



MEDIENSYMPOSIUM MÉDIAS ET DÉBATS

Wahlen 2011: Medien auf dem Prüfstand
Elections 2011 : Médias au banc d'essai

SRF

SRG SSR



WAHLEN 2011: MEDIEN AUF DEM PRÜFSTAND ÉLECTIONS 2011: MÉDIAS AU BANC D'ESSAI

Die Medienleistung aus Sicht des Wahlforschers: Themen und ihre Dynamiken/Le travail des médias vu par le politologue : les sujets et leur dynamique

Linards Udris / Kurt Imhof / Patrik Ettinger – fög/UZH

SRF

SRG SSR

Programme

1.	Intérêt porté aux élections fédérales
2.	Sujets et acteurs 2011
3.	Qualité des médias en 2011
4.	Couverture électorale et médias sociaux

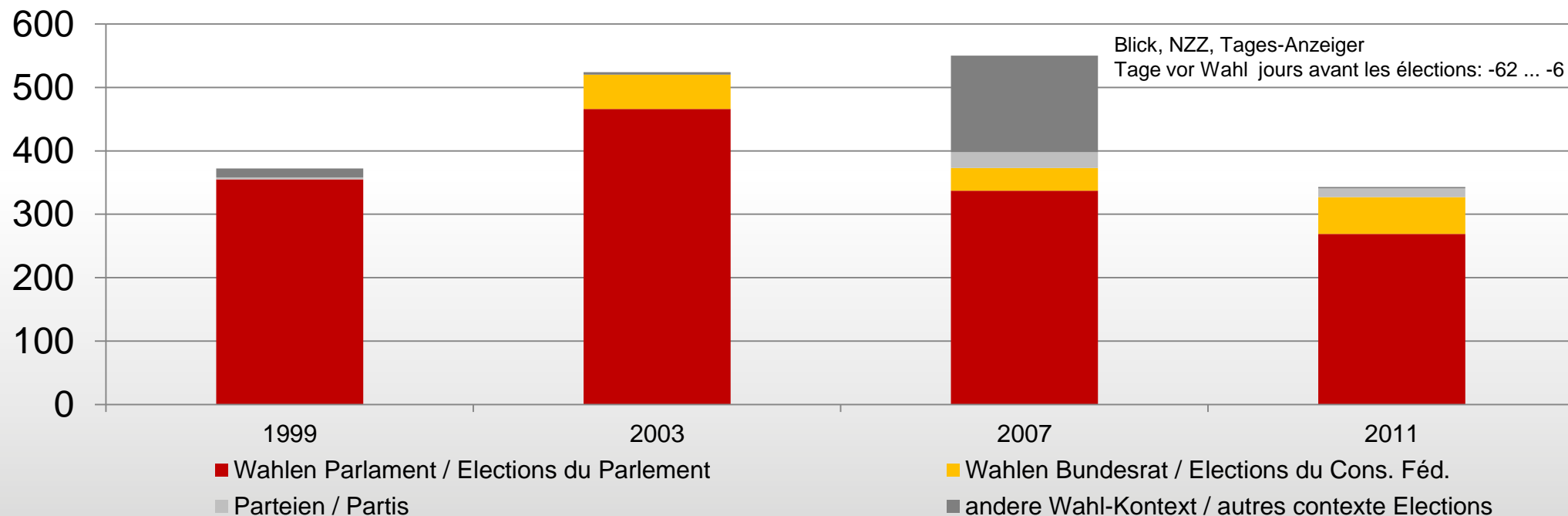
Programme

1.	Intérêt porté aux élections fédérales
2.	Sujets et acteurs 2011
3.	Qualité des médias en 2011
4.	Couverture électorale et médias sociaux

Evolution de la couverture électorale

Intérêt porté aux élections

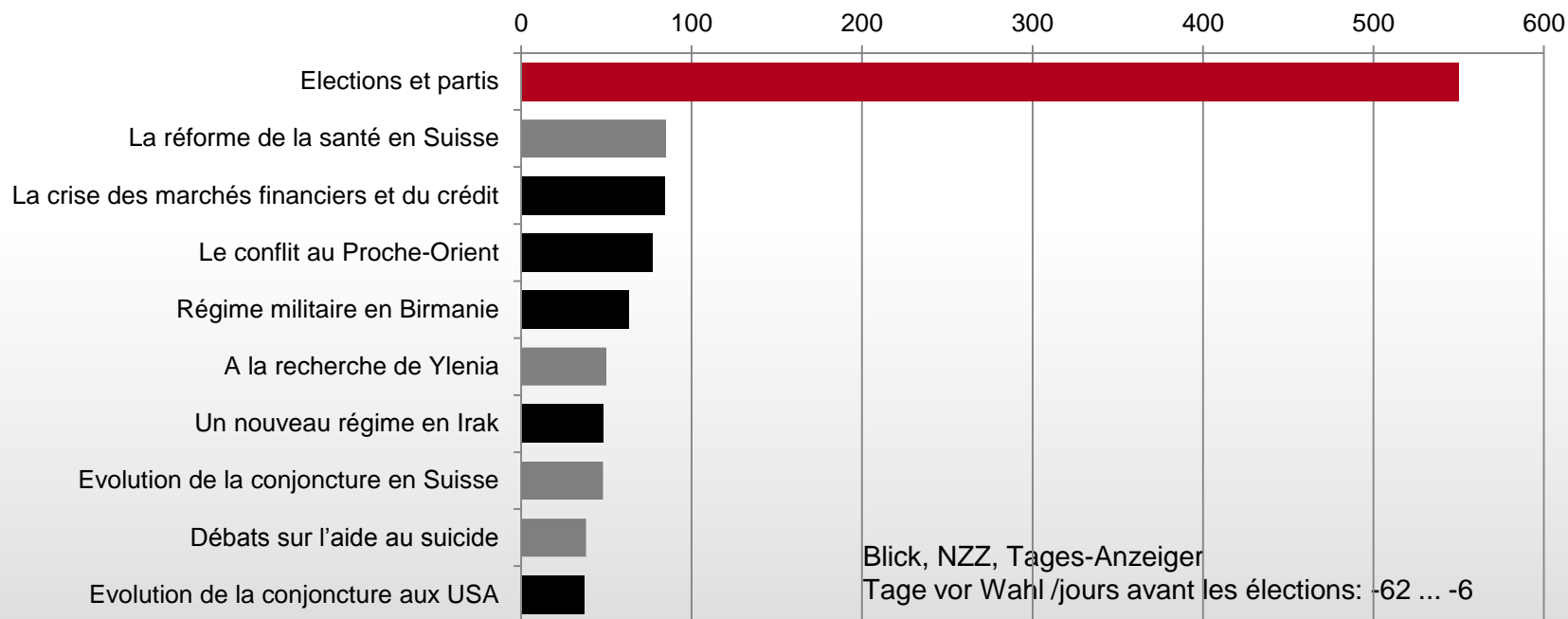
Evénements (nombre d'articles)



