrent de ceux des médias dits "traditionnels".	me déplaît	Entendre toujours le même ton de François De Brigode, cela devient lassant. Pour certains, c'est rassurant. Personnellement je préférerais être surpris plus souvent. Avoir des visages nouveaux de temps à autre, et que le soucis de "neutralité" n'empêche pas les journalistes de faire varier leur ton plus naturellement. Evidemment ce n'est pas un exercice facile. Et c'est normal de vouloir reproduire inlassablement les techniques des autres, mais il faut pouvoir trouver quelque chose d'un peu différent.	Local/Régional, Sportif Sportif, Le local style faits divers, ça intéresse qui ? Ca attiste juste le voyeurisme, et pourtant ce type de sujets ont encore leur places dans des JT de médias nationaux.	Des formats plus longs et qui mettent vraiment en avant une narration. Par exemple, suivre des travailleurs des prisons dans leur quotidien plutôt que de les montrer fâchés sur un piquet de grève. Aller moins vite, passer plus de temps sur un reportage pour proposer un contenu de meilleure qualité. Des désirs utopiques vu les logiques médiatique et commerciales actuelles... Donner plus de place au public à travers le JT. Ne pas toujours se précipiter vers des sources institutionnelles et politiques. Donner la voix à monsieur et madame tout le monde, sans rentrer dans le cliché. Donner plus de place à l'écran aux femmes, aux handicapés, aux personnes d'origines maghrébines, asiatiques ou africaines. Faire varier les types de narrations, prendre des angles originaux et assumer quand on met en scène un journaliste.
328		Ne me dérange pas		Local/Régional	
329		Ne me dérange pas		Local/Régional	
330		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
331		Ne me dérange pas		Sportif	
332	Je complète avec La Trois, arte et france 2	me plaît		Sportif, sur des faits divers, sur des rumeurs, sur des fuites	Présence du journaliste, reportage avec distanciation par rapport aux événements, du positif
333	ma pratique est trop régulière pour émettre un avis	me plaît	Mais certain pourraient encore parler moins vite et en articulant davantage	Sportif	
334		me plaît		Politique	
335	Entre RTBF et RTL et le peu de différence que l'arrive à faire entre les deux, c'est le néant.	me déplaît	Un ton usé jusqu'à la corde avec les mimiques d'usage.	Local/Régional	Demander l'avis de "véritables" spécialistes, éviter les sujets bouche-trous (inondations, etc), meilleure explication du pourquoi d'une grève.
336		me déplaît	Le ton est trop dramatique	Local/Régional	Journaliste en voix off
337	non	me déplaît	trop de jargon politique, judiciaire, économique par ex	International, Economique, Politique,	un vocabulaire plus accessible, plus de récapitulatifs sur ce qui précède un événement qui fait la une
338		me déplaît	diriger par le gouvernement et l'europe.... ils n'ont pas leur libre arbitre!	Sportif	juste dire la vérité pas ce qu'on veut nous faire croire
339		Ne me dérange pas		Sportif	
340					
341		me plaît		Sportif	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
342	Féminin	23	Pas assez d'information	Les sujets abordés sont souvent identiques et malheureusement avec un opinion qui n est pas assez souvent neutre	Plusieurs fois par semaine		assez complète
343	Féminin	24	Sans avis	Je vais principalement chercher les informations dans le journal papier du matin	Une à deux fois par semaine		assez complète
344	Féminin	20	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
345	Masculin	43	Pas assez d'information	Les sujets ne sont pas traités dans le fond et il manque souvent un regard critique du journaliste	Une à deux fois par semaine		incomplète
346	Masculin	35	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		incomplète
347	Féminin	33	Sans avis	Je ne consulte pas l'information télévisée	Jamais	Les heures des journaux télévisés ne me conviennent pas (jeunes enfants à la maison), et j'ai pris l'habitude de consulter l'info sur le web ou dans les journaux.	
348	Féminin	33	Sans avis	Information détournée et manipulée	Jamais	Information détournée et manipulée	Sans avis
349	Féminin	32	Sans avis		Une à deux fois par semaine		complète
350	Féminin	38	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		
351	Féminin	52	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		incomplète
352	Féminin	57	Pas assez d'information		Tous les jours		assez complète
353	Féminin	45	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
354	Masculin	38	Pas assez d'information	Trop ciblés	Plusieurs fois par semaine		assez complète
355	Masculin	32	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		Sans avis
356	Féminin	38	Que des mauvaises nouvelles		Moins d'une fois par semaine	Toujours négatifs	Sans avis
357	Masculin	56	de l'info polluée	beaucoup de pollution par parties inutiles, tendancieuses, mal pondérées, désinformation, omissions, jeux d'influences. Ex qui contient tous ces défauts: "la voiture électrique est meilleure pour l'environnement": faux, son bilan carbone complet est catastrophique (lire JM Jancovici = ingénieur)	Une à deux fois par semaine		assez complète
358	Féminin	25	De l'information dont je n'ai pas besoin	Je n'aime pas l'actualité présentée par les journalistes. Bien trop souvent les informations sont déformées ou incomplètes.	Moins d'une fois par semaine	Je n'ai pas toujours le temps	assez complète
359	Masculin	22	Sans avis		Une à deux fois par semaine		Sans avis
360	Masculin	25	Pas assez d'information	Pas moyen d'être complet en 30min	Moins d'une fois par semaine		incomplète
361	Masculin	38	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
362	Féminin	42	Trop sélective	TF1 ne parles pas de ce qui se passe dans le monde. Il est très accès sur l'europe Pour nous qui regardons depuis l'Afrique, trop peux d'infos sur le monde	Une à deux fois par semaine		Sans avis
363	Féminin	17	Toute l'information dont j'ai besoin	Peu détails	Une à deux fois par semaine		complète
364	Masculin	26	Pas assez d'information	Beaucoup de reportages peu profonds ou au contenu faible	Plusieurs fois par semaine		complète
365	Masculin	59	De l'information dont je n'ai pas besoin	Chiens écrasés, infos régionales, communales, etc c'est de l'information subie non sélective et variable	Tous les jours		assez complète
366	Masculin	35	De l'information dont je n'ai pas besoin	selon la chaine regardée	Plusieurs fois par semaine		incomplète
367	Masculin	69	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
368	Féminin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin	peu critique, presse à scandale en masse, ...	Moins d'une fois par semaine	je me renseigne autrement et sur d'autres sujets plus vastes ou parfois plus éloignés que juste ce qu'il se passe en Belgique	incomplète
369	Masculin	22	Pas assez d'information Ca dépend des jours, mais c'est souvent	Je vois généralement l'information sur internet avant de la voir à la télévision. On sent aussi très souvent que le reportage oriente vers une direction ou l'autre. Mais c'est pareil pour pratiquement toutes les sources d'informations	Une à deux fois par semaine		Sans avis
370	Féminin	28			Plusieurs fois par semaine		assez complète
371	Féminin	14	De l'information dont je n'ai pas besoin en retard, parfois biaisé	Non	Une à deux fois par semaine		assez complète
372	Masculin	30	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		Sans avis

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
342	Il y a assez de chaînes qui proposent mais sur des sujets pas assez variés	me déplaît	Avis non neutre	Social, Judiciaire	Diversifié pas de reportages pour rien dire et plus de reportage sur la culture et ce suis se passe réellement en be et dans le monde
343		Ne me dérange pas		Economique, Politique	
344		me plaît		Local/Régional, Sportif	
345	Manque de dossier de fond	Ne me dérange pas		Local/Régional, Culturel	
346	Trop peu de diversités ds l'offre media en general	me plaît		Politique	
347					
348		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
349		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
350	sur une demi heure de journal télévisé, il faut choisir les sujets, donc tout n'y est pas dit	Ne me dérange pas		Sportif	
352		Ne me dérange pas			
353	J'ai l'impression que parfois, les médias ne relatent pas toute la vérité	me plaît		Sportif	
354		Ne me dérange pas	Ton neutre	Local/Régional	
355		Ne me dérange pas		International	
356	adaptée aux masses, pas aux Intellos, donc	Ne me dérange pas		Sujets négatifs guerre meurtre	Les avancées dans le monde le progrès les réussites.
357	souvent un peu simpliste; c'est de bonne grâce, les journalistes s'en sortent plutôt bien	Ne me dérange pas	discours simpliste, loi de l'audimat... on fait avec de bonne grâce	Social, Sportif	le "courrier international" en version télé
358		me plaît		Economique, Politique	
359		Ne me dérange pas			Une vrai représentation de la réalité ainsi qu'un réel intérêt pour les sujets choisis.
360	Seulement deux chaînes	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
361	Je n'ai pas accès au chaînes belges. Je vis à l'étranger et nous captions les chaînes de canal sat	Ne me dérange pas		Local/Régional, Social	
362		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
363		me plaît		Sportif	
364		Ne me dérange pas		Local/Régional	
365	Un peu trop "régionale"	me plaît	Généralement ton approprié	Local/Régional	Plus de reportages plus longs et plus profonds. Plus d'analyse.
366	Info régionale, locale,	me déplaît	Manque de compassion et parfois de professionnalisme	Politique	irréalisable car elle doit vconvenir au plus grand nombre . pour des informations plus pointues qui me plaisent il y a d'autres canaux ou des chaînes spécialisées
367	partisane et dirigée	Ne me dérange pas	suis grand assez que pour traduire sis nécessaire		A plusieurs échelles: locale nationale et internationale . beaucoup plus positive, qui ne met pas les gens dans des fausses craintes, renfermement sur soi , mais qui pousse les gens à se questionner davantage, s'ouvrir
368	peu ouverte aux innovations sociales: aux choses innovantes et positives qui se passent dans le monde	Ne me dérange pas		Politique	
369	Nous sommes relativement bien informés, et de	Ne me dérange pas		Politique	Difficile à dire. J'aime assez le format de Youtubeurs, tels Usul par exemple,
370		Ne me dérange pas		Sportif	mais ce n'est pas parfait non plus (biais politique, etc). Je pense qu'il faudrait surtout avoir plus de variétés dans les "styles" de reportages
371	toute façon internet est là pour compléter / nuancer	Ne me dérange pas		Economique, Politique	
372		Ne me dérange pas		Local/Régional	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
373	Masculin	25	Une information biaisée par l'audience	Elle donne une information de masse, sujette à une certaine subjectivité	Moins d'une fois par semaine	Ce n'est pas ma principal source d'information	incomplète
374	Masculin	62	recherché Une information forcément filtrée (ne fût-ce que par la durée d'antenne disponible).	Ce fut fait ci-dessus.	Moins d'une fois par semaine	Parce que je fais plein d'autres choses.	assez complète
375	Masculin	36	De l'information dont je n'ai pas besoin	Il y a tant de choses positives à partager dans les médias (associations sans buts lucratif, actions humanitaires, partage, nature,...on en parle jamais! C'est toujours les mauvaises nouvelles qui priment (politique, guerre, racisme, violenc...)C'est bien dommage car la vie est merveilleuse	Moins d'une fois par semaine	Je suis en général déjà au courant de l'information (radio, internet, etc.)	Sans avis
376	Masculin	32	trop de mauvaises nouvelles et pas assez de positif	L'information est souvent dirigée par la tendance politique du média.	Moins d'une fois par semaine	nouvelles	Sans avis
377	Masculin	47	Pas assez d'information	Survol de l'information sans creuser un peu plus	Tous les jours		assez complète
378	Masculin	24	Pas assez d'information	J'aime traiter certain sujet plus en profondeur, ce que ne permet pas les reportages court des jt	Plusieurs fois par semaine		assez complète
379	Masculin	33	Pas assez d'information	Les médias ne donnent comme les infos ce qu'elles veulent bien. Il est certain que d'autres supports d'information complèteraient ma compréhension mais je n'ai pas le temps de lire d'autres magazines ou journaux.	Plusieurs fois par semaine		assez complète
380	Masculin	58	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les sujets traités sont souvent fort régionaux et de moindre importances comparés aux journaux en papier.	Moins d'une fois par semaine	peu motivé par le JT	incomplète
381	Féminin	55	Pas assez d'information	L'incendie d'une maison à 250 km de chez moi ne m'intéresse pas beaucoup. Il y a beaucoup d'information de ce genre au JT.	Tous les jours		complète
382	Masculin	29	De l'information dont je n'ai pas besoin	de l'information mais pas exhaustive	Une à deux fois par semaine		incomplète
383	Féminin	39	Toute l'information dont j'ai besoin	Les journaux télévisés sont trop superficiels ou donnent des informations peu intéressantes (style chiens écrasés...)	Une à deux fois par semaine		complète
384	Masculin	28	Toute l'information dont j'ai besoin	Trop peu de bonnes nouvelles et d'infos internationales	Plusieurs fois par semaine		assez complète
385	Féminin	22	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		incomplète
386	Masculin	42	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		incomplète
387	Masculin	24	de l'information mais pas exhaustive		Une à deux fois par semaine		assez complète
388	Féminin	55	Pas assez d'information		Tous les jours		incomplète
389	Masculin	47	Pas assez d'information		Moins d'une fois par semaine	Je lis 2-3 journaux en ligne par jours mais je ne regarde le jt qu'occasionnellement	incomplète
390	Masculin	29	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		complète
391	Masculin	29	Sans avis		Moins d'une fois par semaine		Sans avis

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
373		me plaît		Sportif	Une description de l'événement suivit de deux ou plusieurs avis ayant des points de vues différents sur ce qu'il vient de se passer. Une vue géopolitique des intervenants et des enjeux de chacun (sous forme d'animation par exemple)
374		me plaît	Bonne diction.	Rien de spécial	Non, je ne le peux pas.
375		me déplaît	Il y a parfois (pour ne pas dire souvent) des expressions fautives, des liaisons erronées...	Politique	
376		me déplaît	trop négatif	Economique, Politique	
377	Bel éventail multi culturel	me plaît		Rien de spécial	beauté de la nature et les animaux. Une information qui serait plus élargie sur le plan national et régional. La présence du journaliste tient un rôle important dans la présentation des actualités. Un journal télévisé ne devrait pas se limiter à une demi heure d'antenne.
378		me plaît		Rien de spécial	Plus d'informations nationales (ce qui se passe en Flandre par exemple) lors de reportages plus longs ou les sujets sont un peu plus creuse
379	Les gros sujets internationaux et nationaux sont traités suffisamment, pour de l'info local ou sportive + précise, je passe par le web	Ne me dérange pas		Local/Régional	
380	De nombreux sujets sont développés ds divers	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
381	domaine	Ne me dérange pas		Rien de spécial	Présence d'un journaliste bien sûr, peut-être moins statique. Chez nous le présentateur reste assis tt au long du journal et poq pas comme en France où il se lève et se déplace sur le plateau! C'est plus vivant, dynamique agréable à regarder. Et peut-être en changer Debrigode ça fait un moment qu'on le voit, désolée mais un plus sexy ce serait bien! 😊
382	Pas assez de temps passé ou aucune mention sur les sujets ou événements importants au niveau mondial.	me plaît	Clair et concis	Local/Régional, Sportif	Analyse intéressante et on n'est pas seulement informé mais aussi poussé à la réflexion
383		Ne me dérange pas			
384		Ne me dérange pas			
385	Ils parlent peu de l'actualité internationale - ou non, importante, de ce qu'il se passe en Flandre et dans nos régions (Mons)	Ne me dérange pas	En général, elle me plaît. Mais, certains sujets sont abordés de manière étrange...	Sportif	La présence du journaliste est indispensable. Pour le reste, je n'ai pas vraiment d'idée.
386	Il manque une chaîne d'info en continu style BFM.	me plaît		Economique divers	
387		me plaît			
388	Pas assez de dossiers approfondis	me plaît	Compréhensible, impartiale		- Je trouve le journal télévisé de France2 meilleur que celui de la RTBF: les explications sont plus poussées, le contenu est moins superficiel
389		Ne me dérange pas			
390		me plaît		International	
391		Ne me dérange pas		Sportif	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
392	Masculin	19	Pas assez d'information	Une information rapide, peu profonde. C'est bien car ça permet à un large public de s'y intéresser mais ne permet d'aller dans qqch de plus vrai, de plus travailler et qui expose les fait de façon journalistique au sens du terme. de l'information contrôlée par l'état, elle même contrôlée par les lobbys Il n'y a pas assez d'informations sur les choses concrètes qui nous touchent de près.	Une à deux fois par semaine	C'est facile et quand on rentre le soir, c'est plus simple d'écouter et de regarder que de lire son journal. Mais il faut rester critique, et comprendre comment les médias fonctionnent qqch qui devrait être enseigné dans les écoles). Par exemple : Quand une image nous est montrée, il faut absolument la remettre en question, elles sont souvent utilisées pour donner de la crédibilité à des choses qui au final sont sans réelle importance(Quotidien). J'évite car je préfère la qualité des journaux papiers et qui de plus permettent une certaine liberté. "Ceci ne m'intéresse pas, je ne le lis pas(ce qui n'est pas possible dans les médias visuels ou l'on l'impose des informations auxquelles tu ne peux échapper)" Je choisis de m'informer sur du papier, le journal MEDOR	incomplète
393	Féminin	27	De l'information dont je n'ai pas besoin		Jamais		
394	Masculin	36	Pas assez d'information		Tous les jours		complète
395	Féminin	22	Pas assez d'information		Moins d'une fois par semaine		assez complète
396	Féminin	52	Sans avis		Plusieurs fois par semaine	Je suis très peu derrière des écrans	Sans avis
397	Masculin	55	Toute l'information dont j'ai besoin	Un condensé d'informations me suffit. Si je souhaite creuser un sujet, je cherche davantage d'info sur le net ou dans la presse.	Plusieurs fois par semaine		assez complète
398	Masculin	32	Pas assez d'information	Manque de détails	Plusieurs fois par semaine		complète
399	Féminin	30	Je ne regarde pas les journaux télévisés		Jamais	Je consulte uniquement ce qui m'intéresse (articles écrits)	
400	Masculin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les sujets sur l'hiver (entre autres choses)	Plusieurs fois par semaine		incomplète
401	Masculin	40	Pas assez d'information	Les journaux télévisés sélectionnent l'information nationale et internationale...pas toujours du local ou sur des thèmes économiques qui ne sont guère abordés hormis canal z	Plusieurs fois par semaine	X	assez complète
402	Féminin	61	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		incomplète
403	Féminin	22	De l'information dont je n'ai pas besoin	Ils s'intéressent à certaines choses sans importance	Une à deux fois par semaine		assez complète
404	Féminin	23	Sans avis		Moins d'une fois par semaine		incomplète
405	Masculin	28	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les rares fois où je passe devant une télévision, j'ai l'impression que les journalistes mainstream sont souvent en décalage avec l'information importante. On s'en fou de savoir que Michel Sardou va sortir un album ou qu'il neige dans les Alpes.	Tous les jours	je regarde le JT en version web de rti et rtbf bien que je ne trouve souvent que peu d'information supplémentaire par rapport aux articles facebook/youtube.	assez complète
406	Masculin	30	Pas assez d'information	temps court de l'actu n'est pas adapté pour une info de qualité	Jamais	Pas le temps	
407	Masculin	27	Pas assez d'information	Ca dépend de la chaîne ^^	Moins d'une fois par semaine	pauvreté du traitement de l'info à la télé par rapport à la presse écrite	incomplète
408	Masculin	24	Sans avis		Jamais	Car ça prend du temps	
409	Masculin	44	une certaine information (mais pas toute)	voir plus haut	Plusieurs fois par semaine		assez complète
410	Féminin	22	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		assez complète
411	Féminin	22	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les journaux ne donnent que des mauvaises nouvelles	Moins d'une fois par semaine	Trop d'informations sur n'importe quoi, je ne sais pas quoi lire en premier	assez complète
412	Féminin	23	Toute l'information dont j'ai besoin		Une à deux fois par semaine		complète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
	C'est un survol de l'actualité, la politique internationale et même intercontinentale y est peu développée. Peu de débats et de reportages	Ne me dérange pas	Mitigé, c'est une information pratique mais incomplète. Il faut en être conscient! Regarder le jt, c'est bien mais lire un journal papier c'est mieux selon moi et mon expérience	Sportif, Rien de spécial	
392	découvertes				
393					
394		Ne me dérange pas		International, Economique, Politique	
395		Ne me dérange pas		Economique, Politique	
396	Je suis trop peu pour avoir un avis objectif	Ne me dérange pas			
397	Une information plus complète demanderait bcp plus de temps.	me plait	Le sérieux, la compassion ou la légèreté selon le sujet. Toujours le ton juste.	Sportif	Reportage filmé avec commentaires du journaliste toujours présent en plateau mais pourquoi doivent-ils rester debout.
398	Voir trop présente !!	Ne me dérange pas		Politique	
399					
400	l'information est orientée dans un sens qui ne me convient pas	Ne me dérange pas		Rien de spécial	info de gauche!
401	Manque des chaînes thématiques	me plait	?	Politique	Non
402	Je ne peux juger que les infos qui ont rapport avec ma profession : c'est le seul domaine que je connaisse bien et chaque fois, j'en conclus que ce qui est dit n'est pas faux, mais ce n'est jamais assez complet pour que la population puisse se faire une opinion juste sur le sujet. J'en déduis que pour tous les autres domaines que je ne connais pas : c'est idem.	Ne me dérange pas		Rien de spécial	Je n'ai jamais réfléchis à cette question
403	Ceux qui veulent s'informer ont assez de moyens de le faire	Ne me dérange pas		Culturel	
404	information très générale, très peu développée, manque de documentaire, reportages plus complets des sujets d'actualité importants sont souvent	me plait		Local/Régional, Sportif	
405	baclées au profit d'informations superficielles.	Ne me dérange pas	a part Luc Jilison d'rtl dont je trouve le jt vide d'informations pertinentes.	Economique, Sportif	j'aimerais des sources ou des liens vers des articles tiers plus détaillés (principalement quand les présentateurs parlent d'études scientifiques etc)
406					
407	Peu de différence de traitement entre les 2 chaînes: rtl rtf	Ne me dérange pas		International, marronnier	Point de vue assumé, journalisme d'opinion plutôt que factuel
408					
409		me plait		Rien de spécial	
410		me plait		Sportif	
411		Ne me dérange pas		Dramatique et négatif	
412	Pas besoin de plus	me plait		Economique, Rien de spécial	

