

# Communiqué aux médias

fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Université de Zurich

Zurich, 26 octobre 2015

**Annales 2015 Qualité des médias – Schweiz Suisse Svizzera**

## **Le journalisme d'information perd le public des jeunes adultes**

**Âgés de 16 à 29 ans, ils utilisent de moins en moins les médias qui misent sur les informations sérieuses et s'informent de plus en plus via les réseaux sociaux, devenus les principaux vecteurs de l'info-divertissement. Ou ils disparaissent tout simplement en tant qu'utilisateurs d'informations.**

Ces constats sont établis par le fög — Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft de l'Université de Zurich — dans la sixième édition de ses Annales de la Qualité des médias. Les sondages réalisés annuellement depuis 2009 en collaboration avec l'institut d'études de marché GfK, et publiés dans ces Annales, montrent que le journalisme d'information connaît un grave problème de relève au niveau des utilisateurs. Ainsi, entre 2009 et 2015, la part de jeunes adultes âgés de 16 à 29 ans s'informant régulièrement à travers les médias traditionnels — presse imprimée, radio et télévision — a nettement baissé. 56% des jeunes adultes interrogés en 2015 indiquent ne jamais consulter des journaux par abonnement. En 2009, ils étaient 35%. Fait remarquable, chez les jeunes adultes, ce recul de l'utilisation des canaux traditionnels n'est pas compensé par une utilisation accrue des médias d'information en ligne.

### **L'info-divertissement domine sur les réseaux sociaux**

Les jeunes gens sont ainsi de plus en plus nombreux à s'informer uniquement via les médias sociaux et à ne plus du tout s'informer par l'intermédiaire des médias classiques. Or, la consommation d'infos via les médias sociaux va de pair avec une utilisation accrue de contenus de moindre qualité. Une analyse des articles et reportages «viraux» les plus répandus sur les médias sociaux montre qu'il s'agit très souvent de nouvelles brèves divertissantes, chargées d'émotion, ou événementielles, donc sans grand effort de mise en perspective. Les personnes qui s'informent via les médias sociaux perçoivent ainsi davantage le monde à travers des thèmes traités épisodiquement (sans mise en perspective) ou de façon divertissante, que les personnes qui utilisent les médias d'information.

### **La numérisation affaiblit financièrement les médias d'information**

Ce transfert de l'utilisation vers les médias en ligne et sociaux traduit des bouleversements plus profonds à l'œuvre dans le système médiatique suisse. La numérisation et la mondialisation exercent leur influence sur les médias suisses à de nombreux égards et contribuent à la faiblesse structurelle du journalisme d'information. La disposition à payer pour des informations en ligne reste faible, les recettes publicitaires en ligne sont toujours en deçà des attentes, et les utilisateurs manifestent une aversion prononcée pour la publicité sur les plates-formes en ligne. D'autre part, les géants Google et Facebook interviennent dans une mesure sans cesse croissante sur les marchés publicitaires afin de parfaire l'empreinte numérique de leurs utilisateurs et de gagner ainsi en attrait pour le secteur publicitaire. Cette évolution aggrave d'autant les difficultés financières du journalisme d'information. La récente coopération formée par Ringier, Swisscom et la SSR sur le marché publicitaire constitue une tentative de rassemblement des forces des médias suisses contre la concurrence accrue des acteurs mondiaux. Mais elle creuse aussi de nouveaux fossés, isolant les entreprises suisses du secteur qui ne participent pas à cette coopération.

## **Politisation croissante, stigmatisation accrue de la SSR**

À mesure que les médias d'information s'enfoncent dans les difficultés financières, ils deviennent plus sensibles à des influences économiques et politiques. Ces dernières années, des acteurs du camp national-conservateur, surtout en Suisse alémanique, sont parvenus à repositionner (*Weltwoche*), acquérir (*Basler Zeitung*) ou à exercer des pressions (*NZZ*) sur des titres de presse. La faiblesse structurelle des médias d'information a également affecté les débats sur la politique médiatique en Suisse. Des analyses de la couverture médiatique de la révision de la LRTV confirment que les critiques contre la SSR par les nationaux-conservateurs ont bénéficié d'un large écho dans les médias et que plusieurs médias privés ont présenté la SSR comme la cause centrale de la crise actuelle des médias d'information. On assiste à la rupture du consensus politico-médiatique selon lequel la Suisse, petit État culturellement très divers et soumis à une concurrence particulièrement prononcée de la part de médias étrangers, a besoin à la fois d'un organisme de radiodiffusion public fort et de médias privés puissants.

