

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Prozess

Annuaire «Qualité des médias» 2024

Impressum

Herausgeber

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

Beiträge von

Magnin, Chloé

Bevorzugte Zitierweise

Magnin, Chloé 2025. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Annuaire «Qualité des médias» 2024, 2024*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 28.05.2025.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Bildung, Kultur und Medien	1
Medien	1

Abkürzungsverzeichnis

SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
KI	Künstliche Intelligenz
fög	Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft

SSR	Société suisse de radiodiffusion
IA	Intelligence artificielle
fög	Institut de recherche sur l'opinion publique et la société

Allgemeine Chronik

Bildung, Kultur und Medien

Medien

Medien

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 30.11.2024
CHLOÉ MAGNIN

Selon le nouvel **annuaire** du Fög sur la **qualité des médias 2024**, publié à la mi-novembre, la qualité des articles journalistiques en Suisse est, comme précédemment, bonne. Cependant, l'intérêt de la population pour les nouvelles diminue et, en 2024, la part de «News-deprivierte» continue d'augmenter. De plus, la majorité de la population ne souhaite pas payer pour du contenu journalistique en ligne. Si elle est prête à payer quelque chose, la somme n'atteint pas le prix médian d'un abonnement mensuel de presse en ligne: CHF 18. Aussi, les médias restent dans une situation financière délicate alors que la concentration des médias et de leur contenu augmente. La Romandie est plus touchée que la Suisse alémanique par la concentration des maisons médiatiques. En effet, trois maisons possèdent 87.3 pour cent du marché, alors qu'en Suisse allemande, les trois plus grandes maisons possèdent 74.6 pour cent du marché. Aussi, l'étude montre une augmentation de la concentration du contenu journalistique au niveau régional depuis l'année passée. Selon les auteur.trice.s de l'étude, si cette tendance se confirme dans les années à venir, ceci serait problématique pour la variété du contenu journalistique régional.

L'annuaire 2024 consacre aussi une partie de son rapport à la SSR. En effet, alors que l'entreprise étatique fait l'objet d'une nouvelle initiative populaire qui remet son champ d'action en question, le Fög s'est intéressé à la théorie du «crowding-out» qui affirme que le service public oppresse les médias privés. Il a ainsi testé empiriquement l'influence de la consommation d'informations du service public avec la consommation de médias pour pendulaires et de presse à sensation. Le Fög n'a pas trouvé d'évidences statistiques pour soutenir cette théorie. Il avance que la consommation d'informations provenant du service public corrèlerait positivement avec la consommation de ces médias privés. En effet, la population utiliserait la SSR plutôt en complément aux journaux pour pendulaires et à la presse à sensation, qu'en remplacement. Aussi, les personnes ne consommant pas de contenu de la SSR, lisent moins de journaux pour pendulaires ou à sensation : «Zunächst zeigt sich, dass das Konkurrenzdenken zwischen privaten Medienanbietern und öffentlichen Medien unbegründet ist». Toutefois, l'étude se concentre sur les contenus traitant de l'actualité, ne prenant pas en compte les secteurs du sport ou du divertissement, empêchant une généralisation. Ces secteurs sont aussi importants dans ce débat et les auteur.trice.s recommandent une collaboration entre le secteur privé et public. Ils suggèrent que le secteur privé fasse des propositions concrètes concernant les programmes de la SSR qu'il pourrait reprendre. S'en suivrait une phase test, puis un compte-rendu, afin d'évaluer la répartition des programmes. Ceci concernerait particulièrement le sport. Dans l'ensemble, une stratégie commune devrait être développée entre les deux secteurs afin d'augmenter l'intérêt de la population pour l'actualité et de contrer les géants de la tech, comme par exemple Google, qui actuellement tirent profit de la structure des médias, notamment par la publicité publiée en ligne.

Comme déjà observé l'année passée, la population porte un regard sceptique sur l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le journalisme, spécialement pour la génération de contenus de fond. Ceci diffère cependant pour l'analyse de données, la recherche ou les traductions, où l'utilisation d'IA est dans l'ensemble soutenue. Les personnes interrogées ont aussi montré qu'elles souhaitaient que les médias soient transparents sur leur utilisation de l'IA. Les auteur.trice.s recommandent aussi de réfléchir aux conséquences de la transparence sur les IA sur le journalisme, notamment concernant la confiance de la population en ce dernier. Certaines études auraient montré un impact négatif sur la confiance en le journalisme. Une autre étude s'est intéressée aux deepfakes, montrant que les médias produisant du contenu journalistique évoquaient de plus en plus cette thématique. Cependant, selon l'étude, leur influence sur les connaissances de la population est nulle, ce qui a alerté les auteur.trice.s de l'annuaire.

En résumé, les médias font face à une crise du financement, de l'intérêt de la population, mais pas de la qualité du contenu journalistique.¹

1) Rapport Jahrbuch Qualität der Medien Fög du 6.11.24; Rapport Jahrbuch Qualität der Medien Hauptbefunde 2024 Fög du 6.11.24