

## La qualité de la couverture médiatique des musulmans de Suisse

*Patrik Ettinger – Septembre 2018*

### Pour les lecteurs pressés

- La présente étude s'est penchée sur la qualité de la couverture médiatique des musulmans de Suisse en analysant un échantillon représentatif d'articles publiés dans 18 médias papier.
- La qualité se mesure à l'aune de la diversité des articles (diversité du contexte thématique, des acteurs et des arguments, et absence de généralisations) et de leur rationalité (style objectif et communication d'informations contextuelles).
- La fréquence des articles est liée à deux facteurs : d'une part, les attentats terroristes perpétrés dans les pays voisins. Généralement, le nombre d'articles sur les musulmans de Suisse fait ainsi plus que doubler après de tels événements. D'autre part, les initiatives populaires, lorsque les médias relaient les arguments de campagne des acteurs politiques.
- La diversité des thèmes abordés dans les articles traitant des musulmans de Suisse est relativement élevée, même si l'on observe depuis 2015 une concentration croissante de la couverture médiatique sur les thèmes de la radicalisation et du terrorisme (54 % à eux deux en 2017). Les articles portant sur l'intégration réussie (2 %) et le quotidien des musulmans (2 %), c'est-à-dire sur la vie de la majorité des musulmans de Suisses, sont marginaux.
- La part d'articles créant de la distance par rapport aux acteurs musulmans de Suisse augmente constamment entre 2009 et 2017, de 22 % à 69 %, une évolution attribuable en partie à la concentration évoquée sur les thèmes de la radicalisation, du terrorisme et des problèmes d'intégration. À noter qu'il existe des différences notables selon les médias, différences liées aux lignes rédactionnelles desdits médias et qui montrent la marge de manœuvre qui existe dans la manière de traiter un sujet : dans la *Weltwoche*, 84 % des articles créent une distance vis-à-vis des musulmans de Suisse ; cette proportion est de 63 % et 59 % pour des journaux populaires comme le *SonntagsBlick* et le *Blick*, et de 31 % pour des quotidiens d'information payants comme la *NZZ* et *Le Temps*.
- La distance créée s'avère problématique lorsqu'elle s'accompagne de généralisations. On observe cette combinaison dans 8 % des articles ; la *Weltwoche* (48 %) et les journaux populaires *SonntagsBlick* (24 %) et *Blick* (11 %) présentent ici aussi des taux relativement élevés.
- La diversité des acteurs et des arguments relayés a été évaluée sur la base de trois événements largement médiatisés : l'initiative sur l'interdiction de la burqa au Tessin, l'affaire de la poignée de main à Therwil et l'affaire de la mosquée An'Nur de Winterthur. Les catégories d'acteurs présentes dans les articles sont relativement diversifiées. Outre les médias (27,5 % des arguments recensés), d'autres groupes d'acteurs sont aussi très présents, notamment les musulmans (24 %) et les politiques, qu'ils soient membres d'un exécutif (12,1 %) ou représentants d'un organe législatif ou d'un parti (14,9 %). Le point de vue des représentants de la société civile (9 %) et des experts (9,5 %) rencontre aussi un écho médiatique non négligeable.
- Ce sont les articles traitant de l'initiative sur l'interdiction de la burqa qui présentent la plus grande diversité d'acteurs et d'arguments, tandis que la couverture médiatique de l'affaire de la poignée de mains s'est limitée à confronter les deux jeunes et la CCIS qui les défendait (33 %), d'une part, et les représentants de l'exécutif (22 %), d'autre part. Quant aux arguments des deux bords, ils se figent très rapidement. Dans l'affaire de la mosquée An'Nur enfin, les articles sont plutôt descriptifs et se focalisent sur la présentation de la mosquée comme un foyer de radicalisation (35 %). Parmi les moyens de lutter contre la radicalisation, les médias évoquent surtout le renforcement de mesures de sécurité (17 %). Les arguments sont la plupart du temps avancés par les médias eux-mêmes (41 %), lesquels se réfèrent souvent à d'autres médias.
- Dans les articles sur les musulmans de Suisse, les premiers concernés, c'est-à-dire les acteurs musulmans, restent majoritairement des « objets », c'est-à-dire que 55 % des articles parlent d'eux sans leur donner la parole et que 25 % ne leur donnent la parole qu'en marge de l'article.
- Par ailleurs, les musulmans qui peuvent avancer leurs points de vue sont souvent ceux qui défendent des opinions bien tranchées. Ainsi seuls quelques représentants de la mosquée An'Nur et de la CCIS, ou encore Saïda Keller-Messahli, qui s'est positionnée comme critique des associations musulmanes de Suisse, rencontrent un large écho dans les médias. Celui des représentants desdites associations, lui, est relativement modeste.