



Session des jeunes 2019

7-10 novembre

Dossier

Transformation du paysage médiatique en Suisse

Auteure : Mira Plüss

Sommaire

Introduction – de quoi s’agit-il ?	3
Pourquoi donc les médias sont si importants ?	3
Les médias traditionnels et nouveaux	3
Le paysage médiatique en Suisse	4
Service public	4
Le mandat de service public de la SSR	5
Le mandat de service public des radios locales et télévisions régionales	5
Modifications de la nouvelle concession de la SSR	5
Cadre légal	6
Bases juridiques pour la radio et la télévision	6
Que se passe-t-il actuellement au niveau politique ?	6
Nouvelle loi sur les médias	6
L’initiative « No Billag » et ses conséquences	7
Défis des médias numériques	7
Conclusion	8
Informations supplémentaires	9
Discussions en cours au Parlement	9
Recherches sur le thème	9
Liens utiles	9
Bibliographie	10
Littérature	10
Table des illustrations	11

Introduction – de quoi s’agit-il ?

La numérisation a conduit à une profonde transformation du paysage médiatique en Suisse. Tous les médias sont concernés : presse, radio, télévision et médias en ligne. La production, tout comme la diffusion et l’utilisation des médias ne cessent d’évoluer. La concurrence est façonnée par des plateformes mondiales comme Facebook et Google. A l’inverse, le nombre de quotidiens en Suisse enregistre un déclin constant au cours des dernières décennies. Alors que pendant la seconde guerre mondiale il existait environ 400 journaux différents, il en reste actuellement moins de 100 et beaucoup ne produisent pas directement une partie de leurs contenus (SRF 2018a). En 2012, il restait 30 éditions principales indépendantes de journaux (Künzler 2013). Parallèlement, avec la croissante généralisation d’Internet et l’apparition des médias en ligne, l’offre médiatique a globalement augmenté. Ce développement soulève des questions concernant notre actuel système médiatique. Mais avant d’approfondir cette thématique, intéressons-nous de plus près à quelques concepts.

Pourquoi donc les médias sont si importants ?

Avant tout, tentons d’éclaircir ce que sont exactement les médias. Selon Duden, il s’agit d’un système de supports qui servent à transmettre les informations, donc de canaux à travers lesquels les nouvelles et les messages peuvent être échangés (Duden 2019a). Ils peuvent être utilisés pour la diffusion d’informations concernant des événements, des thèmes et des opinions importants et constituent ainsi un lien direct avec la population. A travers les médias, les citoyen·nes reçoivent les informations dont elles et ils ont besoins pour se faire une opinion et participer au processus démocratique. En effet, une offre diversifiée et libre constitue une condition importante pour une démocratie saine et des citoyen·nes informé·es.¹

Les médias traditionnels et nouveaux

On fait souvent la différence entre médias traditionnels et nouveaux médias. Les médias traditionnels transmettent leurs informations de manière unilatérale. Les quotidiens, la radio ou la télévision sont des exemples de médias traditionnels, car ils envoient leurs informations (musiques ou rapports) unilatéralement à leurs destinataires. Ces derniers ne peuvent recevoir l’information qu’au moment de la transmission – il n’y a donc aucun échange direct (interaction) entre émetteur et destinataire.

Les nouveaux médias, de leur côté, peuvent être proposés et utilisés sans contrainte de lieu ou d’horaire. En outre, l’interaction entre émetteur et destinataire est possible : les informations peuvent être envoyées et reçues par les deux parties. Internet simplifie la communication multimédia, composée de texte, images et musique, et accroît sa portée. Pensons par exemple à YouTube, aux blogueurs et blogueuses, podcasts et vidéos à la demande (Studienkreis 2019).

¹ Nous parlons en effet toujours des médias comme de canaux qui servent classiquement à transmettre l’information. En ce sens, les médias sont cependant davantage que de simples canaux de communication : de par leur grande influence sur la formation de l’opinion, ils deviennent des acteurs politiques puissants, qui portent une responsabilité équivalente. La politique *se médiatise* donc de plus en plus (Kneuer & Demmelhuber 2012).

