

Baisse d'intérêt pour l'information et recul de la confiance témoignée

Les jeunes adultes et la politique à l'ère des Fake-News et du paysage médiatique en mutation

L'essentiel en bref

Moniteur politique easyvote 2017

Étude commandée par la Fédération Suisse des Parlements des Jeunes, octobre/novembre 2017

Étude réalisée pour :



DSJ FSPJ FSPG

Dachverband Schweizer Jugendparlamente
Fédération Suisse des Parlements des Jeunes
Federazione Svizzera dei Parlamenti dei Giovani

Institut de recherche :



Berne, le 3 avril 2018
Copyright by gfs.bern
Publication : 9 avril 2018

Les 12 points principaux en bref

Aperçu

La Fédération Suisse des Parlements des Jeunes (FSPJ) s'est fixée comme objectif d'augmenter la participation des jeunes citoyennes et citoyens au processus politique en Suisse. À cet égard, le gfs.bern a été chargé de réaliser une étude sur la participation politique des jeunes adultes en Suisse pour la troisième fois déjà depuis 2014. Le moniteur politique easyvote permet de tirer un bilan de l'opinion des jeunes concernant la politique en Suisse. En outre, l'utilité des offres d'easyvote est évaluée dans le cadre de cette étude.

Sur la base des résultats obtenus en 2014, le modèle easyvote sur l'augmentation de la participation aux votations et aux élections a été conçu. Ce dernier est vérifié annuellement selon les résultats obtenus.

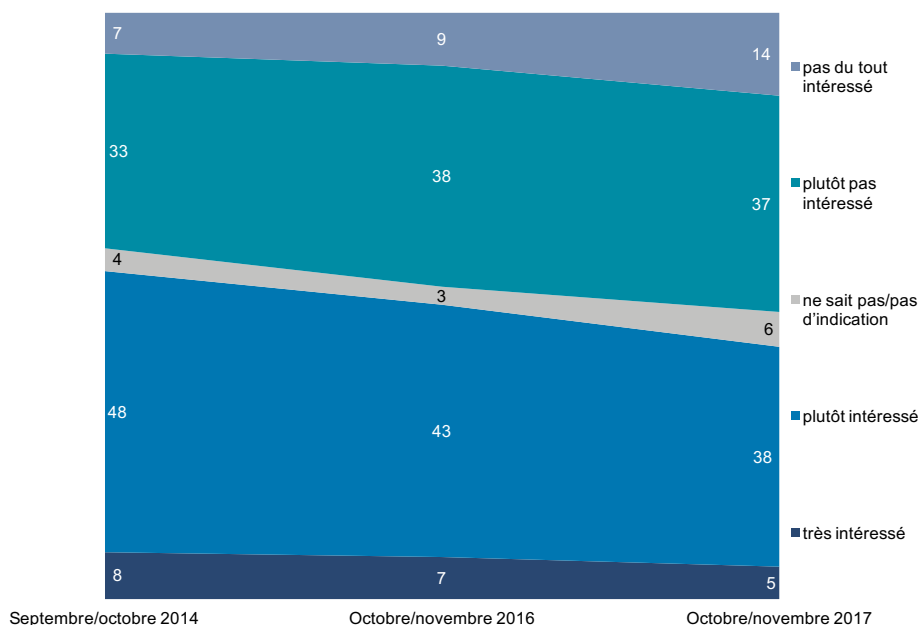
Base de données La base de la présente étude repose sur un sondage effectué en octobre et en novembre 2017 auprès de 1271 élèves d'un âge moyen de près de 18 ans et issus de 15 cantons sélectionnés. Les résultats des 1271 jeunes interrogées ont été pondérés dans le cadre d'une procédure à cinq étapes.

1. Intérêt pour la politique suisse et internationale

Près de la moitié des jeunes suisses entre 15 et 25 ans s'intéressent à la politique internationale (48 %). L'intérêt pour la politique suisse est quant à lui un peu plus faible (43 %). Un point important mérite d'être relevé : alors que l'intérêt pour la politique mondiale est resté plus ou moins stable au cours des trois années du sondage, l'intérêt pour la politique suisse a nettement diminué.

À quel point la Politique suisse t'intéresse-t-elle?