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
413	Féminin	77	De l'information dont je n'ai pas besoin	trop de faits divers	Une à deux fois par semaine		incomplète
414	Féminin	57	Toute l'information dont j'ai besoin		Tous les jours		assez complète
415	Féminin	68	Toute l'information dont j'ai besoin	Je regarde les journaux télévisés de plusieurs chaines tous les jours	Tous les jours		complète
416	Masculin	43	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
417	Masculin	39	Pas assez d'information	Les journaux télévisés sont beaucoup trop généralistes et simplistes.	Une à deux fois par semaine		incomplète
418	Féminin	24	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		incomplète
419	Masculin	39	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
420	Masculin	41	Sans avis		Jamais	On ne regarde quasi jamais la télé	
421	Masculin	45	Pas assez d'information	Manque de débat d'idées contradictoires	Plusieurs fois par semaine		incomplète
422	Féminin	22	De l'information choc et souvent négatif		Tous les jours		assez complète
423	Masculin	25	De l'information dont je n'ai pas besoin	?	Moins d'une fois par semaine	Quand ça me prend	incomplète
424	Masculin	57	Pas assez d'information	difficile de recouper l'information Les journaux filtrent les infos, ils diffusent ce qu'ils veulent diffuser	Plusieurs fois par semaine		incomplète
425	Féminin	48	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		incomplète
426	Féminin	48	Pas assez d'information	Les journaux filtrent les infos, ils diffusent ce qu'ils veulent diffuser	Plusieurs fois par semaine		incomplète
427	Féminin	32	Sans avis		Jamais		
428	Masculin	49	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
429	Féminin	70	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		incomplète
430	Masculin	52	Toute l'information dont j'ai besoin	N/A	Tous les jours		assez complète
431	Masculin	29	Rarement intéressante et orientée		Jamais	J'aime regarder les titres et aller plus dans le détails si l'information m'intéresse. Le journal télévisé m'inposse des titres qui souvent ne m'intéresse pas.	
432	Masculin	28	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
433	Masculin	35	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		assez complète
434	Féminin	59	Pas assez d'information	Trop peu de contextualisation de l'actualité	Plusieurs fois par semaine		incomplète
435	Masculin	31	Sans avis		Une à deux fois par semaine		assez complète
436	Masculin	24	Sans avis	Les télévisions renvoient une photographie instantanée de l'actualité du moment mais se focalise surtout sur le sensationnel quitte à délaissé parfois la qualité de l'information	Tous les jours		assez complète
437	Masculin	42	Pas assez d'information	Pas assez d'analyse et de mise en perspective	Plusieurs fois par semaine		incomplète
438	Masculin	31	Pas assez d'information	Superflux et pas assez en profondeur dans les sujets	Moins d'une fois par semaine	Les infos sont trop négatives à la tv et je préfère finir ma journée positivement	assez complète
439	Masculin	42	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
440	Masculin	38	Un bon aperçu	Non.	Tous les jours	Ok Parce que je suis satisfaite par l'information que j'ai	assez complète
441	Féminin	24	Pas assez d'information	En général les journaux télévisés répètent les grandes lignes de l'information. Mais je pense que c'est tout à fait normal pour informer tout le monde de manière rapide et efficace. C'est ensuite à nous, si l'info nous intéresse de nous renseigner.	Moins d'une fois par semaine		complète
						via le WEB et la radio.	

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
413	information est trop superficielle	Ne me dérange pas		Local/Régional, Social	plus d'informations internationales documentées et pas de simple flashes qui donnent l'impression que le sujet n'est pas important. Présence du journaliste souhaitée dans la mesure du possible. Eviter la multitude de faits divers.
414		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
415	Grand choix de chaînes	me plaît	Clair et dans un français impeccable	Social, Sportif	Présence du journaliste, courts reportages, invités
416	Parfois les sujets ne sont pas toujours très relevés ... alors que des choses sont passées	me plaît	Bon français, bonne diction, ...	Rien de spécial	Reportages courts , condensés qui sont pertinents
417	La qualité de l'information sur RTL TVI est mauvaise, et celle de la RTBF est politisée (influence socialiste manifeste dans la façon de traiter les sujets)	me déplaît	François De Brigode a une diction qui l'aurait fait échouer dès les premiers essais sur un journal francals.	Local/Régional	La possibilité de choisir quels sujets d'actualité approfondir, avec l'intervention d'un vrai expert du sujet (pas d'un journaliste)
418		me déplaît		Politique	
419		me déplaît	Principalement Quentin Warlope et sa façon de scander les phrases et d'y mettre des inflexions sensationnalistes à tout bout de champ	Rien de spécial	
420					
421	Il manque une ou plusieurs émissions de fond (le JT est un format où le fond est "sacré" par manque de temps)	Ne me dérange pas	Les journalistes actuels sont corrects en ce qui concerne leur élocution	informations "faits divers" et people	Emissions de débats d'idées contradictoires, sans présence de politiques (idées partisans obligatoires selon le parti, souvent au détriment du bon sens) mais avec plus d'experts indépendants
422	Les informations sont trop souvent ciblées pour choqués et, ils obscurcissent détails	me déplaît	Toujours les mêmes têtes et les même humours pas drôles	Economique, Politique, Sportif, Ras le bol du foot	Plusieurs points de vues, mettent tous les détails et même ceux qui ne sont pas en faveur du journal
423	Manipuler	me déplaît	Fausset	Sportif	Live leaks 🇧🇪
424	Trop peu de sujets traités	Ne me dérange pas	Ils sont professionnels	sans intérêt	Non
425	Il faut s'informer auprès de plusieurs médias pour se faire une idée plus juste... les infos sont incomplètes, filtrées, choisies	Ne me dérange pas		Economique, Politique	
426	Il faut s'informer auprès de plusieurs médias pour se faire une idée plus juste... les infos sont incomplètes, filtrées, choisies	Ne me dérange pas		Economique, Politique	
427					
428		me plaît		Local/Régional	
429	La RTB parle uniquement du sud de la Belgique et laBRT uniquement du nord	Ne me dérange pas		Local/Régional	Commencer par l'internationale , politique, économique 30'
430	satisfaisant	Ne me dérange pas	on peut parfois sentir une moindre neutralité en tout cas lors de débats	Rien de spécial	le format actuel est à peu près le même quelle que soit la station (belge ou française)
431					
432		me plaît		Economique, Politique	
433		me plaît		International	Pas que de l'actu pure
434	Information nationale trop centrée sur Bruxelles (particulièrement à la RTBF)	Ne me dérange pas		Politique	
435		Ne me dérange pas		Local/Régional, Culturel	
436		Ne me dérange pas		International	
437	Manque de médias alternatif au niveau de l'actu éco	Ne me dérange pas		Sportif	des focus à chaque JT sur un sujet particulier
438	Ça dépend des themes	me plaît	Ils parlent bien de manière générales	Sportif	Un sujet synthétisé mais avec une Argumentation profonde
439		Ne me dérange pas		Sportif	
440	En regardant un peu partout... Nous avons assez de média télévisé pour nous	Ne me dérange pas	Je me dis que c'est pour le citoyen lambda	Rien de spécial	Tel que c'est maintenant, ça va, chacun peut se débrouiller
441		Ne me dérange pas	C'est claire, direct et précis.	Rien de spécial	
	fournir des informations en Belgique				

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
442	Masculin	45	Trop d'info locales et inutiles	Un peu trop souvent l'impression de ne retrouver dans le JPPernault sur TF1 que dans un JT de 19h30	Tous les jours		Incomplète
443	Féminin	36	Sans avis	Je ne regarde pas la télé	Moins d'une fois par semaine	Je n'aime pas les vidéos quand il s'agit de m'informer. Je préfère lire et sélectionner directement à l'info qui m'intéresse, même au sein d'un même article.	Sans avis
444	Féminin	48	Toute l'information dont j'ai besoin	Cela permet de s'informer ce qui se passe près de chez soi, dans son pays et dans le monde	Plusieurs fois par semaine		complète
445	Féminin	51	De l'information dont je n'ai pas besoin	Je ne regarde pas les infos, ils ne disent paspas toute la vérité	Une à deux fois par semaine	Trop peu d'info développée	assez complète
446	Masculin	62	Pas assez d'information	Je ne regarde pas les infos, ils ne disent paspas toute la vérité	Moins d'une fois par semaine	Je ne regarde que des reportages sur youtube	Incomplète
447	Féminin	18	Sans avis	Les sites médias des journaux sont souvent sous- financés et relaient des infos sommaires.	Moins d'une fois par semaine		Sans avis
448	Masculin	39	Une information qui a été mieux vérifiée que sur les sites web des médias.	Dans un JT, tous les sujets ne sont pas forcément concernants. Ni toujours bien développés.	Plusieurs fois par semaine		Incomplète
449	Féminin	39	Pas assez d'information	Je regarde le JT comme un digest de la journée, pour "suivre l'actu". Pour les détails, l'analyse, pour comprendre, je lis les journaux papiers et écoute les émission d'info radio (pas les journaux, plutôt Soir Première ou Débat Première)	Plusieurs fois par semaine		Incomplète
450	Masculin	30	Pas assez d'information	Je ne regarde quasi plus les JT, déjà parce que ce n'est pas regardable devant un enfant et que si ça l'était, ce serait en censurant l'information importante.	Tous les jours	seulement les reportages qui arrivent sur mon fil	assez complète
451	Masculin	33	Sans avis	Ensuite parce que je suis informé suffisamment via le web.	Moins d'une fois par semaine	facebook et c'est rare	assez complète
452	Féminin	48	Pas assez d'information	Seule la presse écrite fournit suffisamment d'information	Tous les jours		Incomplète
453	Masculin	38	De l'information dont je n'ai pas besoin	Je n'ai pas besoin de suivre les faits divers	Moins d'une fois par semaine	je préfère la qualité HD sur ma TV	assez complète
454	Masculin	51	des boutons	Très généralistes et couvrent parfois des sujets peu pertinents. Je tends plutôt à creuser un sujet ou une thématique précise. J'écoute le journal à la radio en déjeunant + revues de presse.	Une à deux fois par semaine	Voir ci-dessus. Et les reportages vidéo ont un ton souvent de plus en plus bling-bling ou sensationalistes qui m'indisposent.	Incomplète
455	Féminin	39	Pas assez d'information	La politique internationale est peu présente, peu détaillée. Certains sujets ne sont pas du tout traités alors que des informations secondaires, régionales, anecdotiques font la une.	Moins d'une fois par semaine		Incomplète
456		51	De l'information dont je n'ai pas besoin	Je suis une boulimique de l'actu mais les JT ne me donnent pas forcément l'info dt j'ai besoin	Plusieurs fois par semaine		Incomplète
457	Féminin	48	De l'information dont je n'ai pas besoin	Que les infos basiques	Tous les jours		complète
458	Féminin	58	De l'information dont je n'ai pas besoin	Informations la plupart du temps incomplète, ou inintéressante, ou partielle	Plusieurs fois par semaine	Pas le temps	Incomplète
459	Féminin	24	Pas assez d'information	Sujet bateau: météo, fêtes...	Moins d'une fois par semaine		assez complète
460	Masculin	48	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		Incomplète
461	Féminin	41	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		Incomplète
462	Féminin	35	De l'information dont je n'ai pas besoin		Jamais		Incomplète
463	Masculin	40	Ça fait 15 ans que j'ai pas regardé tellement c'est mauvais.		Jamais	Ça n'a aucun intérêt (j'ai répondu jamais mais c'est de l'ordre d'une oi deux fois par an).	
464	Masculin	70	De l'information dont je n'ai pas besoin	Informations diverses dans le monde	Tous les jours		Sans avis

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
	Bcp trop nombriliste, s'intéressant plus à ce que M	journalistes dans le JT	De Brigade francequillone bcp trop, surtout quand il parle de Paris.	Local/Régional, Les pubs masqué pour	Une info qui ne fait pas que relayer les avis des uns et des autres sous le prétexte fallacieux de l'objectivité comme si les tout avis se valaient. Une info qui met en perspective et qui me dis en quoi telle ou telle situation internationale risque de changer le cours de ma vie. Une info qui arrête de me prendre pour un benêt et arrête de joué sur les peurs, les politiciens le font déjà assez comme ça!
442	Tartempion a fait de sa journée qu'à me montrer ce qu'il se passe dans le monde	me déplaît	Rythme d'audition se rapprochant bcp trop de celui de TF1 tant imiter par les Guignols de l'info	JT qui démarre sur le(s) gagnant/primés de The Voice	
443		Ne me dérange pas			
444		Ne me dérange pas		Rien de spécial	Le JT comme il est très bien
445		Ne me dérange pas		Sportif	
446	Pas assez développée: Clocher de village	me déplaît	Un ton stupide qui devrait être moins dramatique	Sportif	
447	Je ne regarde pas	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
448		me déplaît	variable d'un(e) journaliste à l'autre	Local/Régional, Sportif	
449	Trop de fast news, trop peu de suivi de dossiers, toujours les mêmes interlocuteurs /spécialistes, trop peu de sujets santé, scientifiques, économiques.	me plaît		Local/Régional, Social, Politique	d'avantage de recontextualisation, entendre les deux sons de cloche si besoin, nouveaux interlocuteurs, nouvelles voix.
450		Ne me dérange pas		Sportif	
451	on a accès à euronews, bbc news, les chaines françaises et belges, ... ce n'est pas parce qu'on habite en Belgique qu'on est limité aux chaines belges	Ne me dérange pas	sur RTL, c'est le sensationnalisme pour barakis, comme m'a dit une fois un journaliste de cette chaîne qui m'interviewait, on doit parler pour que Gisèle de Marcinelle comprenne. Mais puisque je ne regarde pas, ça ne peut pas me dérange. Sur RTBF, le ton est plus professionnel donc ça ne me dérange pas plus. Il n'y a pas de ton qui me plaît mais il y a un ton qui me déplaît (celui de RTL)	Rien de spécial	il faut qu'elle apporte quelque chose que les autres n'apportent pas, moins d'interviews, mais plus de voix offs devant des images. Il faut aussi qu'on arrête de faire thèse, antithèse, pas synthèse. D'autant plus que les sujets sont rarement traités de manière neutre mais veulent absolument en avoir l'air. On va donc montrer une part d'interview qui discrédite pour la part qui ne suit pas la ligne éditoriale (populiste ou politique). Il manque énormément de journalistes qui connaissent les sujets qu'ils présentent !!! Que ce soit politique ou scientifique, il est souvent flagrant quel que soit le média que l'info n'est pas maîtrisée. Et on mets souvent sur pied d'égalité le comité citoyen anti tout avec l'expertise scientifique réelle.
452		Ne me dérange pas		Sportif	
453	il manque des sujets en profondeur, des dossiers, grands reportages	Ne me dérange pas	RAS	Sportif, fait divers	des sujets varié, ne pas décliné une info en 3/4 sujets, des grands reportages, ...
454	Peu d'info pointue, avec approfondissement, fact-checking...	me déplaît	Ils (elles) s'écoutent parler.	Sportif	
455	Je regrette les émissions Le dessous des cartes	me déplaît		Rien de spécial	
456	d'Emile Victor. On en aurait bien besoin!	Ne me dérange pas		Local/Régional, Sportif	Journaliste présent. Davantage d'explication pour recarder des infos complexes.
457		Ne me dérange pas		National, Politique	J'aime assez qd à la RTBF, un autre journaliste fait le point sur un thème.
458	Il manque une chaîne infos	Ne me dérange pas		Sportif	une information originale, certifiée indépendante et qui ne concerne
459	Cela dépend des médias	me plaît		Sportif	
460	Les JT pourraient suffire mais la ligne éditoriale ne me satisfait pas	me déplaît	Toujours la même chose, cabotin	Sportif	Qu'importe, du moment que l'information est complète, intelligente et sensible
461	Manipulation des médias	Ne me dérange pas		International, Politique	
462					
463					
464	pas de JT Belge	Ne me dérange pas		Rien de spécial	impartialité et débats contradictoires

N°	Je suis de sexe	Mon âge	Les journaux télévisés me donnent	Pouvez-vous préciser votre réponse?	Je regarde les reportages du journal télévisé (sur internet compris)	Si votre réponse est jamais ou moins d'une fois par semaine, pouvez-vous expliquer pourquoi?	En Belgique je trouve que l'offre en matière d'information télévisuelle est
465	Féminin	30	De l'information dont je n'ai pas besoin	Je n'éprouve que très peu d'intérêt pour les histoires de voisinage, les diables rouges, l'annonce de l'arrivée des touristes à la mer qui débarquent pendant les vacances... et les sujets pour faire le buzz dès le début du journal.	Une à deux fois par semaine		incomplète
466	Féminin	22	Sans avis	Je ne regarde jamais le journal télévisé, je trouve ça déprimant.	Une à deux fois par semaine	Je suis intéressée par les émissions sur le développement durable, sur la protection de l'environnement, sur les impacts du changements climatiques... Mais malheureusement, il y en a trop peu. Ou alors elles passent à des heures où personnes est devant sa télé ! C'est pourtant des émissions qui devraient passer sur TF1 à 20h50 !	Sans avis
467	Masculin	36	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		Sans avis
468	Masculin	39	De l'information dont je n'ai pas besoin		Tous les jours		assez complète
469	Féminin	54	De l'information dont je n'ai pas besoin		Plusieurs fois par semaine		Sans avis
470	Masculin	57	Sans avis	je regarde assez peu les nouvelles et ne cherche pas à en savoir plus	Moins d'une fois par semaine	par manque de temps et d'intérêts	assez complète
471	Masculin	21	Pas assez d'information	RTBF assez bon en général mais RTL pilotable on parle de faits divers avant les faits de société	Tous les jours		assez complète
472	Masculin	44	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		incomplète
473	Féminin	42	De l'information dont je n'ai pas besoin	Pas assez d'analyse	Moins d'une fois par semaine	Perte de temps, les journaux télévisés montrent en grande partie des images inutiles. Infos plus concises en radio et plus analysée en presse écrite	incomplète
474	Masculin	30	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		incomplète
475	Masculin	54	De l'information dont je n'ai pas besoin	Les reportages qui me disent que le froid est arrivé ne me servent pas (je le vois bien tout seul)	Tous les jours		assez complète
476	Féminin	27	Toute l'information dont j'ai besoin	J'estime que c'est un bon résumé de ce qu'il faut savoir à la fin de la journée	Tous les jours		assez complète
477	Féminin	21	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
478	Masculin	26	Pas assez d'information	Ne parle que des informations importantes mais ne prennent que peu de risque pour montrer d'autres choses.	Une à deux fois par semaine		assez complète
479	Féminin	32	Toute l'information dont j'ai besoin		Plusieurs fois par semaine		assez complète
480	Féminin	17	Pas assez d'information		Plusieurs fois par semaine		assez complète
481	Masculin	23	Pas assez d'information		Une à deux fois par semaine		incomplète
482	Féminin	63	Toute l'information dont j'ai besoin		Jamais	cela ne me paraît pas nécessaire	
483	Masculin	21	De l'information dont je n'ai pas besoin		Une à deux fois par semaine		Sans avis
484	Masculin	55	De l'information dont je n'ai pas besoin	le sport et cinéma ne m'intéressent pas	Une à deux fois par semaine		assez complète
485	Féminin	34	Sans avis		Plusieurs fois par semaine		incomplète
486	Féminin	46	Une information sélectionnée et orientée	Information sélective et émotionnelle	Plusieurs fois par semaine		assez complète
487	Féminin	30	Pas assez d'information	Suivi est quasi toujours inexistant. Parti prenante.	Plusieurs fois par semaine		incomplète