Evolution de la couverture électorale

Agenda 2007

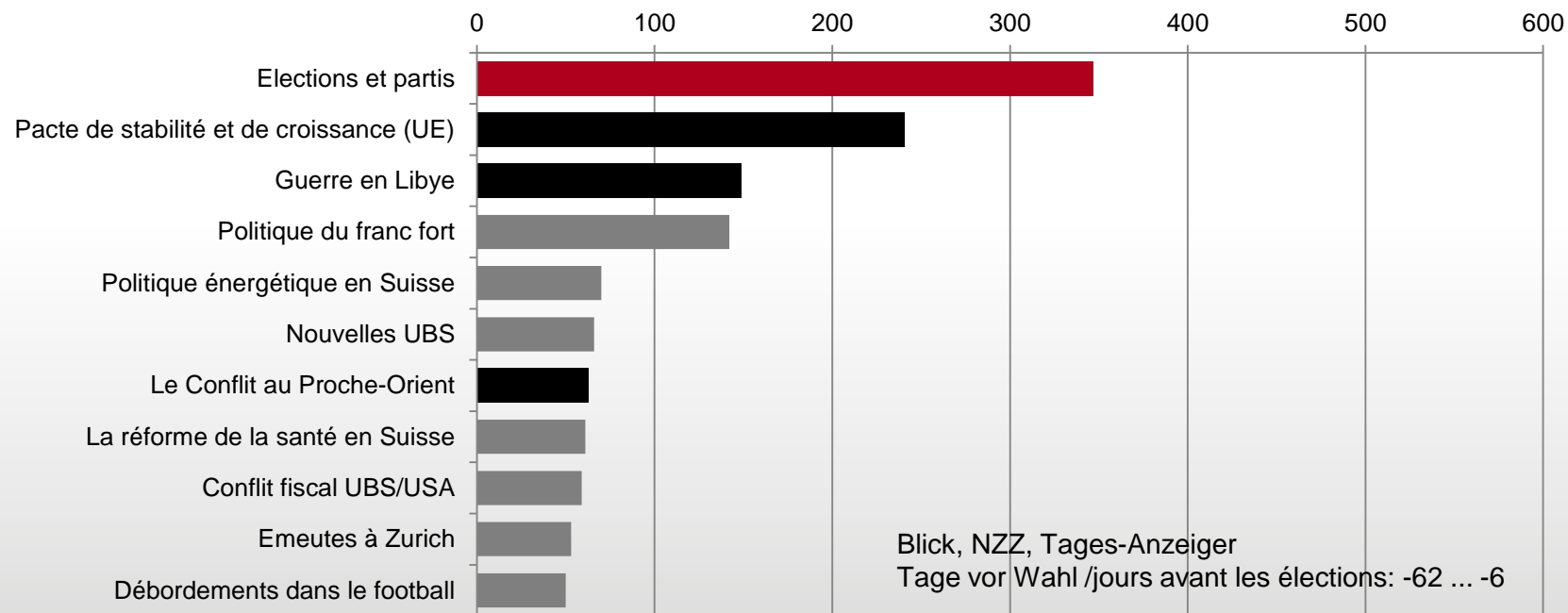
Evénements (nombre d'articles)



Evolution de la couverture électorale

Agenda 2011

Evénements (nombre d'articles)



Programme

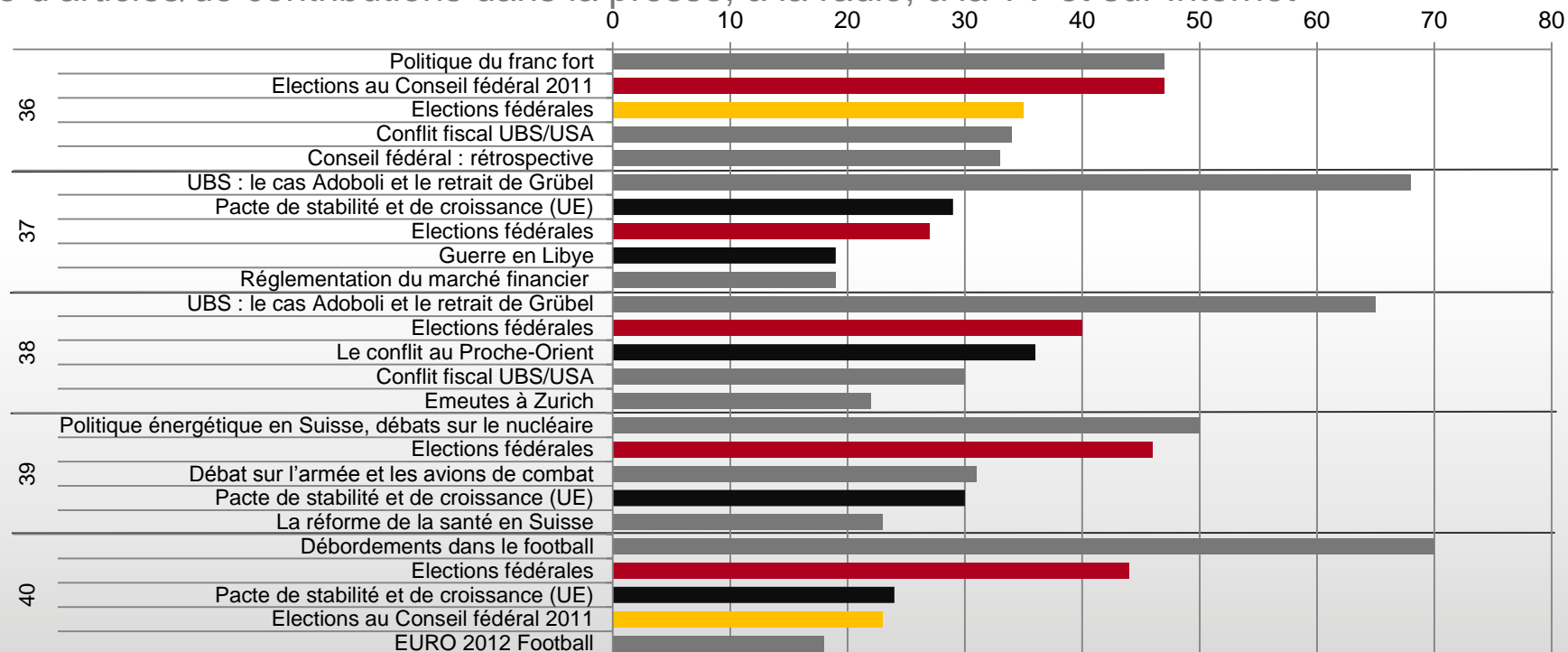
1.	Intérêt porté aux élections fédérales
2.	Sujets et acteurs 2011
3.	Qualité des médias en 2011
4.	Couverture électorale et médias sociaux

Sujets 2011

Dynamique des sujets

Top 5 des événements traités par les médias de Suisse alémanique (semaines 36-40)

