

Streamers, twitcheurs, influenceurs...

L'INFO DES JEUNES PASSÉE AU DÉTECTEUR

Stephan GRAWEZ

« “Génération 2020” est d’abord une grande enquête sur les pratiques numériques des jeunes. Avec leurs smartphones et leurs écrans, nous voulions savoir sur quelles plateformes ils naviguent, comment et pour quoi faire, explique Martin Culot, formateur en éducation aux médias à Média Animation. Mais, sur le plan de l’information et des actualités, les résultats ne donnaient pas grand-chose. On a alors approfondi un focus précis : celui de l’info. L’enquête “Les jeunes et l’info” est donc un suivi plus particulier de la principale. »

Côté méthode, l’équipe a recouru à des questionnaires plutôt quantitatifs et à des entretiens qualitatifs. « Avec certains étudiants, on va plus loin sous forme d’interviews. Pour cela, nous avons mis en place une animation de cinquante minutes qui prenait la forme de focus group. Nous avons proposé d’explorer différents formats d’info : un extrait du JT, une vidéo de YouTube, un extrait d’une story... Ensuite, on faisait parler les élèves là-dessus pour voir les thématiques qu’ils appréciaient. Parfois, on abordait des questions plus libres, en les

invitant à citer un exemple de fake news. L’idée était vraiment de partir de ce qu’eux en disent. On est sur du déclaratif, il faut l’avoir en tête. On a juste demandé comment ils se comportent, notamment sur la réception critique de l’information. Nous n’avons pas fait de tests de compétences ou de mises en situation. »

NAVIGATIONS LIBRES

Pour mener à bien ce travail, l’ASBL a rencontré deux cent nonante-deux jeunes entre douze et vingt-deux ans. Neuf écoles ont participé, soit dix-neuf classes. « Si on pose la question de base : “Comment les jeunes s’informent ?”, il apparaît que ce n’est pas comme cela qu’ils appréhendent ce sujet, remarque Martin Culot. Ils ne s’informent pas dans le sens où ils ne font pas la différence entre l’action de s’informer et celle d’aller rechercher l’info. En fait, ils naviguent dans le numérique, sur TikTok, Instagram, etc., passant sur des contenus de natures très diversifiées. Ils voient des choses défiler et ils n’ont pas une réflexion du type “je vais m’informer”. Ils scrollent, ils zieutent, ils regardent ce qui arrive. »

Ils “s’informent” s’ils ont des passions ou sont attirés par des sujets bien précis. « Si on prend l’exemple d’un jeune fan de basket ou de hockey, il peut avoir des pratiques informationnelles assez précises. Il va aller consulter des comptes bien définis sur Instagram ou sur TikTok pour suivre tel joueur. Dans l’enquête, un jeune déclare : “Je vais sur TikTok, mais ce réseau, c’est comme des mini bandes-annonces. Quand je regarde de petites capsules de trente secondes, s’il y a un sujet qui m’intéresse, je suis capable d’aller voir la vidéo plus complète sur YouTube”. C’est un peu l’information à la demande en mode Netflix. Face à un flux de capsules à gauche et à droite, dans tous les sens, je vais m’arrêter sur ce qui m’intéresse. Je vais consommer et m’informer à la demande, mais pas de façon imposée. »

DU CONVERSATIONNEL

Ce type de consommation remet bien sûr l’offre des médias traditionnels en cause. « La grande critique qui revient concerne par exemple le JT qui, pour les jeunes interrogés, sélectionne une quinzaine de sujets que l’on est obligé d’avaler, constate le formateur. Alors qu’ils veulent naviguer, surfer et choisir ce qui les intéresse. C’est pour cela que je dis qu’ils ne s’informent pas comme nous, ils n’en font pas un acte délibéré. » Dans ce qu’ils consultent – et c’est là que ça se complique –, on trouve une diversité de discours qui vont de la caricature au fun, de la rumeur aux messages des influenceurs. C’est un grand patchwork.

