

# LES FRANÇAIS ET L'INFORMATION

## Rapport détaillé

Direction des Etudes, de l'Economie et de la Prospective,  
Mars 2024

# SOMMAIRE

## CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE

**/01 INTÉRÊT ET GOÛT POUR  
L'INFORMATION**

**/02 SOURCES ET ATTENTION AUX  
SOURCES**

**/03 CONNAISSANCE ET PERCEPTION  
DES RÉSEAUX SOCIAUX**

**/04 IMAGE DES MÉDIAS ET  
DES JOURNALISTES**

## ANNEXES

# **CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE**

## Objectifs

### Dresser un état des lieux du rapport des Français à l'information.

Comment les Français s'informent-ils et ont-ils le sentiment d'être bien informés ? Comment choisissent-ils leurs sources ? Quelle connaissance ont-ils des réseaux sociaux et de leur fonctionnement ? Quelle image des médias et des journalistes ? Quelle vision de la régulation ?

### Un sujet au cœur des missions de l'Arcom...

- . Pluralisme, indépendance et honnêteté de l'information, lutte contre les fausses informations
- . Régulation économique et équilibres du marché
- . Education aux médias et citoyenneté numérique

### ... et de son projet stratégique (action 5)

« veiller à une information fiable et indépendante ainsi qu'à l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans les médias audiovisuels, nationaux et locaux, ainsi qu'à la transparence des plateformes en ligne »

# / Une méthode robuste



- Vaste échantillon (3 356 personnes) représentatif des Français de 15 ans et plus, permettant des analyses fines par segments de population.
- Questionnaire bâti sur une large revue de la littérature française et internationale.
- Recueil des réponses combinant internet et le téléphone, afin de représenter l'ensemble des Français, y compris ceux n'utilisant pas internet.
- Terrain d'enquête étalé sur près d'un mois, du 22 novembre au 20 décembre 2023.
- Investigation qualitative complémentaire (20 entretiens), pour affiner la rédaction du questionnaire (en amont), et approfondir l'interprétation des résultats (en aval)
- Dispositif confié à l'institut d'études BVA.

	Internautes	Non Internautes
Echantillon	3 233	133
Recueil	internet	téléphone
<i>Durée</i>	<i>24 mns</i>	<i>49 mns</i>

## Guide de lecture

- Le document est composé de **quatre chapitres** : 1/ intérêt et goût pour l'information, 2/ sources et attention aux sources, 3/ connaissance et perception des réseaux sociaux, 4/ image des médias et des journalistes.
- Les **questions** précises auxquelles les individus ont répondu figurent systématiquement en bas de chaque page. Sont également indiquées **les bases** de calcul : la catégorie d'individus ayant répondu à la question (par exemple 'ensemble de la population', ou 'utilisateurs de réseaux sociaux'...) et sa taille dans l'échantillon (par exemple, 3 356 individus).
- L'enjeu majeur portant plus précisément sur '**l'information politique et générale**', une partie du questionnaire n'a été administrée qu'aux individus ayant déclaré un intérêt pour cette thématique, soit 88% de l'échantillon total. Cette base est systématiquement précisée en bas de page (BASE : Info politique et générale, 2 955).
- Certains **segments de population** ont fait l'objet d'une analyse spécifique. Il s'agit en particulier des personnes les plus informées, et les moins informées (les 'distants'), des individus ayant récemment réduit leur niveau d'information (les 'abandonnistes'), et des plus perméables aux thèses complotistes. Un focus est également réalisé sur les personnes utilisant les réseaux sociaux comme mode d'accès principal, et sur les adolescents. Toutes ces analyses sont présentées en annexe ('Annexe 2 : focus sur quelques segments').
- Enfin, de nombreuses questions ont fait l'objet de **regroupements** pour en faciliter l'exploitation. Il s'agit en particulier de questions d'attitudes comme le degré d'optimisme, de tolérance, de confiance dans les institutions, ou encore de perméabilité aux thèses complotistes. La méthode de construction de ces variables est également expliquée en annexe.