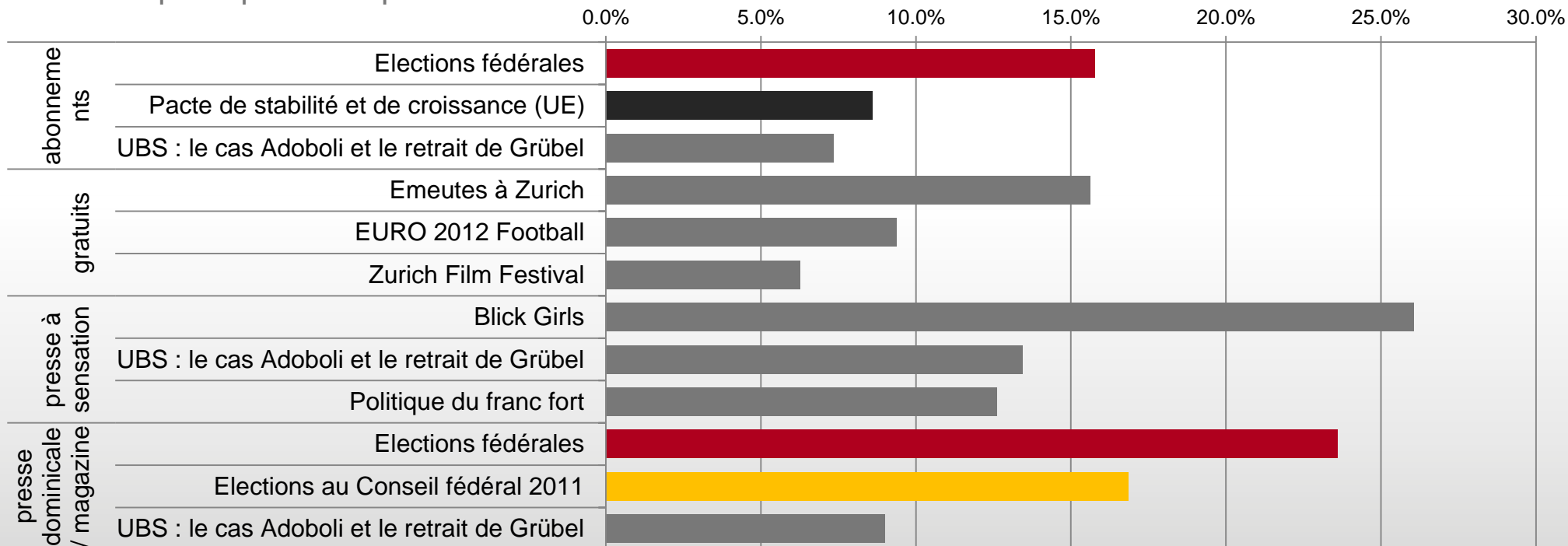
Nombre d'articles/de contributions dans la presse, à la radio, à la TV et sur Internet



Sujets traités par la presse

Top 3 des événements traités par les médias de Suisse alémanique (1.9 – 9.10.2011)

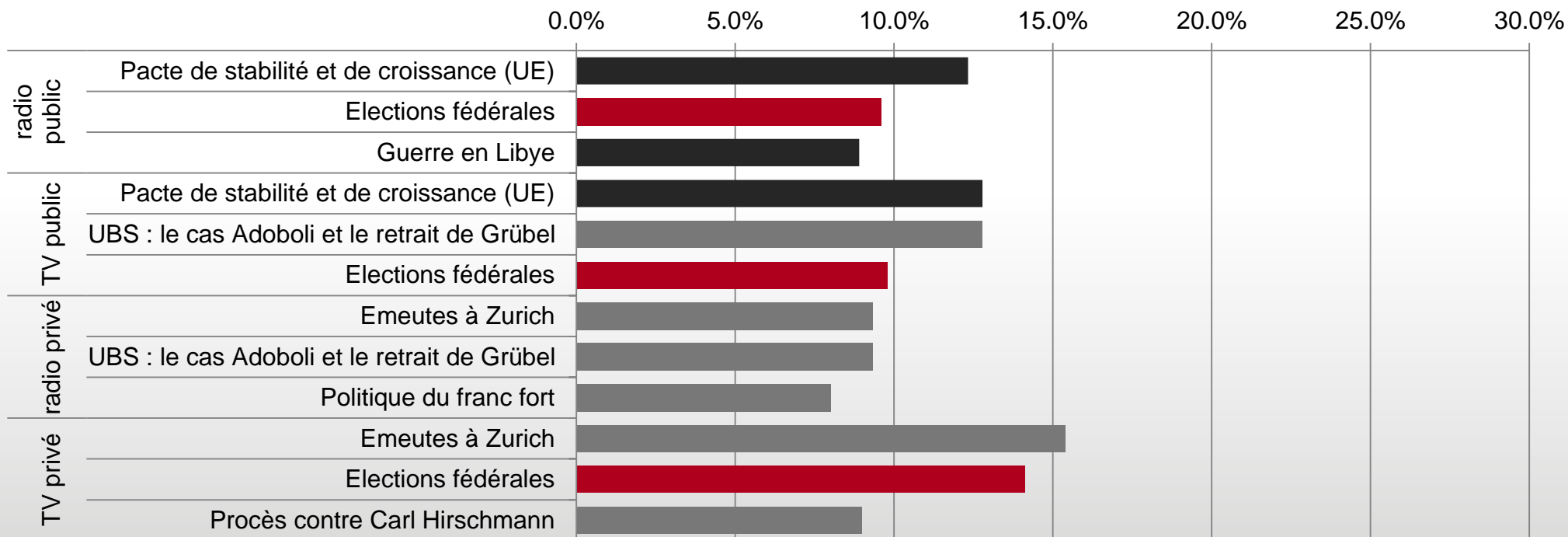
Articles : quote-part au top 20 des événements



Sujets traités par la radio et la TV

Top 3 des événements traités par les médias alémaniques (1.9-9.10.2011)