Le paysage médiatique en Suisse

La numérisation marque clairement le paysage médiatique suisse. Elle influence tous les médias (presse, radio, télévision, Internet) en raison des nouvelles formes de diffusion et a également des conséquences sur les rapports de concurrence. Au cours des dernières années, les recettes publicitaires des journaux financés par le secteur privé (p.ex. Basellandschaftliche Zeitung, Der Bund ou NZZ) se sont écroulées. Les chiffres sont passés de 2230 millions de francs en 2000 à environ 600 millions de francs (Stiftung Werbestatistik Schweiz 2019), et les recettes des pubs télévisées diminuent également. Les investissements publicitaires restants, principalement sur Internet, se concentrent surtout sur des plateformes internationales comme Google et Facebook. Parallèlement, le public est moins disposé qu'auparavant à payer pour ces services. Du côté des journaux, cela a conduit à des réductions budgétaires et à une augmentation de la concentration médiatique. Ainsi, en Suisse alémanique et en Suisse romande, on constate une concentration des titres chez les quatre plus grandes maisons d'édition – Tamedia, CH-Medien, Ringier et NZZ, ou Tamedia, ESHMédias, St. Paul et Ringier. La conséquence est une diminution de la diversité des opinions représentées dans les médias. La numérisation dans le domaine des médias électroniques a conduit entre autres à une pluralité de nouvelles offres de radio, télévision et contenus en ligne. Du côté des radios et télévisions, la SSR, financée aux trois quarts par des ressources publiques, est le principal fournisseur, avec ses 17 programmes de radio et ses 7 programmes de télévision, avant les radios locales et les diffuseurs de télévision locaux et régionaux (cf. plus bas). Beaucoup appartiennent à de grandes maisons d'éditions qui, avec SSR, jouent un rôle central dans l'offre suisse d'informations en ligne (Monitoring médias Suisse 2019a ; 2019b).

L'utilisation des médias a par ailleurs subi un changement drastique avec la numérisation. Certes, les médias traditionnels (journaux, radio et télévision) gardent un rôle important, mais l'utilisation quotidienne des médias se fait surtout sur Internet pour tous les groupes d'âge, bien que ce changement de comportement s'observe surtout auprès des jeunes.

Service public

Le service public des médias est une prestation fournie à la société. Il est orienté au bien commun et remplit plusieurs fonctions importantes de diffusion de l'information pour l'ensemble de la population. Contrairement aux journaux financés par le secteur privé, le service public, c'est-à-dire l'offre radio, télé et en ligne de la SSR ainsi que 21 radios locales privées et 13 télévisions régionales, bénéficie en partie d'un financement public couvert par la redevance radio-télévision. Ce modèle de financement vise à garantir la diversité mais aussi l'indépendance de l'offre médiatique face aux intérêts privés ou politiques. Ainsi, la SSR perçoit 1.2 milliard de francs par an, tandis que les radios et télévisions locales reçoivent en tout 81 millions de francs (Conseil fédéral 2017). En contrepartie, ces fournisseurs doivent remplir un mandat de service public qui est défini dans la Constitution fédérale, la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) et les concessions (conventions) des diffuseurs. Les graphiques ci-dessous illustrent les radios et télévisions responsables du service public en Suisse (DETEC 2018).

SSR



Stations de radio et de TV régionales



Image 1 : SSR et stations régionales avec mandat de service public

Le mandat de service public de la SSR

Le mandat de service public de la SSR est très étendu. Elle fournit ses services dans les quatre langues nationales, y compris le rhéto-roman. Afin d'atteindre la plus grande part possible de la population et d'assurer l'échange d'informations avec tou·tes les citoyen·nes même en cas de crise, ses offres peuvent être captées jusqu'au fin fond de la Suisse. Avec ses programmes de radio et de télé et son offre en ligne, la SSR doit couvrir les domaines de l'information, de la formation, de la culture, du divertissement et du sport. De plus, une attention particulière doit être accordée aux minorités, par exemple avec des contenus télévisés sous-titrés et traduits en langue des signes ou une description audio pour les personnes malentendantes ou malvoyantes. En outre, en situation de crise, la loi oblige la SSR à diffuser les informations policières urgentes, les alertes officielles ainsi que les consignes de comportement (SRG Insider 2014).

