

Communiqué de presse

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Université de Zurich

Zurich, le 14 octobre 2019

Constats principaux 2019: Annales Qualité des médias – Schweiz Suisse Svizzera

Les plateformes numériques mondiales mettent les médias d'information suisses sous pression

Facebook, Youtube et Co. jouent un rôle de plus en plus important dans le comportement d'utilisation des médias en Suisse. Cependant, la plupart des gens cherchent des échanges avec des amis ou des divertissements sur ces plateformes et ne sont pas très intéressés aux nouvelles. C'est une des raisons pour laquelle la proportion des indigents médiatiques a augmenté de 15 points de pourcentage au cours des dix dernières années. Actuellement, 36% des Suisses ne consomment presque pas de nouvelles. Bien que les médias d'information suisses sont de moins en moins utilisés, ils sont considérés comme beaucoup plus fiables que les médias sociaux. Ceci est illustré par les « Annales Qualité des médias » qui sont publiées pour la dixième fois cette année.

Le changement dans le comportement d'utilisation des médias suisses signifie que les médias d'information deviennent moins importants. Les « indigents médiatiques » constituent désormais le groupe d'utilisateurs le plus important et il a augmenté de 21% (2009) à 36% (2019). Ces personnes consomment à peine des nouvelles et s'ils s'informent c'est sur les médias sociaux qu'en passant. Par exemple, la plupart des gens constatent qu'ils cherchent principalement le divertissement et l'échange avec des amis lorsqu'ils utilisent les médias sociaux. Les nouvelles jouent un rôle subordonné. Malgré la baisse dans leur utilisation, les médias suisses restent des sources d'information fiables. Près de la moitié de la population suisse fait confiance aux médias d'information (47%), tandis que la confiance dans les médias sociaux (17%) est clairement moindre. Dans l'ensemble, l'édition anniversaire des Annales montre en s'appuyant sur de diverses analyses en quoi la « plateformisation » - l'essor des grandes plateformes numériques - transforme le système médiatique suisse et le public.

Particuliers et relations publiques décident considérablement sur les sujets circulés dans les médias sociaux

Une analyse de tous les utilisateurs suisses de Twitter illustre l'évolution du public numérique. Les journalistes ou les organisations médiatiques reçoivent beaucoup moins d'attention dans leurs tweets que des particuliers et des politiciens. La hiérarchie des auteurs de sujets les plus influents est donc renversée par rapport au public médiatique d'avant. Les médias dits alternatifs - qui répandent parfois des théories du complot ou de la désinformation - n'ont presque aucune signification dans la sphère Twitter suisse. Dans le public numérique suisse, la désinformation ciblée est donc moins un problème que les relations publiques politiques.

Privatisation croissante du public numérique

L'importance des services de messagerie tels que WhatsApp ou Facebook Messenger a considérablement augmenté en Suisse. WhatsApp est l'application de médias sociaux la plus répandue aujourd'hui.

d'hui et elle est utilisée régulièrement par les trois quarts des Suisses (74%). Ces services de messagerie favorisent la privatisation des discussions sociétales. Cela augmente le risque d'une diffusion de contenu problématique non-détectée.

Qualité des médias - professionnalisme élevé ; baisse en pertinence, diversité et contextualisation

L'importance croissante des plateformes numériques mondiales prive le journalisme d'information suisse de ressources. Ces changements déclenchés par la numérisation ne restent pas sans conséquences pour la qualité. La qualité des 66 médias d'information étudiés a baissé mesurablement mais légèrement et pas dans toutes les dimensions de la qualité. L'orientation vers les normes journalistiques professionnelles reste élevée dans l'arène médiatique suisse. En revanche, la pertinence diminue, c'est-à-dire que l'orientation vers des informations divertissantes augmente. De même, de légères pertes dans la dimension de la contextualisation montrent : Les rapports de fond perdent de l'importance. Les pertes de qualité les plus importantes entre 2015 et 2018 peuvent être observées dans la dimension de la diversité des rapports.