Articles : quote-part au top 20 événements

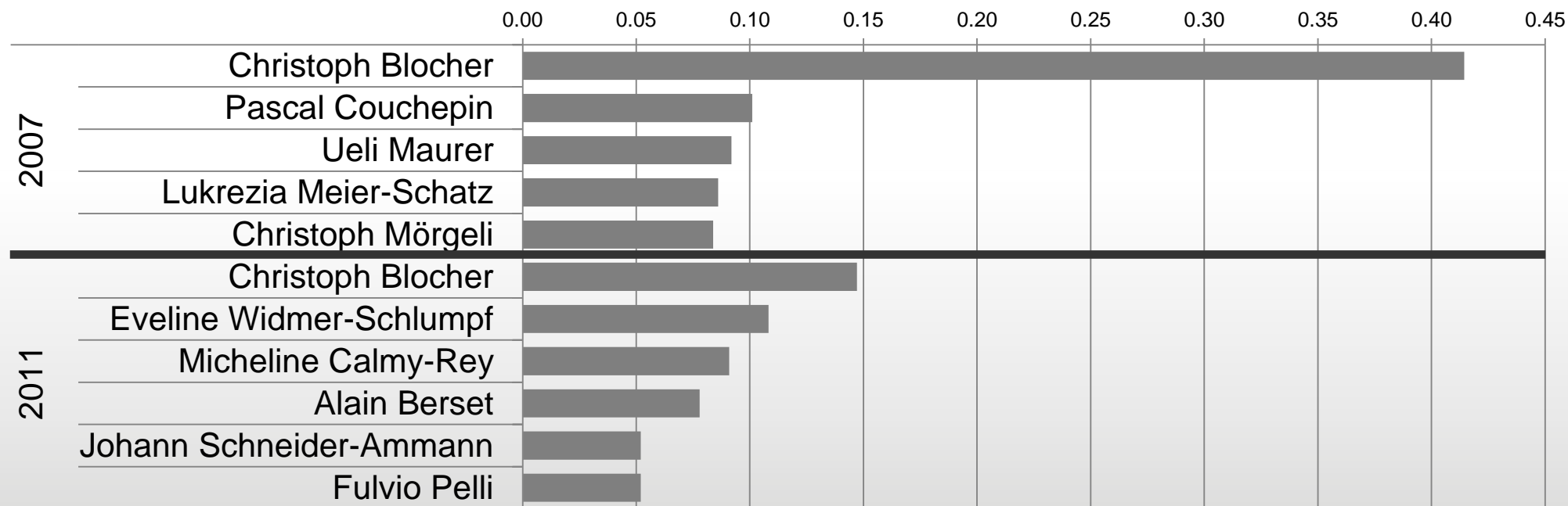


Impact des acteurs et retentissement des sujets

Impact et peopolisation : évolution

Impact des différents acteurs

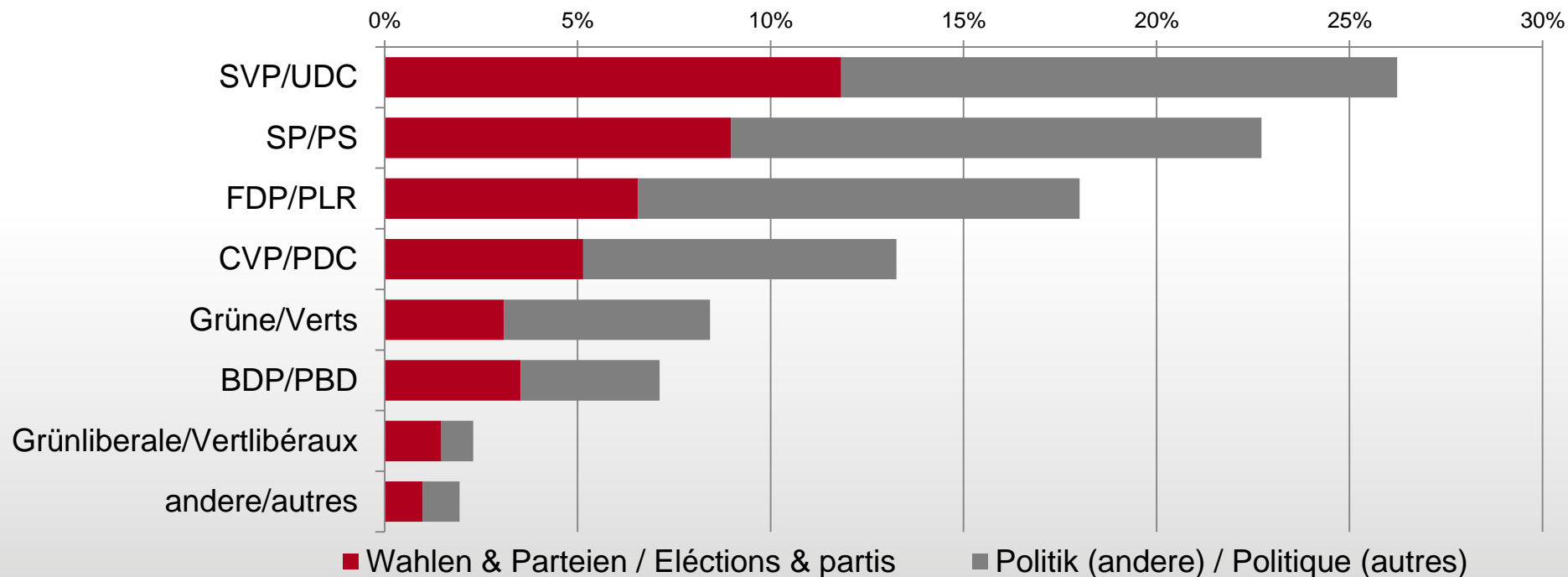
Nombre moyen de déclarations par article : presse de Suisse alémanique et de Suisse romande



Retentissement des partis

Retentissement des partis (conseillers fédéraux compris)

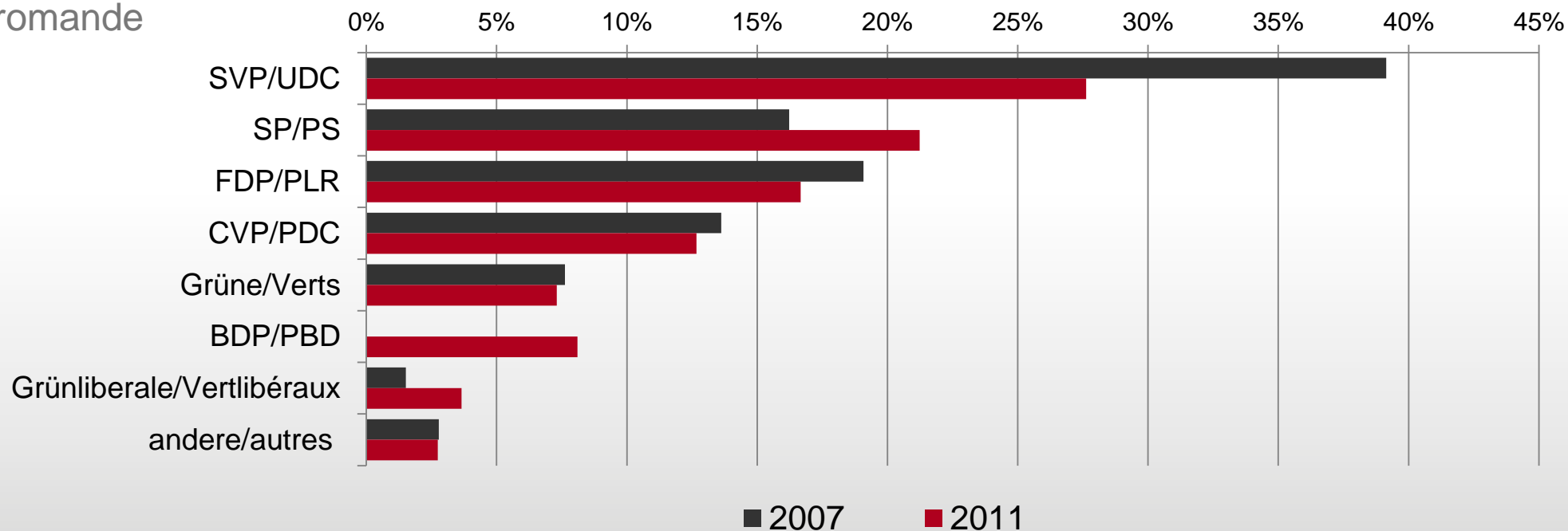
Nombre de déclarations ; politique suisse ; presse & Internet Suisse alémanique + Suisse romande



Retentissement des partis : évolution

Retentissement des partis (conseillers fédéraux compris)

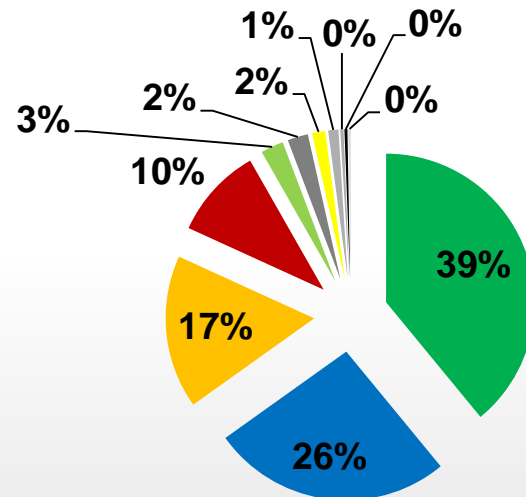
Nombre de déclarations ; événements élections et partis ; presse Suisse alémanique + Suisse romande