Le mandat de service public des radios locales et télévisions régionales

Dans le second graphique (voir plus haut), nous voyons que les radios locales et les télévisions régionales contribuent également au service public. Leur mission n'est toutefois pas aussi complète que celle de la SSR, mais elle se limite pour les diffuseurs commerciaux au domaine de l'information : pendant les heures de grande audience, ils doivent parler des événements locaux et régionaux dans les domaines de la politique, de l'économie, de la culture, de la société et du sport. Les radios et télévisions régionales sont cependant aussi tenues à diffuser les annonces urgentes de la police, les alarmes, etc. (DETEC 2018).

A côté des radios et télévisions régionales commerciales, il y a aussi neuf radios locales à but non lucratif qui contribuent au service public. Leur mission est de proposer un contenu alternatif à celui des programmes commerciaux. En outre, le public devrait participer à la conception du programme (radio des citoyen·nes). Ces radios aussi doivent tenir compte des minorités sociales et culturelles (OFCOM 2007).

Modifications de la nouvelle concession de la SSR

En août 2018, la SSR a reçu de la part du Conseil fédéral une nouvelle concession qui est entrée en vigueur au début de cette année. Celle-ci définit le mandat de prestations de la SSR, c'est-à-dire ses droits et ses obligations. La SSR doit maintenant chercher à mieux atteindre les jeunes avec ses offres. Elle doit donc prévoir des offres qui s'orientent à un âge spécifique et qui contribuent à faire participer la jeunesse à la vie politique, économique,

sociale et culturelle. Elle doit également accorder plus d'attention à l'échange entre les régions linguistiques. Ainsi, les personnes de *Suisse romande* devraient en apprendre plus sur ce qui se passe en *Suisse italienne* ou en *Suisse alémanique*, et inversement. De plus, la SSR doit utiliser au moins la moitié de la redevance perçue à la transmission de l'information et les exigences en termes de variété des programmes de la SSR sont augmentées par rapport aux fournisseurs commerciaux, en particulier dans le domaine du divertissement. Les exigences concernant le système d'assurance qualité sont complétées et précisées. Le dialogue avec le public doit également être plus soigné et la SSR devra discuter régulièrement de sa stratégie d'offre et d'entreprise. La SSR est également tenue à coopérer avec des fournisseurs suisses dans le domaine du divertissement et du sport. La collaboration avec les entreprises médiatiques privées est également mentionnée, car la SSR doit mettre à disposition des versions brèves de ses contenus audiovisuels quotidiens (Conseil fédéral 2017).

Cadre légal

La *liberté d'opinion et d'information* est un fondement de la Constitution fédérale suisse. L'art. 16 précise que cette liberté doit toujours être garantie. En effet, toute personne a le droit de former, d'exprimer et de répandre librement son opinion. De même, toute personne a le droit de recevoir librement des informations, de se les procurer aux sources accessibles puis de les diffuser.

L'art. 17 garantit également la liberté de la presse, de la radio et de la télévision. Cet article exclut de même toute forme de censure et garantit le secret de rédaction. Cela signifie que, en cas de questions concernant ses sources, la rédaction peut faire appel au secret de rédaction afin de protéger le droit de ses informateurs et informatrices (Duden 2019b). (Cst. 2018)

Bases juridiques pour la radio et la télévision

L'art. 93 de la Constitution fédérale indique que la Confédération est responsable de réglementer la radio, la télévision et les autres formes de diffusion de productions et d'informations. La radio et la télévision sont chargées de contribuer à la formation et au développement culturel, à la libre formation de l'opinion et au divertissement. Pour cela, elles prennent en considération les particularités du pays et les besoins des cantons. Il est par ailleurs essentiel qu'elles présentent les événements de manière fidèle et reflètent équitablement la diversité des opinions. L'article 93, alinéa 3, stipule l'indépendance de la radio et de la télévision ainsi que leur autonomie dans la conception des programmes. La *loi fédérale sur la radio et la télévision* (LRTV) concrétise le contenu de la Constitution, tandis que les dispositions techniques sont traitées dans la *loi sur les télécommunications* (Cst. 2018 ; LRTV 2017 ; LTC 2018).