Statut de média de référence - Très peu de médias sont cités fréquemment

En termes de citations, seuls quelques médias en Suisse obtiennent un statut de média de référence. La plupart des citations sont attribuées à la SRF et Blick, suivies des autres principaux médias imprimés et numériques de Zurich. Les grands titres par abonnement zurichois sont fréquemment cités, en particulier dans les reportages politiques et économiques, la SRF dans les reportages politiques et culturels. Le titre de tabloïd Blick reçoit le plus grand nombre de citations dans la couverture sportive et à côté de 20 minutes aussi dans le domaine de l'intérêt humain. Les médias de la Suisse romande et de la Suisse italophone sont relativement rarement cités.

Cohésion médiatique – la couverture sportive la plus importante en ouvrant le regard au-delà des frontières linguistiques

Une analyse de contenu supplémentaire dans les Annales montre que les médias suisses couvrent les villes et régions suisses très différemment. Les médias suisses allemands se concentrent principalement sur leur propre région linguistique (81%) et moins sur les deux autres régions du pays (19%), tandis que les médias romands s'intéressent un peu plus souvent aux autres régions linguistiques (37%). Les médias de la Suisse italophone (51%) couvrent le plus fréquemment les autres régions du pays. Le principal sujet de la couverture des autres régions linguistiques est le sport. Les communiqués des agences jouent également un rôle important dans la cohésion linguistique et régionale. Les tabloïdes tels que le SonntagsBlick ainsi que les portails en ligne de la SRG SSR traitent plus souvent de l'autre région linguistique comparé à la moyenne.

Pour une politique médiatique plus audacieuse

Les conclusions des Annales prouvent que les plateformes numériques mondiales mettent le journalisme d'information suisse sous pression. Les services fournis par les médias d'information à la société démocratique sont en danger. Les auteurs appellent donc à une politique des médias plus audacieuse, renforcée par un aide aux médias indirect et direct plus important, ainsi qu'à une coopération accrue pour la création d'une infrastructure numérique commune pour le journalisme d'information.

Informations sur les méthodes

L'analyse de contenu

L'évaluation de la qualité de la couverture médiatique se base sur un échantillon aléatoire de l'année 2018. Il compte 23'961 articles tirés de 64 médias d'information suisses de haute couverture et provenant des trois grandes régions linguistiques. Les dimensions de qualité sont la pertinence, la diversité, la contextualisation et le professionnalisme.

Les citations de médias ont été analysées dans les échantillons aléatoires des années 2018 et 2017. Dans 2'141 des 39'237 contributions des 48 grands médias imprimés et numériques, au moins un titre d'information suisse a été cité.

La thématisation des localités suisses a été examinée dans les échantillons aléatoires des années 2016, 2017 et 2018. Au total, 48'257 contributions provenant de 47 médias imprimés et en ligne de grande envergure ont été analysées, dans lesquelles au moins une des 189 communes suisses sélectionnées a été nommée.

La propagation des tweets dans la sphère Twitter suisse repose sur une collection de tous les utilisateurs de Twitter suisses. Entre avril 2019 et juin 2019, environ 16,6 millions de tweets de ces 302'954 utilisateurs ont été enregistrés et analysés à l'aide de méthodes automatisées et manuelles.

Sondages d'opinion

Premièrement, les analyses ont cette année de nouveau inclus les données du *Reuters Digital News Report*. Le rapport complet comprend des résultats de sondages représentatifs sur le comportement d'utilisation d'informations numériques (plus de 74 000 interviews) dans 38 pays, y inclus la Suisse. Le fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Université de Zurich est le partenaire suisse de cette étude de grande envergure effectuée par le Reuters Institute for the Study of Journalism à l'Université d'Oxford. Environ 2000 utilisateurs d'Internet ont été interrogés en Suisse alémanique et en Suisse romande. Des échantillons représentatifs des utilisateurs d'Internet âgés de 18 ans au moins ont été sélectionnés sur la base de panels en ligne. Deuxièmement, les données prélevées annuellement dans les enquêtes sur l'utilisation des médias effectuées par le fög en collaboration avec GfK Switzerland ont été intégrées dans les analyses. Dans le cadre de ces enquêtes, 3400 interviews en ligne ont été effectués depuis 2009, toujours au début de l'année.