## **Recul de la qualité des médias sur le long terme, mais aussi évolutions positives**

La faiblesse structurelle affectant le journalisme d'information exerce une influence négative mesurable sur le contenu des médias. Les *Annales* reflètent une baisse générale de la qualité pour la majorité des titres examinés depuis 2010. Le travail de mise en perspective est le plus fortement affecté par le manque de ressources (finances, personnel, temps à disposition) dans le journalisme d'information. Les informations épisodiques (sans mise en perspective) gagnent de l'importance. Les citoyennes et les citoyens sont ainsi de plus en plus fréquemment laissés seuls face à la complexité des interactions politiques, sociales et économiques. Mais sur certains aspects, l'étude aboutit aussi à quelques constats positifs en ce qui concerne la qualité des médias: la radio publique a pu stopper la tendance négative observée deux ans durant et affiche une amélioration qualitative significative. La télévision privée aussi s'est nettement améliorée par rapport à l'an passé et a atteint sa meilleure valeur depuis le début des mesures de qualité. Parmi les titres de médias nouvellement intégrés dans l'échantillon, le tout récent titre en ligne *watson.ch*, avec sa stratégie hybride (traitement d'articles de haute qualité aussi bien que d'objets séduisants de moindre qualité), a obtenu une notation qualitative moyenne sur l'ensemble des titres et même un classement supérieur à la moyenne en comparaison avec les autres médias d'information en ligne examinés.

## **Plan de l'étude, méthodologie et informations complémentaires**

La présente étude de la qualité des médias s'effectue à deux niveaux. Premièrement, elle étudie les structures médiatiques, soit le tirage ou l'audience, les recettes et les rapports de propriété des médias d'information en Suisse. En 2014, 149 titres de médias ont atteint le taux de couverture nécessaire pour être inclus dans l'étude, à savoir 0,5% de la population résidente par région linguistique. Dans un deuxième temps, les 58 titres les plus importants, toutes catégories de médias confondues (presse, radio, télévision, sites de nouvelles), des trois grandes régions linguistiques de la Suisse sont soumis à une validation des contenus sur la base des critères de qualité que sont la diversité, la pertinence, l'actualité et le professionnalisme.

Pour plus de détails concernant la méthodologie, la définition sous-jacente de la qualité et le financement des *Annales*, voir [www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch).

## Contact

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Université de Zurich  
Andreasstrasse 15  
CH-8050 Zurich  
Tél. +41 (0)44 635 21 11  
Courriel [kontakt@foeg.uzh.ch](mailto:kontakt@foeg.uzh.ch)

## Annales 2015 Qualité des médias – Schweiz Suisse Svizzera

### *Raison d'être des Annales*

Ces Annales ont pour but de renforcer la prise de conscience de la qualité auprès des réalisateurs de médias et du public. Elles constituent une source de renseignements pour tous les travailleurs des arts médiatiques, acteurs de la politique et de l'économie, chercheurs scientifiques et particuliers qui s'intéressent à l'évolution des médias et de leurs contenus. Les Annales sont nées de l'impulsion donnée par la reconnaissance du fait que la qualité de la démocratie dépend de la qualité de la communication publique transmise par les médias. Elles veulent contribuer à faire de la qualité des médias un sujet important de la communication publique.

*Les responsables* Les annales sont publiées par le fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Université de Zurich ([www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch)). Les auteurs suivants ont contribué aux Annales 2015 (par ordre alphabétique): Christian Caspar, Urs Christen, Mark Eisenegger, Patrik Ettinger, Angelo Gisler, Lucie Hauser, Kurt Imhof †, Jörg Schneider, Mario Schranz, Linards Udris et Daniel Vogler.

*Financement et soutien* Le financement des Annales est assuré par la fondation d'utilité publique Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität (anciennement Stiftung Öffentlichkeit und Gesellschaft) ([www.oeffentlichkeit.ch](http://www.oeffentlichkeit.ch)). Le conseil de fondation se compose des personnalités suivantes: Christine Egerszegi-Obrist, Mark Eisenegger, Barbara Käch, Yves Kugelmann, Fabio Lo Verso, Dick Marty, Oswald Sigg et Peter Studer.

La Fondation remercie en particulier les donateurs suivants qui ont permis de financer le projet: Fondation Adolf et Mary Mil, Allreal Holding AG, Fonds Anne Frank, Credit Suisse Foundation, La Poste Suisse SA, Fidinam ([fidinam.ch](http://fidinam.ch)), Association Interpharma, Fondation Paul Schiller, Mobilière Suisse Société d'assurances SA, Stiftung für Qualitätsjournalismus Ostschweiz, Banque Cantonale de Zurich ainsi que divers donateurs individuels.

*Publication* Les Annales paraissent sous forme imprimée chez Schwabe Verlag (ISBN 978-3-7965-3437-9) et sous forme électronique (ISBN 978-3-7965-3438-6). Le centre de recherches publie régulièrement sur son site [www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch) d'autres études et leurs principaux résultats. En outre, il publie en cours d'année des études et réflexions disponibles sur [www.schwabeverlag.ch](http://www.schwabeverlag.ch).

Nous dédions l'édition 2015 à feu le président du conseil de fondation, le professeur Kurt Imhof, initiateur du projet des Annales de la Qualité des médias.