

Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (2015)

Heft: 2102

Artikel: De gros nuages à l'horizon des médias suisses : entre développement de la numérisation et chute de la qualité de l'information

Autor: Vallotton, Jacques

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1017426>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

de code, mais également de favoriser une approche plus coopérative entre acteurs où le produit de l'un peut être utilisé

par tout autre en vue de développer son propre produit.

Et peut-être cette capitalisation du travail permettra-t-elle de

réaliser la semaine de 15 heures prédite par [John Maynard Keynes](#) il y a plus de 80 ans.

De gros nuages à l'horizon des médias suisses

Entre développement de la numérisation et chute de la qualité de l'information

Invité: Jacques Vallotton - 24 novembre 2015 - URL: <http://www.domainepublic.ch/articles/28469>

Les Suisses consomment toujours plus d'informations en ligne, au détriment des médias traditionnels que sont les journaux, radios et chaînes de télévision.

Cette tendance de fond est confirmée par l'Institut de recherche Fög de l'Université de Zurich. Son [sixième rapport annuel](#) à l'origine de ce constat ne surprend pas et il suscite comme chaque fois des interrogations, voire des controverses, au sujet de l'évolution de la qualité des médias en Suisse.

On y apprend en particulier que les jeunes adultes de 16 à 29 ans s'informent de moins en moins à travers les médias classiques: presse imprimée, radio et télévision. Entre 2009 et 2015, la proportion de jeunes adultes consultant régulièrement les journaux imprimés par abonnement est passée de 44% à seulement 26%. Pour la télévision, cette part est passée de 65% à 39% et pour la radio, de 66% à 43%.

Autre fait significatif chez les

jeunes adultes: le recul de leur intérêt pour l'information proposée par les médias classiques n'est pas pour autant compensé par une utilisation accrue des médias en ligne; car l'information qu'ils consomment sur les réseaux est souvent de qualité médiocre, chargée d'émotion, événementielle et sans mise en perspective. Donc, l'attrait de l'information pour cette catégorie de jeunes adultes est en baisse de manière générale, quels que soient les vecteurs utilisés.

Le divertissement d'abord

L'Institut Fög étudie aussi l'évolution des médias helvétiques en examinant le type d'information proposé aux consommateurs. Il en ressort que la tendance générale est à l'augmentation des *soft news* au détriment des *hard news*.

Autrement dit les nouvelles de divertissement se développent beaucoup plus rapidement que les nouvelles considérées comme plus sérieuses. Ceci surtout à cause des réseaux sociaux principalement, mais

aussi des journaux gratuits, qui dominent le marché des deux côtés de la Sarine. Et ces derniers ne sont pas sans influencer indirectement les choix rédactionnels des autres quotidiens, qui craignent de perdre des lecteurs en n'offrant pas aussi de l'info-divertissement.

Comme le souligne le professeur Mark Eisenegger, de Fög, des thèmes politiques importants sont dorénavant moins bien traités, voire carrément laissés de côté, à l'exception remarquable, il est vrai, de l'initiative contre l'immigration de masse. Ainsi la question du secret bancaire en Suisse n'arrive-t-elle qu'au 74e rang des sujets répertoriés, la réforme de l'AVS qu'au 90e rang et la réforme de l'imposition des entreprises qu'au 133e rang.

Indépendamment du fait que de plus en plus de consommateurs sont attirés par des informations à contenus faciles et légers, des critères économiques peuvent expliquer aussi la tendance générale à

une certaine «boulevardisation» de la presse suisse.

Ce genre de nouvelles, qui couvrent notamment les faits de société ou de la vie privée de stars de cinéma, de variété, de sports, etc., nécessite en général moins d'efforts rédactionnels avec en prime une part d'audience assurée.

Il en va tout autrement quand il s'agit de traiter des sujets politiques moins populaires que ceux liés à l'immigration. Souvent, faute de moyens, leur traitement reste assez rudimentaire. On se contente souvent de quelques interviews et les citoyens ont alors peu d'éléments pour se forger une opinion solide. Cela a été le cas, par exemple, avec l'initiative sur le diagnostic préimplantatoire, relève le professeur Mark Eisenegger, qui ajoute que la couverture de l'information régionale pâtit également de l'évolution en cours.

Ces constats somme toute assez sévères de la chute de qualité de l'information proposée par les médias ne sont pas partagés par tout le monde. D'aucuns vont jusqu'à critiquer la méthodologie choisie par les chercheurs de l'Université de Zurich et brandissent des exemples qui contredisent les résultats de l'étude.