# 01

## INTÉRÊT ET GOÛT POUR L'INFORMATION

## / Tous les Français déclarent s'intéresser à l'information...

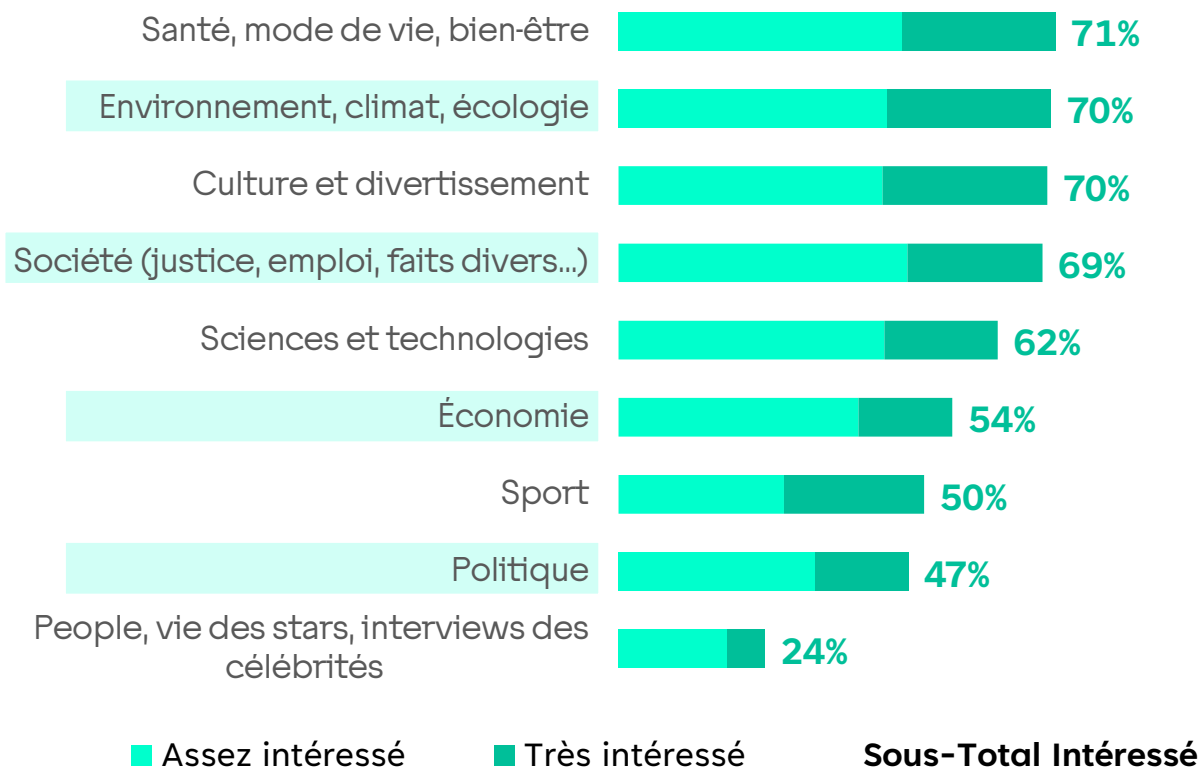


**94%** des Français  
déclarent s'intéresser  
à l'information.

- L'intérêt pour l'information est largement répandu chez les Français de 15 ans et plus.
- Ceux qui déclarent n'être intéressés par aucun sujet sont plus nombreux parmi les **inactifs** et les **jeunes** (11 % des 15-19 ans). Quand ils sont en âge de voter, ils **s'abstiennent** plus souvent que le reste des Français. Ils manifestent moins de confiance envers les institutions, moins d'ouverture aux autres, et une plus forte perméabilité aux thèses complotistes.