Un autre enseignement de l’enquête relevé par le responsable de Média Animation est l’importance du conversationnel. « Sur des sujets

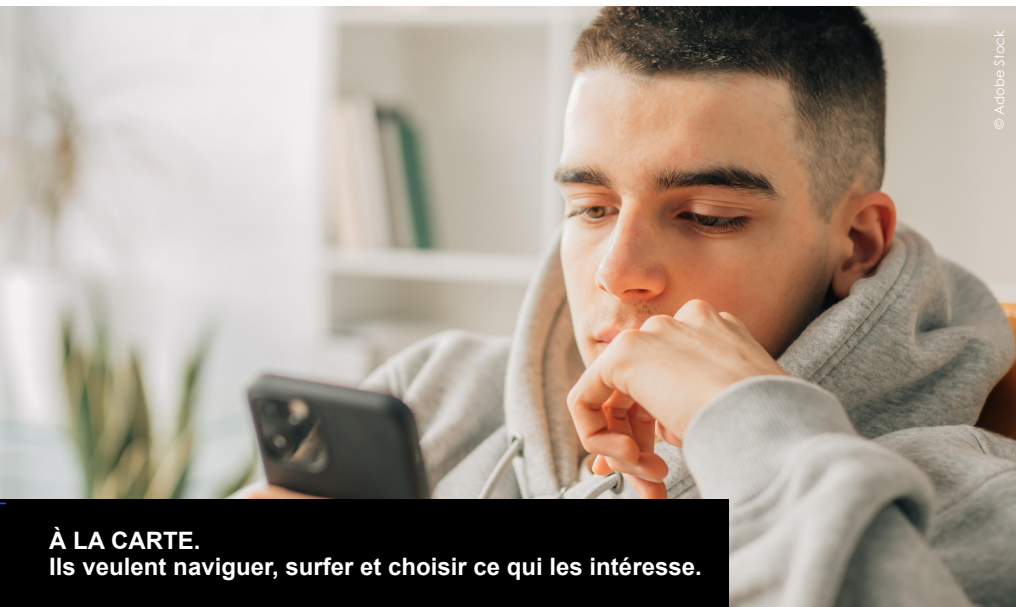
Médias
&
Immédi@ts

POLITICIEN DE DIEU

« Le démon se cache dans les politiciens. » Dans la première saison de *Le Royaume (El Reino)*, le pasteur télé-évangéliste argentin Emilio Vazquez Pena devenait candidat à la présidence de son pays suite à l’assassinat de son colistier. Mais, s’agissait-il simplement pour lui de s’engager en politique au nom de Dieu ? La seconde saison reprend l’intrigue et introduit dans la série un complot politique associé au crime, ce qui risquera encore davantage de mêler politique, religion et corruption... *Le Royaume*, en six chapitres, sur Netflix à partir du 29/03.

MATIN-INFO

Hier, on s’informait en se levant en écoutant la radio. Aujourd’hui on peut toujours le faire, mais on peut aussi se tenir au courant en ‘écou-regardant’ la télévision, sa tablette ou son smartphone. En Belgique francophone, la matinale de La Première (RTBF) est diffusée sur La Trois en réalisation TV. RTL TVI retransmet de 4h30 à 10h le programme de la radio Bel RTL. Et, depuis peu, la chaîne d’info LN24 propose une émission matinale ‘tout info’ commune avec LN radio. L’embarras du choix pour avoir une (bonne) information... Sur la télé via VOO et Proximus (et la TNT pour la RTBF), et sur internet.



© Adobe Stock

Comment s'informent les jeunes aujourd'hui ? Quels sont leurs canaux et que cherchent-ils ? L'enquête "Génération 2020" menée par Média Animation explore cet univers entre actus et divertissement.

À LA CARTE.