Publicité politique

Publicité politique (4.2011-9.2011 ; sans les comités)

19 millions CHF (brut)



■ SVP/UDC

■ Grüne/Verts

■ EVP/PEV

■ FDP/PLR

■ Lega

■ EDU/UDF

■ CVP/PDC

■ BDP/PBD

CSP

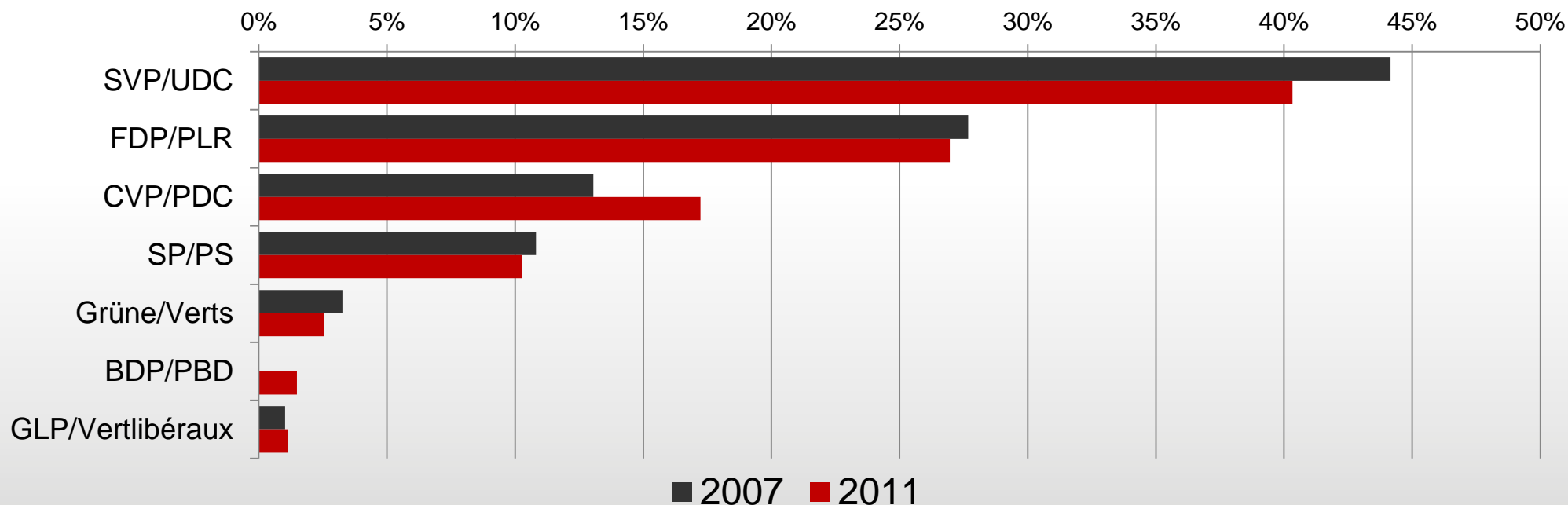
■ SP/PS

■ GLP/Vertlibéraux

Publicité politique

Publicité politique (1-12.2007 / 4.2011-9.2011; (sans les comités)

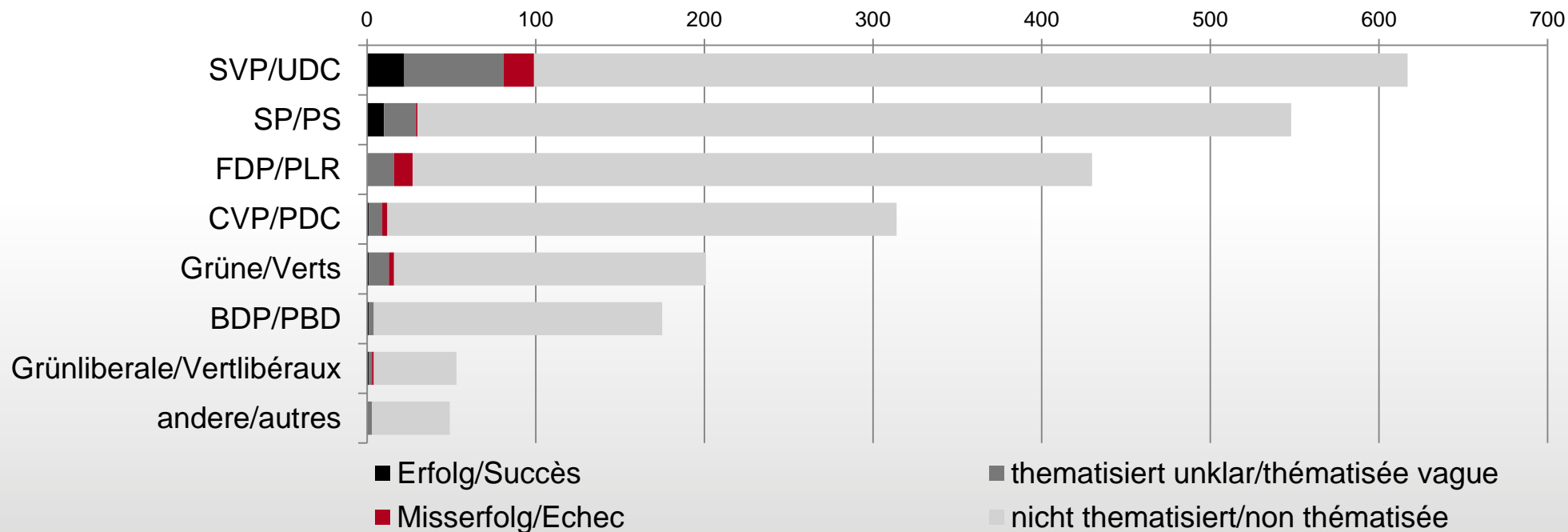
Quote-part des 7 grands partis ; 1-12.2007 : 36 M CHF / 4-9.2011: 19 M CHF (brut)