N°	Pouvez-vous préciser votre réponse?	La façon de parler des journalistes dans le JT	Pourquoi?	J'aimerais moins de contenu	Pouvez-vous décrire en quelques mots comment vous imaginez une information audiovisuelle qui vous plairait? (contenu, format, présence ou pas du journaliste,...)
465	On survole les sujets internationaux, on oublie la culture, les musées...	me déplaît	Ils donnent parfois l'impression de ne pas être objectifs, de trop vouloir toucher le pathos.	Ok pour le régional sur les chaînes régionales.	
466		Ne me dérange pas		Economique, Politique, Sportif	Journal télévisé sous forme de reportage sans journalistes.
467	Pas assez d'investigation: trop de reportages bateau, sans fond. Il faut plus d'analyses, plutôt que de simplement citer les faits apparents	me déplaît	Formaté	Politique	
468		me plaît		Non-informatif: rentrée des classes, bla bla politique, ...	
469		Ne me dérange pas	A nuancer selon le la journaliste le ton est assez cordial et "commun" (ne cherche pas à frapper par le sensationnel)	Rien de spécial	le "vews" me plaît assez car il ne donne pas l'impression de nécessiter bcp de temps. Mais le risque est justement de n'avoir une information que de surface..
470	je ne recherche pas plus	Ne me dérange pas		Rien de spécial	
471	RTBF bon RTL mieux vaut pas en parler (presse à chiens écrasés)	Ne me dérange pas	La RTBF reste presque toujours neutre et les journalistes ne font qu'expliquer les faits ils ne prennent pas d'accent à interpréter les journalistes de RTL n'ont pas l'air professionnels et ne cessent de bafouiller	Rien de spécial	paritaire, plus de social, journaliste mais objectif
472		me déplaît		Local/Régional, Social, Economique	
473		me déplaît		Sportif	Plus de Débat et analyse de chaque sujet un peu comme BBC newsnight
474		me déplaît		International, Sportif	
475	J'ai la majorité des réponses aux questions que je me pose	me plaît	C'est intelligible et succinct	Rien de spécial	Tel qu'il est présenté, ça me convient
476	les infos et les angles se complètent entre la RTBF et RTL	me plaît	Je n'ai pas l'impression d'être prise pour une débile ou pour Einstein	Politique	J'aimerais plus de long format pour comprendre toutes les clés d'un sujet et pas seulement un résumé en 2 minutes.
477		Ne me dérange pas		Rien de spécial	
478		Ne me dérange pas			angle nouveau, plus long, format plus novateur que celui actuel en TV
479		me plaît		Economique, Politique, Sportif	
480		me plaît		Economique, Politique	
481	Les principaux médias appartiennent tous à une poignée de gros groupes, je prends toutes les informations avec des pincettes	me plaît		Local/Régional	
482	L'information fournie n'est pas souvent la plus pertinente	me déplaît			
483		me plaît		Politique, Rien de spécial	
484	Pas assez développée relation sud et nord (flamand wallon)	me plaît		Politique, Sportif	
485		Ne me dérange pas			
486	Large et généraliste	Ne me dérange pas	Chacun/e a sa personnalité...	Sportif	Pour informer, il faut expliquer, contextualiser, répéter, être pédagogue (déformation professionnelle sans doute...) Le journal devrait durer plus longtemps pour avoir le temps de développer les sujets et les diversifier. Mais je n'y crois pas. Nous sommes, moi y compris bien sûr, dans l'instantanéité du défilement des gros titres sur lesquels nous ne cliquons même pas.
487	Trop régionale (wallonie et France mais peu sur la Flandre) Actualité internationale focalisée sur France Et USA (nations "importantes")	me plaît		Sportif	

Annexe 2 : Enquête qualitative

C. B., 26 ans, Représentante commerciale, Bruxelles (3 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Réseaux sociaux et applications de journaux: DH, RTBF et la Une. Je préfère lire que regarder une vidéo, car je ne suis pas toujours dans un contexte pour la vidéo. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Je regarde minimum une fois par jour une des trois applications pour regarder les infos vidéos. Le JT sur la TV: une fois tous les 3 mois maximum. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« C'est court, informatif. Un condensé d'information, mais ça peut aussi avoir des cotés négatifs, car 90% des informations données au JT sont négatives et pour des gens qui comme moi sont un peu émotifs ce n'est pas agréable. On focus trop sur le négatif alors qu'il y a plein de positif dans le monde. Ce qui n'arrive pas toujours jusqu'au JT. Je trouve que nos JT sont très bien présentés même si je ne les regarde quasiment jamais. Je pense aussi qu'ils semblent moins politiquement influencés que les français. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« le coté répétitif de: "on va vous donner les titres de, vous donner le sujet, puis répéter les titres. C'est vraiment une question de format plus que de fond."⁴

- regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Surtout sur mon smartphone grâce aux notifications et donc je peux faire un tri sélectif sur celles que j'ai envie de lire. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Oui, car j'aimerais me retourner vers le côté plus théorique du commercial donc pour mon travail ça pourrait être plus intéressant pour moi de me concentrer là dessus même si je pense que le journal papier pourrait m'aider plus à ce niveau. Pour que je le regarde, il faudrait un juste équilibre entre nouvelles catastrophes et nouvelles positives. Présenter les sujets "intéressants de manière plus condensée. Certains sujets pourraient trouver leur place sur une plateforme digitale, mais un simple rappel sur le JT suffirait. Les interfaces des applis sont excessivement moches. Il y a moyen de faire quelque chose de plus attractif et lisible avec les outils d'aujourd'hui pour que les gens de mon âge aient envie de revenir vers l'info. Les présentateurs qui sont toujours très strictes et "coincés" pourraient être plus naturels. Je trouve aussi que nos médias belges ne relaient pas assez l'info via les nouveaux médias. On est encore dans un monde trop scindés entre médias traditionnels et médias digitaux alors que c'est sur ces médias qu'ils vont influencer les générations de demain. Il pourrait y avoir une collaboration très intéressante entre les médias traditionnels et les médias digitaux en puissance et là où sont tous les gens de mon âge, plus jeune et plus âgé. Je trouve que c'est dommage, car l'existence de l'autre ne veut pas dire que l'autre va cesser d'exister. Leurs formats sur les applications sont mal faites et inconfortables. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

“Pour un média d’information, le public est important, car les journalistes ne peuvent pas être partout en même temps. Le public peut aider à publier plus vite une info, mais il faut faire attention à la modification de l’information. c’est une source d’information de haut potentiel, mais avec laquelle il faut faire attention, ce qui je pense n’est pas toujours le cas. Je ne vois pas de mal à ça si c’est fait correctement. Par exemple les micros-trottoirs, c’est toujours les même genre de personnes, un public très typé, c’est toujours les mêmes et ça je trouve que c’est problématique.”

- Quel serait pour toi le meilleur média d’information au niveau de la forme et du contenu ?

“De toute façon une application mobile. Ce que j’aime particulièrement: le format titre, photo, résumé de l’article comme ça tu es au courant de ce que dit l’article dit, mais si le sujet t’intéresse tu peux aller plus loin. Contenu plus naturel, moins strict de “je lis mon prompteur, je suis un robot.”

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

“Si elle est bien faite oui. C’est déjà le cas sur certaines applications ou certains articles sont payants. Je pourrais payer pour une application de news si celle-ci est bien faite.”

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l’information ?

« J’aime bien, ça permet de cultiver d’une façon plus ludique l’esprit critique des gens. »

S. C., 24 ans, Analyste opérationnelle dans la finance, Bruxelles (3 juillet 2018)

- En général, comment t’informes-tu le plus ?

« En général je regarde le JT quand je suis chez mes parents. Sinon majoritairement sur Facebook, car je suis abonnée aux comptes Facebook des médias et je lis quand l’article m’intéresse. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Quand je suis chez mes parents de temps en temps le weekend. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« En Flandre c’est beaucoup plus résumé pour certains sujets et il y a plus d’information. C’est plus équilibré que les journaux francophones. En France on a l’impression que c’est plus professionnel. En Belgique c’est toujours des sujets un peu intéressants ou très politiques. La quantité de fois où je me dis que quelque chose que je veux voir dans les titres arrivent en toute fin. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« C’est chouette d’avoir une personne qui fait les liens entre les sujets. C’est embêtant de savoir que dès que cela traite de politique, les médias sont toujours un peu influencés et manquent. »

- regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Non, uniquement sur la télévision. »

- À l’avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Oui. Chez moi c’était un rituel et donc c’est une manière de le faire avec une famille. En étant adulte tu as envie d’être informé. a la demande ou on pourrait choisir, mais on risque de ne pas se renseigner sur le reste. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l’information selon toi ?

« Je ne vois pas l'intérêt d'avoir l'avis des gens souvent influencés par la caméra. Quand on laisse cette opportunité-là aux gens, les gens commencent à donner leur avis et à dire n'importe quoi. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Je trouve que parfois c'est important d'avoir plus d'infos. Le contexte est important, on n'a pas besoin d'avoir l'avis de personnes lambda. C'est intéressant d'avoir un contexte sinon notre vision de l'information est biaisée. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Oui si ce n'est pas trop cher. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Je ne connais pas donc je n'ai pas d'avis là dessus. »

L. N., 24 ans, Consultant en sécurité chez Master Card, Bruxelles (3 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Moi j'avoue que je m'informe peu. Quand je suis chez mes parents, je regarde le JT. Dans la voiture j'écoute les infos. Donc c'est surtout sur Facebook avec les articles qui me parlent. J'ai peu de temps puis le JT, c'est 70% de la politique belge et personnellement ça ne m'intéresse pas. Sinon c'est des faits divers. Je préférerais plus d'information internationale. Par exemple s'il y a un attentat en Belgique on en parle énormément alors qu'une même information en Syrie, rien du tout. De toute façon on sait bien qu'au JT ils montrent ce qu'ils veulent et les images sont truquées. Je n'ai jamais l'impression d'être vraiment informée. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Quasiment jamais. Je dirais une ou deux fois par mois. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« C'est surtout de la politique et de l'info qui me concerne moins. Même s'il y a toujours des choses intéressantes. Souvent dès les titres je suis désintéressée. Je regarde très rarement le journal. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« moins parler du football à la fin. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Parfois quand une vidéo passe sur les réseaux sociaux. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Pour éduquer nos futurs enfants et puis comme on est amené à voter il faudra bien se mettre au courant. Moi je préfère quand même regarder le JT que de lire maintenant je ne dis pas que je le regarderai tous les jours. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Je trouve que ça décrédibilise la presse et que ça n'instruit pas. Tous les gens qui commentent sont toujours des gens qui n'ont rien à faire dans leur vie. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Ce serait une application dans laquelle tu pourrais choisir l'information qui te plaît. De l'actualité internationale. Si on en parle pas, ces gens se disent que c'n'est pas important. Il

faut peut-être leur montrer les sujets internationaux afin qu'ils s'y intéressent. L'actualité météo je m'en fous sauf si c'est pour sensibiliser les gens.»

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Pourquoi pas si l'information en vaut vraiment la peine »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Aucune idée, je ne regarde pas ça. »

A. G., 25 ans, Etudiant en Master 2 à la Louvain school of management, Bruxelles (3 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« J'aime bien m'informer. Depuis avant mes études, l'actualité m'a toujours attiré même enfant. J'ai surtout des applications flamandes: De Standaard pour améliorer mon néerlandais. Une info très généraliste. J'adore écouter la première. J'écoute UN PEU DE TOUT. L'avantage de la radio est que tu ne peux pas choisir ce que tu écoutes, ce qui force à apprendre et écouter des choses que tu n'écouterais jamais. D'ailleurs j'ai appris plein de choses pour mon mémoire. Je n'achète jamais le journal, mais quand je prends le métro j'essaie de prendre le Metro gratuit. Je pense que plus tard je prendrai un abonnement. Peut-être que je le ferai. J'aime beaucoup la BBC News, car on peut faire sa propre timeline et ajouter des topics et ça réagit en fonction de ce que tu as demandé. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Jamais.»

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« je ne regarde plus le JT, car je ne peux pas choisir mes sujets et je vois ça comme une perte de temps. À la radio tu es forcé d'écouter, mais de toute façon c'est ça ou tu n'écoutes rien. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« C'est important d'avoir encore un professionnalisme. Je préférerais un format comme Netflix ou je choisis mes reportages. Pour moi, le JT est amené à disparaître. Personne de notre génération ne regarde le JT. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Non »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Peut-être juste dans une autre langue pour appliquer la langue. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Dans les micros-trottoirs, c'est toujours les gens qui s'y connaissent le moins. C'est souvent des racistes... J'ai l'impression que les personnes lambda vont de plus en plus s'improviser journalistes. C'est dommage, car ce sont des gens mal informés. Pour moi du coup, la valeur ajoutée d'un article serait la vue critique d'un journaliste qui peut apporter du contexte que la personne lambda ne peut pas fournir. Le problème également c'est que beaucoup de journalistes ne sont pas spécialistes sur le sujet qu'ils traitent. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Faut aussi savoir que nous on a eu l'occasion d'avoir eu des parents qui nous ont éduqués. Des gens attendent la Bimbo du jour ou le Foot. Je sais qu'on n'appartient pas à la majorité. »

J'aime bien le format de l'application de BBC NEWS. Dès qu'il y a une actualité tu tu reçois la dépêche, mais plus tard, ils alimentent le même article sur le même lien, mais il se construit petit à petit. Ça permet de remettre l'information dans son contexte plus tard dans la journée. Je trouve ça bien d'avoir juste les faits, mais je trouve ça bien aussi de percevoir l'opinion du journaliste. Mais je pense qu'il faut faire attention aux conclusions hâtives dans des petites brèves sur vidéo. Ce serait bien qu'à l'école il y ait l'éducation aux médias afin que l'on apprenne à avoir un regard critique. Eduquer à comment percevoir l'information qui soit creusée au plus jeune âge. Cela pourrait donner la chance à tout le monde d'avoir les clés pour s'informer. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Oui. ça ne me dérange pas de payer pour une information correcte. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Je ne considère pas Konbini ou Brut comme de l'info, mais du divertissement uniquement. En ce sens que je ne vais jamais aller chercher une info sur Konbini c'est plus de l'humour pour moi ou de l'inhabituel. Ça me plaît beaucoup, car c'est une approche décalée de l'actualité qui offre un regard sans jugement, Brut mettant l'accent sur les faits. Mais je ne suis pas un pro ou un adepte donc c'est plus un ressenti qu'un avis. »

A. D., 24 ans, Avocate stagiaire, Liège (4 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

“J'aime beaucoup la radio. C'est la première chose que je fais le matin. Puis quand je vois une info passer sur les réseaux sociaux. Le papier c'est très rare, surtout quand j'ai pas de connexion internet. Je suis beaucoup l'international et l'actualité politique domestique et internationale. Je lisais le New York Times: les aliments tendance, destinations inconnues: plus par divertissement”

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Tous les deux jours sur mon ordi. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

“Je trouve que les JT sont toujours trop dans l'émotionnel. En plus, il y a des déséquilibres dans les choix d'actualités. On peut faire un JT de 25 min sur les accidents sur la route et consacrer seulement 2 minutes sur Kim et Trump. C'est beaucoup trop de faits divers et beaucoup trop belgo centré. Et puis je déteste les micros-trottoirs. Donc je ne suis pas une grande passionnée de JT. Je suis une « millennial » excessivement connectée. On a un temps de concentration hyper réduit par rapport aux générations précédentes. Dans une info de plus de quelques minutes, mon focus n'y est plus.”

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Micro trottoirs, coté très statique et graphique du présentateur. La météo c'est peut-être un peu inutile. Ce que j'aime bien c'est quand il y a un reportage de l'Iran et une mise en contexte. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Je ne compte pas acheter de tv donc plus en plus sur le PC. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« je déteste l'idée d'avoir un horaire imposé donc pas de manière linéaire, mais en replay. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?
« Ça dépend quel type d'information. Non aux micro trottoirs car ce n'est plus objectif, tu ne sais jamais comment les journalistes ont choisi les personnes qui réagissent. Sauf s'ils sont concernés par l'info. Le système comme "Alertez-nous" ne me choque pas tant que l'information est pertinente s'il y a une information intéressante. »
- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?
« il faut pouvoir accéder à l'information sur plusieurs médias d'information. Sur le plan pratique, les applications sont faciles et accessibles, mais j'aime aussi acheter un papier. Mais pour m'informer rapidement et facilement. Dans mon entourage, les actualités internationales priment: les jeunes voyagent de plus en plus, connaissent de plus en plus de pays à petit budget fait que l'actu internationale est importante: pas que politique: aussi des faits divers et informations de pays tiers. Faits divers sans importance dont on te parle de par la proximité géographique.»
- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?
« oui. Sans doute pas en tant qu'étudiante qui gagne sa vie oui. »
- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?
« J'aime beaucoup l'info un peu décalée, et je n'ai aucun problème avec l'humour noir et l'ironie. Freedom of speech comme on dit! »

R. D., 24 ans, Assistante sociale, Daverdisse (Province du Luxembourg) (4 juillet 2018):

- En général, comment t'informes-tu le plus ?
« Je m'informe peu, car il y a trop de fausses informations données et ça n'enrichit pas ma vie. Ça manque d'informations positives. »
- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?
« Jamais »
- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique
« La manière dont c'est présenté m'agace. L'air impassible, comme si rien ne les atteignait et que tout était normal. »
- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?
« Les images diffusées au JT sont retouchées et mises hors contexte. »
- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?
« Non »
- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?
« Surement pas. »
- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?
« Quelle est la finalité de tout ça. Autant créer des groupes de paroles. »
- Quel se rait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu?
« Une information plus positive et surtout objective sur un site internet. Je préférerais une bonne information cherchée par semaine, pas besoin d'avoir de l'info tous les jours. »
- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?
« Si c'est pour des personnes indépendantes oui, mais pas pour financer des sociétés déjà friquées. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« On ne suit pas du tout ce genre d'infos donc on ne saurait pas vraiment t'en dire plus... Pour ma part, j'ai déjà regardé quelques vidéos de Brut., mais je ne prends pas ça très au sérieux...ça peut être sympa, des témoignages intéressants, mais je ne prends pas ça pour de l'info, c'est récréatif quoi. »

J. P., 27 ans, Conducteur de train, Daverdisse (Province du Luxembourg) (4 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Il y a un manque d'objectivité et de transparence dans les médias. Moi je regarde surtout les blogs spécialisés. C'est contrecourant par rapport à l'information Mainstream. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Jamais »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« Tous les mêmes JT avec les mêmes infos, mêmes interviews. C'est la pensée unique. C'est déprimant de savoir que ce sont des grands groupes financiers qui détiennent les médias. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Il y a un côté télé réalité fatigant au JT. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Non »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Non »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« c'est du divertissement. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Pouvoir regarder le JT via l'application en rediffusion à la carte ou pas et pouvoir le voir en live si tu as envie. Une application sur laquelle je peux écouter de la radio. Surtout sur le téléphone et via les réseaux sociaux. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Je ne pense pas sauf si vraiment c'est pour de l'information qui en vaut la peine et pas biaisée. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Je ne connais pas bien. »

C. V., 23 ans, Etudiante Bac 2 2 Institutrice primaire, Waterloo (5 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Via Facebook ou sur l'application du Soir. Sinon le JT le midi. Je regarde parfois la vidéo via Facebook. RTL je le regarde de temps en temps. Mais jamais sur leur site de base sauf si je recherche vraiment un article pour une raison ou une autre. J'écoute beaucoup la radio, car je suis beaucoup en voiture. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Plusieurs fois par semaine à 13h : d'abord RTBF puis TF1 : car tout un reportage sur le patrimoine français. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« Je ne regarde plus jamais la tv . Je fais tout sur mon PC. RTL j'aime un peu moins, car ça semble moins préparé que sur la RTBF, mais je trouve que le JT de TF1 parle de plus de choses et ont des reportages un peu différents. Je découvre des nouvelles choses et on ne passe pas tout le JT à parler de la finance et de politique. Cela parle d'autres cultures mêmes si c'est dans ton propre pays.»

- certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Rien ne me vient à l'esprit. Juste le fait qu'avec l'attentat à Barcelone par exemple : ils cherchent des gens qui parlent français pour avoir une interview vite faite. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Non »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Le JT de 13h est devenu un repère. Il est possible que je retourne vers le JT, mais pas sure. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Alerte-nous ça peut être intéressant parce que tu peux être au courant de quelque chose près de chez toi par contre c'est intéressant sur le site, mais je trouve que cela n'a pas sa place au JT. Les micros-trottoirs, ça peut être intéressant, mais il faut faire le tri, car certains racontent n'importe quoi. Par contre quand c'est drôle ça permet de rendre le JT un peu amusant.»

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Pouvoir regarder le JT via l'application en rediffusion à la carte ou pas et pouvoir le voir en live si tu as envie. Une application sur laquelle je peux écouter de la radio. Surtout sur le téléphone et via les réseaux sociaux. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Payer ça m'énerve. Sur le Soir il faut parfois payer pour un article alors que le JT est gratuit. Je préfère quand c'est gratuit. L'article gratuit ou une vidéo gratuite si tu regardes les pubs. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Oui j'aime bien quand il y a un peu d'ironie dans la manière de donner l'info. »

M. T., 27 ans, Etudiante Master 2 sciences biomédicales, Somme-Leuze (Province de Liège) (5 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« JT, un peu radio en voiture, sur le web avec des abonnements au Soir, 7/7. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« 1x/jour sur la RTBF ou France 2. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« On parle peut-être pas assez de la Belgique ou parfois de choses pas utiles pour avoir de l'audience ou faire des clics. »

- certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Rien ne me vient en tête. Sur France 2 le weekend tu as une personnalité qui vient pour parler de son actu. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Non »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« J'aime bien l'idée de voir tout un JT. C'est pour ça que je regarde sur la télévision »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Je n'ai pas d'avis là dessus, mais je me dis que ça peut être pas mal, car on sait ce que la population pense. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« L'info sur les réseaux sociaux me plaît vraiment. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Non. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Je ne connais pas donc je ne peux pas te dire. »

Q. F., 23 ans, Etudiant en Master 2 ingénieur civil, Mons (11 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Web et smartphone. Surtout le smartphone. Beaucoup via redit et le reste en général le matin je lance la première sur la radio de mon téléphone et j'utilise l'application RTBF info et je regarde les gros titres. Page navigateur de mon téléphone qui me propose des titres d'articles de plusieurs genres. C'est donc un peu de tout. Des fois je regarde le journal sur Auvio et aussi l'application RTL pour le foot. Mais je regarde plutôt le journal de la RTBF. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Ça dépend vraiment des semaines/ des fois c'est tous les jours et à d'autres moments pas du tout. 2 à 3 fois semaine. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« C'est assez classique comme format, ça ne bouge pas trop même s'ils essaient des nouvelles séquences pour attirer les jeunes. Mais je ne pense pas que ça marche beaucoup. C'est plus adapté à un salon qu'autre chose. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« C'est bête, mais les sujets qui reviennent chaque année, on s'en moque un peu. C'est pas vraiment de l'information pour moi. Ça pourrait aussi être dit en 2 lignes et c'est juste pour remplir le JT. Je trouve ça bien de d'abord traiter les sujets importants puis passer vers du plus léger. Le format live + reportage est bien »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« PC ou smartphone. J'aime bien les micros reportages Vews sur smartphone. Je regarde tout le JT, pas juste certains sujets. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Je pense que je pourrais le regarder à des heures constantes, en cuisinant ou en mangeant pour l'avoir en fond et écouter à moins que le sujet m'intéresse vraiment »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Les micros-trottoirs en général, les gens disent ce que tout le monde pense et ça sert un peu à rien, ça remplit un peu le reportage sans rien apporter. Alerte-nous c'est bien je pense, mais faut pas que ça soit trop poussé. Ça permet d'alerter, mais il ne faut pas que ça empêche la bonne information. Ça m'agace plus qu'autre chose quand on veut m'attirer sur l'avis du public. Je veux un point de vue objectif sur l'actualité. Je ne sais pas quel avis me faire sur

l'avis de n'importe qui. Je préfère un avis d'expert qui a traité le sujet. C'est vous qui le dites par exemple ça m'agace. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Ce que propose la RTBF avec son appli RTBF info qui renvoie vers leurs autres médias pourrait être améliorée mais c'est pas loin de quelque chose qui m'intéresse plus. Ils pourraient davantage avoir du texte avec la vidéo. Ce serait plus intéressant d'avoir toutes les offres directement via l'application et ne pas renvoyer toujours vers d'autres applications. Faire un mix de toutes leurs offres sur une application et créer plutôt un forum pour qu'il y ait une vraie discussion au lieu de juste des commentaires. Si on pouvait attribuer une légitimité aux commentaires des gens sur les commentaires, la modération se ferait via les utilisateurs, car très souvent les commentaires sont des trucs racistes ou qui n'ont aucun sens. Au moyen de votes positifs et négatifs et d'un certain historique des commentaires. On pousse le concept un peu plus loin. Pourquoi pas mixer le tout. C'est bien vu quand il y a des réponses de la part de la RTBF peut-être de la personne qui a rédigé l'article pour donner des sources et des points d'éclaircissements. Mixer les articles que la RTBF poste avec les sources des utilisateurs. Un sujet qui plaît aux gens qui les intéresse »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?
- « Je pense que ces applications, pour que ça marche il faudrait un modèle gratuit avec la possibilité de supprimer la publicité si on paie. Possibilité de personnaliser les profils de manière payante avec des outils esthétiques. Il ne faut pas freiner l'accès à ce genre de site via un mur payant sinon trop peu de personnes y accèdent. »
- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« J'aime bien le côté ironique, mais je pense que ça dépend du sujet. Moi j'aime bien. Je pense qu'on est tout le temps dans l'accès à l'info rapide, l'ironie permet d'attirer l'attention ou de retenir davantage des points clés sur le reportage que quand finalement tout est annoncé de manière monotone, car sans rapport visuel conséquent on peut être distrait et pas retenir l'information. On fait de plus en plus ça en plateau avec des chiffres et des graphiques. La remise en contexte est très importante pour moi .»

A. J., 24 ans, Formateur en TICE: “technologies de l'information et de la communication dans l'enseignement”, Chanly (Province du Luxembourg) (12 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Je regarde beaucoup sur internet avec mes sites de référence avec Twitter depuis récemment et j'écoute la radio le matin, mais je ne supporte pas la TV. Je préfère plutôt l'infotainment. Pendant ma journée de bureau ou vite fait. Souvent soit je lis en diagonal, soit car l'article est court puis je complète plus tard. Quand j'ai un article qui m'intéresse, je l'ouvre rapidement sur une page que je garde sur mon PC pour plus tard. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Jamais sauf si je tombe par hasard. RTL a une façon d'écrire les articles ou on te résume la vidéo. Je regarde rarement la vidéo quand Jacqueline s'est fait couper ses fleurs par sa voisine, je m'en fous de la vidéo. Les médias comme RTL, tu interagis fortement.»

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« C'est un format que je ne regarde pas, trop anxiogène. Je trouve le JT trop répétitif avec deux éditions par jour. Ça me fait ni chaud ni froid et ne me correspond pas, surtout lorsqu'il y a un invité alors que je peux le regarder sur Youtube avec une meilleure mise en contexte. C'est pareil avec les graphiques et les infographies pour nous en donner plein la vue. Les JT sont trop longs pour ce que c'est: titres, sujets, très redondant alors que je prends plus de plaisir d'écouter le JT à la radio, tout aussi standardisée, mais plus court. Je suis toujours sur rtl.be. Je préfère ça aux journaux papier, car on ne nous demande pas de payer. Le seul site de journal papier sur lequel je vais c'est l'avenir, car c'est très local. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Le partage du stress, titres trop longs et pénibles. Alors que je suis un amateur des nouvelles technologies, leur numérique au JT ne sert à rien je trouve. Ça n'amène rien du tout et ne rend même pas le contenu plus dynamique, car le présentateur est au dos de l'image à faire on ne sait pas trop quoi. La mise en page est ennuyante par définition: ça fait 50 ans qu'on fait ça dans le JT. Dans l'infotainment ils ne font pas ça, on lance un sujet, pas besoin d'artifice, car les gens ne sont pas stupides. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Non très peu à part sur une application comme rtl play par exemple. Des formats comme Konbini News ne me plaisent pas non plus, car pas de dynamisme de plateau. Ce qui marche pas trop mal c'est quand j'ai une vidéo qui peut être comprise sans son. Le fait de pouvoir regarder la vidéo sans ennuyer tout le monde. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« avoir un présentateur avec une personnalité qui porte un JT qui lui est propre quitte à ce qu'il y ait plusieurs présentateurs, un autre plateau moins ennuyant. Le format TV qui me plaît le plus c'est le Quotidien, le format qui me plaît le plus, qu'il y ait un public avec une vraie dynamique de plateau alors que le JT, le présentateur est tout seul. Il devrait plus s'affirmer. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Je trouve que ce qui est intéressant c'est quand l'information suscite des débats de société dans les commentaires sur les réseaux sociaux. À travers ces échanges-là, tu peux avoir des informations supplémentaires et adopter un nouveau point de vue grâce aux commentaires. Les micros-trottoirs je trouve cela très cliché puis ce n'est pas toujours très pertinent. Le "alertez-nous" au moins il y a une réflexion du journaliste avant de le poster alors que micro-trottoir c'est l'avis d'une petite vieille qui vient d'acheter trois patates qui va dire n'importe quoi. Le bouton "alertez-nous" c'est chouette, mais la dérive c'est qu'il y a un travail journalistique à faire derrière, car parfois des infos sortent via ce genre de truc et elles sortent erronées. Ce que j'aime bien avec le bouton orange c'est que j'ai l'impression de pouvoir être utile au média et donc que ce n'est pas un média au-dessus du peuple, inatteignable. Moi je l'ai déjà utilisé pour parler de ma musique engagée. Ils avaient même passé quelques secondes de ma musique dans la matinale de Bel RTL. Ce qui est sympa est d'avoir un feedback et ils en ont fait quelque chose. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Un site internet. Je ne suis pas partisan qu'on supprime l'un ou l'autre type de contenu. Le gros truc c'est qu'en consultation de l'actualité permanente, le but c'est de pouvoir consulter l'actu de manière claire. Pour moi le meilleur média pour ça, ça doit être un site web

consultable sur son PC et sur son smartphone. Alors qu'appli c'est juste smartphone. La télévision linéaire oblige un rendez-vous à ne pas manquer. Un format fort transmédia dans l'identité."

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

"J'ai un gros doute. On est habitué maintenant à l'avoir gratuitement. Je serais curieux de voir vers si le paiement de certains articles sont payants marchent. Ca peut dépendre du format d'abonnement: si je paie une fois l'application pour avoir accès à vie ou pour un an. Mais si je dois payer par mois j'évitais sauf si l'appli a vraiment une plus-value."

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Je pense que ça a un côté plus personnel et humain contrairement au format très standardisé du JT. L'infotainment a plus de rythme. Je ne suis pas embêté que les émissions d'infotainment ne soit pas neutre. Je préfère un média qui prend position. »

L. de B., 29 ans, Contrôleur de gestion , Bruxelles (23 juillet 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Principalement je lis les journaux standards sur internet souvent directement par le site quand je suis au travail et que j'ai 2-3 minutes et à côté de ça je suis abonnée au Vif l'Express ou je lis les rubriques qui m'intéressent. Sinon j'écoute la radio pour les News. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Occasionnellement c'est à dire même pas une fois par mois. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

"Je pense que les images sont souvent ciblées et ils montrent ce qu'ils ont envie de montrer pour la sensation. Il y a beaucoup de sujets ne m'intéressent pas qu'on ne peut pas passer. Je préfère lire et choisir mon info. J'aime bien l'économie nationale ou internationale, la politique belge, mais aussi celle de nos voisins et des États-Unis, le sport et tout ce qui est innovation. Tous les faits divers m'ennuient."

- certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Ce qui m'énerve dans les JT c'est qu'ils font souvent intervenir des gens à la rien à voir et qui n'ont pas de connaissance du sujet. Ils prennent parfois des images inutiles par exemple filmer une façade de maison alors qu'ils n'ont pas accès. J'aimais bien le 12 minutes : info concises et précises. Euronews j'aime bien : ils survolent l'actu de manière rapide et précise. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« non »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Non je vais plus sélectionner les sujets qui m'intéressent et avoir une émission qui fait un peu le résumé de l'actu, mais je vais toujours privilégier l'écrit et les investigations de fond quitte à avoir l'info plus tard, mais riche en information. Dans ce cas-là je préfère avoir un condensé en écoutant ou en faisant autre chose quitte à avoir plus d'info de fond par la suite/ maintenant des événements comme le World Trade Center et qu'on a besoin des images alors oui. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Que le public avertisse c'est une bonne chose, car ça permet au reporter d'aller sur place pour investiguer. Les micros-trottoirs tant que c'est relevant. Maintenant la coupe du monde avec les supporters c'est plus pour donner l'ambiance. Les commentaires c'est un vrai

problème, car on donne la parole souvent aux mêmes personnes qui leur permettent de donner des arguments de haine véhiculés en donnant l'impression que c'est véhiculé par tout le monde. Pour moi ce n'est que négatif. Je préfère l'idée où les gens peuvent soumettre leurs écrits qui sont ensuite sélectionnés par les éditeurs. Je ne lis jamais ces commentaires. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Par exemple j'apprécierais quotidiennement un condensé d'actualité de manière résumée et puis avoir un journal hebdomadaire qui reprend l'actualité de la semaine avec des articles de fond qui permettent de comprendre les informations de manière plus approfondie. Ce serait principalement sur internet, mais j'aime encore assez bien la version papier, car je travaille sur PC tout le temps, mais sinon pour moi ça suffirait sur l'écran. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Je suis abonné au Vif et je trouve qu'il faut continuer à avoir des articles de qualité. Les gens ne le font pas gratuitement donc il faut payer pour de la bonne information. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Je pense que sérieux et légère ironie peuvent collaborer, mais il faut de l'investigation bien faite avec des journalistes spécialisés. Tant que l'info est de qualité, si c'est fait avec humour c'est plus agréable et attractif pour autant que l'info soit sérieuse. »

T. A., 28 ans, puéricultrice, Bruxelles (2 août 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Je dirais en général sur internet, j'ai un abonnement au journal le Monde. Je viens de partir en vacances et je me rends compte que la première chose que je fais c'est acheter un journal papier : Charlie Hebdo, Le monde diplomatique et le courrier international (celui que je lis le plus) quand j'aime temps je préfère la version papier. Comme internet c'est sur mon téléphone, c'est moins pratique, car tu peux pas laisser les pages ouvertes. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Non, car je n'ai pas la TV. Sur l'ordi je regarde parfois le journal d'Arte ; Je trouve que c'est moins faits divers et plus international et plus intello. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« Quand par hasard je suis chez ma grand-mère et qu'elle regarde RTL, je trouve que les sujets sont inintéressants. J'ai l'impression que c'est très ciblé, qu'il y a pas de différents points de vue, ça m'ennuie un peu et je trouve que les faits divers ça s'apparente un peu à du voyeurisme et ça m'ennuie de savoir que les gens regardent ça. De manière générale je trouve que les nouvelles ne sont pas bonnes et ça me déprime un peu, mais j'ai surtout l'impression d'être « manipulée ». La manière dont on aborde tous les sujets sert à faire passer un message unique. Je vois d'ailleurs l'effet que ça fait : ma grand-mère qui regarde la télévision à longueur de journée tient des discours de haine qu'elle ne peut entendre qu'à la télévision puisque personne ne parle comme ça dans son entourage. Typiquement sur les étrangers qui prennent les boulots des belges, les jeunes qui font n'importe quoi, l'écologie qui ne va pas si mal. »

- certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« J'aimais bien le fait qu'on commence par les sujets importants puis les moins importants comme ça je pouvais passer quand j'avais vu assez. Dans l'absolu ça va, c'est court, dynamique. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Non »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Pas du tout : mes enfants ne regarderont pas la TV et encore moins le JT. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« En général les micro-trottoir ça m'exaspère beaucoup. J'ai l'impression que c'est globalement ce qu'on fait aussi sur les réseaux sociaux. Je trouve qu'on donne la même légitimité à la parole de monsieur tout le monde qu'à un connaisseur et expert et je trouve que ce n'est pas normal. Maintenant je trouve que c'est important de savoir ce que pensent les gens. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« J'aime assez bien le format du Cosette: un mensuel avec une application smartphone pour les infos au quotidien. J'aime bien qu'il y ait des articles de fond de manière plus occasionnelle pour appuyer l'info quotidienne. Je pense que le papier c'est fini donc pour moi une appli c'est pas mal, que tu puisses être au courant rapidement. Quand tu lis un article, que tu puisses le fermer puis le relire après. Même par semaine en version papier c'est un bon deal. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Oui. Je suis abonnée au Monde et j'achète régulièrement des journaux papier. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« J'aime bien. Ça me fait rire. Konbini News je regarde beaucoup, j'aime bien et je trouve que ça dédramatise et en même temps l'information est bien fournie. Nordpresse par exemple me fait mourir de rire, car ils se moquent des informations traditionnelles. Même les versions papier que je lis sont satiriques. »

A. L., 20 ans, Etudiante Bac 2 institutrice primaire, Theux (Province de Liège) (3 août 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Moi généralement c'est plutôt regarder le JT le soir, car pendant la journée je suis en cours. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« J'essaie quotidiennement, mais certaines fois ça m'arrive que non. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« Je n'aime pas que ce soient régulièrement des nouvelles négatives. Je trouve ça dommage, car selon moi on peut élargir à des nouvelles plus positives. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Je trouve ça bien d'avoir des graphiques et des représentations quand on explique un phénomène ou quoi. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« De temps en temps sur Auvio quand je veux revoir des émissions, mais c'est plus rare. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Oui, car je fais plus confiance à un média via la TV. Cette année en histoire on a vu le phénomène de Fake News. Ça me rassure plus que ce soit à la TV alors que sur les Réseaux sociaux on peut plus vite tomber sur les Fake News. Je regarderais encore plus le JT si comme TF1, on avait plus de dimension culturelle, voir les bonnes nouvelles du monde, voir que les gens sont quand même heureux et que tout n'est pas dramatique. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Je pense que c'est important de demander l'avis quand c'est une enquête pour savoir ce qu'ils en pensent dans les reportages. Je pense que c'est important de donner la parole aux publics pour montrer que les médias ne sont pas intouchables. Par contre, donner son avis sur les réseaux sociaux il y a des excès. Les alertez nous je trouve ça pas mal, mais sans plus. « Je me pose la question de savoir s'il n'y a pas des abus pour faire déplacer des gens sur un lieu qui n'a pas d'intérêt. C'est un point d'interrogation. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« De base je serais plus pour soit un format papier, soit un format sur téléphone avec du contenu de nouvelles du monde pour voir ce qui va bien. Avoir du positif, car c'est ce qui me manque actuellement, car je pense qu'il y a quand même du positif. Ce serait de toutes sortes de formats, avec des partenariats pour présenter une ville de tel ou tel pays pour avoir une manière de voyager à travers leur écran et cela permet de faire rêver les gens. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Je ne paierais pas, car ce serait inégal et je trouve que c'est un droit d'avoir accès à l'information gratuitement. Il faut essayer que la majorité de la population soit intéressée par l'information. Si on la fait payer en plus, moins de gens écoutaient l'info à la radio ou à la TV. Moi vu que je regarde très peu sur les réseaux sociaux, je trouve que c'est normal d'avoir de la publicité. En Belgique on a moins d'information. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« La distance par rapport à l'information peut être intéressante du moment que la qualité soit là. Le journal télévisé c'est très strict donc c'est bien d'avoir un style plus léger, mais il ne faut pas aller trop loin dans la satire. »