« À quel point la politique suisse t'intéresse-t-elle? »
% d'élèves entre 15 et 25



© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

2. Après une année 2016 exceptionnelle, retour à la situation standard

L'analyse sur plusieurs années montre que l'agenda public, et donc également les médias, ont fortement influencé l'intérêt des jeunes. En 2014, l'année de l'initiative contre l'immigration de masse, les jeunes interrogés s'intéressaient avant tout au domaine thématique des votations fédérales. En 2016, la politique aux États-Unis était le thème rencontrant le plus d'intérêt. Cette année-là était particulièrement mouvementée sur le plan de la politique mondiale, comme en témoigne également le moniteur politique. Alors que l'attention et l'intérêt étaient considérablement élevés en 2016, un retour à la situation standard a pu être observé durant l'année 2017. En comparaison avec l'année précédente du sondage, l'intérêt manifesté pour les thèmes politiques a baissé dans presque tous les domaines thématiques.

3. Événements ayant une influence sur le plan politique

Trois domaines thématiques centraux ont été nommés par les jeunes concernant les événements ayant eu une influence dans leur vie sur le plan politique :

- L'élection de « figures fortes » (la plupart du temps des présidents) dans le monde entier. L'élection de Donald Trump se détache particulièrement dans les résultats. Erdogan et le président français ont toutefois également été nommés
- Les étrangers et la question des réfugiés
- Les votations populaires controversées comme celles sur l'immigration de masse ou les minarets

4. Une fréquence d'information en baisse

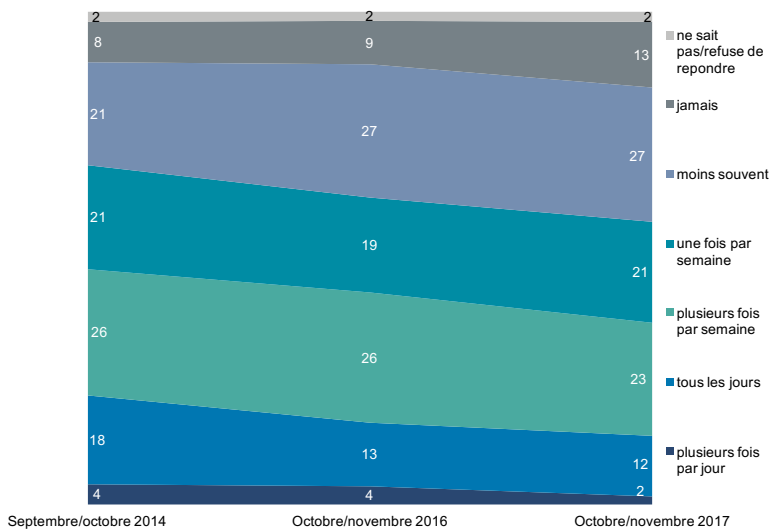
La fréquence à laquelle les jeunes s'informent dans les médias sur les événements politiques en général a une nouvelle fois enregistré une baisse en 2017. L'école était clairement l'endroit le plus important pour l'acquisition de l'information. Les médias classiques tels que les journaux ont en revanche nettement perdu en importance en comparaison avec l'année 2016. Un déplacement des médias classiques vers les nouveaux médias, tels que Twitter, Facebook ou Instagram, n'est toutefois pas facile à observer. Au contraire : Facebook a connu une perte d'importance aussi élevée que les médias classiques.

Graphique 3

Tendance : Fréquence de l'acquisition d'informations sur les événements politiques

« Avec quelle régularité t'informes-tu dans les médias de ce qui se passe en politique? »

% d'élèves entre 15 et 25



© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

5. Les offres easyvote deviennent plus importantes et utiles

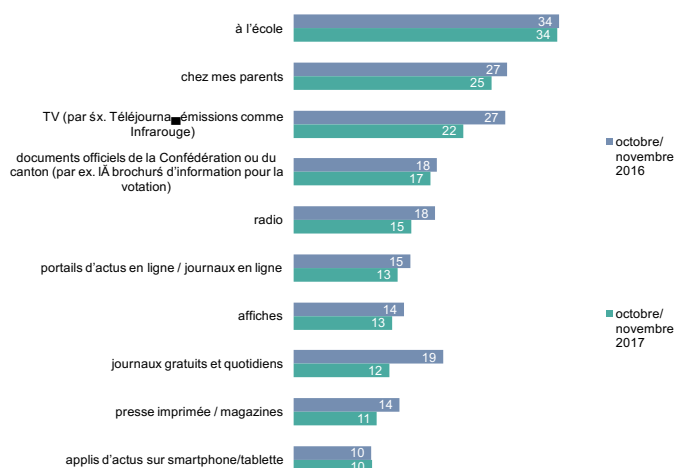
Les seuls canaux d'information ayant gagné en importance sont ceux du portefeuille d'easyvote : les vidéos easyvote deviennent plus importantes, tout comme le site Internet et la brochure de votation. Les offres d'easyvote sont également en tête lorsqu'il est question de l'évaluation de l'utilité des différents canaux pour la formation de l'opinion lors des votations.