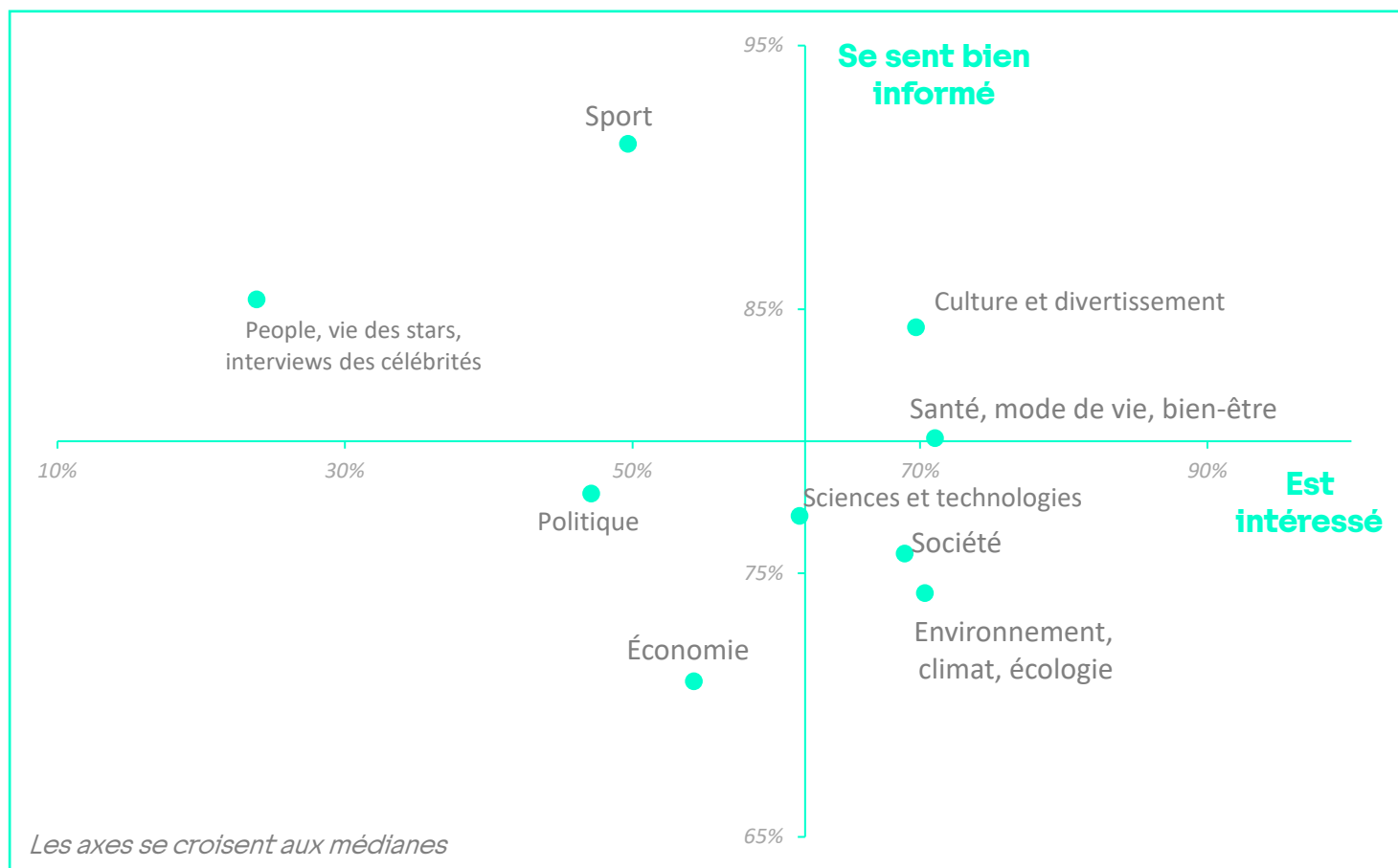
## / Leurs centres d'intérêt sont variés,



- **Santé et environnement** sont les principaux centres d'intérêt des Français.
- La politique se situe en bas du classement, mais intéresse toutefois près d'un Français sur deux.
- **Information politique et générale** : 85% des personnes interrogées s'intéressent à au moins l'une des quatre thématiques suivantes : l'environnement, les sujets de société, l'économie ou la politique.
- 43% des Français sont intéressés par ces quatre thèmes **à la fois** (dont 16% très intéressés) : plutôt CSP+, études supérieures, optimistes, confiants dans les institutions, et souvent sollicités par leur entourage pour donner leur avis.

INT2. De façon détaillée, merci de nous indiquer si vous êtes Très intéressé, Assez intéressé, Peu intéressé ou Pas du tout intéressé par les thématiques d'information suivantes :  
 BASE : Ensemble de la population (3356 individus)