H. V. 20 ans, Etudiant Bac 2 instituteur primaire, Theux (Province de Liège) (3 août 2018) :

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Moi c'est le contraire je regarde quasi jamais la TV. J'aime les pages Facebook médias de la RTBF. C'est surtout sur Facebook, mais très peu à la TV sauf si quelqu'un regarde à côté de moi. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Moi je dirais environ une fois par semaine ou une fois toutes les deux semaines et jamais en entier. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« Je trouve que c'est souvent fort des choses négatives. Quand je tombe dessus c'est souvent négatif. Maintenant quand il y a des gros événements positifs comme des festivals ils en parlent aussi au JT et je trouve ça chouette. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Non, j'ai le sentiment que la télé et le JT évoluent avec leur temps. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Moi vu que je tombe direct sur les réseaux sociaux, je les regarde régulièrement. Mais jamais un journal entier. Certains sujets m'intéressent plus que d'autres donc j'aime pouvoir les cibler, car je pense par exemple quand il y a eu les attentats, c'est un truc qui a tourné en boucles avec les mêmes images et à la fin ça devenait too much. C'est clair qu'il faut être informé, mais à partir d'un moment c'était trop. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Moi j'aime bien le mode réseaux sociaux. Je suis critique par rapport à ce que je lis donc j'essaie de rester critique par rapport à ce que je vois. J'aime bien le mode de pouvoir choisir ce qui m'intéresse sur internet. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« L'idée de pouvoir alerter les médias ça peut être intéressant, car on ne peut pas être partout à la fois maintenant il y a des risques d'exagération. Il faut qu'il y ait une grande analyse de la part des journalistes avant de faire le sujet. Je suis critique sur l'avis du public, car il y a des gens fort extrêmes. Les micros-trottoirs sont souvent sélectionnés et cela reste un trop petit échantillon d'avis et c'est limite plus à tendance humoristique. Les commentaires Facebook il y a de tout. Des personnes vont trop loin et sont trop extrémistes. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Pour la manière, j'aime bien l'idée que ça soit accessible sur les applications, car je pense que ça s'améliorera de plus en plus. Il existera des technologies pour que ce soit encore plus accessible. Une information plus ciblée sur ce qui nous intéresse plus maintenant avoir des infos en tout genre nous permet de s'ouvrir à plus de choses. D'un point de vue personnel, je serais plus vidéo, mais pour que ça convienne à plus je trouve qu'il faudrait des deux. Si on ne fait qu'un seul format, ça ferait fuir certaines personnes. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Je ne serais pas pour le fait de payer pour de l'information. S'il faut payer pour s'informer, les gens qui ont plus d'argent pourraient être mieux informés. Cela creuserait plus le fossé d'inégalité donc ce n'est pas une bonne idée. Ce n'est déjà pas gratuit de base, car il faut déjà payer les fournisseurs d'accès. »

- Que penses-tu du regard distant voire satirique sur l'information ?

« C'est bien de prendre l'information avec un autre regard, mais il peut y avoir un côté un peu dangereux. Beaucoup de personnes ne comprennent pas l'humour. Le côté plus sérieux du journal ne me dérange pas, mais je pense que certaines personnes peuvent se sentir plus concernées par un style moins sérieux, car cela casse le côté trop sérieux du journal. »

S. D., 37 ans, Demandeuse d'emploi, Liège (6 août 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Sur les versions internet gratuites du Soir, le Morgen et le Standaard et le cas échéant et en fonction du sujet, je vais aller sur un autre site et si c'est un sujet international, un site d'un média étranger. Parfois je regarde les JT de la RTBF et VRT en streaming pour approfondir plus puisque je consulte le gratuit. Parfois j'achète la version papier pour être vraiment informée. Parfois j'achète des hebdomadaires: le Vif l'Express, le nouvel observateur, le Knack. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« Un toutes les deux trois semaines. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« En général la qualité moyenne on n'a pas à s'en plaindre, mais je trouve qu'il pourrait approfondir certains sujets et laisser plus parler les politiciens ou les spécialistes. Ne pas couper le médecin par exemple quand il a des choses à dire. En ce qui concerne la couverture ça va mieux du côté francophone que du côté flamand, mais je trouve qu'on manque d'ouverture sur l'actualité internationale. Parfois les médias flamands montrent une meilleure qualité. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Il n'y a pas spécialement quelque chose qui me vient à l'esprit. Je n'y accorde pas beaucoup d'importance, mais je trouve qu'au niveau de la forme la RTBF et RTL sont toujours un peu à la traîne ou fait avec très peu de moyens. Les petites musiques, les images, etc. semblent conçues par quelqu'un qui se base trop sur ce qui se faisait avant. Pour moi ce n'est pas le point le plus important à améliorer le JT. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Juste en streaming sur mon PC. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Non, j'ai des horaires de vie un peu trop irréguliers pour regarder le JT chaque jour à telle heure et je n'ai pas de télévision. En plus pour aller regarder le JT en streaming c'est toujours toute une affaire. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Le public doit avoir un rôle, mais il est beaucoup trop important et aujourd'hui tout le monde peut dire n'importe quoi. Quelle que soit la personne, si elle connaît le sujet ou pas, elle a le même poids qu'un spécialiste et je trouve ça dangereux surtout pour les gens qui ne peuvent pas faire la différence. En plus ce n'est pas du tout représentatif de l'avis de la population. Par contre parfois c'est comique. Je dois dire quand c'est rigolo, c'est bien, mais il faudrait. Le bouton on conçoit qu'il y a un aspect pratique pour les journalistes, mais en même temps, n'est-ce pas plutôt le rôle de la télévision régionale de couvrir les événements de quartier ? Là aussi je conçois que dans le JT il faut que la population ait l'impression d'être écoutée quand c'est vraiment important notamment sur le point politique, maintenant, les modalités actuelles ça ne va absolument pas. Peut-être qu'il faudrait faire de temps en temps des entretiens de fonds avec des citoyens qui sont vraiment engagés sur quelque chose, mais il faudrait aussi que ce soit cadré. Sur les réseaux sociaux, il y a des énormes dérives dans les commentaires. Mais on ne peut pas interdire les gens de parler. Maintenant peut être que les journaux et les sites des médias devraient modérer un peu plus ou permettre la discussion uniquement pour certains sujets en faisant en sorte qu'un professionnel soit toujours présent pour discuter avec eux et

éviter que les gens disent n'importe quoi entre eux. On peut concevoir que des propos racistes on efface, mais ce n'est peut-être pas la meilleure manière. Une personne pour élever le débat ça pourrait être intéressant, mais ça doit avoir un coût énorme. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« La RTBF par exemple, car c'est quand même son rôle, pourrait améliorer le confort d'utilisation de son service streaming et mettre en ligne plus de choses qui vont vraiment en profondeur, des débats politiques par exemple qui sont un peu hors JT, améliorer les mots clés qui sont cliquables par sujet. Par rapport à tel mot clé, il s'est passé quelle chose. Qu'il y ait comme une table des matières pour pouvoir trouver des sujets en lien avec l'actualité qui nous intéresse. Pour moi l'information sur les réseaux sociaux, les médias de qualité doivent y être présents, car il ne reste plus que ce qui est de mauvaise qualité, mais en soi moi ce n'est pas comme ça que je consomme l'information, je vais sur un site qui contient de l'information de qualité. Une collaboration avec les écoles pourrait être bien afin d'éduquer aux médias. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Je pense qu'on devrait tous se mettre face à notre responsabilité. Clairement moi je ne paierais jamais pour payer pour de l'information sur internet. Ce qui est absolument contradictoire avec le fait que je paie pour du papier. Maintenant je ne serais pas d'accord de payer pour la RTBF qui est un service public pour lequel on paie déjà. Le fait que je ne suis pas prête à payer pour le site du soir c'est une question de motivation. Si je suis vraiment motivée par quelque chose, je vais acheter le journal sur format papier et je vais payer pour. Maintenant pour de l'information faits divers ou moins intéressante, je ne paierai pas pour. Quand c'est juste pour se tenir au courant, je vais sur le Web, mais pour être plus informée de manière contextuelle, je retourne vers une version papier plus complète. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Très honnêtement l'humour bien géré de manière intelligente sur l'information ça me plaît, maintenant pour la forme, ça m'intéresse moins. »

S. C., 31 ans, Antiquaire Bruxelles (6 août 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« La plupart du temps je regarde le JT d'RTL. Celui de la RTBF m'énerve un peu dans la manière dont ils font les reportages qui sont plus difficiles à comprendre que sur RTL et sinon si par exemple quelqu'un dit qu'il y a eu une catastrophe, je tape sur internet pour voir ce qu'il s'est passé sur la DH, Le soir, RTL info et j'écoute beaucoup la radio. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« 2 fois par semaine. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« À l'heure actuelle, ils parlent beaucoup du négatif et j'aimerais avoir plus d'infos positives et qu'ils donnent les choses qui vont bien, car je suis quelqu'un de sensible. Je comprends qu'ils doivent dire les actualités graves, mais par exemple en fin de journal ils donnent des nouvelles positives de nouveaux artisans... et je trouve que la Belgique devrait faire pareil. Je trouve que ça devrait être un peu moins sérieux. Des fois les présentateurs sont un peu trop sérieux et carrés. Ils devraient parfois avoir un peu d'humour que les gens ne voient pas toujours de la négativité. Car on peut rester quand même sérieux. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Je trouve que quand ils font venir des gens sur plateau souvent les questions qu'on leur pose ne nous permettent pas d'en savoir plus. Pour finir, tu te dis que tu n'as rien appris d'autre et je trouve ça dommage, car c'est parler pour dire des choses. Des fois je trouve qu'ils devraient aller plus loin et approfondir. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Je lis les articles écrits des chaînes TV, mais je ne regarde pas les reportages. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Je pense qu'en vieillissant c'est possible, mais je ne pense pas être quelqu'un qui regardera tous les jours, car je suis très sensible pour ça surtout si le journal ne change pas. Par exemple après un attentat, on va en parler pendant toute la semaine. Qu'on en parle un peu okay, mais pas toute la semaine en nous tapant sur le système. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Je trouve ça bien qu'il y ait les boutons alertez nous, mais ils devraient aussi faire des sondages au sein du public pour être un peu plus près des citoyens que dans l'idée de faire de l'audience et des fois ils devraient être plus des citoyens et se poser d'autres questions, car c'est toujours les mêmes sujets qui reviennent. Il faudrait plus pouvoir envoyer les questions que se posent vraiment les citoyens, laisser la possibilité au peuple de dire ce qu'il pense. Avoir un site ou une adresse mail où les gens peuvent dire plein de sujets sur lesquels on aimerait que les journaux parlent ou un site qui demande ce qu'il nous intéresserait dans tel ou tel sujet. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« À l'heure actuelle, l'idéal ce serait une application gratuite qui permet que les grosses informations qui concernent des trucs importants qui nous envoient directement sur notre téléphone. Pas la petite vieille du village est morte. Que ce soit du texte ou de la vidéo, ça dépend de comment ils ont réussi à avoir l'information, tant que l'information est donnée. Ce qui serait bien, ils font un appel en disant si vous avez un sujet dont vous voulez parler, que les gens qui veulent faire un texte que ce soit intégré dans le site ou l'application avec peut être une rubrique spéciale par semaine. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Je sais qu'il faut payer les gens qui la produisent donc je peux trouver ça normal, mais il faut quand même que ça soit abordable pour tout le monde. Le soir numérique par exemple c'est cher alors que je trouve que ce soit accessible à tous ou qu'il y ait au moins un endroit gratuit. Des fois je trouve que l'information n'est pas accessible à tout le monde alors que je trouve que ça devrait être accessible à tous. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Je préfère d'une manière plus légère et ironique. C'est pas belge, mais le grand journal par exemple est mieux que juste le journal traditionnel. »

M. de H., 31 ans, Photographe et pompier, Saint Josse (6 août 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Essentiellement sur internet via Facebook, car les articles qui ressortent sont des choses qui m'intéressent sinon le Monde, RTBF.be, la DH même si c'est un journal de merde, mais c'est une routine, car il y a des faits divers, incendies par rapport à mon métier. Je regarde le JT de RTL de temps en temps à la caserne même si j'ai la télévision. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?

« une fois par semaine. »

- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« Ça dépend quel JT, mais au mieux je ne trouve pas intéressant et au pire je trouve que c'est de la manipulation. Je trouve que les journalistes traitent l'information pour faire de l'audience et pour moi ce n'est pas de l'information en tant que tel. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Je préférerais qu'il y ait plus de fond que de forme. Ils perdent trop de temps à s'attarder sur le contenu. Je préférerais plus de fond. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Smartphone non et PC, une fois par an s'il y a vraiment un truc précis via la RTBF.be. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Je pense pas non, car on a pas la même place avec la télévision dans l'espace familial que nos parents. Maintenant avec les ordinateurs on a ce qu'on veut quand on veut avec beaucoup moins de pub. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Les micro-trottoir c'est vraiment un gros cliché pour moi. Les journalistes choisissent les morceaux qu'ils veulent pour diriger vers ce qu'ils veulent dire. Les gens donnent une analyse sur quelque chose qu'ils ne connaissent pas. C'est comme l'émission "C'est vous qui le dites". C'est presque une manière de suggérer aux gens que c'est ça que tous les gens pensent alors que je trouverais surtout des analyses plus intéressantes. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Un truc qui sortirait une fois par semaine de 40 minutes avec des sujets plus longs et fouillés. Moins souvent, moins dans l'urgence en ayant eu le temps de bien comprendre le sujet pour nous donner les clés de compréhension de l'actualité. Sur internet version Youtube. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« C'est une question délicate, car je ne paie jamais sur internet pour l'info. Quand tu as du gratuit c'est difficile de payer pour avoir de l'info par contre je pense que pour l'indépendance de la presse et des contenus de qualité c'est indispensable. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?

« Tout ce qui est satirique pour moi est important maintenant je le sépare du journalisme traditionnel. Ce n'est pas vers cela que je vais me porter pour m'informer. »

R. V., 32 ans, Ingénieur du son, Bruxelles (6 août 2018)

- En général, comment t'informes-tu le plus ?

« Je regarde une ou deux fois par semaine le JT sur internet: j'essaie la RTBF. Sinon le Soir en ligne ou des articles comme ça. C'est toujours par internet et parfois des applications smartphone. »

- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?
« Une à deux fois par semaine. »
- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?
« Ils sont trop longs avec une moitié de mauvaises nouvelles et une moitié de choses dont on s'en fout. Énormément de faits divers surtout sur RTL et ils devraient pas se sentir obligés de faire si longs. »
- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?
« Surtout le fait divers. »
- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?
« Non. »
- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?
« Pas du tout j'ai pas envie d'attendre 19h30 pour le regarder d'ailleurs je suis souvent pas là. »
- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?
« Alerte-nous ça grandit la fréquence de faits divers donc je ne suis pas trop pour, mais en soi, l'idée de cette possibilité est intéressante. Les micros-trottoirs par contre je m'en fous je préfère avoir un vrai travail journalistique que l'avis de quelqu'un qui n'a pas toutes les infos et qui ne m'intéresse pas du tout. »
- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?
« Moi définitivement des vidéos que je peux regarder sur smartphone ou sur ma Smart TV, à la demande. Point de vue télévisé, juste vidéo. »
- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?
« C'est normal de payer, mais j'ai pas envie. Je comprends qu'il faille payer, mais pour le moment rien ne me donne envie de payer. Surtout dans la presse écrite en tout cas. Sur internet la presse écrite est tellement nulle en fautes d'orthographe, les faits divers, etc., rien ne me donne envie de payer à part le courrier international. »
- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?
« Je préfère quand c'est assumé d'avoir un regard humoristique qu'une bête présentatrice qui rigole en annonçant 5 morts. Les présentateurs n'ont pas du tout le visage de ce qu'ils annoncent donc je préfère qu'on assume l'ironie tant que le contenu reste intéressant. »

V.O., 31 ans, Indépendante dans l'accompagnement d'entreprise et coach professionnelle

- En général, comment t'informes-tu le plus ?
« Globalement plutôt sur internet sur les réseaux sociaux et sur les sites, mais je n'aime pas les journaux classiques, car ils transmettent une information biaisée et sensationnelle. Je peux déjà m'imaginer ce qu'on va présenter au JT. C'est toujours les mêmes types d'informations qui reviennent et qui ne sont pas des plus positives ou qui n'apportent pas beaucoup d'espoir. »
- À quelle fréquence regardes-tu le JT ?
« Je regarde très rarement le JT, quelques fois par ans, ce n'est pas régulier du tout. »
- Que penses-tu des journaux télévisés en Belgique ?

« C'est toujours la même structure avec des informations sensationnelles qui sont souvent de mauvaises nouvelles. Les sujets météo reviennent trop souvent. On focalise très rarement sur les bonnes nouvelles comme tel organisme qui a créé telle chose, il y a vraiment trop peu de bonnes nouvelles. Le sport, toujours le sport. Il y a une infime partie du journal consacré aux informations plus positives. Ce genre d'information travaille fortement sur l'inconscient des gens mêmes sans le vouloir. L'inconscient ingurgite toutes ces informations et du coup ça fait travailler l'inconscient. »

- Certains aspects du JT te semblent-ils inutiles ou obsolètes ?

« Sur la forme, j'ai un problème sur la répartition des bonnes et mauvaises nouvelles. Il faudrait que les tendances soient inversées et que les bonnes nouvelles prennent plus de place. »

- Regardes-tu le JT sur un autre outil ?

« Non. J'apprécie plus le papier, car on est moins passif que le JT par lequel on est obligé d'absorber. J'aime bien pouvoir être plus active dans l'information, car je trouve que ce qu'on nous présente n'est pas constructif. Ça répond plus à des réflexes archaïques que des envies de construire un monde plus positif. »

- À l'avenir, penses-tu que tu pourrais venir vers une consommation linéaire du JT devant la télévision ?

« Non je ne pense pas. »

- Quel rôle le public doit-il avoir dans l'information selon toi ?

« Je dirais que ce sont des bonnes initiatives, mais ce qui serait intéressant à faire si j'étais responsable d'un JT ce serait de mieux regarder ce que les gens aiment voir comme information donc ils devraient plus questionner le public sur les types d'informations qu'ils aiment. Pour les micros-trottoirs ça dépend des sujets. Si les avis sont divergents, si on interviewe sur des sujets particuliers et qu'on a des points de vue différents c'est intéressant, car on a de la richesse dans les différents avis. Mais pas si on donne l'avis à des gens sur un même sujet. Cela dépend donc des sujets et de la qualité des points de vue. Il faudrait diversifier les personnes qui répondent au niveau des origines ... Sur des sujets plus importants, mais pas si c'est par exemple pour demander comment les gens trouvent le nouvel iPhone. Par contre si c'est pour un sujet de société qui touche l'être humain de façon plus générale. »

- Quel serait pour toi le meilleur média d'information au niveau de la forme et du contenu ?

« Pour moi un média intéressant est via internet pour pouvoir le regarder quand on le souhaite avec la liste des thématiques ou on nous envoie la liste des informations du jour simplement en flash et là dedans on peut cliquer sur un lien particulier pour trouver un petit reportage qui explicite certains points afin d'être plus actif. Un meilleur équilibre entre des nouvelles à sensations équilibrées par des informations de qualité et positives. Trouver des sources d'informations différentes qui permettent plus d'enrichissement des médias et que le public soit plus actif dans l'information qu'il veut voir. Il faudrait toutes les sortes de formats qui dépendent de l'information. »

- Pourrais-tu payer pour une information que tu trouves de qualité ?