Graphique 4

Tendance : sources d'informations importantes (1/3)

« Indique STP de façon aussi précise que possible par quels canaux tu t'es informé sur les votations du 24 septembre 2017. » (plusieurs réponses possibles)

Base : % d'élèves entre 15 et 25 ans qui ont cité au moins une source d'informations



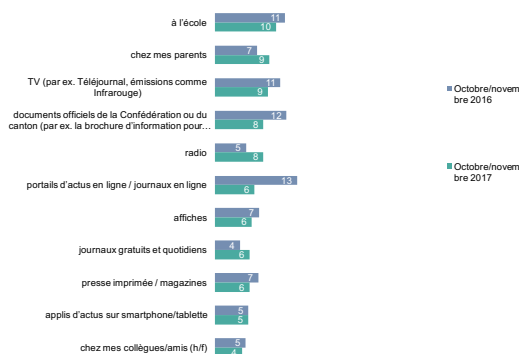
© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Graphique 5

Tendance : sources d'informations importantes (2/3)

« Indique STP de façon aussi précise que possible par quels canaux tu t'es informé sur les votations du 24 septembre 2017. » (plusieurs réponses possibles)

Base : % d'élèves entre 15 et 25 ans qui ont cité au moins une source d'informations

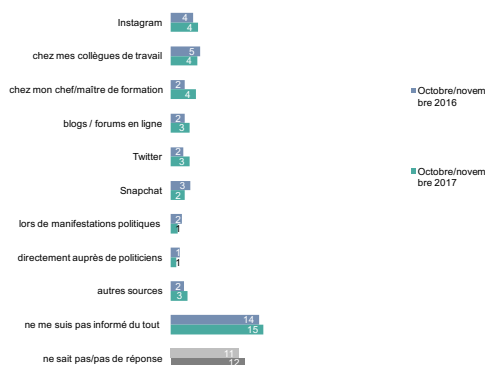


© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Tendance : sources d'informations importantes (3/3)

« Indique STP de façon aussi précise que possible par quels canaux tu t'es informé sur les votations du 24 septembre 2017. » (plusieurs réponses possibles)

Base : % d'élèves entre 15 et 25 ans qui ont cité au moins une source d'informations



© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Les vidéos easyvote ont connu les meilleurs résultats concernant l'utilité avant les votations du 24 septembre 2017. Les jeunes interrogés ayant visionné les vidéos ont jugé ces dernières comme très utiles ou plutôt utiles à 98 %. La deuxième place est occupée par la brochure de votation easyvote, au même niveau que les parents. WhatsApp a connu la hausse la plus nette, alors que l'école a enregistré la baisse la plus importante concernant l'utilité. Comme WhatsApp ne joue qu'un rôle minime pour l'utilité, le nombre de cas associés dans cette évaluation est faible et les grands changements doivent donc

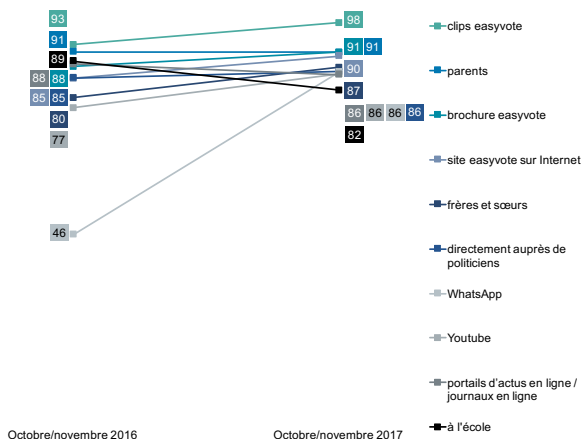
être interprétés avec prudence. L'école est quant à elle la source d'information la plus utilisée. Le fait que son utilité connaisse une baisse si nette est problématique.

Graphique 6

Tendance: source d'informations utile (1/3)

« À quel point ces sources d'information t'ont-elles aidé à te faire une opinion? »

% d'élèves entre 15 et 25 ans qui ont été plutôt/beaucoup aidé par les sources



© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

6. Aucune confiance en les médias

La position difficile des médias se reflète également dans la confiance témoignée par les jeunes envers les différents acteurs politiques concernant des thèmes politiques. Seuls 17 % des jeunes ont déclaré faire confiance aux journalistes. Les médias ont ainsi atterri à la dernière des 13 places, juste derrière les dirigeants du monde économique.

