



## **Communiqué de presse**

Zurich, le 14.07.2022

# **La couverture médiatique de la guerre en Ukraine est jugée de bonne qualité**

**En période de guerre, les médias jouent un rôle essentiel en relayant l'information. Une étude de l'Université de Zurich montre que les reportages traitant de la guerre en Ukraine ont été de relativement bonne qualité jusqu'à présent. Les médias suisses présentent des rapports diversifiés sur la guerre, transmettent des informations de fond et utilisent les images avec prudence. Ils négligent toutefois certaines régions indirectement touchées et affichent une forte dépendance vis-à-vis des sources externes.**

Depuis l'invasion de l'Ukraine par les troupes russes en février 2022, le conflit domine l'actualité et a remplacé la pandémie de coronavirus comme sujet le plus médiatisé. Au cours des premiers jours qui ont suivi l'invasion, jusqu'à 45% de l'ensemble des contributions médiatiques contenaient une référence à la guerre en Ukraine. L'attention portée à ce sujet s'est peu à peu atténuée pour se stabiliser autour de 20% de la couverture médiatique globale en mai 2022, un chiffre encore très élevé. C'est ce que montre l'étude du Centre de recherche sur le public et la société (fög) de l'Université de Zurich, qui s'est penché sur la couverture médiatique de la guerre en Ukraine entre janvier et mai 2022 en s'appuyant sur des analyses de contenu automatisées et manuelles. Treize médias en ligne de Suisse alémanique et de Suisse romande ont ainsi été passés à la loupe.

«Les conflits armés de grande ampleur créent un besoin croissant d'information et d'orientation. Les médias jouent un rôle important pour y répondre. Mais les conditions dans lesquelles ils travaillent sont plus difficiles, notamment parce que l'accès à l'information est plus verrouillé ou parce que les médias sont en partie soumis à la censure», explique Linards Udris, responsable de l'étude et directeur adjoint de la recherche au fög. Dans ce contexte, la question de la qualité de la couverture médiatique revêt un intérêt particulier, ajoute Linards Udris.

## **Une grande diversité de sujets avec des angles morts**

À travers leurs reportages sur la guerre en Ukraine, les médias suisses mettent en lumière un certain nombre de thèmes. Dans la presse de boulevard et les journaux pour pendulaires, les reportages d'actualité traitant de la guerre occupent une place majoritaire (39%). Ce pourcentage est nettement plus important que sur les sites Web des médias par abonnement ou de la radiodiffusion publique (25% chacun). Ces derniers mettent davantage l'accent sur les conséquences politiques, économiques et sociétales de la guerre (41% et 42%, respectivement) que ne le font la presse de boulevard et les journaux pour pendulaires en ligne (25%). Une analyse automatisée de la diversité géographique des reportages de guerre montre, en outre, une forte concentration de l'attention sur l'Ukraine (20%), la Russie (13%) et d'autres pays, notamment occidentaux. D'autres régions de l'hémisphère sud, indirectement touchées et menacées par la famine, se retrouvent négligées par les médias.



### **Des performances de mise en contexte supérieures à la moyenne**

L'étude a également cherché à déterminer dans quelle mesure les médias fournissaient des informations de fond sur la guerre en Ukraine. Les conclusions indiquent que les médias en ligne analysés présentent, dans l'ensemble, une part relativement élevée d'articles de mise en contexte (25%). Un chiffre nettement plus élevé que celui de la couverture médiatique globale non thématique en 2021 (14%). Les médias par abonnement contribuent largement à cette mise en contexte (41%), affichant des performances supérieures de 17 points de pourcentage par rapport à la couverture médiatique globale. La presse de boulevard et les journaux pour pendulaires transmettent eux aussi davantage d'informations de fond dans leurs reportages sur la guerre en Ukraine (11% contre 7% pour la couverture médiatique globale).

### **Une utilisation prudente des images**

Les images jouent un rôle central dans la représentation de la guerre dans les médias. Les représentations problématiques de personnes décédées ou blessées sont rares dans les reportages examinés. Seuls 4% d'entre eux montrent des images de personnes blessées ou décédées. Toutes les représentations de personnes décédées ont par ailleurs été rendues anonymes, c'est-à-dire que les visages n'étaient pas visibles ou étaient pixelisés, ou bien que les corps étaient recouverts ou également pixelisés. «Dans l'ensemble, les images de personnes blessées et décédées ont été utilisées correctement du point de vue de l'éthique des médias», précise Linards Udris.

### **Une forte dépendance vis-à-vis des sources externes**

Tous les types de médias se sont révélés être, en partie, très dépendants des agences de presse ou des sources externes. Les reportages internationaux de la presse de boulevard et des journaux pour pendulaires reposent à 62% sur des communiqués d'agences de presse (contre 10% pour les médias par abonnement et 32% pour la radiodiffusion publique). En règle générale, ces médias ne possèdent pas leur propre réseau de correspondants, contrairement aux médias par abonnement et à la radiodiffusion publique, dont les articles proviennent respectivement à 32% et 18% de correspondants basés à l'étranger. Outre les agences de presse, les médias journalistiques (21%) et les réseaux sociaux (16%) – en particulier Twitter – sont les sources externes les plus sollicitées. Les sources militaires étatiques occupent également une place importante pour tous les types de médias, puisqu'elles sont utilisées dans 31% des articles. «Cette dépendance vis-à-vis des sources externes fait justement craindre que les récits des belligérants soient repris sans esprit critique», souligne Linards Udris.

#### **Contact:**

Dr Linards Udris

Directeur adjoint de la recherche

Centre de recherche sur le public et la société (fög) / Université de Zurich

Tél.: +41 44 635 21 17

E-mail: [linards.udris@foeg.uzh.ch](mailto:linards.udris@foeg.uzh.ch)

Media Relations

Université de Zurich

Tél.: +41 44 634 44 67

E-mail: [mediarelations@kommunikation.uzh.ch](mailto:mediarelations@kommunikation.uzh.ch)