« Une information qui a un impact directement sur moi il faut que ce soit gratuit, car j'aurais un problème de devoir la payer. Maintenant une information qui va parler plus de thématique précise, qui va analyser plus en profondeur le fonctionnement politique, économique de certaines choses alors oui je serais d'accord, car il y aurait vraiment un travail derrière. Pas

pour des informations qui me concernent directement. Chacun est libre de vouloir y avoir accès ou pas et n'est pas spécialement impacté en y ayant pas accès. Savoir qu'il y a eu une inondation en Chine: d'accord. Vu qu'il y a un travail derrière, oui. »

- Que penses-tu du regard distant voir satirique sur l'information ?
« J'aime bien, car ça permet une certaine prise de distance par rapport à l'information et de voir les choses sous un autre aspect peut être moins dramatique. C'est un point de vue supplémentaire qui rajoute un point de vue intéressant. »

Annexe 3 : Entretiens avec les experts

Entretien du jeudi 22 mars avec Julien Fauchaux, responsable marketing des chaînes et de la régie publicitaire TV

- Au sein de RTL TVI, visez-vous des tranches d'âge en particulier ?

“À RTL TVI, nous visons les 18-64 ans et nous communiquons beaucoup pour ce public-là. On veut plaire à l'ensemble des publics en n'attaquant pas les tous jeunes. Avant on avait RTL kids, marque que j'ai tuée, car public cible très fort en concurrence avec chaînes spéciales kids. On a plus trop d'intérêt d'aller sur ce terrain-là. Contrairement à la RTBF 4 plus pas de limite d'âge. Public plus âgé que le nôtre. La moyenne dans l'info RTBF est plus âgé que la nôtre. Principalement au niveau de l'info, la difficulté c'est que tu peux pas viser un public sur l'info spécifiquement. Le public à 19h est pas le même qu'à 13h. Le public du soir est plus jeune, car les actifs la journée sont au boulot. A midi, il y a une concentration de 65 plus, des gens à la retraite. Si on devait faire deux journaux différents, les JT 13h ne peuvent pas être réutilisés à 19H. Le journal est un « driver d'audience » pour la soirée. JT n'est pas produit rentable, car il n'y a pas de publicités dans le JT. La météo par contre est rentable, car les coûts de production sont très faibles, mais grande audience. On doit attirer un public de 60 ans au JT 19H de la UNE. C'est 56 ans pour RTL, mais c'est une marque transverse: RTL info en TV, radio et web sites ou appli. La Une a des marques différentes: ils « marketent » 13h, 19h30 et « marketais » le 12 et le 15 minutes. Maintenant ils ont Vews qui est censé attirer un public jeune, mais qui n'attire pas, car le public reste vieux. RTL info a un public plus âgé le midi et une cinquantaine d'années le soir. 35-45 ans sur les applis et sites Web. Les news, c'est très mainstream. Il n'y a pas de stratégie spécifique par traitement de sujet.”

- Même sur le Web, il n'y a pas de volonté d'attirer un public plus jeune. Si on prend l'exemple de Check que vous avez lancé récemment ?

“Sur le web, on a de facto un public plus jeune, car ils utilisent plus ce médium. Même quand on compare la consommation sur PC ou sur l'appli smartphone, on a un public différent. Il est plus jeune sur mobile que sur PC. Par contre l'info reste la même. On a pas les moyens de faire un traitement spécifique.”

- Quelles sont les volontés de RTL TVI à travers Facebook ?

“On a une volonté d’amener un public plus jeune via Facebook pour les amener sur nos autres supports. Aujourd’hui on doit réduire notre dépendance à Facebook, car c’est un public de mauvaise qualité, car le taux de rebond est bien plus faible via Facebook: ils regardent une page et consomment via Facebook. Les patrons du réseau social veulent sortir l’info de Facebook, car ils veulent se recentrer sur leur corps business. Il nous sert donc à driver du trafic, mais ce n’est certainement pas un point de concentration. C’est plutôt comme les newsletters, alertez-nous ou pour l’utiliser pour ce qu’il est c’est-à-dire pour des snacknews, de l’image d’innovation vidéo 360 degrés, un canal de communication, mais pas d’information. Un médium de communication pour ramener vers nos plateformes. Check c’est pour attirer un public jeune, mais pas d’info. On a voulu aller chercher des communautés sur lesquelles on a pas l’habitude de travailler. Un public plus jeune, plus urbain, indépendant, critique vis-à-vis de RTL, qui veut prendre ses propres choix. On veut proposer ça à nos annonceurs, un public que nous n’arriverions pas à avoir autrement donc il nous a fallu une nouvelle marque pour ne pas l’associer directement à RTL. Nous avons travaillé avec la boîte digizic qui a l’habitude de bosser avec ce public de jeunes urbains habituellement.”

- Vous pourriez envisager un format d’information sur Check ?

“C’est quelque chose qui peut être envisagé. D’un point de vue philosophique c’est pas inintéressant sachant que dans l’info tu dois être fiable, honnête, réactif et donc il y a une partie comme si une autorité te parlait. Tu dois faire preuve d’autorité pour être respecté. Tu peux tomber sur le public check. Va-t-elle avoir autant d’autorité dans un format de rap versus le côté autorité d’un classique costume cravate d’un plateau TV. Besoin d’une certaine respectabilité, info sérieuse qui a de la valeur surtout en période de Fake News. C’est complexe de garder cette autorité. Evolve ne nous permet pas facilement de faire des tests et d’avoir des labos. Le service public a plus ce rôle. En Flandre, Een est regardé bien avant VTM. Généralement c’est plutôt le service public qui le fait. Est-ce que les jeunes veulent un format ou un contenu différent? Car tu peux chercher un format différent pour chercher un autre type d’information. Est-ce que j’ai envie qu’on me parle différemment parce que je suis jeune? Ne serait-ce pas infantilisant?”

- Que pensez-vous des formats plus longs comme ils font sur Konbini News ?

“Il y a le côté News et le côté magazine. News: format quotidien. Beaucoup de chaînes commencent à aborder des sujets de 5-6 minutes puis des sujets plus courts. Maintenant on fait de plus en plus cela aussi. Même dans un contexte hors Evolve, faire du business avec du News, c’est délicat donc on a peu de chance d’aller vers un bouleversement des formats. Surtout que certaines marques n’ont pas envie d’être associées à certaines infos. L’environnement News n’est pas très rentable.”

- Cela fait combien de temps que vous ressentiez le besoin d'un changement au sein du JT ?

“Le changement s'accélère, mais est là depuis maintenant 3-4 ans. Finalement, le changement que Facebook n'a pas voulu a amené ces changements. Avec l'exposition de la conso des réseaux sociaux on va vers un traitement de l'information plus en longueur le soir, car on est nourri d'infos toute la journée. On a toutes les 10 minutes une info. Le soir on est plus dans le côté on vous fournit une info, mais on va dans un angle plus contextuel. De par le fait que de plus en plus d'info et FakeNews, on doit s'assurer d'avoir une info plus respectée et de confiance. Cet aspect-là nous aide à nous recentrer sur nos fondamentaux.”

- Cela fait longtemps que le public critique le JT ?

“Les gens critiquent le JT depuis toujours. L'information dont on a besoin ou pas besoin dépend de l'édition du journal. Nous on va aller plus sur les faits divers et ce qui concerne la vie en général. C'est notre ADN, ce qui concerne plus notre public. Certains vont être plus intéressés par telle ou telle chaîne. Ligne éditoriale de proximité.”

Entretien téléphonique du 29 mai 2018 avec Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF

- On a vu ces 2 dernières années l'arrivée de nouveaux formats sur la RTBF notamment avec Vews et Tarmac qui sont plutôt tournés vers une génération plus jeune et plus active sur le Web. Quand est-ce que vous avez commencé à vous interroger sur la mise en place de ces nouveaux formats ?

“Il y a 7-8 ans dans le cadre d'une démarche stratégique. On a fait une analyse de positionnement stratégique afin de créer un département « E rtbf », un département interactif. Dans ce cadre là, on a pris la mesure de l'importance qu'allait revêtir le digital. On a pris plusieurs décisions: RTBF interactive: composée de recrutements de personnes qui venaient du monde digital. Département info radio télévision web transversale. Mise en place d'une direction des technologies intégrée. Quand vous parlez de digital, vous parlez d'un mode de consommation non linéaire. Création de contenu par l'utilisateur, supports et formats comme les blogs et applications. Ce sont des formats plus courts: du texte avec des formats vidéo et des méthodes de travail différentes. Le flux de travail est différent. Un des éléments clés a été la traduction en terme technologique de la convergence des médias. Cela implique des filières de diffusion différentes en fonction des médias. On a embrassé de façon holistique, de façon globale, la problématique du digital: premières briques. Ensuite la seconde c'est « Vision 2022 »: on prépare une transformation interne de l'entreprise avec la vision de convergence à une situation “convergé”. Cela se traduit par différentes manifestations pour l'utilisateur comme des applications, des sites internet, une série de pages sur Facebook. On a pris le parti qui était à l'époque stratégique de pas avoir de page Facebook par média ou par marque.

C'est une rupture par rapport à l'époque. Auvio est devenu une marque avec 2 partis stratégiques importants. 1: un "player" audio-vidéo. 2: en faire une marque. Tarmac a lui une promesse de contenu. Sachant qu'on s'adresse à un public pas "RTBF Natif", il n'était pas nécessaire qu'il décline ou qu'il exprime la RTBF. C'est quelque chose qui tient par lui-même. Dans le cas d'Auvio, c'est un choix plutôt d'une marque et d'une plateforme. On y retrouve des marques et des noms de programmes. On veut l'incarner non pas comme étant la RTBF, mais comme étant le "player" francophone. Ce sont donc 2 marques avec des missions différentes au niveau de la logique et de la matérialité."

- Pour vous la télévision a-t-elle encore un bel avenir? Y a-t-il déjà des réflexions sur les contenus et formats futurs? Si l'information devait s'exporter essentiellement sur le Web, comment la financer, comment la formater ?

"On n'est pas dans un système binaire. Attendons le 15 ou 16 juin pour la coupe du monde pour laquelle les audiences devraient être importantes. Ce sera intéressant dans les prochains jours de se pencher sur l'actu. Ce sera intéressant de connaître la démarche des publics qui s'informent prioritairement sur les réseaux sociaux. Pendant 5 ans et plus la radio et la télévision ont un avenir. Mais il arrive des phénomènes nouveaux comme la consommation non linéaire de la radio et télévision. À ça nous avons proposé la réponse Auvio. Il y a aussi l'existence des réseaux sociaux et une offre internet qui vient pour une période de mutation. Nous devons nous réorganiser. On doit en interne trouver d'autres formes de synergie et chercher de nouvelles méthodes de travail pour réorganiser les priorités. Il faudra peut-être désinvestir dans le linéaire et investir dans le non linéaire."

- Vews est-elle une volonté d'attirer des jeunes vers la TV où c'est le contraire? Est-ce qu'il y a une volonté de reconquérir un public sur la télévision ou plutôt de préparer le passage de l'information sur le web ?

"Attirer les plus jeunes est une des missions de la RTBF. On ne peut pas exclure cette partie de la population, car elle s'intensifie dans l'évolution des usages. Le format du JT restera un format de consommation linéaire afin d'inscrire ce linéaire dans une pratique qui assure la complémentarité."

Entretien du mercredi 6 juin avec Alain Dremière, éditeur de Vews

- Comment s'organise la partie éditoriale de Vews au sein de la RTBF ?

" On est présents sur deux plateformes: les réseaux sociaux (uniquement Facebook) et la télévision. On a pour objectif de respecter une ligne éditoriale commune sur les deux plateformes qui est celle du pas de côté. C'est-à-dire la pédagogie: aller chercher le public là où il est avec ses questionnements. C'est une approche sans doute différente de ce qu'on peut voir au JT ou ailleurs ou en général les experts s'adressent aux experts en essayant d'être le

plus pédagogues possible. Nous on essaie de prendre le public là ou il est avec ses questions. Par exemple la 5G, conflits de normes sanitaires entre les régions, le politique ne s'entend pas. Le JT va faire un sujet là-dessus. Nous on va alors se demander: quelles sont les questions que les gens se posent sur la 5G? Combien ça va me couter, à quoi ça va me servir et c'est pour quand? S'il faut développer des aspects politiques pourquoi pas, car c'est un frein à l'arrivée dans ma voiture de la 5G, mais on a une approche plus "publi centrée". Le pas de côté c'est aussi à partir d'un thème de l'actualité comme aujourd'hui par exemple les contre façons. Tiens, fabrique ton des cuirs de qualité en Belgique, c'est ça prendre le contre-pied. Ce qui est particulier en termes d'édition c'est qu'on a une ligne éditoriale commune, mais les deux plateformes ont leur propre logique, leur propre public. Le public en TV en linéaire (en dehors d'audio) est plus âgé. On constate qu'on parvient à le rajeunir, mais le rendez-vous TV doit rester le dernier rendez-vous de l'actualité. Un condensé d'actualité. Il est vraiment la petite sœur du JT. En 20 minutes on va vous donner un condensé de l'actu. On peut répondre à cela que c'était l'idée du 12 min. C'est vrai, mais on doit aller au-delà du 12 minutes. C'est-à-dire apporter du décryptage, un peu de magazine, faire référence à nos produits sur les réseaux sociaux, après dans le storytelling ça reste de la télévision là ou sur Vews de manière générale on doit tout faire sauf de la télévision. Et en sachant que la politique de ciblage est beaucoup plus ferme sur les 18-35. On n'atteint d'ailleurs pas tout à fait la cible. Ce n'est pas encore tout à fait au point. On est face à une édition qui est naturellement outsourcée parce que l'algorithme de Facebook édite pour nous. En TV c'est moi qui édite, là je passe par une espèce de censeur dont je ne connais pas tous les codes et qui décide à ma place. Quand en TV je fais une édition je sais que ça s'adresse à tous les citoyens de la communauté française qui ont accès à La Deux, avec FB, pas sûr que le projet que je fais fabriquer va se retrouver sur le fil d'actualité de tous ces citoyens et donc il faut tenir compte de cet algorithme et de la manière dont il fonctionne pour ce qu'on en sait, car on ne sait pas tout donc c'est une édition tout à fait différente. En terme de fond de plus en plus on privilégie certains sujets en digital pour les laisser tomber en TV et vice versa et on met en place du tournage digital only qui a vocation à se retrouver uniquement sur Facebook. Cela a été un exercice très très difficile à mettre en place au départ, car on venait tous de la radio, de la TV et du web au départ et tout à coup on s'attaquait à ce quatrième média que sont les réseaux sociaux. C'est un quatrième média. Souvent on confond web et le reste, mais les réseaux sociaux c'est un quatrième média. Il faut qu'on se dépollue la tête des plateformes traditionnelles."

- Y a-t-il une volonté de créer un site internet propre à Vews ?

"C'est le cas de bons nombres de nos concurrents. Brut par exemple n'a pas de site. Il ne faut par contre pas confondre les différentes marques à la RTBF. Il y a RTBF info ou 30% du flux du site vient de la page Facebook d'RTBF info. Là on va retrouver des vidéos beaucoup plus classiques qui se retrouvent sur le site. Vews n'a pas pour vocation d'être présent sur le web en dehors du contenu sur le site RTBF avec nos propres productions. Ce n'est pas une marque particulière, c'est une marque au sein du site RTBF info."

- Au niveau de votre public, cela concerne quelle tranche d'âge ?

“ On vise très clairement les 18-35. On n'en est pas loin pour ce qui est de la page Facebook. On a par contre un peu plus de mal avec les 18-25. Faut savoir qu'au-delà de 20 ans, les jeunes ne sont plus sur Facebook, on devra sans doute découvrir d'autres réseaux sociaux très rapidement. En TV on est sur un public un peu plus jeune que la moyenne du JT, mais qui reste relativement âgé ce qui n'est pas un drame en soi c'est-à-dire qu'on a un impératif en TV c'est de faire un maximum d'audience, car on tire notre légitimité aussi de nos audiences. Cela ne veut pas dire qu'on fait tout pour faire de l'audience, mais un média service public tire aussi sa légitimité du nombre de gens qui le regarde sinon ça ne sert à rien que les citoyens soient obligés de payer 3euro par mois pour la RTBF si finalement il ne le consomme pas et donc ce n'est pas très grave que le public soit plus vieux en TV. Ce qui serait intéressant, et on y travaille pour l'instant c'est de voir les chiffres. D'analyser les audiences en non linéaire, c'est-à-dire sur Auvio, là où vous pouvez consommer à la demande c'est-à-dire à la fois unité par unité pour l'édition dans son entièreté. Et là dernièrement ça décolle par rapport au 12 minutes. On a un assez bon succès et forcément a priori plus jeune.”

- Avec un public aussi large que le 18-35, comment organisez-vous le contenu que vous produisez ?

“Il y a deux aspects: le contenu et le contenant. Il y a ce qu'on appelle le storrtelling donc le schéma narratif qui doit être tout sauf de la télévision parce qu'ils ne regardent plus la télévision, mais surtout parce qu'ils ne consomment plus de produits TV telle qu'on conçoit la TV de manière assez classique. Ça, c'est pour la forme. Sur le fond, il faut avoir une approche publique plus ciblée. Et il y a pas mal de feeling, mais il faut que l'on parle de l'expérience utilisateur. Sur les réseaux sociaux, on a beaucoup plus de témoignages de gens. C'n'est pas de la vidéo miroir mais on a envie de créer une empathie entre le public et les personnes qu'on interroge donc on privilégiera par exemple des témoignages et l'expert, car l'info doit rester une info de qualité égale et comparable à celle du JT, de la radio. L'expert, on utilisera plutôt son contenu en template, les petits textes qu'il y a en dessous. Les experts ont leur place sur les RS, mais cette alternance entre experts/témoignage que l'on voit en TV est manifestement moins bien reçue. Ou on part sur un expert et on illustre et c'est la parole de l'expert. Démythification: faux vrai, trois coups de gueule de (plutôt pour un militant dont les arguments sont étayés). En revanche sur la 5g je prendrais plutôt un utilisateur. Il faudrait qu'on trouve quelqu'un qui attend vraiment la 5g: un constructeur automobile par exemple qui pourrait dire pourquoi la 5g est importante pour lui. Sinon dans les thèmes d'actualité oui on va essayer de se poser la question sur ce que les 18-35 consomment, mais en tant que média de service public, on s'impose de ne pas se laisser guider par des logiciels prédictifs qui peuvent nous dire: voilà ce qui va marcher parce que ça leur plaît. Sans ça on rentre dans un phénomène où ça marche, mais simplement parce qu'on donne aux 18-35 ce qu'ils consomment le plus. Nous notre rôle c'est aussi de parler de problèmes compliqués voire extrêmement compliqué et que les 18-35 nous suivent. c'est un challenge qu'on doit réaliser et qui est réalisable. C'est un cliché, je pense, de dire que les 18-35 ans ne sont pas capables de comprendre des enjeux. Regardez ce que font les News pour les jeunes enfants. Je dirais que moi mon objectif c'est de faire la même chose avec les 18-35 ans.”

- Comment percevez-vous les 18-35 ans en tant que consommateurs d'information ?