Ils veulent naviguer, surfer et choisir ce qui les intéresse.

d'actu, les jeunes aiment en parler entre eux, émettre un avis, une opinion, en débattre... Sans forcément être dans une logique de savoir quelle est la vraie info, quelle est la factualité des choses. Un sujet ou une fake news qui arrivent sur la table font l'objet d'un échange et ils espèrent entre eux ne pas être jugés là-dessus. Ils souhaitent parler de choses de leur âge et ne veulent pas être pris trop au sérieux ou se mettre des contraintes. Ce mode conversationnel est important. Quand on voit certains médias consommés par des jeunes, on y est. »

INFLUENCEURS TRÈS SUIVIS

« Tout a commencé avec le blog comme outil d'expression personnel et de communication. Les lecteurs peuvent réagir en insérant un commentaire sous chaque billet. Depuis l'apparition des plateformes Facebook (2004), YouTube (2005), Instagram (2010), TikTok (2016), de nombreux

influenceurs multiplient leur exposition médiatique sur plusieurs médias sociaux », analyse le Conseil Supérieur des Médias (CSEM) dans sa brochure consacrée aux influenceurs. Pour Martin Culot, « le problème est le rapport que les jeunes construisent avec les témoignages et les récits qu'ils entendent. Ils n'ont pas, ou assez peu – a priori lorsqu'ils sont plus jeunes –, de repères sur la différence entre un témoignage, une information, une fake news. Quand ils suivent des influenceurs ou des streamers, ou des gens qui sont actifs sur les réseaux, ils ont tendance à tout prendre comme argent comptant, au premier degré, sans recul ». Selon l'étude de Média Animation, 54% des utilisateurs d'Instagram déclarent suivre des influenceurs. Ils ne sont par contre que 12% à le faire sur Facebook. Entre les deux, on en dénombre 42% sur TikTok et 46 % sur YouTube.

Certains médias traditionnels ont bien compris tous ces changements. Avec

*Tarmac, la RTBF avait déjà fait un pas vers une info adaptée aux jeunes. Aujourd'hui, la chaîne publique produit *Mise à jour* sur TikTok. « Je ne pense pas que la RTBF cherche l'adhésion directe à ses programmes ou à Auvio, estime Martin Culot. Ils inventent une façon de faire de l'info, mais à la manière TikTok. Ils ont deux cent nonante-trois mille abonnés ! Ils produisent des contenus qui correspondent à leurs codes, et au petit bonheur la chance... Ils arriveront peut-être un jour sur le fil d'actu de la RTBF. » ■*

Média Animation : *Les Jeunes et l'info – Génération 2020*

media-animation.be/Generation2020-Les-jeunes-et-l-info-les-resultats-de-l-enquete.html

CSEM : *Les influenceurs – Revue Repères*

csem.be/collectionreperes

RTBF : *Mise à jour* tiktok.com/@miseajour

POUR LES COUCHE-TARD

Et si la télé pouvait préparer à dormir, ou remplir les insomnies ? Arte en fait le pari avec une émission originale, aux confins de l'expérimental, de l'art et de l'onirique, qu'elle propose à minuit bien passé. La chaîne présente ce programme comme un « *moment suspendu* » offrant un « *dépaysement télévisuel assumé* ». Et tel est le cas. L'émission est composée d'une suite de situations étonnantes, portant

des regards inattendus sur des petits bouts de réalités : les coups assénés sur leur sac de sable par des boxeurs ; des marcheurs filmant leurs pieds jusqu'à des paysages étonnants ; un photographe révélant par l'image un univers surprenant, etc. Le tout s'enchaîne selon le principe de la libre association, et se termine par « une salve polyglotte de joyeux "bonne nuit" ».

Hypernuît, sur Arte le 1^{er} vendredi du mois, après minuit. N°1 : 04/03, 00h50.

POUR LE CINÉMA BELGE

À l'occasion de la remise des Magritte du cinéma, la RTBF se consacre au cinéma belge sur toutes ses chaînes, avec des films en première diffusion tv. Vingt-cinq nouveaux films belges sont aussi désormais accessibles en exclu sur Auvio.

Du 28/02 → 03/03, Soirées spéciales sur La Trois (02/03) et La Une (03/03). Cérémonie de remise des trophées en direct sur La Trois (04/03).