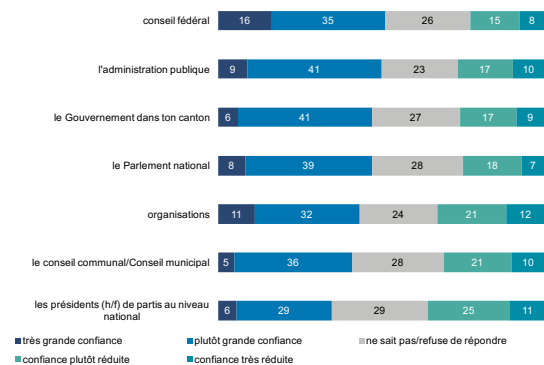
Ce résultat est préoccupant étant donné que le système politique suisse fonctionne selon le système de milice et se fonde sur l'implication des acteurs de l'économie privée et que cet échange est également perçu comme une force. Pour les jeunes interrogés, ces deux mondes sont visiblement séparés de manière plus évidente que c'est le cas pour l'élite importante dans la formation de l'opinion.

Graphique 7

Confiances aux personnes ou organisations (1/2)

« Pourrais-tu évaluer la confiance que tu accordes aux personnes ou organisations suivantes lorsqu'il s'agit de thèmes politiques? »

% d'élèves entre 15 et 25

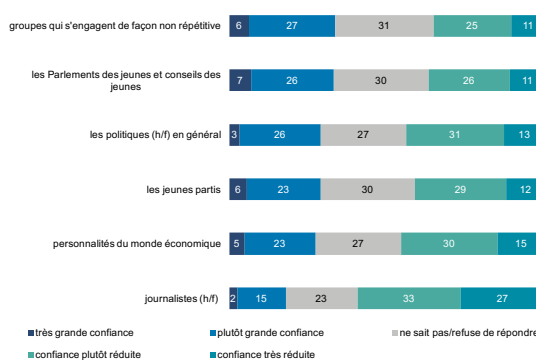


© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Confiances aux personnes ou organisations (2/2)

« Pourrais-tu évaluer la confiance que tu accordes aux personnes ou organisations suivantes lorsqu'il s'agit de thèmes politiques? »

% d'élèves entre 15 et 25



© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Pour le moment, deux interprétations de ces faibles valeurs s'imposent :

La première est l'évolution rapide du paysage médiatique au cours des dernières années. La suprématie de quelques médias dominants au sens traditionnel est de plus en

plus sapée par différents canaux d'information (basés sur Internet), qu'il s'agisse de Facebook, de Twitter, des services d'information internationaux comme Buzzfeed ou encore du portail d'information Watson, particulièrement orienté sur un public plutôt jeune. La tâche de mettre à disposition et d'interpréter les informations politiques est donc répartie de manière toujours plus large.

D'autre part, la lutte pour la présidence américaine en 2016 a brisé toutes les conventions politiques possibles, mais a aussi radicalement remis en question le rôle et l'importance des médias. Les termes « Fake News » ou « réalités alternatives » ont réussi à franchir l'Atlantique en un rien de temps et à s'instaurer dans le vocabulaire et la conception de la population suisse.

La mutation des médias ainsi que la disposition envers la couverture médiatique objective et conforme à la réalité ont pour conséquence que la fonction du journaliste en tant que personne chargée de la vérification et de la préparation des informations politiques est de plus en plus sapée et se retrouve sous pression, impactant ainsi inévitablement la confiance du public.

Les jeunes suisses témoignent une confiance légèrement supérieure à 50 % envers le Conseil fédéral et l'administration publique.

7. Utilité de la politique reconnue

Bien que l'intérêt pour la politique connaisse une baisse, les réponses aux questions d'opinion en lien avec politique ne permettent pas d'observer une dépolitisation générale. Indépendamment de la propre disposition à l'engagement, une nette majorité des jeunes acceptent l'argument avançant que la politique présente une grande utilité pour l'avenir. Deux tiers des jeunes sont en outre convaincus que la numérisation constitue de grandes opportunités pour la participation.

Graphique 9

Attitude envers la politique en général (1/2)

« Parlons maintenant de ton attitude envers la politique en général. Es-tu d'accord avec les affirmations suivantes? »