# / ... et ils se sentent plutôt bien informés.

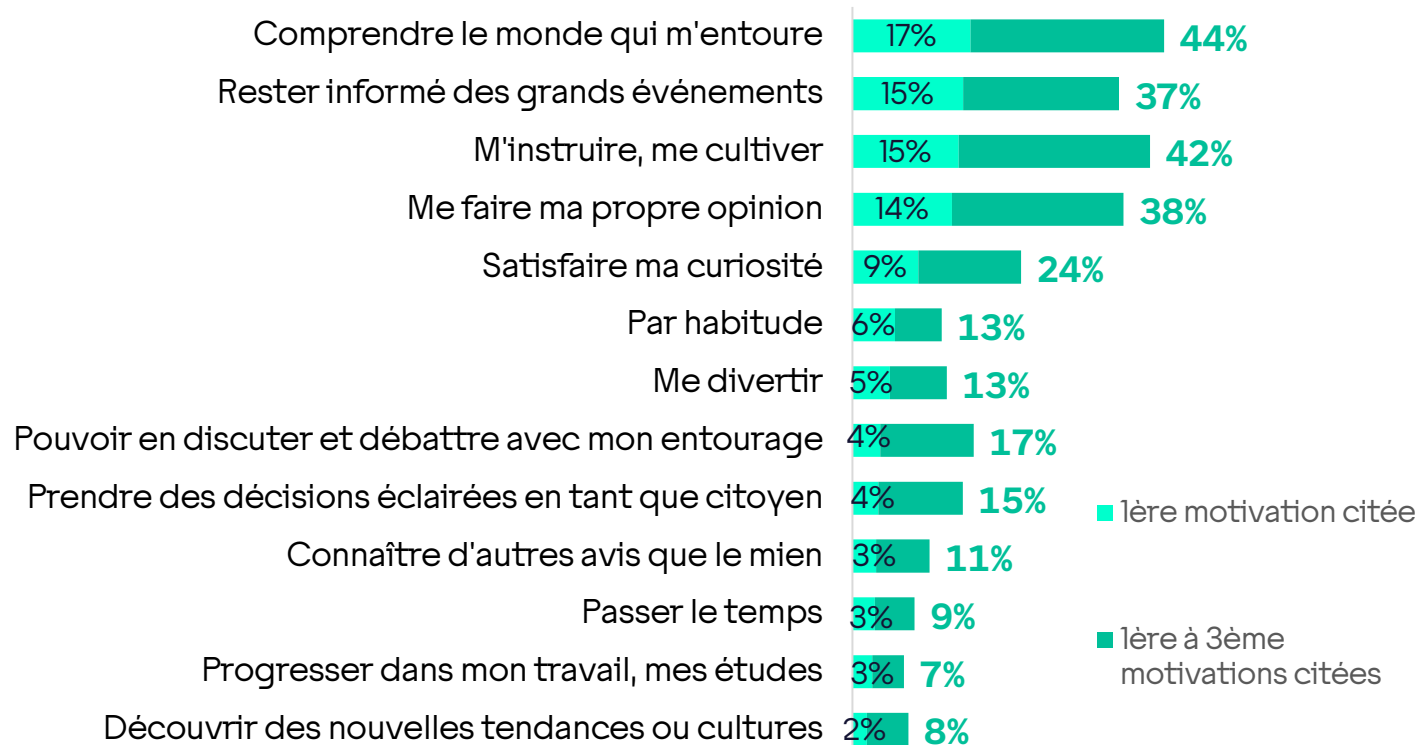


- En général, les Français se sentent **bien informés** sur les sujets qui les intéressent.
- Par exemple 91% des personnes qui s'intéressent au **sport** se sentent bien ou très bien informés.
- C'est moins le cas de l'information politique et générale. Par exemple, les questions liées au climat et à l'**environnement** intéressent près de 70% des Français, mais figurent parmi les sujets pour lesquels les répondants se sentent moins bien informés.

INT2. De façon détaillée, merci de nous indiquer si vous êtes Très intéressé, Assez intéressé, Peu intéressé ou Pas du tout intéressé par les thématiques d'information suivantes :  
 BASE : Ensemble de la population (3356 individus)

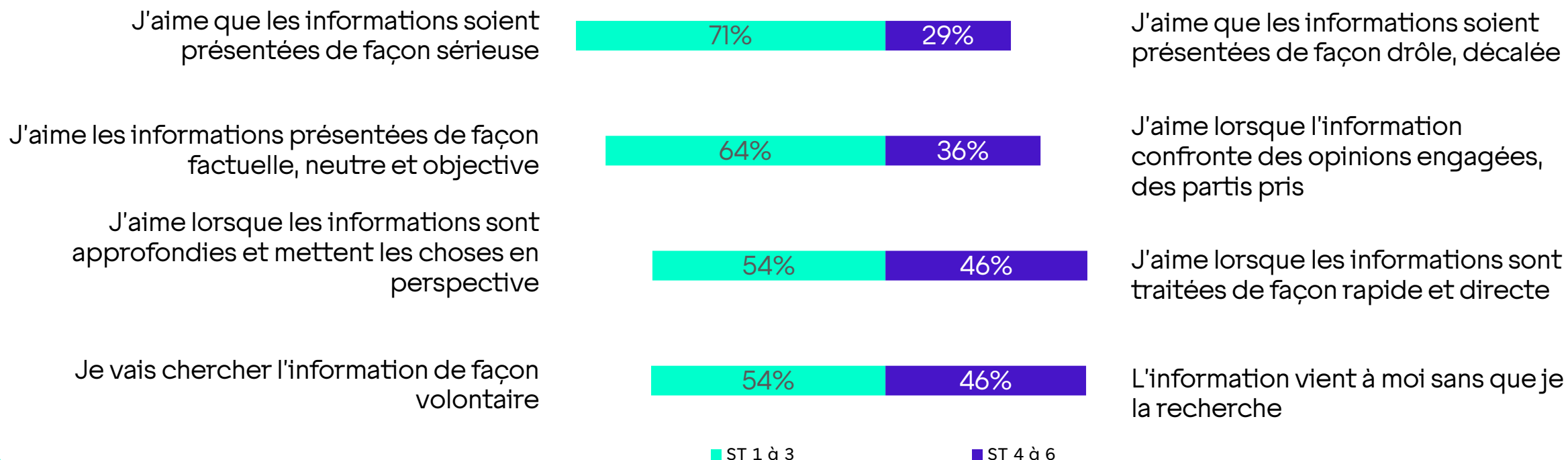
INT3. Concernant les thématiques d'information qui vous intéressent, avez-vous le sentiment d'être bien informé ?  
 BASE : Intéressé par la thématique