“On a dans notre nouvelle architecture une approche publique qui sera plus approfondie, mais en gros les 18-35 pour ce qu'on en sait c'est un public qui consomme à la demande, qui consomme plutôt sur des portables ou des tablettes, le canal TV n'est pas leur canal favori. Un certain nombre de thèmes sont porteurs, mais je dirais qu'on s'arrête à cela pour l'instant. On gagnerait sans doute à mieux connaître notre public, mais on a aussi la volonté de ne pas stéréotyper, car c'est tentant de se dire que ce public consomme essentiellement telle ou telle chose. Il y a des logiciels qui permettent de montrer comment réagit quel public par rapport à un nouveau contenu et on pourrait tous sauter là dessus et on est dans ce qu'on appelle le phénomène d'interlecture. Les médias qui lisent les médias: le, on lit d'abord les autres médias avant de se demander ce qu'on va traiter comme sujet. Ici on serait un peu dans un même phénomène qui nous amène dans une bulle c'est-à-dire on sait ce qui marche donc on fait ce qui marche. Or, nous, en tant que média de service public, on a l'obligation de certes nous inspirer de ce qui marche, certes de connaître notre public, mais on a aussi la mission de faire découvrir des matières qui a priori sont un peu boudées par les plus jeunes, mais auxquelles on doit les exposer et on doit parvenir à les séduire donc on est très loin de la caricature de la “pute à clique” comme j'ai déjà pu l'entendre et on est très loin aussi quand on aborde des 18-30 de dire qu'on va parler que du WEB, des réseaux sociaux, que des thèmes qui les intéressent. Il faut savoir que les 18-35 c'est j'entre peut être dans les études supérieures, je ne sais pas ce que je vais devenir d'ici mes 35 ans, c'est le marché du travail, c'est les questions de genre, les égalités hommes-femmes, des tas de thèmes extrêmement sérieux dont on doit pouvoir se rapprocher et sur lesquels on doit vendre.”

- La génération qui n'est plus non plus sur Facebook maintenant, vous avez une idée de comment vous pourriez les toucher ?

“On sait où ils sont: Il y a Instagram et puis il y a Snapchat. Le paradoxe de Snapchat c'est que c'est une plateforme qui est beaucoup plus riche potentiellement que Facebook. Je ne parle pas des utilisateurs, mais en termes de contenu ça intègre à la fois de l'image, du son et ça renvoie vers des articles donc c'est un média qui a en lui même plus de richesse dans son identité même et vecteur de plus d'opportunités que Facebook ou c'est soit un article soit une vidéo. C'est donc une plateforme beaucoup plus complexe.”

- C'est une idée qui pourrait apparaître pour Vews ?

“Ce n'est pas en chantier.”

- Par rapport à ce public, comment réfléchissez-vous le contenu et le format ?

“On ne se limite pas aux sujets du JT et on essaie de retirer un peu les œillères. Ce qui est particulier aussi c'est qu'on a le devoir de tester la nécessité des produits et voir comment ils fonctionnent et les effets sont assez rapides: on voit ce qui marche et ce qui ne marche pas de manière beaucoup plus rapide. L'enjeu c'est le local en fait, de parvenir à traiter de l'actualité et de se dire: “comment on peut intéresser les 18-35 sur du local. Et par local je veux dire

belge. Car il y a des thèmes qui sont très porteurs, les USA, la question du genre, l'égalité homme femme, '#metoo c'est "assez simple" si je puis dire, ce sont des thèmes qui les touchent. L'enjeu maintenant c'est de parvenir à faire de la vidéo sur les réseaux sociaux qui ne soient pas à la destination d'RTBF info. Sur Vews on a une ligne éditoriale qui nous interdit de marcher sur les platebandes de la RTBF info ou on est plus dans ce qu'on appelle de l'explication ou dans de la simple narration."

- On remarque un succès grandissant pour les émissions comme Konbini News et Quotidien avec une manière d'aborder l'information presque ironique. C'est l'idée de Vews aussi ?

" Pour moi cette manière de voir l'info ne correspond pas à mon modèle à 100%. Ils font un super produit, mais je n'ai pas envie de les cloner. L'info doit-elle être plus légère dans son traitement? Je ne pense pas. C'est toujours plus simple d'éditorialiser, mais c'est une partie seulement de la recette. À côté de ça, il y a un moment où il faudra sortir du produit éditorialisé. On se demande parfois si l'objectif est pas seulement d'obtenir l'adhésion du public point. On ressent parfois une volonté de jouer au CQFD. J'ai une thèse, je vais prendre tous les éléments pour vérifier ma thèse et les présenter avec sourire. "La vraie actu c'est ça" et ce côté me dérange un peu parfois. On cède parfois un peu à cette idée qu'on va convaincre facilement. Mais je maintiens que c'est un genre qui peut être intéressant. Le scan par exemple du JT répond à ces nouvelles écritures. On a été jusqu'au bout, on se met en scène, mais il y a un moment où on ne peut pas le faire tous les jours. Est-ce que l'ironie est la recette? Je ne pense pas. Mais je pense qu'on paie maintenant notre vision un peu glauque du monde. Je pense que le public nous reproche de donner une image tronquée du monde et ils ont raison. On atteint jamais l'objectivité, on tend vers l'objectivité et on a trop tendance à mettre en avant et aller chercher ce qui ne va pas et donner une image anxiogène du monde. Dire que parfois la vie peut être belle est un réflexe qu'on a pas eu par le passé et on a peut-être perdu de l'audience à cause de ça. Le journalisme constructif, mettre en avant ce qui fonctionne, sortir des clichés du genre: La Wallonie c'est l'histoire d'une entreprise qui marche. Pourtant il y a plein d'initiatives positives là-bas. Je pense que les plus jeunes ont développé une ironie, un sarcasme par rapport à un monde qui était beaucoup trop dur. On est quand même avec une génération née avec le 11 septembre 2001. On doit leur dire qu'il y a de l'espoir or on est entouré d'une actualité qui est sinistre donc il faut leur redonner de l'espoir. Coller à la réalité: oui il y a encore des couples mixtes, des religieux ouverts et tolérants, des hommes féministes."

Entretien du mercredi 6 juin avec Fabrice Massin, responsable de la stratégie digitale pour RTL TVI.

- Comment s'organise une stratégie digitale dans des médias comme la RTBF et RTL TVI ?

"La tendance est que la consommation digitale des jeunes est majoritairement sur un smartphone. Je prends toujours exemple sur les États-Unis. Si tu prends le constat que les

jeunes sont à 50% de leur temps digital sur les smartphones. Ils sont donc sur mobile plusieurs heures par jour. Ces personnes à 51% ne téléchargent jamais de nouvelles applications, les autres si. Ces jeunes qui ne téléchargent pas de nouvelles applications, quelles sont alors leurs applications préférées? Il n'y a pas d'applications de médias. Ce sont des applications comme Facebook ou les réseaux sociaux. Les applications d'information ne sont pas dans le TOP 10 des applications des jeunes. Pour un jeune Lambda dans l'environnement digital, il ne cherche pas l'information. Il n'est pas proactif. Ça veut dire qu'il va falloir lui amener l'information. Ça veut dire aussi que la News traditionnelle fait en sorte que ça ne rentre pas dans ses préoccupations. Si elle vient, c'est parce qu'il y a eu un buzz ou un événement spécial sinon l'information ne fait pas partie de sa consommation digitale pendant la journée. S'il ne la cherche pas, elle lui échappe complètement. Il y aura toujours des intellectuels pour dire que le JT est encore important pour les jeunes, mais quand le JT arrive à 19H, il n'y a rien de nouveau, on n'apprend rien de nouveau entre guillemets. Et les jeunes s'ils ont un peu de temps à consacrer c'est pas pour de l'information. Ils vont regarder le foot, The Voice, etc mais ils ne vont pas aller chercher l'info sur le JT. Je pense que c'est un format destiné pour des adultes d'une génération différente et que même si on le reformate demain, on risque de perdre ceux qui sont acquis et de toute façon pas gagner ceux qu'on voudrait toucher. Donc je pense qu'il faut se dire le journal égal format pour une population davantage sénior et qui logiquement, continuera à regarder le JT comme ils le font maintenant. Mais se dire demain que c'est une source d'information pour eux certainement pas. La première source d'information pour les jeunes c'est les réseaux sociaux et donc leur communauté et dans leur communauté on va pas beaucoup propager des formats cours de News. Il y a déjà des exemples qui ont été proposés et comme j'en avais initié un à la RTBF je peux en parler. On a tout un temps essayé de faire de l'info en direction des moins de 24 ans et on avait utilisé Snapchat et on avait des formats totalement déjantés qui traitaient de l'information de manière sérieuse, mais qui étaient diffusés comme story de 30 sec max avec des design propres à ce que les jeunes aiment voir et on s'est rendus compte que ça a bien marché. C'était un test et on a eu plusieurs milliers de jeunes qui sont venus là dessus, mais d'un autre côté on sait que c'est éphémère, car quand on s'est arrêté personne ne s'est plein. On a fait ça pendant 2-3 mois, mais ça montre qu'il y a peut-être moyen de les toucher, mais en tout cas on ne traitait pas l'information de la même manière. Ça ne sert pas à grand-chose de leur parler des conflits politico nord-sud ou bien du contenu en Syrie, car ils ne savent pas rentrer dedans. Par contre s'il y a de nouveau eu un gazage sur un village et juste dire que 45 personnes sont mortes à cause du régime militaire sur une image, ils vont peut être retenir. Ça veut dire que demain si l'info veut se recoller avec les jeunes, elle doit se former complètement différemment et je trouve que les écoles ne forment pas à ça. Les écoles forment des journalistes tel que le journalisme existe depuis 30 ans et ils sont totalement dépassés et donc on en reformate pour en faire des journalistes de vieilles générations alors qu'ils sont eux-mêmes jeunes. Pour avoir assisté à plusieurs défenses de mémoire à l'ULB, je vois bien que ces jeunes formatés, c'est souvent eux qui sont les plus éloignés des réseaux sociaux et on sait qu'ils ne vont jamais parler aux jeunes. Ce n'est pas ceux-là qui feront les meilleurs ambassadeurs. Tout ça pour dire: Journal et jeunes: ça ne marche plus à moins que ce soit dans sa branche d'études, mais sinon je pense qu'il

ne faut pas essayer de réconcilier les deux. Ils n'ont pas connu le téléphone fixe, ils ne vont pas revenir au téléphone fixe. Ce sera pareil avec la télévision. Il existe des études qui disent que traditionnellement, quand on arrive dans la vie de famille et qu'on s'installe, on revient vers la télévision, mais ça n'arrivera pas. Ils ne reviendront pas vers quelque chose qu'ils n'ont pas connu. Mais c'est très dur à admettre pour quelqu'un qui fait de la TV ou de la radio depuis longtemps et de l'info aussi donc je pense qu'elle doit se repenser dans de nouveaux formats. Souvent ce qu'on cite, et c'est souvent pensé par des journalistes, on met en exemple des vidéos comme Brut ou Vice. J'ai envie de dire que Brut ils font deux ou trois vidéos par jour. De temps en temps elles font quelques centaines de milliers de vues, mais c'est de nouveau pas la majorité des jeunes qui voient ça et je pense que c'est pas ces gens qu'on veut toucher. C'est très compliqué. Malheureusement, ce ne sont pas les jeunes qui achètent la presse écrite, car c'est ce que faisaient leurs parents. Alors comment les jeunes s'informent, ça, c'est un autre débat, mais je pense que malheureusement c'est via les réseaux sociaux et ils sont donc tributaires de ce qu'ils véhiculent. Il faut savoir que Facebook, avec l'algorithme qui bouge tout le temps, si un média comme nous faisons un post sur Facebook d'information, il y a même pas un membre sur huit de la communauté Facebook RTL info qui le verra. C'est relativement peu et encore faut-il que ça tombe au moment où le jeune peut le voir. Je pense que c'est très peu. Il est tellement véhiculé de Fake News sur Facebook qu'il faudrait vraiment faire la part des choses. On voit souvent des sondages qui passent sur les réseaux sociaux et on se rend compte que les jeunes ne connaissent pas Charles Michel et qu'ils connaissent plus le nom d'un rappeur. »

- Quels sont les formats que vous pourriez imaginer pour aller chercher le public plus jeune ?

“C'est très difficile et je pense que personne n'a la recette. J'ai beaucoup eu de contact avec la BBC qui est quand même une grande institution où ils ont essayé divers formats. Il n'y a encore eu personne qui a vraiment réussi ça. Trump les jeunes connaissent les derrières conneries qu'il a faites, mais pas son travail quotidien. Si on doit leur parler d'Angela Merkel, ils connaissent déjà beaucoup moins bien. Est-ce que c'est pas toute une génération qui se déconnecte de l'information, car ils se rendent compte que le monde est pas toujours beau, est-ce que c'est parce que le moyen de les toucher au niveau de l'information ne les convient pas, effectivement leurs parents ne sont pas toujours les meilleurs relais. Pourtant des initiatives ont été prises pour ça. Tu sais à la RTBF il y a quelque chose qui s'appelle Niouz, c'est un JT pour les moins de 13-14 ans, mais quand ils font les vidéos, il y en a 1500 à 2000 qui sont consommés sur internet par jour et en télévision c'est plus ou moins pareil. De nouveau ce public-là a envie de faire autre chose sur ses temps libres. Je pense que quand on est un média, on doit trouver un moyen d'être un référent en termes d'image “branding” auprès de ces jeunes, car plus tard ils devront connaître cette “image”, mais pour moi plus tard l'information ne sera pas le premier sujet pour toucher les jeunes. Après il y a une différence entre l'actu et l'info. L'actu est people, ils savent tous qui est Kim Kardashian, mais ils n'entendent pas les inondations, la crainte entre les États-Unis et la Corée du Nord. Il faut savoir que les jeunes sont volatiles. On est pas dans leur périmètre et ils vivent bien sans nous.”

- À quoi pensez-vous que ressemblera “l’après-JT”?

“Je pense que le point important c’est de dire qu’on ne les reprendra pas avec les News et le JT encore moins. Une émission qui traite de l’information à moindre mesure, peut-être, mais certainement pas avec le JT. Le JT peut encore continuer 20 ans comme ça pour ceux qui ont 50-60-70 ans, mais pour les autres il faudra faire évoluer les formats.”

- Est-ce qu’un format comme Konbini News reprenant des vidéos plus longues, du texte et de la mise en contexte pourrait voir le jour en Belgique ?

“C’est envisageable, mais dès que c’est pris en charge par des gens avec une formation de vieux format, c’est foutu. Mais honnêtement Konbini News, qui va regarder une vidéo plus d’une fois par semaine? Pas des masses. Les jeunes ne savent pas ce qu’est Konbini News.”

- Les gens continueront à avoir envie de s’informer vous pensez ?

“Je pense qu’au JT, le problème c’est le format. Si tu as un sujet dans le JT avec un nouveau format, il va juste faire contre emploi. Le scan sur la RTBF ça parle plus aux vieux qu’aux jeunes. Là-bas on essaie d’isoler le Scan sur les réseaux sociaux, mais ça ne marche pas vraiment. Encore une fois je crois qu’on a une génération qui s’intéresse plus vraiment aux News et qui ont souvent le prisme de leur communauté. J’ose espérer qu’une certaine partie fait preuve d’analyse et essaie de trier le faux du vrai, mais pas sur que ce soit si évident. On a un rôle ou on doit pouvoir garantir que l’info a été fact checké, car peut être qu’un moment donné si les jeunes ont à l’esprit que si ils veulent une vraie info la marque RTL est garante de vérité alors ça peut marcher, mais il faudra être là ou ils nous attendent. J’ai une expression anglophone qui dit: il faut aller pêcher ou il y a des poissons. On attend pas qu’ils viennent à nous. Le moment donné ou on peut devenir leur référent, c’est à nous de les mettre sur la bonne plateforme et donc ce ne sera pas le JT. Il est à une heure qui ennuie tout le monde. 19h c’est pas une optique. Comme ils ont reçu des notifications toute la journée, ils n’ont pas d’intérêt à regarder le JT.”

- Si la chaîne devait se trouver entièrement sur le web, comment serait-ce finançable ?

“Le JT n’a pas intérêt à se tourner sur le Web. Je pense qu’il y a d’autres moyens d’informer en tout cas ceux entre 20 et 30. Internet est une source relevante pour eux. Mais là on est dans des formats courts et factuels. Il faut apprendre à être concis, ne pas hésiter à faire plusieurs updates sur la journée. À un moment l y a un transfert qui se fait. Il faudra voir dans le futur au niveau de chaque média, mais à un moment il y aura un appel d’air qui se fera probablement ou il faudra investir moins en radio et en TV pour investir dans les réseaux sociaux et le Web. Maintenant les revenus ne se font pas encore sur internet et c’est un peu ça qui guide les médias. Si demain on perd 20% de revenu sur la TV et 8% sur le web alors oui. La plupart des médias galèrent à sauter le pas. À la RTBF avec les dotations c’est plus simple que dans un média privé et donc on ne peut pas prendre le risque de se mettre en danger. Cela signifie peut-

être se couper d'un segment plus jeune. Mettre une chaîne TV sur internet ça ne marche pas. BBC l'a fait avec une chaîne enfants, ils ont récupéré la moitié de l'audience, mais par après ils ont supprimé 60-70% des coûts et là ça a matché. Les 20-25 on ne changera pas leur comportement. Les directs restent quelque chose d'important à la tv mais c'est rarement l'info. Ce sujet de mémoire n'est pas évident. Faut-il sauver le JT pour les jeunes? Mon avis personnel est non, c'est deux trucs qui n'ont rien à voir. Est-ce qu'il faut continuer à informer les jeunes? Oui. Plus que jamais dans un monde comme celui-ci. Je suis un grand défenseur des réseaux sociaux, mais c'est pas là qu'ils seront rassurés en regardant de l'info. Et puis quand on voit comme avec de l'argent on peut manipuler les contenus sur les réseaux sociaux... Mais en tant que média je crois qu'il faut de toute manière aller sur les réseaux sociaux pour devenir référent pour que les gens sachent qu'avec cette marque, ils peuvent faire confiance à l'info."

- Pourtant sur RTL, l'information présente sur les réseaux sociaux est différente de celle du JT, est-ce que l'image négative qu'ils ont n'est pas dangereuse pour leur image ?

"Alors je pense que sur les réseaux sociaux de RTL il n'y a pas de stratégie il faut tout recommencer à zéro. Il y a des gens qui font des choses isolément dans leur coin. On va engager dans les semaines à venir un expert sur les réseaux sociaux, car justement le plus important c'est qu'il y ait une politique coordonnée pour une présence sur les réseaux sociaux des différentes marques de RTL donc oui sa présence sur les Réseaux sociaux peut être améliorée. Par contre les sujets qui font l'entrée sur Facebook ne doivent pas se retrouver forcément sur les réseaux sociaux. Alors que le présentateur peut penser qu'une actualité en politique belge est le truc le plus important de l'année, si Franken ou De Wever sont en Une, les millenials n'en ont rien à foutre. Il faut choisir autre chose. RTL ne peut pas être que le média qui parle de politique. RTL doit aussi traiter d'autres sujets d'actualité notamment en local ou qui concerne les gens comme des mouvements comme Mee too ou des stars ont été touchés. Et bien ça les jeunes ils le comprennent aussi et il faut le traiter pour montrer des choses qui se passent proche d'eux. Il faut probablement choisir les sujets différemment. Le problème de nouveau c'est quand ce sont des journalistes qui ont été formatés qui s'occupent de cela que ça ne marche pas. Il faut des journalistes dans des nouvelles ambiances et des nouveaux prismes."

- Vews essaie de viser ce public. À RTL, y a-t-il une volonté particulière de viser ce public ?

" Il n'y en a pas, mais il y en aura dès que j'aurai réussi à mettre en place les équipes, les gens ou en tout cas accorder tout le monde pour le faire, car pour moi c'est capital, mais pas au travers des moyens qui existent maintenant. On doit rester dans le radar de tous les gens. Quand il y a des événements comme ce qu'il s'est passé à Liège dernièrement, les jeunes vont vite comprendre que pour avoir la vraie info il faut aller sur des marques connues qui sont souvent les marques de leurs parents. Mais il faut être là avec leur visuel, leur langage, les choses qui les intéressent dans des formats qui leur plaisent. Dans le cas du Live, les gens vont aller y arriver via un lien qui circule sur Twitter, Facebook, etc donc il faudra un format différent également. Le direct on le voit dans les études de télévision, est ce qui sauve la TV. Le direct d'un événement, pas d'un JT. Sur la plupart des sites sud-américains, tu vois que les

directs, ça n'arrête pas avec l'éruption du volcan. Tous ces gens n'ont peut-être pas internet, mais la plupart ont un GSM et c'est leur seule source d'info. Ça doit rester un point d'ancrage. Chez nous on est encore relativement chanceux, car il y a une TV dans chaque famille quasiment, pareil pour un ordinateur et donc sur tous ces continents le format du GSM est le seul moyen et donc tu vois dans ces pays-là qu'ils développent des formats différents pour mobile. Demain il faut se dire qu'il faudrait bientôt une rédaction uniquement sur le mobile, uniquement sur les réseaux sociaux. Car celui qui est formaté pour faire une minute sur instagram n'est certainement pas formaté pour faire 20 lignes sur internet. C'est pas le même profil."