Que se passe-t-il actuellement au niveau politique ?

Nouvelle loi sur les médias

Actuellement, une nouvelle loi fédérale sur les médias électroniques est en discussion. L'année dernière, un projet a en effet été soumis à la consultation par le *Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication* (DETEC). Le DETEC justifie la nécessité d'une nouvelle loi par la numérisation croissante et le changement de l'offre médiatique et des formes d'utilisation qui en découle. En effet, l'actuelle loi fédérale sur

la radio et la télévision date de 2006 et se limite à réglementer la radio et la télévision. Selon le projet du DETEC, les médias électroniques devraient aussi être concernés ; à l'avenir, ils devraient aussi contribuer au service public et être financés en conséquence. Le projet de loi a cependant reçu un accueil plutôt négatif dans le cadre de la procédure de consultation (OFCOM 2018).

Ainsi, certaines personnes critiquent le fait que la nouvelle loi se limite à la régulation des médias électroniques sans inclure la presse. En raison des revenus publicitaires en constante diminution, la fédération *Schweizer Medien*, l'organisation des éditeurs et éditrices, exige un renforcement net du soutien indirect à la presse, passant des actuels 30 millions à 90 millions de francs. La commission du Conseil national compétente a d'ailleurs aussi donné suite en septembre cette année à l'initiative *Soutenir la transformation numérique de la presse*, qui demande un développement rapide de l'aide indirecte à la presse (CTT-N 2019). L'aide indirecte à la presse permet de réduire les taxes postales pour l'envoi des journaux, alors que la conformité constitutionnelle d'une aide aux offres sur Internet est contestée (Schweizer Medien 2019).

On reproche également au projet de ne pas prendre en compte les réseaux sociaux, moteurs de recherche etc. ; une modification de la Constitution en ce sens est discutée. Concrètement, les discussions portent sur le fait de ne pas limiter la responsabilité de la Confédération aux médias électroniques, mais de l'élargir à toutes les catégories de médias. Dans tous les cas, le Conseil fédéral tracera les lignes de sa politique médiatique pendant le second semestre 2019 (NZZ 2019). Fin août, le Conseil fédéral a renoncé à mettre en place une nouvelle loi sur les médias électroniques et propose un paquet de mesures en faveur des médias (DETEC 2019).

L'initiative « No Billag » et ses conséquences

En mars 2018, nous avons voté sur l'initiative No Billag, qui avait suscité de grands débats. Les auteur-es de l'initiative souhaitaient supprimer les taxes qui étaient versées jusque-là par tou-t-es les utilisateurs et utilisatrices de radio et télévision à l'entreprise *Billag*, aujourd'hui *Serafe*, pour financer l'offre publique de radio et télévision. Toutefois, avec 71.6% des voix, l'initiative a été nettement rejetée (SRG 2019). Ces résultats soutiennent le service public et permettent à toutes les régions linguistiques de Suisse de continuer à compter sur une couverture radio et télé complète (DETEC 2018).

Défis des médias numériques

Les médias sociaux offrent des possibilités : ils permettent un accès simple au grand public. Ils offrent également de nouvelles manières de s'informer et de participer aux discussions. Parallèlement, ils recèlent toutefois aussi des dangers pour les utilisateurs et utilisatrices et la démocratie.