Chiffres-clés du secteur des médias

L'étude du degré de couverture et de concentration des médias d'information ou du marché des médias se base sur les statistiques du tirage ou de l'audience établies par les organisations d'étude des médias WEMF, NET-Matrix et Mediapulse. Les données relatives au financement des médias proviennent de la Fondation statistique suisse en publicité.

Contact

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

Andreasstrasse 15

CH-8050 Zürich

Tel. +41 (0)44 635 21 11

Courriel kontakt@foeg.uzh.ch

Annales 2019 Qualité des médias – Schweiz Suisse Svizzera

Depuis leur première parution en 2010, les Annales ont pour but d'approfondir le débat sur la qualité des médias et de sensibiliser aux mérites du journalisme d'information dans la société. Les Annales sont une source de renseignements pour tous ceux qui, travailleurs dans les arts médiatiques, acteurs de la politique et de l'économie, chercheurs scientifiques et particuliers, 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 des médias. Elles offrent au public une référence lui permettant de choisir le type de journalisme auquel il veut s'exposer. Aux réalisateurs de médias, elles fournissent un point de repère quant au type de journalisme qu'ils veulent produire et assumer. Enfin, elles présentent aux politiciens un tableau du développement de l'industrie des médias et des ressources dont le journalisme d'information dispose en Suisse.

Les responsables

Les Annales sont élaborées et publiées par le fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Université de Zurich (www.foeg.uzh.ch). Huit collaborateurs scientifiques et trois étudiants participent à la recherche et garantissent la qualité des analyses.

Financement et soutien

Le financement des Annales est assuré par la Fondation d'utilité publique Kurt Imhof pour la qualité des médias (www.kurt-imhof-stiftung.ch) et par l'Université de Zurich. Le Conseil de fondation se compose des personnalités suivantes : Christine Egerszegi-Obrist, Mark Eisenegger, Barbara Käch, Yves Kugelmann, Oswald Sigg et Peter Studer.

La Fondation remercie les donateurs suivants qui lui ont permis de financer le projet : Fondation Adolf et Mary Mil, CH Media, L'Office fédéral de la communication OFCOM, La Poste Suisse SA, Brunner Daniel doku-zug.ch, Fondazione per il Corriere del Ticino, Gottfried und Ursula Schächli-Jecklin Stiftung, NZZ-Mediengruppe, Fondation Paul Schiller, Mobilière Suisse Société d'assurances SA, Ringier SA, Somedia SA, SRG SSR, Verband Medien mit Zukunft, Banque Cantonale de Zurich ainsi que divers donateurs individuels.

La Fondation Kurt Imhof pour la qualité des médias accepte des contributions adressées à la relation bancaire suivante : ZKB Zurich-Oerlikon - Numéro de compte : 1100-1997.531 - Compte postal de la banque : 80-151-4 IBAN: CH28 0070 0110 0019 9753 1, N° de clearing bancaire 700, SWIFT: ZKBKCHZZ80A

Contact: fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Université de Zurich, Andreasstrasse 15, CH-8050 Zurich, Téléphone: +41 44 635 21 01 Courriel: kontakt@foeg.uzh.ch.

Où peut-on se procurer les Annales et les études ?

Les Annales sont disponibles sous forme imprimée (ISBN 978-3-7965-4089-9) chez Schwabe Verlag (www.schwabeverlag.ch) et paraissent chaque année en automne. Un document PDF des Annales Qualité des médias est disponible sur www.qualitaet-der-medien.ch. Les études approfondies, qui accompagnent l'édition des Annales et qui abordent des thèmes spécifiques concernant la qualité des médias, sont disponibles sous la forme de documents PDF individuels et peuvent également être obtenues sur www.qualitaet-der-medien.ch