« Métacouverture », retentissement de la campagne

Retentissement de la campagne des acteurs

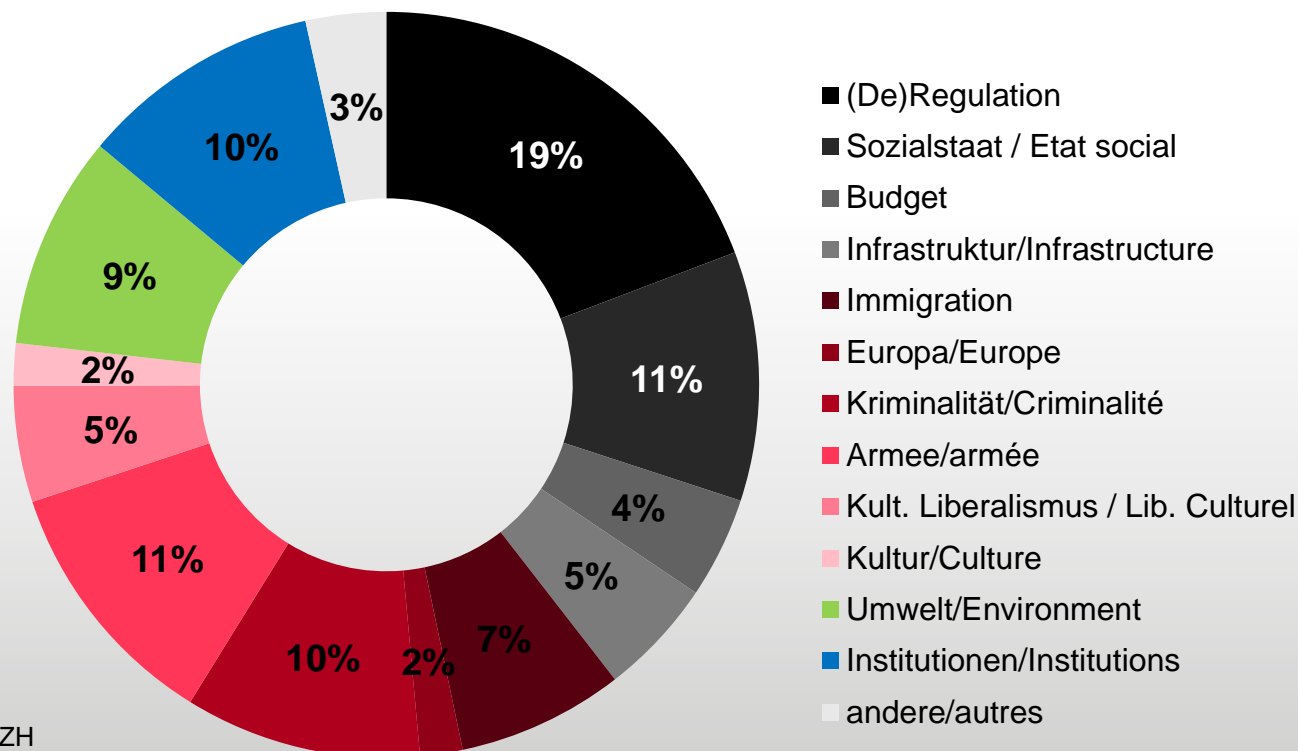
Nombre de déclarations ; presse & Internet Suisse alémanique + Suisse romande



Retentissement des sujets conflictuels

Retentissement (tous acteurs confondus)

Nombre de déclarations, presse & Internet Suisse alémanique + Suisse romande

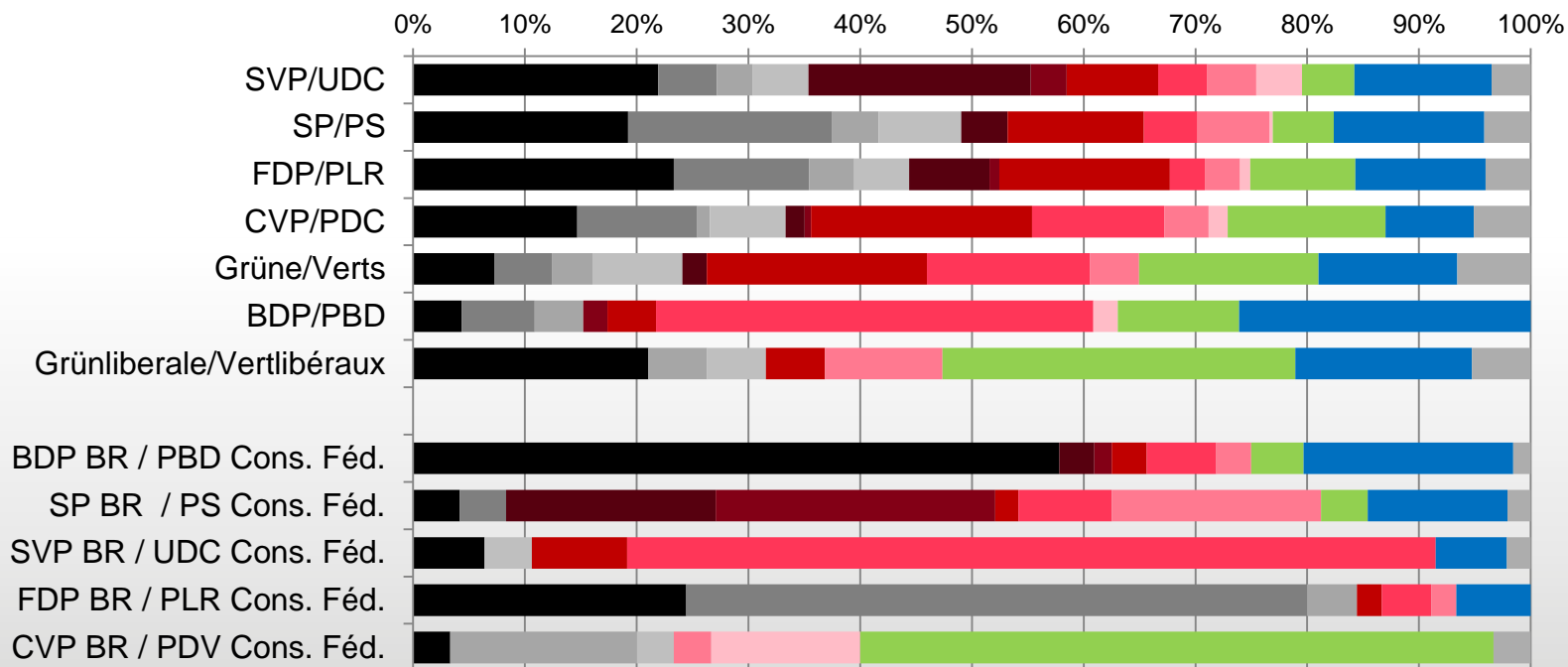


n = 916 Beiträge/articles

Sujets traités par les acteurs

Sujets traités par les acteurs

Nombre de déclarations ; presse & Internet Suisse alémanique + Suisse romande



© fög/UZH
n = 916 Beiträge/articles



- (De)Regulation
- Infrastruktur/Infrastructure
- Kriminalität/Criminalité
- Kultur/Culture
- andere/autres

- Sozialstaat/Etat social
- Immigration
- Armee/armée
- Umwelt/Environment

- Budget
- Europa/Europe
- Kult. Liberalismus / Lib. Culturel
- Institutionen/Institutions