Actuellement, 25% des jeunes utilisent les réseaux sociaux pour s'informer. Toutefois, ces supports proposent de plus en plus ce qu'on qualifie de *Fake News* (SRF 2016). Le terme indique des nouvelles fausses ou manipulatives, qui ne se fondent pas sur des faits avérés, mais sont présentées comme des faits véridiques (Universität Zürich 2018). Un exemple issu de l'actualité sont certaines informations qui se sont propagées après l'incendie de la cathédrale Notre Dame de Paris. Ainsi, il a été dit qu'il s'agissait d'un attentat islamique ou qu'il y avait des gens qui se réjouissaient à proximité de l'incendie. Deux informations qui se

sont révélées fausses. Cette tendance aux *Fake News* comporte le danger de renforcer la méfiance à l'encontre des médias (Eckert & Röttger 2019).

De plus, Internet permet de diffuser rapidement et de manière incontrôlée des contenus délicats voire illégaux, comme la pornographie et la violence. Citons par exemple l'attentat à Christchurch (Nouvelle-Zélande) en mars 2019. L'auteur a réussi à transmettre son crime en direct sur les réseaux sociaux à plus de 89 millions de personnes, et ce en abusant du compte YouTube d'une personnalité connue. YouTube avait classé la vidéo comme étant risquée, mais ne l'avait pas bloquée.

Pour l'heure, il semble n'y avoir aucun mécanisme de contrôle efficace sur les réseaux sociaux, et l'investissement nécessaire pour visionner tous les contenus est simplement trop important selon les indications des opérateurs. Sans compter qu'ils n'assument aucune responsabilité pour les contenus, car ceux-ci sont téléchargés par les utilisateurs et utilisatrices (Langer 2019).

Conclusion

Le paysage médiatique de la Suisse est en train de changer. Cela est principalement dû à la numérisation et à la concurrence entre les prestataires. D'une part, les innovations technologiques comme Internet ouvrent plusieurs possibilités de diffuser des contenus médiatiques, d'autres part, elles ont aussi une forte influence sur la manière dont ces contenus sont consommés. Elles représentent donc un danger pour les formes établies du travail médiatique, mais peuvent également être considérées comme de nouvelles possibilités. Cela a engendré une certaine incertitude quant à l'avenir des médias privés et publics, qui se révèle aussi dans les débats politiques sur l'aide aux médias ou le secteur publicitaire et qui a pour conséquence que les portails médiatiques internationaux comme Facebook et Google, mais aussi la SSR et les empires médiatiques comme Tamedia, sont toujours plus soumis aux feux des projecteurs. La concentration croissante des contenus au sein des médias traditionnels et les problèmes concernant le contrôle des médias modernes sont autant de sujets de préoccupation. Ces problèmes sont importants car le paysage médiatique d'un pays joue un rôle essentiel dans la formation de l'opinion de ses citoyen·nes. Un paysage médiatique libre, donc indépendant de l'économie et de la politique, constitue la principale source d'informations dans une démocratie. Afin de pouvoir garantir cela à long terme, une stratégie concernant la gestion de la numérisation dans la transition en cours est nécessaire.

Informations supplémentaires

Discussions en cours au Parlement

Motion : *Pour une presse suisse diversifiée qui favorise la formation démocratique de l'opinion* (non encore traité au conseil).

<https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20184284>

[28.09.2019]

Initiative parlementaire : *Inscription dans la Constitution d'un article sur les médias* (non encore traité au conseil).

<https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20180470>

[28.09.2019]

Recherches sur le thème



Rapport (en allemand) : *Darstellung der Schweizer Medienlandschaft* de l'Université de Fribourg (2014)

https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/2014/12/bericht_darstellungschweizermedienlandschaftunifr.pdf.download.pdf/bericht_darstellungschweizermedienlandschaftunifr.pdf [12.09.2019]

Rapport du Conseil fédéral sur le service public dans le domaine des médias (2016)

<https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/l-ofcom/organisation/bases-legales/dossiers-du-conseil-federal/rapport-service-public-medias.html> [28.09.2019]

Liens utiles

	Code QR
Etudes de l'OFCOM sur les médias électroniques [27.09.2019]	
Site de la Commission fédérale des médias COFEM [27.09.2019]	