## / Ils s'informent pour se relier au réel, puis se relier aux autres,

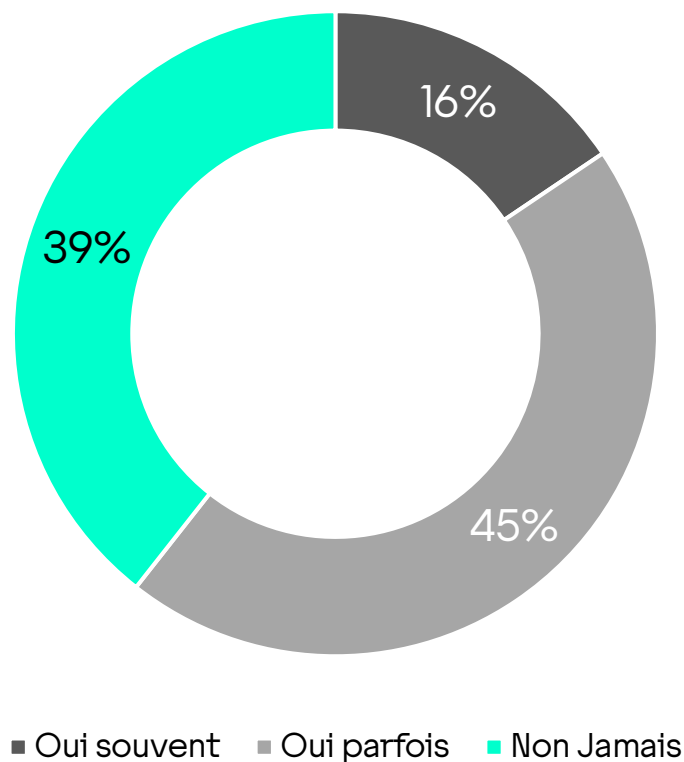


- On observe une grande variété dans les motivations des Français à s'informer.
- L'information permet de garder un **lien au réel** (comprendre le monde, s'instruire...) et, dans une moindre mesure, un **lien social** à travers une connaissance partagée des faits d'actualité (en discuter et en débattre, connaître d'autres avis...).
- Les motivations les plus citées démontrent une **démarche active** dans la recherche d'information. Seulement 13% le font par habitude et 9% pour passer le temps.

## / ... et apprécient une grande variété de traitements.



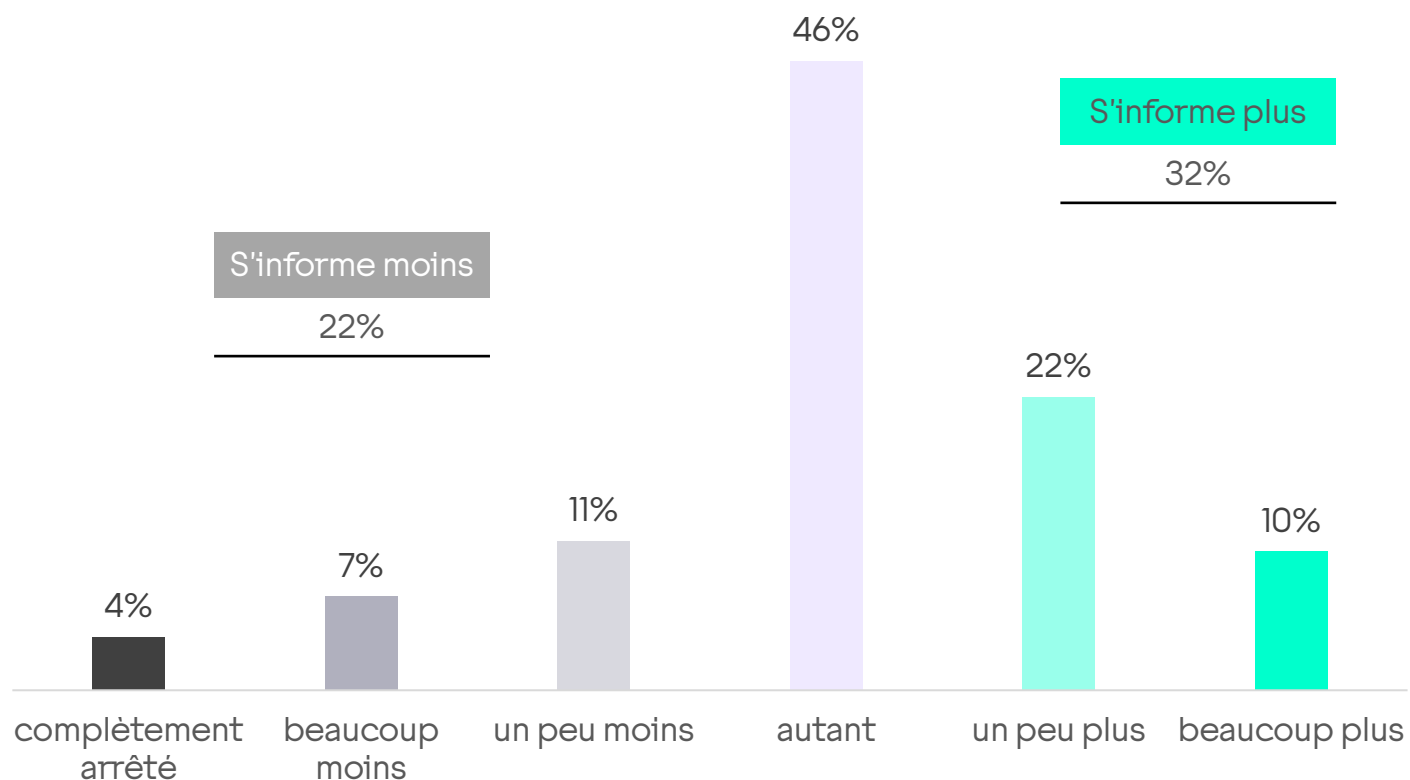
## / Certes, les comportements d'évitement sont fréquents...