Toutefois, au-delà de ce genre de controverses compréhensibles en regard des enjeux soulevés par la démarche, il existe quelques

faits indéniables.

La concentration se poursuit

La numérisation du paysage médiatique helvétique se poursuit et affaiblit financièrement les médias classiques. Pour lutter contre l'érosion, les journaux ont développé en parallèle des sites web. Cependant, le succès n'est pas pour autant au rendez-vous. La propension à obtenir des informations en ligne sur des sites payants reste faible et les recettes publicitaires sont loin de correspondre aux attentes.

Ces difficultés structurelles conduisent à multiplier les synergies et les fusions dans la presse. Et, aujourd'hui, on constate ainsi qu'en Suisse romande, près de 80% de la presse est contrôlée par deux groupes seulement: Tamedia et Ringier. L'institut Fög ne cache pas qu'il déplore cette forte concentration de la presse dans notre pays.

Mais peut-on renverser cette tendance de fond? Cela paraît bien utopique. Car les changements brutaux à l'œuvre dans le paysage médiatique s'expliquent à l'évidence par la modification de paradigmes fondamentaux.

Pour [Emily Bell](#), professeure à l'Université de Columbia à New York et spécialiste reconnue des nouveaux réseaux numériques, on doit prévoir le pire (*Das Magazin* n° 44, 30 octobre 2015). Les journaux imprimés sont encore solides.

Mais ils meurent lentement, affirme-t-elle. On se trouve au début d'une seconde révolution industrielle.

La plus grande faute des éditeurs de journaux, selon elle, est de vouloir garder des liens rédactionnels et budgétaires entre les entités de l'écrit et du numérique. Ce sont deux mondes totalement différents qui ne peuvent fonctionner de concert. Chacun a sa propre spécificité. Le journaliste web travaille avec d'autres outils et standards. On parle déjà de robot-journaliste, de journaliste-analyste des données et il n'est pas impossible qu'on en vienne bientôt à ce que des algorithmes établissent un nouvel art pour cette profession.

Pour l'instant, chaque jour ou presque des nouveautés techniques émergent du paysage numérique, plus ou moins innovantes et excitantes. Relevons à ce propos que les journalistes romands ne sont pas à la traîne, du moins au niveau de l'intérêt. On peut s'en rendre compte, par exemple, en participant au groupe fermé [Etre journaliste au 21e siècle](#) sur Facebook. Il est animé par Magali Philip, journaliste férue de data-journalisme et au courant des nouveautés qui fusent à jet numérique continu.

L'ombre des géants de l'Internet

Mais revenons à cette nouvelle révolution industrielle pour souligner que les enjeux à

relever sont énormes. En voici deux majeurs: sur le web mondialisé, la primauté d'une langue, en l'occurrence l'anglais, paraît incontestable et incontournable.

Conséquence: l'essentiel de la publicité sera inmanquablement attiré par cet idiome au détriment des autres, avec les conséquences que l'on devine.

De plus, les géants de l'Internet que sont Google, Apple, Facebook et d'autres lorgnent de plus en plus du côté de l'information et développent déjà des partenariats avec des éditeurs classiques. Ces gigantesques forces de frappe, appuyées sur des capacités financières

incomparables, risquent de faire très mal et de laisser pas mal de cadavres au sein des groupes de presse traditionnels.

Conscients de la menace, la SSR, Ringier et Swisscom ont décidé cet été de regrouper leurs forces en commercialisant leurs offres de médias et leurs plateformes publicitaires au sein d'une nouvelle société afin de tendre vers une masse critique suffisante ([DP 2092](#)). Les grandes manœuvres ont ainsi démarré afin de tenter de garder au moins une part d'influence dans le paysage médiatique.

La presse helvétique arrivera-t-elle à jouer un rôle sur une scène mondialisée occupée par des protagonistes hyperpuissants? Les acteurs les plus entreprenants auront sans doute plus de chance de s'en sortir. Mais à quel prix? La qualité de l'information va-t-elle encore chuter? Questions pour l'instant sans réponse.

Aujourd'hui, ce sont surtout les incertitudes qui dominent sur ce que deviendra la presse dans notre pays et ailleurs.

Jacques Vallotton est journaliste, désormais retraité de la SSR, auteur de Jusqu'au bout des apparences. Un Adieu au journalisme. Autofiction, Vevey, Ed. de L'Aire, 2015