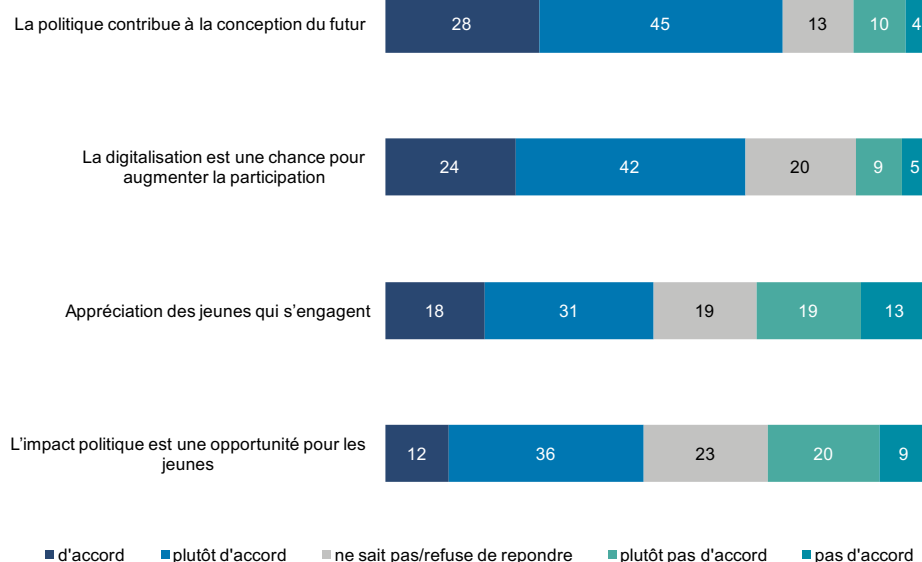
La politique contribue à la conception du futur : « La politique a un rôle très utile à jouer dans l'avenir de la Suisse. »

La digitalisation est une chance pour augmenter la participation : « La digitalisation offre de grandes chances de participation politique aux citoyennes et citoyens. »

Appréciation des jeunes qui s'engagent : « J'ai beaucoup d'admiration pour les jeunes qui s'engagent volontairement dans la politique. »

L'impact politique est une opportunité pour les jeunes : « Au sein de la commune/ville, la politique offre aux jeunes adultes le meilleur moyen de faire connaître ce qui les intéresse et de faire bouger les choses. »

% d'élèves entre 15 et 25



© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

8. Arguments pour et contre la participation aux votations

Pour les jeunes, la représentation des intérêts des jeunes et la possibilité de contribuer à la conception de l'avenir parlent principalement en faveur de la participation aux votations. La majorité des jeunes interrogés ont déclaré que la complexité de la langue, l'incapacité des votations à résoudre les problèmes ou le manque de temps représentaient des obstacles à une participation aux élections. Pour une minorité, constituant toutefois une part substantielle, la défaillance de la politique et des politiciens, le manque d'intérêt pour la politique ou le scepticisme concernant la mise en œuvre exacte des souhaits de la population représentent des raisons de ne pas voter.

L'argument de la complexité de la procédure de vote est l'élément ayant l'influence la plus négative sur la volonté de participation. Le deuxième facteur négatif le plus important est le manque d'intérêt pour la politique. Le fait que les jeunes se sentent peu concernés joue également un rôle significatif, quoique moins important, pour l'absentéisme le dimanche des votations.

L'argument le plus fort parlant en faveur d'une participation est en revanche la motivation de représenter les intérêts des jeunes lors des votations. Le sens du devoir général ou le plaisir de voter comptent aussi parmi les facteurs positifs. Le résultat à première vue contre-intuitif impliquant que les discussions de votations « trop » émotionnelles et extrêmes ont un effet positif sur la participation s'explique par le fait que l'émotivité joue un rôle central pour la disposition à la participation des jeunes. Ce constat s'était déjà révélé marquant dans le moniteur politique de l'année passée.

9. Plus grande disposition pour la participation aux manifestations

Alors que la plupart des participants pourraient s'imaginer participer à une votation ou signer une pétition, la disposition à la participation diminue avec le degré d'engagement que nécessite une activité. La disposition à participer à une manifestation a par contre connue une nette hausse. Ce constat est également visible dans le contexte des activités médiatiques et politiques. Après l'élection du président Donald Trump, un mouvement de protestation originaire des États-Unis s'est soulevé et s'est fait ressentir également en Suisse avec des actions comme le « Women's March », touchant visiblement aussi les jeunes.