- On pourrait voir de l'information via Snapchat sur RTL ?

" Pas sur, si je devais miser sur un réseau social maintenant pour l'info, je ne pense pas qu'il y en a un qui sort du lot. Instagram pourrait marcher, mais pour toucher 20 ou 40 milles personnes. Twitter pour moi est inutile. Une pratique quotidienne d'info ça ne marche pas. Sur Facebook par contre on peut faire différemment. Je pense que nos radios, nos TV, devraient faire plus de live sur Facebook, devraient avoir une gestion plus personnalisée d'un ou deux référents journalistes pour assurer cette présence. Même si les jeunes quittent Facebook, ils sont encore dessus. À quel moment allons-nous nous rendre compte que l'audience a disparu? Je pense que les changements vont s'échelonner sur une période relativement longue."

Entretien du Mercredi 13 juin 2018 avec Olivier Dwelshauvers, chef de projet client chez EVS. Développeur dans le département gestion des clients, productions des machines.

- Pour des médias audiovisuels comme la RTBF et RTL, qu'est-ce que représente une présence sur le Web ?

"Il faut une base software importante pour la RTBF et RTL notamment à cause de la gestion d'archives. Les moyens techniques sont importants comparé à Konbini news qui fait des reportages, mais pas de l'actualité chaude. Les échanges d'images d'agences, les plateformes d'échanges et les contenus d'archives importants font la différence entre les reportages de fond et l'actualité qui doit tous les jours être alimentée par de l'image."

- Est-ce que des chaînes comme celles-là ont du budget pour l'information ?

"En 11 ans, j'ai constaté deux transformations importantes: la première c'est que les moyens dans les news sont de moins en moins importants. On sent qu'il y a une demande de moyens techniques au service de plus de flexibilité et plus de productivité. La deuxième c'est que le budget pour le sport augmente lui, de plus en plus."

Entretien du mardi 19 juin avec Laurent Henrard, présentateur de Vews

- Quand est-ce que Vews a été pensé ?

“En mai 2017 à la demande de Bruno Clément qui voulait rafraichir le 12 minutes. Le projet en lui-même remonte à décembre-janvier qui précède. On est parti de deux constats: la RTBF devait être plus présente sur les réseaux sociaux pour toucher les 17-35 ans qui ne s’informent plus de la même manière. La question était donc comment être présent sur les réseaux sociaux et comment faire évoluer le 12 minutes. On constatait qu’après 6 ans il fallait rajeunir le produit. Ophélie Fontana a réfléchi à la suite du projet et il a été présenté au directeur de la TV et au directeur général. Il fallait vraiment rajeunir le public vu que l’audience des JT est de 62 ans en moyenne. Il nous fallait un public plus jeune et on a vu l’audience qui a dégringolé. Ces derniers temps on a de bonnes audiences, on a fait un très bon mois de mai.”

- Pourquoi avez-vous décidé d’un format pour les 18-35? Pourquoi ce public-là ?

“Les réseaux sociaux et la TV fonctionnent comme 2 têtes. En fonction d’où tu te situes, il y a deux publics différents. Le public en fin de journée est plutôt âgé, il est une fois et demi l’âge de ceux des réseaux sociaux.”

- Comment avez-vous pensé le format ?

“C’est un laboratoire. On a fait un pari, risqué. Est-ce qu’on va rencontrer ce nouveau public? On est jamais sûr. On regarde un peu ce que font les autres sur les réseaux sociaux. Il y a une équipe de 6 journalistes avec des profils différents. Il y a une réunion chaque matin avec des idées sur la table. C’est un vrai travail de réflexion pendant la réunion d’1/4 d’heure, 20 minutes. Il n’y a pas de certitude quand tu lances ton idée ou ton module que ça va répondre à une certaine demande. Il y a un vrai apprentissage derrière ça. On trouve depuis quelques mois notre rythme de croisière. On a eu une formation avec des Anglais et des Français qui ont déjà fait ça. Dans la pratique, c’est un apprentissage pour tout le monde. Tu ne construis pas ton module comme un reportage pour 19h30. On a pas eu énormément de temps. Le module doit être validé par l’éditeur et les éditeurs Social editor. Ceux-ci sont 2 à la rédaction info et c’est eux qui font vivre toute l’info RTBF sur les réseaux sociaux. Ils valident aussi les sujets comme ça il y a plusieurs validations.”

- Est-ce que Vews a pour ambition de toucher uniquement la part jeune du public de la RTBF? Ou c’est un format qui a été créé pour évoluer avec cette génération-là ?

“On reste persuadé qu’il faudra s’adapter. Il faut voir comment les modes de consommation vont évoluer. Ils sont peut-être demandeurs d’autre chose en matière d’infos. On doit rencontrer le public jeux vidéo, sport, conso, question de la migration. C’est un beau mélange. Pour l’instant on reste là-dessus.”

Entretien du mardi 24 juillet avec Laurent Haulotte, directeur de l’information RTL TVI

- À quoi va RTL info à terme ?

“Ce qui a changé essentiellement c’est qu’on revient à une vision où on ne pense plus au média d’abord c’est-à-dire télé, radio ou WEB, mais avant tout à l’information et au contenu. On a la chance d’avoir une marque qui se décline sur plusieurs supports qui est RTL info et qui nous permet d’être présent partout dans un monde où aujourd’hui celui qui veut s’informer peut le faire sur la plupart des supports et nous on a envie d’être sur la plupart de ces supports. Au-delà de la diffusion qui est le out il y a aussi le IN. On doit aussi repenser le IN. La manière dont on traite l’information, dont on la choisit, et c’est ça qui amène justement à partir du moment où on sait qu’il y aura plusieurs médias en out, on sait qu’il faut revenir à l’essentiel, c’est à dire à l’info qui concerne les gens donc le but du plan de transformation est de pouvoir utiliser nos moyens de la manière la plus efficace possible pour collecter du son, de l’image, de l’information et ensuite pouvoir la traiter et la décliner sur différents supports. Cela est global, ça ne concerne pas forcément le public des digital natives qui est un public tout à fait à part. Nous on a une ligne éditoriale qui vise le public le plus large possible. On ne segmente pas en se disant qu’on va toucher les jeunes d’une telle manière, les vieux d’une telle manière, etc. On essaie de trouver le plus petit dénominateur commun de ce qui va intéresser un public très large sur tous les supports.”

- Maintenant qu’il y a le site RTL play en parallèle à RTL info, est-ce que ça va rester comme ça ou plus tard il pourrait y avoir un mix des deux ?

“Je dirais de nouveau si tu passes du point de vue d’RTL info, RTL play est disons une vitrine en plus. Il y a l’application, les réseaux sociaux, le site internet. RTL Play est une manière de regarder des contenus, quand on veut, comme on veut et nous on est très contents. On ne fait pas de contenu spécifique pour RTL PLAY si ce n’est des directs par exemple ce matin il y a une conférence de presse du gouvernement sur un accord budgétaire. Comme on y est, on produit du contenu en direct. Alors oui ce n’est pas l’info du siècle, mais c’est sur le site, ça produit du contenu sur RTL PLAY donc à terme est-ce que RTL PLAY sera le portail unique et principal d’entrée vers le contenu RTL info: c’est possible, mais c’est une décision stratégique qui dépasse le cadre de l’information.”

- L’information étant de plus en plus consommée sur les réseaux sociaux, est-ce que cela va changer la manière de faire de l’info dans la rédaction ?

“Je sais pas si on peut dire qu’il y aura des modifications dans la manière de faire de l’info, mais en tout cas et on le fait déjà, ça nous offre de nouvelles possibilités narratives. C’est clair que la manière dont on titre les articles peut être influencée par un mode de fonctionnement de consommateur de l’info qui va être accroché par une titraillie sur Twitter ou Facebook et qui va être redirigé vers notre site. On a aussi développé les Snacknews spécifiques à Facebook qui sont une réutilisation d’un contenu qu’on a produit sur la télé ou la radio, peu importe, et qui est packagé ou écrit différemment selon les codes de consommation vidéo Facebook. Je dirais que dans la déclinaison c’est une possibilité en plus qui existe et qu’on développe et il y en aura certainement d’autres. Je regarde beaucoup pour le moment ce que font certains

grands médias sur Instagram, je trouve qu'il y a des choses assez intéressantes que nous on ne fait du tout encore pour l'instant, mais à la base, le métier de journaliste, ça restera toujours le même, ça restera toujours la collecte et la vérification d'information, mais c'est dans l'écriture et de diffusion qu'il y aura peut être des changements."

- Sur le site RTL info vous avez un nombre de mots limités ?

"Non, je ne suis pas du tout un digital natives et je leur dis toujours d'écrire plus court, car je viens de l'école de la télé et de la radio où il faut écrire simple efficace, compréhensible et court et eux sont dans une génération qui connaît l'importance des engins de recherche comme Google et Google prend en compte la longueur d'un texte et ils ont tendance, pour que leur article soit bien référencé, à écrire plus long que ce que moi je souhaite donc non on est plutôt dans la longueur que dans le raccourci."

- Il y a vraiment une volonté des gens de pouvoir sélectionner son information. Sachant cela, est-ce que ça bouleverse la manière de faire le JT ?

"Ça ne bouleverse pas, car le journal en télévision s'il veut s'assurer un avenir doit garder quand même une partie de ses codes graphiques, vestimentaires, de plateau qui en font finalement en refuge dans un monde où les manières de s'informer sont multiples. On sort beaucoup plus d'information aujourd'hui qu'il y a dix ans. Et quand je dis information c'est plein de choses. Le journal en télévision qui présente 20 sujets par jour sur un total de millions d'informations qui sont produites doit garder un aspect référentiel: on sait de quoi on parle maintenant. Ce n'est pas pour ça qu'on ne doit pas s'ouvrir à des formats narratifs différents, des rythmes différents, mais on ne va pas commencer à se dire "tiens sur notre site, l'article le plus lu c'est par exemple un chat rose à 5 pattes", on ne va pas commencer à ouvrir le journal avec ça. Il y a une forme de complémentarité dans les sources d'informations. Si tu veux voir ce type de contenu, tu vas le regarder sur Facebook ou sur Instagram, mais tu n'attends pas ça de la télévision puisque tu l'as déjà vu. En revanche on l'a vu sur la coupe du monde, tout ce que tu pouvais pêcher comme manifestation de joueurs publiées sur les réseaux sociaux, on les a intégrées comme source de contenu dans nos JT, mais ça ne va pas modifier fondamentalement notre ligne éditoriale."

- Il y a énormément de gens qui ont en tête que dans le JT, on truque le JT, on ne montre que ce qu'on veut leur montrer et ils sont dans une volonté de transparence. En sachant cela, que pourriez-vous faire pour faire évoluer cela ?

"Ça pose évidemment plein de questions, moi aussi ça me surprend, mais ce n'est pas totalement faux. On fait un choix totalement subjectif, basé sur nos valeurs et notre ligne éditoriale de vingtaines d'infos sur des millions donc oui, on peut se poser la question: pourquoi ces infos-là et pas d'autres infos. Il y a une forme de subjectivité qui existe et qu'on assume totalement parce que nous estimons que c'est le reflet de l'actu du jour. De là à passer dans la tentation de dire qu'il y a un grand complot, c'est un peu dans l'air du temps et par ailleurs je trouve que justement la plupart des gens qui consomment de l'info sur les

plateformes digitales ne se rendent pas compte de la puissance des algorithmes qui connaissent très bien les préférences de l'utilisateur et qui vont lui renvoyer une image de son propre le monde. Si on aime le sport, le théâtre, etc je n'aurai que ça sur mon fil d'actualité. Il y a une bulle. Nous on prétend au contraire avoir une forme d'exhaustivité dans les choix, dans les thématiques traitées. Moi je n'ignore pas évidemment ce type de défense qui s'installe, je trouve ça très dangereux d'un point de vue sociétal donc oui je trouve qu'il y a une sorte d'éducation aux médias à refaire, elle doit venir de nous, elle doit venir aussi de l'enseignement, mais on devrait peut-être effectivement plus dire: nous avons enquêté, nous avons vérifié, vous pouvez nous croire ou même dire "nous avons choisi de ne pas traiter ce sujet", pourquoi. Après on peut vite rentrer dans l'auto justification permanente, la culpabilité, etc., mais on n'en est pas encore là. En tout cas c'est un phénomène que je trouve préoccupant."

- Il y a quelque chose qui a de plus en plus de succès dans la manière d'aborder l'info c'est le côté distant et ironique. Vews fait ça déjà parfois sur certains sujets. Est-ce que ça pourrait être envisageable sur le Web à RTL ?

"Tant que ce sera sous la marque RTL info non. Je prends l'exemple de Quotidien qui est plutôt bien fait et qui ressemble à de l'info dans ses codes: ce n'est pas de l'info en réalité, c'est de la mise en scène d'information. Je ne dis pas qu'il n'y a pas de l'info qui sort, mais il y a un parti pris éditorial, il y a une manière de collecter l'info qui amène à des situations parfois amusantes, satiriques, ça ce n'est pas vraiment de l'information. L'objectivité n'est pas vraiment là. C'est plutôt agréable à regarder, mais c'est un peu dangereux si on a pas les codes. Nous RTL info ça ne fait pas partie de notre mission. Maintenant sur RTL de manière général, pourrait-il y avoir une sorte de talk-show d'infotainment? Oui pourquoi pas. C'est un produit qui pourrait permettre au public de rester connecté à l'information donc ce n'est pas exclu, mais pas en l'incluant à la marque RTL info."

Entretien du mercredi 25 juillet avec Yves Thiran, chef de la rédaction Info Nouveaux Médias à la RTBF.

- Au sein de la RTBF et notamment sur certains supports en particulier y a-t-il des réflexions par rapport à ce public en particulier qui consomme l'information majoritairement via le Web ?

"Faire en sorte que ces publics consomment la RTBF est une priorité, car les enquêtes sur nos publics montrent que ce sont des publics âgés. En gros le téléspectateur du JT le midi à 60 ans donc si on veut rester un média pertinent dans les années à venir, il faut absolument qu'on arrive à toucher les publics plus jeunes qui ne regardent plus les JT. Le média qui touche un public sensiblement plus jeune en matière d'information c'est le Web avec en gros une moyenne d'âge juste un peu en dessous de 40 ans. En passant sur le Web on parle à un public 20 ans plus jeune."

- Dans un contexte où le Web prend de plus en plus d'importance, comment fait la RTBF pour penser son information? Quelles sont les réflexions qui se font par rapport à quelle information sera traitée et sous quelle forme sur chaque média ?

“Il y a comment on la pensait jusqu'à présent et comment on la pensera. On a mis en place une restructuration autour de 4 publics, dont le public de jeunes adultes. Chacun des publics a son responsable de l'offre et il y aura une offre « jeunes adultes » qui va se concrétiser à la fois en radio, en télévision, sur le Web et sur les RS. Si vous regardez ce qu'on a pour l'instant, c'est surtout sur le site web, mais cela va évoluer.”

- Dans mon enquête, j'ai pu remarquer que la génération des 18-38 ans est attirée par un traitement plus distant voir satirique de l'information. Vews fait déjà un peu cela, est-ce que ce genre de traitement pourrait être utilisé sur RTBF info ?

“Je pense qu'il y a eu de temps en temps des contenus satiriques sur RTBF info, mais c'était un peu une exception dont un jour un faux Facebook avec un faux profil de personnages politiques, mais on voit toujours qu'il y a un moyen de brouiller l'info donc je ne crois pas qu'un jour on le fasse. On a déjà eu des problèmes de confusions, car un papier comme Christophe Bourdon qui faisait une version Web d'une chronique satirique et sur twitter aucune différence et donc on a eu des réactions de gens qui ne comprenaient pas. On a tout intérêt de ne pas mélanger les genres.”

- Toujours cette tranche d'âge des 18-38 ans a une grande méfiance des médias et surtout des JT. Quelles seraient selon vous les solutions pour que cette génération puisse de nouveau faire confiance aux médias d'information ?

“ C'est pas une génération qui regarde beaucoup le JT donc c'est difficile de savoir si la méfiance précède le manque de consommation ou l'info. Quelqu'un de la RTBF essaie de faire l'éducation aux médias, il y a des ateliers... pour les aider à évoluer. La RTBF essaie de faire que les gens aient plus de confiance. Dans le JT, des sujets comme décodage essaient d'aller dans ce sens-là. Il y a eu une émission très ambitieuse: les décodeurs comme vocation de faire ça, mais cela a été un gros flop absolu. Je me méfie de l'avis du public qui veut de la transparence et puis qui s'ennuie. Si vous regardez l'ensemble de ce que produit la RTBF il y a de nombreux contenus dans la volonté d'y voir clair.”

- Comment est-ce que vous imaginez le futur du JT en sachant que les gens consomment de plus en plus l'information sur le web ?

“Le fait que le JT soit diffusé sur plusieurs sortes d'écrans, ça ne change pas grand-chose, ça reste de l'information vidéo. La logique de l'information en images qui bougent n'est pas remise en question. La technologie multiplie les diffusions. À partir de là, dans la journée de consommation d'infos, les plateformes n'ont plus le même rôle. Le JT maintenant il peut illustrer, fournir une fenêtre sur les directs pendant un événement, mais on voit bien que tous les JT du monde cherchent à définir une nouvelle utilité: vulgarisation, magazine, grands

formats. On est plus dans la fonction première des JT de répondre à la question, que s'est-il passé dans le monde, mais comment comprendre, synthétiser les événements de la journée que faut-il retenir de la déclaration d'un tel ou d'un autre. Autre ligne éditoriale, mais fonctionnement."

Entretien téléphonique du mardi 8 août 2018 avec Martin Vachieri, éditeur de Check

- En tant que média, comment s'adresse-t-on aux *digital natives* ?

"D'après moi la stratégie de communication n'est en aucun cas de vouloir s'adresser d'une autre manière, d'essayer de leur parler comme un ado et d'essayer un langage comme eux. En faisant ça, tu vas juste décrédibiliser ton média et ton auditeur. Ils n'ont pas besoin qu'on les prenne par la main. La façon dont tu dois construire les choses, c'est de savoir comment ne pas les fâcher en les infantilisant. Tu réfléchis au fond et au contenu des thématiques qui les intéressent."

- Comment se sont déroulées les discussions autour de Check au départ ?

"Nous on est parti d'un principe clair: très peu de médias parlent de façon intéressante de culture or de plus en plus de personnes sont curieuses de la musique belge, des thématiques de leur époque. Pour ça, tu dois être le témoin de ton époque. Il fallait savoir de quoi on avait envie de parler et ce qu'on connaissait. Et on avait envie de parler de musique, de bouffe et on avait envie de parler de sujets de société. C'est un média qui évolue et on ne s'interdit aucun sujet."

- Justement à ce sujet, peux-tu envisager un jour une extension de Check vers de l'actualité ?

"Pour l'instant ça ne nous intéresse pas. On essaie d'abord de s'agrandir et de se constituer un public, mais comme je l'ai dit on ne s'interdit rien. Nous on ne fait pas de l'actualité en particulier, mais ça nous arrive de rebondir sur des sujets d'actualité. Je trouve que c'est plus intéressant aujourd'hui pour informer cette génération de faire un pas de côté de l'actualité chaude. C'est plus intéressant d'avoir un article et une vidéo qui fouille plus le sujet sur un fait de société qu'un article rapide de News."

- Toi qui es baigné dans un public *digital natives*, qu'est-ce qui selon toi peut les attirer vers l'information? Est-ce que tu penses que l'actualité peut encore les attirer d'une manière ou d'une autre ?

"Je pense que les médias doivent d'abord arrêter de faire des tentatives de "drague" envers les plus jeunes. On a plus besoin de me tenir par la main. Je trouve que l'éducation aux médias c'est important jusqu'à 10-12 ans, mais de 12 à 25, je pense qu'il n'y a pas besoin. Je crois que c'est une perte de temps."