

23.10.2017 - 12:00 Uhr

## fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft: « Plateformisation » et la diversité apparente dans le public numérique

Zurich (ots) -

Aussi en Suisse, la consommation de nouvelles a lieu de plus en plus à travers des canaux numériques. Les informations sont de plus en plus mises en relation avec les plateformes des intermédiaires technologiques tels que Facebook et Google et non pas avec les véritables producteurs de ces informations. Cette « plateformisation » met le journalisme d'information professionnel sous pression, tant du côté de la qualité que du financement. En même temps, l'idée d'un public numérique illimité qui permet l'émergence d'une nouvelle diversité des médias d'information pertinents s'avère fautive. À côté des sites d'actualités dominants, il existe de nombreuses publications en ligne concentrées sur l'information. Pourtant, leur base d'utilisateurs est faible et pas tous ces fournisseurs respectent les normes de qualité journalistiques.

Le marché suisse des nouvelles numériques est très concentré. En Suisse alémanique, les trois maisons d'édition Tamedia SA, Ringier SA et SRG SSR contrôlent déjà 71% du marché des lecteurs en ligne. En Suisse romande et en Svizzera italiana, les « trois grandes » contrôlent même 88% du marché respectif. Peu de fournisseurs d'information disposent des ressources nécessaires pour la construction et l'entretien d'une plateforme d'information numérique qui a aussi le potentiel d'atteindre un public de masse. Ces constats et d'autres sont établis par le fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft de l'Université de Zurich dans sa huitième édition des Annales de la Qualité des médias.

Les médias alternatifs bénéficient des géants numériques

La nouvelle diversité dans le réseau, si souvent applaudie, se révèle être qu'une diversité apparente. Dans l'ombre des sites d'actualités dominant le marché, un certain nombre de nouvelles offres d'information numériques est émergé. Leur couverture reste pourtant faible et seulement quelques fournisseurs ont un profil axé sur la qualité. Les exemples incluent infosperber.ch, tsri.ch ou zentralplus.ch. En revanche, les nouveaux médias alternatifs tels que uncut-news.ch, alles-schallundrauch.blogspot.ch ou legitim.ch s'opposent directement à un prétendu « mainstream » social et médiatique et qui respectent que partiellement les normes de qualité journalistiques. L'utilisation de ces sites est encore limitée en Suisse. En partie, ces médias alternatifs atteignent toutefois une couverture proche à celles des offres d'information axées sur la qualité journalistique déjà mentionnées. Grâce à l'utilisation de plateformes telles que Youtube et Facebook, les médias alternatifs réussissent de temps en temps à atteindre une couverture plus élevée. Ainsi, la contribution avec la plus haute couverture sur la page Facebook de legitim.ch a provoqué presque 4 000 réactions de ses utilisateurs - un chiffre que les médias d'information suisses professionnels atteignent que dans de rares cas. L'offre de uncut-news.ch repose sur Youtube, son canal a été accédé 33 millions fois en total. Son utilisation est donc comparable à celle du canal Youtube axé sur l'information le plus utilisé de la SRF (37 millions de vues).

La « plateformisation » met le journalisme d'information professionnel sous pression

Également en Suisse, la consommation de nouvelles se passe de plus en plus à travers les canaux numériques. Les sites d'actualités ou les médias sociaux sont la principale source d'information pour déjà 41% de la population suisse. Plus le public est jeune, plus l'importance des plateformes tels que Facebook ou Google est grande. Déjà 40% des jeunes entre 18 et 24 ans accèdent aux nouvelles principalement à travers des plateformes ou moteurs de recherche. Ainsi ils omettent l'accès direct à travers les sites d'actualités et ils ne font plus le lien entre les nouvelles consommées et les véritables producteurs de ces contenus. Ce lien persiste plutôt entre les nouvelles et les plateformes des intermédiaires technologiques elles-mêmes. Premièrement, ce développement conduit à un affaiblissement des marques de médias établis. Deuxièmement, la majorité des revenus publicitaires vont aux intermédiaires technologiques mondiaux, ce qui affaiblit la base du financement déjà précaire des médias d'information suisses à son tour.