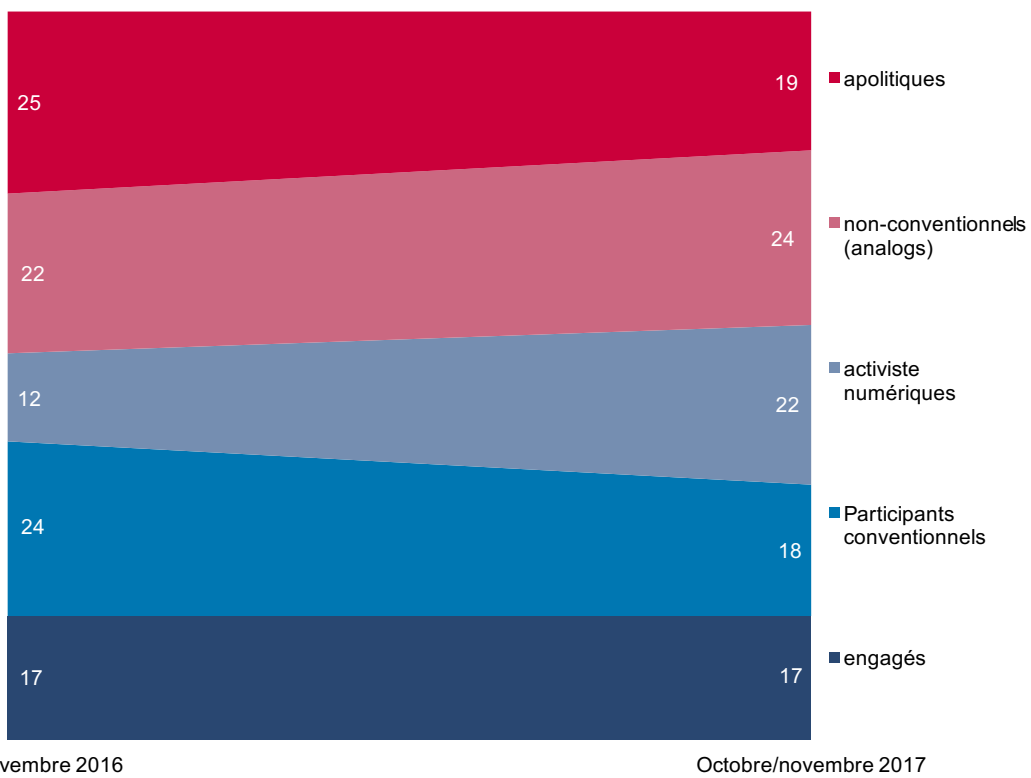
10. Activisme numérique

Une tendance légèrement à la baisse peut être enregistrée concernant l'engagement politique évalué par les jeunes eux-mêmes. Il ne s'agit toutefois pas d'une évaluation subjective. La classification systématique de toutes les personnes interrogées concernant leur disposition à participer à des activités concrètes montre que le groupe des apolitiques est plutôt en diminution, et ce au profit du groupe des jeunes souhaitant s'engager avant tout au niveau numérique.

L'expression « activisme numérique » décrit le mieux la part accrue de 22 % des jeunes présentant des affinités avec le monde numérique. Bien que ces jeunes participent aux votations, comme c'est le cas des participants conventionnels, leur attention est toutefois portée clairement sur la participation sur Internet : ils préfèrent signer des pétitions en ligne que dans la rue, participent plus volontiers à des actions sur les réseaux sociaux que tous les autres groupes, adhèrent à des groupes politiques sur ces canaux et discutent avec leur entourage non seulement dans le cadre de dialogues directs, mais aussi par le biais de WhatsApp et d'autres canaux en ligne.

Tendance Partizipationstypen

in % SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren



© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

11. La formation politique reste centrale

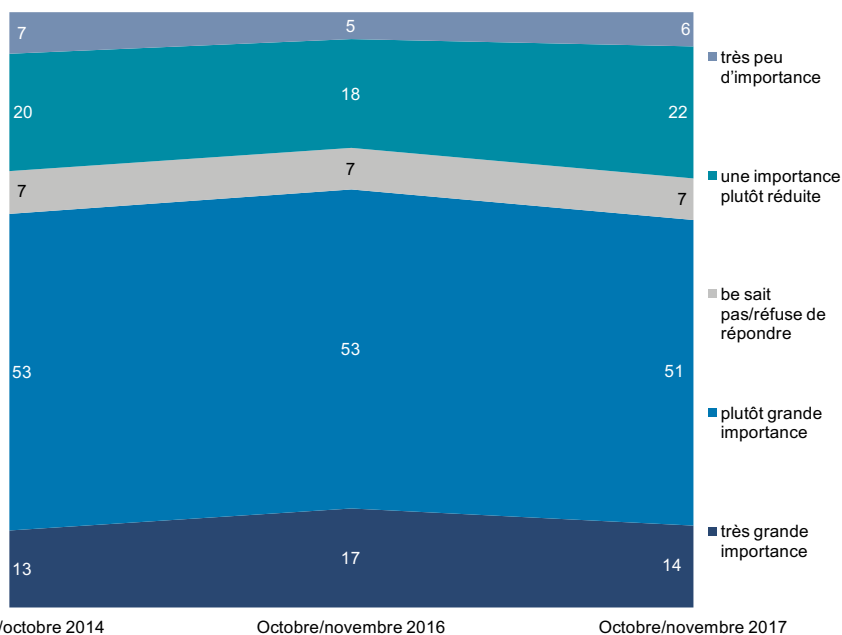
La formation politique est et reste centrale aux yeux des participants. Même si « l'élan d'attention » de l'année 2016 mouvementée peut également être observé dans ce cas, le bilan des revenus reste honorable. Une majorité des participants perçoit cet aspect de la formation scolaire comme important et utile.

