année politique suisse

DOKUMENTATION · ANALYSE · DIFFUSION

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Prozess **Annuaire «Qualité des médias» 2021**

Impressum

Herausgeber

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Beiträge von

Buchwalder, Mathias

Bevorzugte Zitierweise

Buchwalder, Mathias 2024. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Annuaire «Qualité des médias» 2021, 2021*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 12.10.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik 1
Bildung, Kultur und Medien 1
Medien 1
Presse 1

Abkürzungsverzeichnis

fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft
fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (institut de recherche)

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Presse

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 25.10.2021
MATHIAS BUCHWALDER

La pandémie du Covid-19 a remis le journalisme d'information sur le devant de la scène, tout en renforçant des tendances déjà préexistantes, comme la diminution des recettes publicitaires. Telle est l'une des conclusions de l'**Annuaire 2021 sur la qualité des médias**, réalisé par le Centre de recherche sur le public et la société (fög). Ce rapport met en avant plusieurs phénomènes concernant la sphère médiatique: l'importance accordée par la population à la désinformation a augmenté, en lien avec les nombreuses Fake News et théories du complot qui se sont notamment répandues sur les réseaux sociaux durant la pandémie. Parallèlement, la population a accordé une confiance accrue au journalisme d'information, considéré comme une source d'information stable. En effet, plus de la moitié des répondantes et répondants à une étude réalisée dans le cadre de l'Annuaire ont indiqué faire confiance aux contenus journalistiques traditionnels, en augmentation de 7 points de pourcentage par rapport à l'année précédente, ce qui va à l'encontre de la tendance négative constatée ces dernières années. La Suisse se trouve ainsi dans le wagon de tête des pays où la confiance à l'égard du journalisme professionnel est la plus élevée. Par ailleurs, la qualité des médias est restée stable au cours de l'année, avec les radios publiques et les sites d'informations à abonnement qui se démarquent par une qualité supérieure. L'Annuaire met néanmoins en avant que les femmes demeurent sous-représentées dans les contenus journalistiques, en particulier dans les domaines économiques et sportifs.

Plusieurs études spécifiques ont été menées dans le cadre de l'Annuaire. Comme mentionné auparavant, l'une d'elles a porté sur la perception de la désinformation en Suisse. La moitié des répondant.e.s considèrent la désinformation comme un grand ou très grand problème, mentionnant la perte de confiance dans les médias et les autorités politiques comme l'un des plus grands dangers associés à ce phénomène. D'après leurs propres indications, les répondant.e.s font face à des Fake News principalement sur les réseaux sociaux (61.7% indiquent tomber souvent ou très souvent sur des fausses informations sur ces canaux), dans les médias alternatifs (39%), sur les portails vidéos tels que Youtube (36.2%) et sur les applications de messagerie (27.7%). En revanche, la radio (5.4%), la presse écrite (10.7%) et la télévision (12.9%) sont perçues comme fiables par les citoyennes et citoyens. Pour vérifier des informations possiblement fausses, les répondant.e.s utilisent principalement les pages web de la Confédération et des autorités cantonales et communales, ainsi que les journaux et Google. En conclusion, l'étude relève que la population accorde de l'importance à des informations claires et véridiques. Selon ses auteurs et autrices, l'étude démontre clairement qu'un système intact de médias d'information professionnels, y compris les médias publics, est absolument indispensable pour la résilience de la société suisse face à la désinformation. Dans un article reprenant les résultats de l'Annuaire, la WOZ s'est montrée critique à l'égard de la méthode utilisée, qui en dit plus sur les mécanismes de perception que sur les faits concernant la désinformation elle-même.

Revenant sur un aspect déjà évoqué en 2020, l'Annuaire 2021 contient également une étude comparative entre la couverture médiatique durant la première vague (janvier à avril 2020) et la seconde vague de la pandémie (septembre 2020 à février 2021). L'étude constate que l'intensité de la couverture médiatique liée au Covid-19 – c'est-à-dire le nombre d'articles traitant de la pandémie – n'a pas augmenté avec le nombre de cas durant la seconde vague, contrairement à ce qui a été observé durant la première. A l'inverse du début de l'année 2020, le Covid-19 a moins été décrit comme une menace durant la suite de la pandémie. De plus, l'étude ne confirme pas le reproche parfois adressé aux médias de ne pas se montrer suffisamment critiques envers les autorités. Au contraire, les articles approuvant les décisions des autorités se sont fait moins présents durant la deuxième vague. Sans surprise, les experts interrogés dans les médias provenaient avant tout du domaine médical, comme durant la première vague.

L'initiative «anti-burqa», acceptée le 7 mars 2021, a retenu l'attention des auteurs et autrices de l'Annuaire, qui se sont intéressé.e.s à la couverture médiatique durant la campagne. Leurs résultats indiquent que les personnes de confession musulmane étaient sous-représentées dans la discussion publique, alors même que l'objet les

concernait au premier chef, puisqu'au centre des débats se posait la question des droits des femmes et du rôle de l'islam dans notre société. Au même titre, les femmes étaient peu représentées dans les débats sur Twitter, mais l'étaient autant que les hommes dans les médias traditionnels. L'étude conclue que ce sont avant tout des hommes non-musulmans qui se sont exprimés au sujet de l'initiative sur Twitter, alors qu'il s'est agi de femmes et d'hommes non-musulmans dans les médias traditionnels.

Parallèlement à la diminution des recettes publicitaires, l'Annuaire 2021 relève une augmentation de la concentration sur le marché des médias, avec quelques groupes qui possèdent la grande partie des médias d'information. En particulier, le rapport met en évidence une augmentation des contenus partagés entre plusieurs journaux, qui passent de 8 à 23 pour cent de la totalité des articles en Suisse alémanique entre 2017 et 2020. Pour le moment, la couverture médiatique régionale reste relativement indépendante et échappe encore au phénomène de concentration. Cependant, cela pourrait ne pas durer, indique l'Annuaire. Le TX Group (anciennement Tamedia) a par exemple annoncé dernièrement vouloir introduire des groupements de rédactions sur le plan régional, notamment entre le Bund et la Berner Zeitung dans le canton de Berne. L'Annuaire mentionne ainsi l'importance du soutien financier de la Confédération pour les médias afin d'éviter cette concentration médiatique. Cela doit cependant se faire sans mettre en danger l'indépendance journalistique, à l'image des pays scandinaves, qui occupent année après année les premiers rangs de l'enquête de Reporters sans frontières sur la liberté et l'indépendance des médias, alors même qu'ils soutiennent les médias avec des aides directes. La question des aides – indirectes dans ce cas – de l'état aux médias sera soumise à la population suisse le 13 février 2022 lors de la votation sur le paquet d'aide aux médias. [1]

---

1) Communiqué de presse Unizh, Annales 2021 sur la qualité des médias; Fög, Jahrbuch Qualität der Medien 2021; Fög, Jahrbuch Qualität der Medien Hauptbefunde 2021; 24H, Lib, 26.10.21; WOZ, 28.10.21