Bibliographie

Littérature

- Conseil fédéral (2017) : *Un franc par jour : le prix de la redevance radio/TV dès 2019*. In : Communiqué du 18.10.2017 [en ligne]
<https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiques.msg-id-68454.html> [27.09.2019]
- Conseil fédéral (2018) : *Nouvelle concession SSR : davantage de service public*. In : Communiqué du 29.08.2018 [en ligne]
<https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiques/communiques-conseil-federal.msg-id-71973.html> [27.09.2019]
- CTT-N (2019) : *La commission entend renforcer l'aide indirecte à la presse*. In : Communiqué du 03.09.2019 [en ligne]
<https://www.parlament.ch/press-releases/Pages/mm-kvf-n-2019-09-03.aspx?lang=1036> [27.09.2019]
- DETEC (2019) : *Le Conseil fédéral propose un paquet de mesures en faveur des médias*. In : Communiqué de presse, 28.08.2019 [online]
<https://www.uvek.admin.ch/uvek/fr/home/detec/medias/communiques-de-presse.msg-id-76208.html> [14.10.2019]
- DETEC (2018) : « *No Billag* » initiative. In : Votations, état le 04.05.2018 [en ligne]
<https://www.uvek.admin.ch/uvek/fr/home/detec/votations/initiative-no-billag.html> [27.09.2019].
- Duden (2019a): *Redaktionsgeheimnis*. In: Wörterbuch [online]
<https://www.duden.de/rechtschreibung/Redaktionsgeheimnis> [13.09.2019]
- Duden (2019b): *Medien*. In: Wörterbuch [online]
https://www.duden.de/rechtschreibung/Medien_Presse_Rundfunk_Fernsehen [13.09.2019]
- Eckert, Till und Röttger, Tania (2019): *Notre-Dame in Flammen: Diese Fakes, Gerüchte und Spekulationen zum Ausbruch des Feuers sind im Umlauf*. In: Correctiv 16.04.2019 [online]
<https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2019/04/16/notre-dame-in-flammen-diese-fakes-geruechte-und-spekulationen-zum-ausbruch-des-feuers-sind-im-umlauf> [13.09.2019]
- Kneuer, M., & Demmelhuber, T. (2012): *Die Bedeutung Neuer Medien für die Demokratieentwicklung*. In: *Informationen zur politischen Bildung*.
- Knöpfli, Markus (2019): *Viele klassische Medien und Display mit weniger Umsatz, Privat-TV's hingegen legen zu*. In: Horizont 23.05.2019 [online]
<https://www.horizont.net/schweiz/nachrichten/nettowerbestatistik-2018-klassische-medien-verzeichnen-weniger-umsatz-175020> [13.09.2019]
- Künzler, Matthias (2013): *Pflichten der Journalistinnen und Journalisten*. In: Deklaration des Schweizer Presserates [online]
https://presserat.ch/wp-content/uploads/2017/08/Meilensteine_d-1.pdf [13.09.2019]
- Langer, Marie-Astrid (2019): *Wie der Attentäter von Christchurch es schaffte, dass 89 Millionen Menschen von seiner Tat hörten...* In: NZZ 16.03.2019 [online]
<https://www.nzz.ch/international/soziale-medien-scheitern-beim-christchurch-attentat-ld.1467693> [13.09.2019]
- Monitoring médias Suisse (2019a) : *Groupes de médias suisses sur le marché public et le marché des opinions*. In : Groupes [en ligne]
<https://www.monitoring-medias-suisse.ch/groupes/influence-opinion/> [27.09.2019]
- Monitoring médias Suisse (2019b) : *SRG SSR*. In : Groupes [en ligne]
<https://www.monitoring-medias-suisse.ch/participations/srgssr/> [27.09.2019]
- OFCOM (2007) : *Octroi des concessions*. In : Infos sur les diffuseurs [en ligne]

<https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/medias-electroniques/informations-concernant-les-diffuseurs-de-programmes/concession-provisoire-pour-radio-argovia-et-radio-grischa.html>
[27.09.2019]

OFCOM (2018) : *Consultation sur la nouvelle loi sur les médias électroniques*. In : Bases légales [en ligne]
<https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/l-ofcom/organisation/bases-legales/consultations/consultation-sur-la-nouvelle-loi-sur-les-medias-electroniques.html> [27.09.2019]