**61% des Français, évitent les informations, parfois ou souvent.**

- 61% des Français intéressés par l'actualité politique et générale ont volontairement évité d'être en contact avec l'information au cours des derniers mois.
- Le comportement le plus fréquent consiste à changer de chaîne de télévision ou de station de radio quand les informations sont diffusées, ou de consulter moins fréquemment les applications et sites d'information.
- Les personnes qui évitent souvent l'information se comptent plutôt parmi les **jeunes** (22% chez les moins de 35 ans) et les **CSP+** (19%). Ils sont aussi plus nombreux parmi ceux qui s'informent principalement **sur les réseaux sociaux** (25%), consultent de nombreuses sources et sont **hyperinformés**.

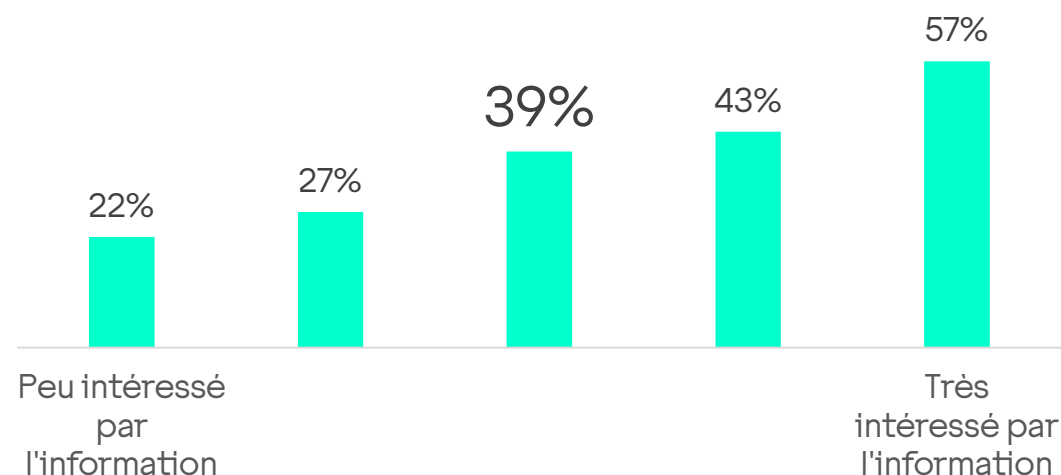
## / ... mais la tendance générale est à s'informer davantage,



- L'envie de s'informer davantage l'emporte sur la tendance à se détourner de l'actualité.
- Les raisons invoquées pour s'informer davantage sont **la complexité de l'actualité** ('j'ai besoin de comprendre', 'de rester à jour') et la nécessité de multiplier les sources.
- Ceux qui s'informent plus qu'avant sont en moyenne plus **jeunes, hyperinformés**, ouverts aux échanges avec les autres ; ils s'informent principalement sur les réseaux sociaux.
- Les individus qui s'informent moins fuient une actualité jugée 'trop négative et angoissante', et trop répétitive ('j'ai l'impression de voir toujours la même chose'). Viennent ensuite le manque de confiance, et le sentiment d'impuissance face aux faits.

## / ... sans pour autant être prêt à payer.

Propension à payer pour s'informer, selon le niveau d'intérêt pour l'information politique et générale.



