

## Résumé

La crise du coronavirus est une situation exceptionnelle, dans laquelle les routines établies sont interrompues et les modèles de comportement en matière d'information et de communication remis en question. C'est en particulier ce qui s'est passé lors de la première phase du confinement. La présente étude examine le comportement de la population suisse en matière d'information et de communication durant cette première phase. Du 19 au 24 mars, 1'005 personnes (recrutées par GfK) ont été interrogées, au moyen d'un sondage en ligne, sur leur évaluation des différentes formes d'information et de communication (médias rédactionnels, communication interpersonnelle, médias sociaux). Quoté selon l'âge et le sexe (croisés), l'échantillon peut être considéré comme étant représentatif de la population suisse alémanique âgée de plus de 15 ans et ayant accès à l'internet. Les principaux résultats concernant le comportement en matière d'information et de communication durant la crise du coronavirus sont les suivants:

(1) Pertinence: Les Suisses alémaniques accordent une importance particulièrement grande aux offres d'information de la Confédération et aux chaînes suisses de télévision durant la crise du coronavirus. La communication interpersonnelle par divers canaux (face-to-face, SMS/Instant Messenger, téléphonie/vidéotéléphonie) joue aussi un rôle de premier plan. En revanche, les médias sociaux tels que Twitter, Facebook et Instagram sont qualifiés de moins pertinents. Les médias d'information classiques revêtent davantage d'importance pour les personnes plus âgées que pour les jeunes, alors que l'inverse s'applique pour les médias sociaux. Hormis ces différences, les informations diffusées par la Confédération et les chaînes suisses de télévision constituent les principales sources de renseignements aussi pour les plus jeunes.

(2) Fonctions: Les offres de médias rédactionnelles remplissent au mieux les fonctions d'information et de classification des contenus, tout en aidant à gérer émotionnellement les incertitudes liées à la crise du coronavirus. En comparaison des deux groupes de personnes plus âgées (30-59 ans, 60-88 ans), les plus jeunes (16-29 ans) perçoivent le mieux les dysfonctionnements dans la fourniture d'informations et dans le traitement cognitif et affectif de la crise du coronavirus, quelles que soient les formes de communication.

(3) Portée et ton: Une majorité des Suisses alémaniques trouve que les médias parlent trop de la crise (déjà depuis le début du confinement). Cette estimation est particulièrement marquée chez les jeunes. Le ton des offres de médias rédactionnelles est jugé approprié par les personnes plus âgées. Par contre, le groupe le plus âgé est très critique sur la manière dont le sujet est abordé dans les médias sociaux; il estime en effet que la crise y est banalisée.

(4) Niveau d'information: Au début du confinement, la population suisse alémanique se sent bien ou très bien informée sur la crise du coronavirus ainsi que sur l'impact de cette crise sur elle au quotidien.

(5) Confiance: La confiance de la population suisse alémanique dans les institutions publiques de Suisse est très grande. Sont concernés aussi bien le système de santé et l'OFSP que l'exécutif (Conseil fédéral) et les chaînes publiques de radio et de télévision. Cette confiance dans le système augmente légèrement avec l'âge.

Les résultats montrent que la Suisse dispose d'une bonne infrastructure de communication, qui permet d'atteindre l'ensemble de la population en situation de crise et de l'informer des principales mesures prises. Il apparaît en outre que les institutions compétentes de la Confédération et les offres de médias publiques jouissent d'une grande confiance auprès de la population. Il est donc d'autant plus important que le discours critique sur les mesures étatiques et le rôle des médias, qui n'a pas pu se dérouler pleinement en raison de la nécessité urgente d'agir lors de la crise nationale, puisse avoir lieu, afin de justifier la confiance de la population et de légitimer la marge de manœuvre pour les futures crises.