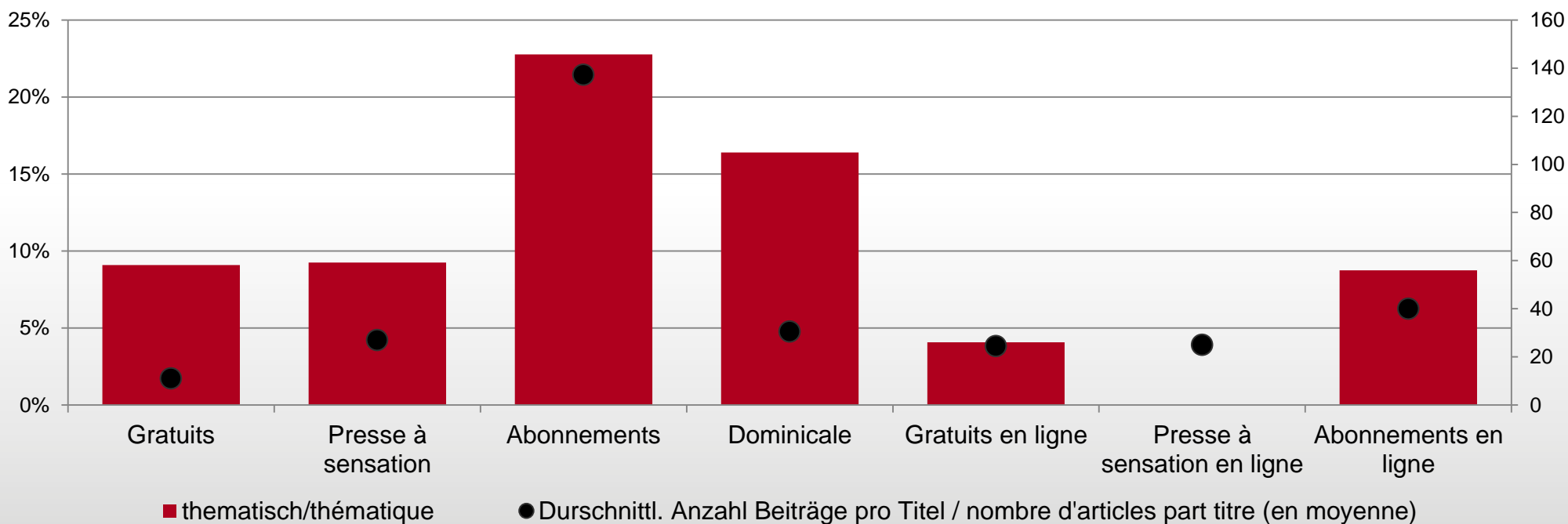
Programme

1.	Intérêt porté aux élections fédérales
2.	Sujets et acteurs 2011
3.	Qualité des médias en 2011
4.	Couverture électorale et médias sociaux

« Classification performance » des médias

« Classification performance » – traitement thématique

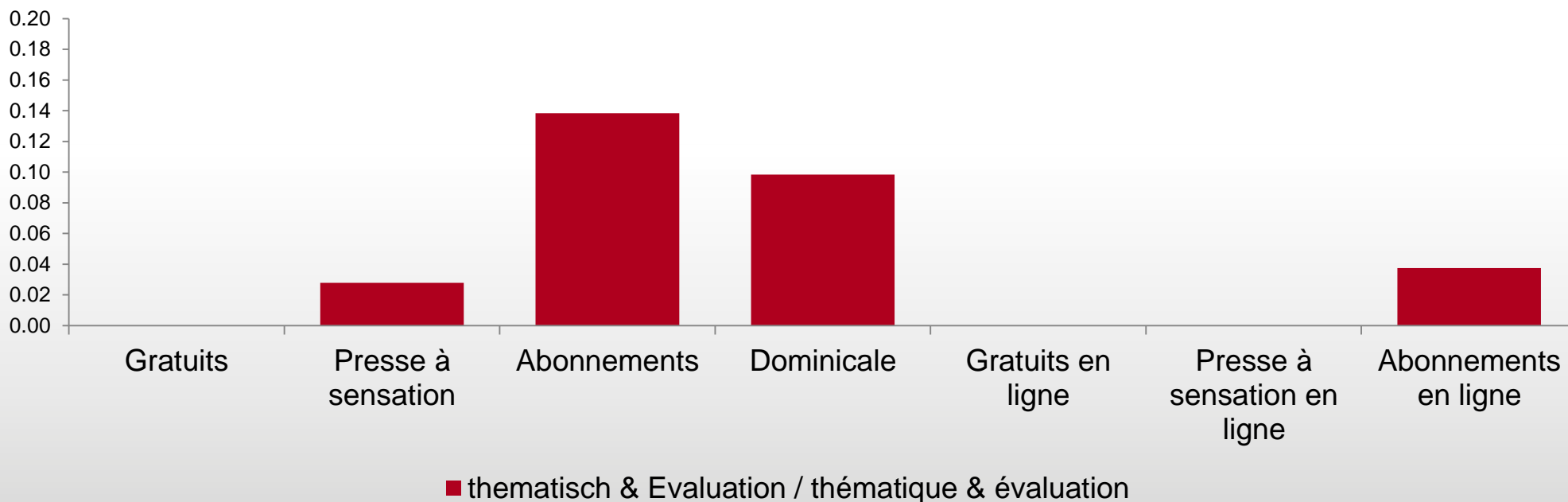
Quote-part et nombre d'articles ; presse & Internet Suisse alémanique + Suisse romande



« *Classification performance* », le rôle des médias

Commentaires et évaluations des médias dans des articles thématiques

Quote-part des déclarations des médias (évaluations) par article ;
presse & Internet Suisse alémanique + Suisse romande



Emotionnel et peopolisation

Articles sur les élections et la politique nationale, traitement

Quote-part des articles, presse & Internet Suisse alémanique + Suisse romande

	émotionnel	peopolisation
Gratuits	55%	23%
Gratuits en ligne	45%	35%
Presse dominicale	44%	34%
Presse à sensation en ligne	44%	56%
Presse à sensation	43%	48%
Magazine	41%	45%
Abonnements	34%	17%
Abonnements en ligne	31%	28%
Total	37%	25%



© fög/UZH

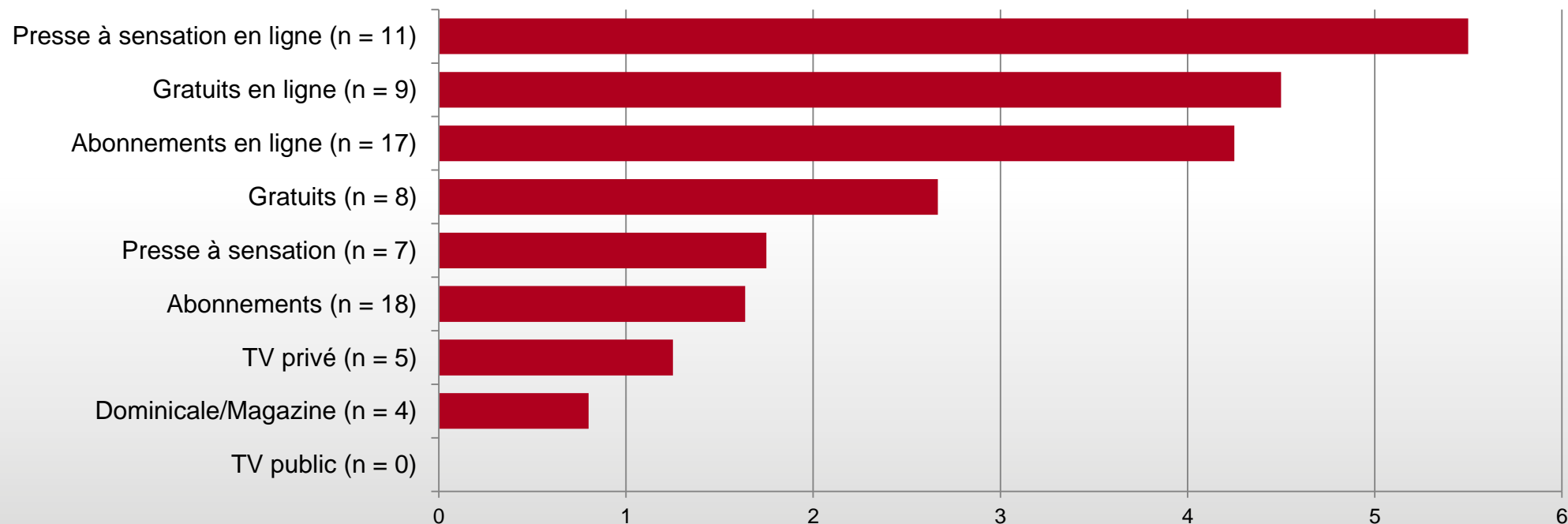
n = 916 Beiträge/articles



Réactivité aux événements : l'exemple de « Zottel »

Enlèvement du bouc-mascotte UDC « Zottel »

Nombre moyen d'articles par média (15-19.10.2011)



n = 79 Beiträgere/rapports

Programme

1.	Intérêt porté aux élections fédérales
2.	Sujets et acteurs 2011
3.	Qualité des médias en 2011
4.	Couverture électorale et médias sociaux

Qu'est-ce qui attire l'attention des utilisateurs facebook?