*Se lit : parmi les 20% de Français les moins intéressés par l'information (premier quintile), 22% ont payé pour s'informer au cours des 12 derniers mois*

- Dans un contexte de large diffusion d'information gratuite, seuls 39% des Français ont payé pour s'informer au cours des 12 derniers mois.
- Il s'agit principalement d'achat de **journaux ou magazines** (version imprimée), à l'acte ou, moins souvent, par abonnement (13% des Français).
- Les abonnés se comptent parmi les plus âgés (abonnement papier) et les plus jeunes (abonnements numériques), tous très informés et intéressés par l'information politique et générale.
- La propension à payer est fortement corrélée à l'intérêt pour l'information.

# QUIZZ

## Les Français connaissent-ils l'actualité ?

Quatre questions posées à la toute fin du questionnaire

### Israël a été récemment attaqué par...

1. La Syrie
2. Le Hamas
3. L'Egypte
4. Je ne sais pas

### Le mandat actuel d'Emmanuel Macron se termine en ...

1. 2026
2. 2027
3. 2030
4. Je ne sais pas

### Le premier ministre anglais s'appelle ...

1. Rishi Sunak
2. David Cameron
3. Theresa May
4. Je ne sais pas

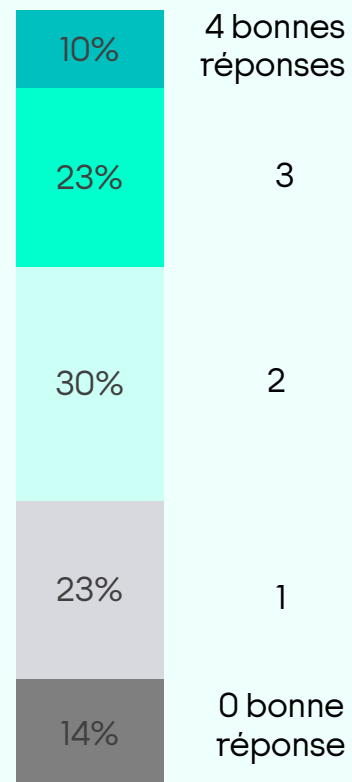
### En moyenne annuelle, en 2023, le taux d'inflation en France est de ...

1. 2%
2. 6%
3. 12%
4. Je ne sais pas



# La connaissance réelle de l'actualité est inégale

**Seuls 10%  
des Français  
donnent  
quatre bonnes  
réponses**

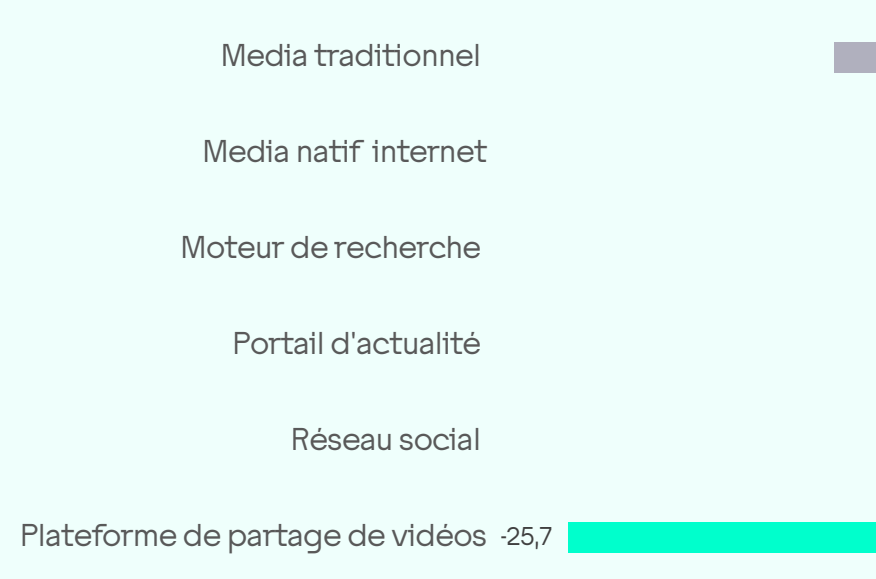


QUIZZ1. Israël a été récemment attaqué par... ; QUIZZ2. Le premier ministre anglais s'appelle ... ; QUIZZ3. Le mandat actuel d'Emmanuel Macron se termine en ... ; QUIZZ4. En moyenne annuelle, en 2023 le taux d'inflation en France est de ...  
BASE : Ensemble (3356)

## Méthode d'exploitation des données

- Une modélisation économétrique
- Utilisation d'une régression (modèle statistique) pour étudier comment les caractéristiques socio-démographiques, les valeurs socio-culturelles, et les usages médias influent les résultats au quizz.
- Exemple ci-contre : impact de l'utilisation quotidienne de chaque catégorie de média sur les chances d'avoir une note élevée au quizz.
- Se lit : comparé à un individu qui consulte moins fréquemment les plateformes de partage de vidéo et toutes choses égales par ailleurs, un individu qui les consulte quotidiennement a 25,7% moins de chance d'avoir une note plus élevée au quizz.
- Lorsque les barres sont grisées, les résultats ne sont pas significatifs