La qualité des sites d'actualités professionnels augmente

La qualité de la couverture médiatique des offres d'information professionnelles suisses reste relativement élevée et elle a tendance à augmenter encore. Les sites d'actualités de la presse par abonnement, ainsi que ceux de la presse pour pendulaires ont pu améliorer continuellement leurs scores de qualité depuis 2014. Les sites d'actualités de la presse par abonnement offrent en 2016 une qualité seulement légèrement inférieure à celle offerte par leurs homologues écrits. Ils atteignent en moyenne 6.3 points de score en ligne et 6.6 points dans la presse écrite, d'un total de 10 points. Les journaux pour pendulaires atteignent en ligne un score significativement supérieur (5,0) à celui atteint avec leurs offres écrites (4.7 points de score).

Facebook diminue la qualité

Pour la première fois cette année, les pages Facebook des diffuseurs de médias de haute couverture font partie de l'analyse de la qualité. Le niveau de qualité d'une marque médiatique est en général plus bas sur Facebook. Seulement dans le cas de la NZZ, la qualité de l'offre Facebook est plus élevée que celle offerte sur son site d'actualités (+0,4 points de score). Les autres 13 fournisseurs d'information analysés créent une offre Facebook qui est en général qualitativement inférieure à celle offerte sur leurs

sites d'actualités correspondants. Facebook est un média d'émotion. Ainsi les softnews et l'infodivertissement y sont nettement surreprésentés. Par conséquent, les plateformes comme Facebook encouragent des contributions de qualité réduite.

Plan de l'étude, méthodologie et informations complémentaires

Les analyses des Annales se basent sur les données suivantes:

Analyse de contenu

L'évaluation de la qualité de la couverture médiatique se base sur un échantillon aléatoire de 2016. Il compte 28'214 articles tirés de 79 médias d'information suisses de haute couverture et parvenant des trois grandes régions linguistiques. Pour la première fois cette année, les pages Facebook des offres d'information avec une haute couverture ont été considérées dans l'étude. Les dimensions de qualité sont la pertinence, la diversité, la mise en perspective et le professionnalisme.

Sondages d'opinion

Le fög est le partenaire suisse du projet scientifique international « Reuters Digital News Report ». Le rapport annuel émanant de ce projet comprend des résultats de sondages effectués dans 36 pays (plus de 70.000 interviews). Il comprend des données sur le comportement d'utilisation des médias du public. En Suisse alémanique et en Suisse romande, les utilisateurs d'Internet à partir de 18 ans ont été interrogés.

Chiffres-clés de la branche des médias

Des données secondaires sont utilisées afin d'analyser des changements concernant l'utilisation, le financement et la structure de propriété des médias d'information. Les sources sont WEMF, NET-Metrix, Mediapulse, Media Focus, la Fondation statistique suisse en publicité, Netvizz et similar-web.com.

Annales 2017 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 contribuer à l'amélioration des médias et de leurs contenus. Elles sont une source de renseignements pour tous ceux qui s'intéressent à l'évolution des médias et de leurs contenus, pour les journalistes et les acteurs de la politique, de l'économie et de la science. 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 offrent au public une référence tout en 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](http://www.foeg.uzh.ch)). Neuf collaborateurs scientifiques et sept 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](http://www.kurt-imhof-stiftung.ch)) et par l'Université de Zurich. Le conseil de fondation se compose des personnes suivantes: Christine Egerszegi-Obrist, Mark Eisenegger, Barbara Käch, Yves Kugelmann, Fabio Lo Verso, Dick Marty, Oswald Sigg et Peter Studer. Le projet est réalisé avec des fonds parvenant des donateurs suivants : Adolf et Mary Mil Fondation, AZ Medien SA, L'Office fédéral de la communication OFCOM, La Poste Suisse SA, Fondazione per il Corriere del Ticino, Association Interpharma, Fondation Paul Schiller, NZZ Mediengruppe, Mobilière Suisse Société d'assurances SA, Ringier SA, Somedia SA, Verband Medien mit Zukunft, Banque Cantonale de Zurich et divers donateurs individuels.

La Fondation Kurt Imhof pour la qualité des médias accepte des contributions adressées à la relation bancaire suivante : ZKB Zürich-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.

Lire les Annales

Les Annales sont disponibles sous forme imprimée (ISBN 978-3-7965-3695-3) et comme e-book (ISBN 978-3-7965-3712-2) chez Schwabe Verlag ([www.schwabeverlag.ch](http://www.schwabeverlag.ch)). Elles paraissent chaque année en automne.

Contact:

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100009036/100808291> abgerufen werden.