Graphique 13

Tendance : poids de la formation politique

« Quelle importance devrait être donnée à la formation politique à l'école ? »

% d'élèves entre 15 et 25 ans qui ont abordé au moins un des thèmes à l'école



Septembre/octobre 2014

Octobre/novembre 2016

Octobre/novembre 2017

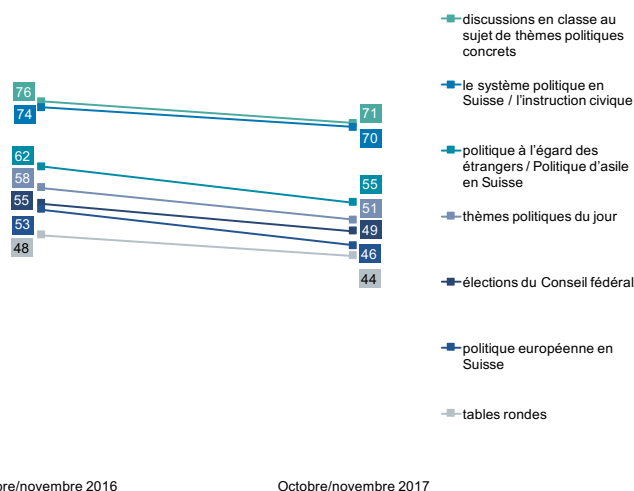
© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

Une évolution exceptionnelle peut être constatée concernant les aspects de la formation politique exercés à l'école. Après l'année 2016, le nombre d'interventions de formations a visiblement reculé dans les écoles suisses. Presque toutes les mesures évaluées ont connu une baisse comprise entre 5 % au minimum et 9 % au maximum. En particulier le traitement des prochaines votations fédérales représente l'un des domaines ayant connu la plus grande baisse au cours de ces dernières années.

Tendance : importance des thèmes et activités scolaires

« Pour les thèmes ou activités qui suivent, indique si tu les as déjà traités ou fait ou non à l'école ou pendant l'apprentissage. »

% d'élèves entre 15 et 25



© gfs.bern, easyvote Moniteur politique, 3^e vague, Octobre/novembre 2017 (N₂₀₁₄ = 1308, N₂₀₁₆ = 1477, N₂₀₁₇ = 1271)

12. Synthèse

L'intérêt généralement manquant et la fréquence d'information en baisse ne se traduisent pas automatiquement par une diminution de la disposition à la participation. Il est néanmoins concevable que la volonté de participer à la conception de l'avenir se dirigera encore davantage vers l'univers concret des jeunes et qu'elle sera tangible plutôt aux niveaux inférieurs de la politique. Ainsi, le type de participants ayant connu la plus grande hausse par rapport à l'année de sondage précédente s'engage essentiellement au niveau numérique.

Il est désormais précisément le rôle d'easyvote de jeter un pont avec ses offres entre le monde des institutions politiques à la croissance lente et l'agenda public (numérique) connaissant une évolution rapide. Il est par exemple possible d'expliquer aux activistes numériques pourquoi le système politique de la Suisse ne fonctionne pas toujours de manière optimale et en temps réel ou pourquoi la lenteur et les compromis sont nécessaires pour réduire les obstacles associés à la participation. easyvote a également un rôle essentiel à jouer avec ses offres, car la confiance en des institutions classiques comme les médias, mais aussi en des personnes dirigeantes de l'économie, n'est pas donnée. Dans ce sens, easyvote joue le rôle de plateforme d'information indépendante et compréhensible qu'il convient de continuer à entretenir et à développer.

Les résultats principaux de l'étude peuvent être résumés dans les quatre thèses suivantes et peuvent être placés dans un contexte :

Thèse 1 : La fréquence d'information en baisse exige de nouveaux canaux

Les jeunes s'informent toujours plus rarement sur les événements et les thèmes politiques. Cette tendance touche différents canaux d'information, en particulier les médias classiques tels que les journaux, la télévision ou la radio. On ne peut assister qu'à une substitution partielle par les nouveaux médias. Cette situation s'explique entre autres par le manque de confiance que les jeunes témoignent envers les nombreux acteurs et canaux lorsqu'il est question d'information politique. Les plateformes neutres et orientées explicitement sur les faits, telles qu'easyvote, gagnent en importance comme canaux fiables. En effet, l'évaluation des jeunes montrent que seuls les parents sont à la hauteur des offres easyvote concernant l'utilité en tant que source d'information pour les questions politiques.