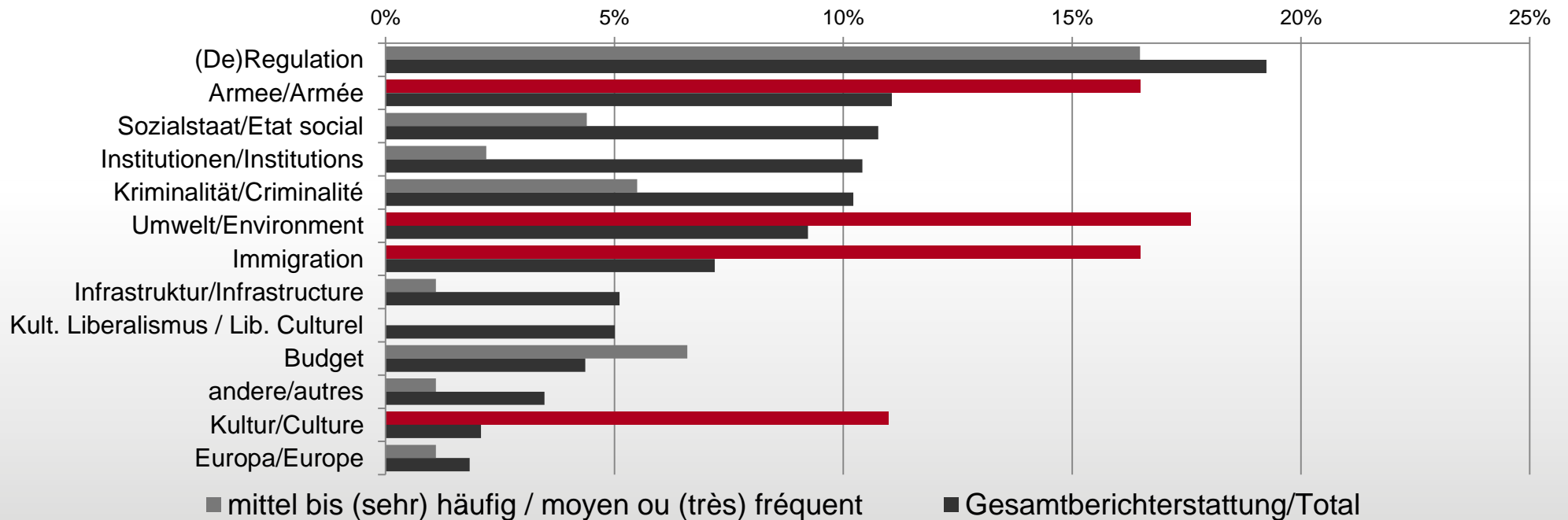
Articles parus dans 20 Minuten Online les plus consultés sur facebook

Date	Titre	Liens
17.10.2011	<i>Zottel devant le tribunal populaire</i> (Geissen-Posse: Zottel kommt vor «Volksgericht»)	226
13.09.2011	<i>Redevance radio/TV obligatoire pour tous</i> (Gebührenzwang: Radio- und TV-Gebühren für alle obligatorisch)	173
15.10.2011	<i>Accents néonazis : l'UDC demande des zones sans requérants d'asile</i> (Nazi-Jargon: SVP fordert «asylantenfreie Zonen»)	168
14.09.2011	<i>Redevance TV: « 100 francs, c'est trop »</i> (TV-Gebühren: «100 Franken sind zu optimistisch»)	65
04.10.2011	<i>Les présidents de parti sur la sellette : « Oui, j'ai un diplôme de fin d'étude »</i> (Parteipräsidenten im Verhör: «Ja, ich habe einen Schulabschluss»)	62

Facebook et les autres médias : résonance des sujets conflictuels

Résonance des sujets conflictuels, comparaison entre facebook et les autres médias

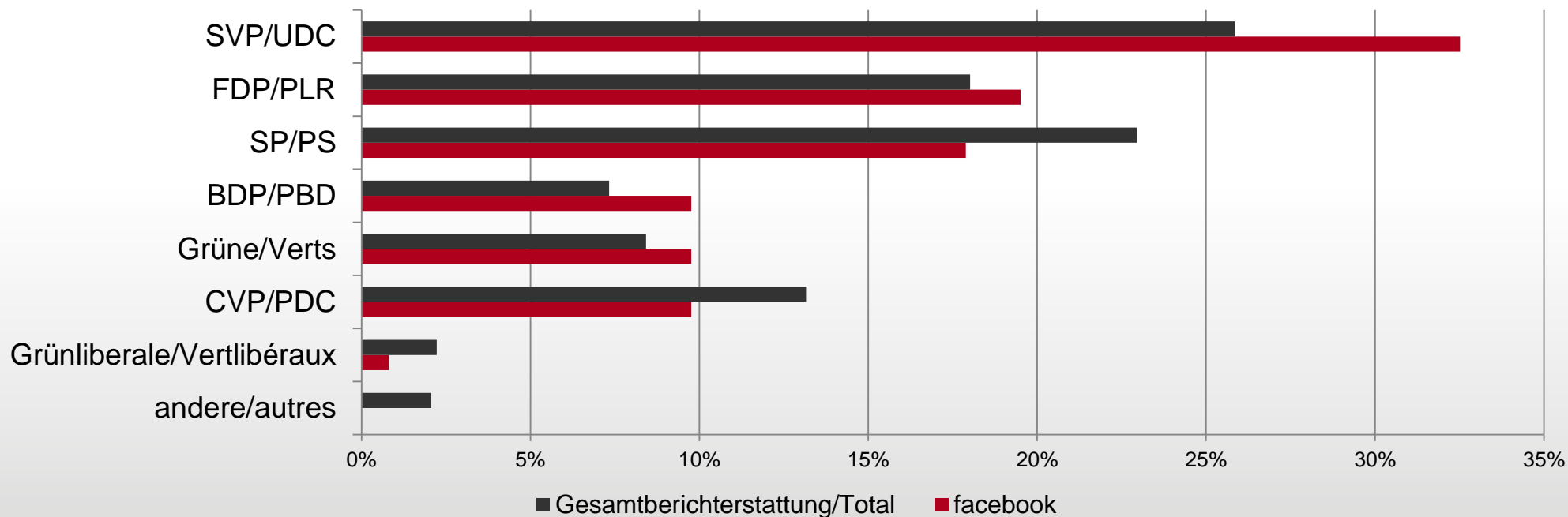
Part en % des différents sujets



Facebook et les autres médias : résonance des partis

Résonance des partis, comparaison entre facebook et les autres médias

Part en % des partis



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
Merci bien pour votre attention!