Saxer, Urs (2019): *Zuerst kommt die Verfassung, dann das Gesetz – das vorgeschlagene Mediengesetz lässt wesentliche Probleme ungeregelt*. In: NZZ 06.04.2019 [online]
<https://www.nzz.ch/feuilleton/neues-mediengesetz-zuerst-braucht-es-eine-verfassungsgrundlage-ld.1472045> [13.09.2019]

Schweizer Medien (2019): *Ausbau der indirekten Presseförderung nimmt erste Hürde*. In: Mitteilung vom 02.07.2019 [online]
<https://www.schweizermedien.ch/artikel/medienmitteilung/2019/ausbau-der-indirekten-presseforderung-nimmt-erste-hurde> [13.09.2019]

RS 101 Cst. (état le 23.09.2018) : *Constitution fédérale*. In : RS [en ligne]
<https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19995395/index.html> [27.09.2019]

RS 784.10 LTC (état le 01.03.2018) : *Loi sur les télécommunications*. In: RS [en ligne]
<https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19970160/index.html> [27.09.2019]

RS 784.40 LRTV (état le 01.01.2017): *Loi fédérale sur la radio et la télévision*. In: RS [en ligne]
<https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20001794/index.html> [27.09.2019]

SRG Insider (2014): *Was bedeutet Service public?* In: Beitrag vom 12.05.2014 [online]
<https://www.srginsider.ch/service-public/2014/05/12/was-bedeutet-service-public/> [13.09.2019]

SRF (2016): *Social Media: Schlaraffenland für Falschmeldungen*. In: Beitrag vom 17.11.2016 [online]
<https://www.srf.ch/news/schweiz/social-media-schlaraffenland-fuer-falschmeldungen> [13.09.2019]

SRF (2018a): *Bedroht das Zeitungssterben die Demokratie?* In: Bericht vom 19.01.2018 [online]
<https://www.srf.ch/news/schweiz/medien-und-meinungsbildung-bedroht-das-zeitungssterben-die-demokratie> [13.09.2019]

SRF (2018b): *No Billag-Initiative - 71,6 Prozent sagen Nein zur Vorlage*. In: Bericht vom 04.03.2018 [online]
<https://www.srf.ch/news/schweiz/abstimmungen/abstimmungen/no-billag-initiative/no-billag-initiative-71-6-prozent-sagen-nein-zur-vorlage> [13.09.2019]

Stiftung Werbestatistik (2019): *Online-Rubrikenmärkte legen kräftig zu*. In: persoenlich.com 23.05.2019 [online]
<https://www.persoenlich.com/kategorie-werbung/online-rubrikenmarkte-legen-kraeftig-zu> [13.09.2019].

Studienkreis (2019): *Neue und traditionelle Medien - Was ist das?* In: Wörterbuch [online]
<https://www.studienkreis.de/deutsch/neue-vs-traditionelle-medien/> [13.09.2019].

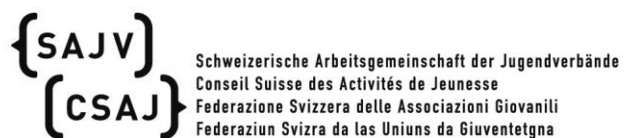
Universität Zürich (2018): *Qualität der Medien*. In: Jahrbuch 2018 [online]
https://docs.wixstatic.com/ugd/440644_527ba223f5a142f89f8e6ae781717e5e.pdf [13.09.2019].

Table des illustrations

Image 1 : *SRR et stations régionales avec mandat de service public*.

<https://www.uvek.admin.ch/uvek/fr/home/detec/votations/initiative-no-billag/service-public-radio-fernsehen.html> [27.09.2019].

CSAJ | Direction de la Session des jeunes
projektleitung@jugendsession.ch
www.jugendsession.ch



Ce dossier thématique a été élaboré avec le soutien de Tamedia, de l'Office fédéral de la communication et de la SRG SSR