Thèse 2 : Problèmes de confiance à l'ère des « Fake News »

Lorsque l'on compare la confiance témoignée par les jeunes envers les différents acteurs et institutions politiques et le nombre présenté par le baromètre des préoccupations à l'échelle de la Suisse, il ressort que le niveau de confiance des jeunes est nettement plus faible que celui du reste de la population. Les journalistes connaissent à cet égard le plus bas niveau de confiance. Le paysage médiatique en rapide mutation et l'esprit du temps (mots-clés « Fake-New » et « post-vérité ») laissent visiblement déjà des traces dans la perception des jeunes.

Thèse 3 : La formation politique reste importante, mais est moins fréquente

Un système politique conserve sa force tant que ses citoyennes et citoyens croient en sa légitimité. Le désintérêt croissant en la politique, le niveau de l'information en baisse et la confiance parfois faible dans les institutions peuvent donc être évalués comme préoccupants dans ce contexte. Une formation politique complète est d'autant plus centrale. L'importance et l'utilité de cette dernière évaluée par les jeunes eux-mêmes en est la preuve. En comparaison avec l'année passée, une baisse des activités et des thèmes politiques dans les écoles peut être constatée. Les écoles sont à cet égard les premières, mais non les seuls acteurs, à avoir le devoir de lancer un net mouvement contraire.

Thèse 4 : La mobilisation par la numérisation ?

La numérisation et la mutation médiatique sont étroitement liées. Un nombre croissant d'informations sont disponibles plus rapidement et facilement et de nombreux exemples au niveau national et international prouvent que les médias sociaux apportent une contribution substantielle à la mobilisation de certaines couches de la société, en particulier aussi des jeunes. Le type de participant ayant connu la plus grande hausse en comparaison avec l'année passée est celui des activistes numériques. La question reste cependant de savoir si les jeunes participent davantage au niveau politique en raison de leur affinité avec la numérisation ou s'il ne s'agit que d'impulsions de mobilisation ponctuelles.

7. Annexes

a. Équipe gfs.bern



LUKAS GOLDER

Responsable adjoint, politologue et spécialiste des médias, MAS ES en Communication Management

Domaines principaux :

Analyses intégrées de la communication et des campagnes, analyses d'image et de réputation, analyses des médias / analyses de l'impact médiatique, recherche sur la jeunesse et sur le changement social, votations, élections, modernisation de l'État, réformes sanitaires et politiques.

Publications dans des recueils, des magazines spécialisés, la presse quotidienne et sur Internet



CLOÉ JANS

Responsable de projet, politologue

Domaines principaux :

Votations et élections, recherche sur la société, campagnes, analyse de thèmes et de problématiques politiques, analyses du contenu des médias, enseignement



STEPHAN TSCHÖPE

Responsable analyse et services, politologue

Domaines principaux :

Coordination des prestations, analyses de données complexes statistiques, programmation informatique et sondages, prévisions, analyses de partis et de structures avec des données agrégées, analyses intégrées de la communication, visualisation



NOAH HERZOG

Secrétariat et administration, commerce CFC

Domaines principaux :

Publication assistée par ordinateur, visualisations, administration de projet, administration de conférence



DANIEL BOHN

Collaborateur de projet, spécialiste informatique développement d'applications

Domaines principaux :

Analyse de données quantitatives et qualitatives, préparation de données, visualisation

b. Équipe Fédération Suisse des Parlements des jeunes

Nous remercions tout particulièrement les bénévoles suivants de l'équipe easyvote qui ont permis la réalisation du moniteur politique easyvote :

ZOË MAIRE

Responsable du domaine easyvote

MARC STEINER

Responsable de l'équipe easyvote-school

SEVERIN MARTY

Collaborateur spécialisé easyvote-school

GIULIA MARTI

Collaboratrice relations clients

OLLIN SÖLLNER

Rédactrice

LARA TARANTOLO

Collaboratrice relations clients

gfs.bern
Effingerstrasse 14
Case postale
CH – 3001 Berne
Téléphone +41 31 311 08 06
Téléfax + 41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

L'institut gfs.bern est membre de l'Association suisse des recherches de marché et sociales et garantit qu'aucune interview n'a été menée dans un but publicitaire, de vente ou de commande, clairement affiché ou caché.

Vous trouverez des informations complémentaires sur www.schweizermarktforschung.ch

**SCHWEIZER
MARKTFORSCHUNG**
Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym

**gfs.bern**
Menschen. Meinungen. Märkte.