**Impact de l'utilisation quotidienne d'un média (%)**

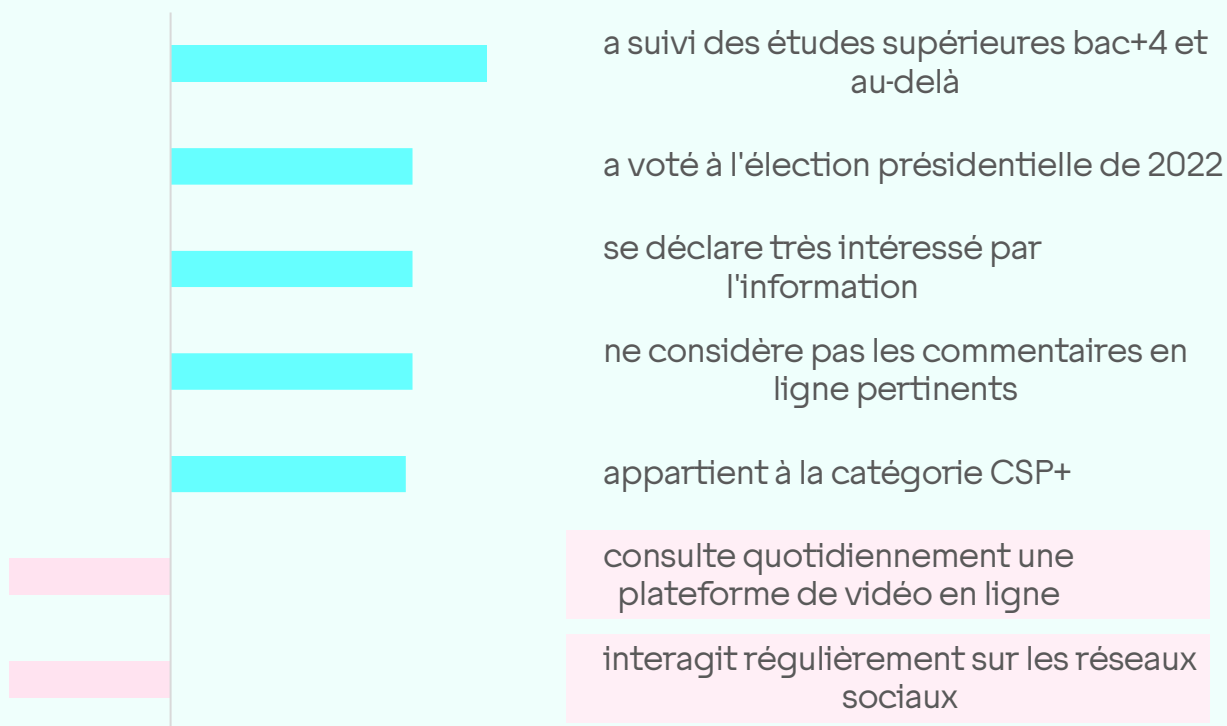


REGRESSION : Référence variable selon les items, coefficients valables toutes choses égales par ailleurs.

MODELE: Régression logistique ordinaire

Remarque: Sur cette slide uniquement les barres grisées représentent des effets non-significatifs statistiquement

## Facteurs qui influencent les résultats au quizz



*Se lit : comparé à un individu ayant suivi des études plus courtes, et toutes choses égales par ailleurs, un individu ayant suivi des études supérieures pendant 4 années et plus a beaucoup plus de chances d'avoir une note plus élevée*

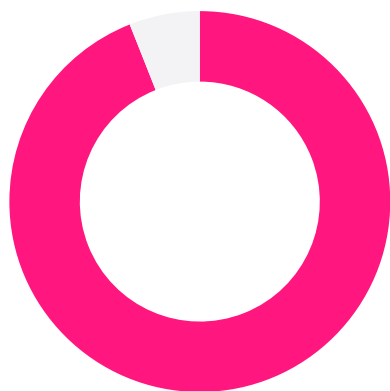
*Se lit : comparé à un individu ne consultant pas quotidiennement une plateforme de vidéo en ligne, et toutes choses égales par ailleurs, un individu consultant quotidiennement une plateforme de vidéo en ligne a beaucoup moins de chances d'avoir une note plus élevée*

QUIZZ1. Israël a été récemment attaqué par... ; QUIZZ2. Le premier ministre anglais s'appelle ... ; QUIZZ3. Le mandat actuel d'Emmanuel Macron se termine en ... ; QUIZZ4. En moyenne annuelle, en 2023 le taux d'inflation en France est de ...  
 REGRESSION : Référence variable selon les items, coefficients valables toutes choses égales par ailleurs.  
 BASE : Ensemble (3356)

# 02

## SOURCES ET ATTENTION AUX SOURCES

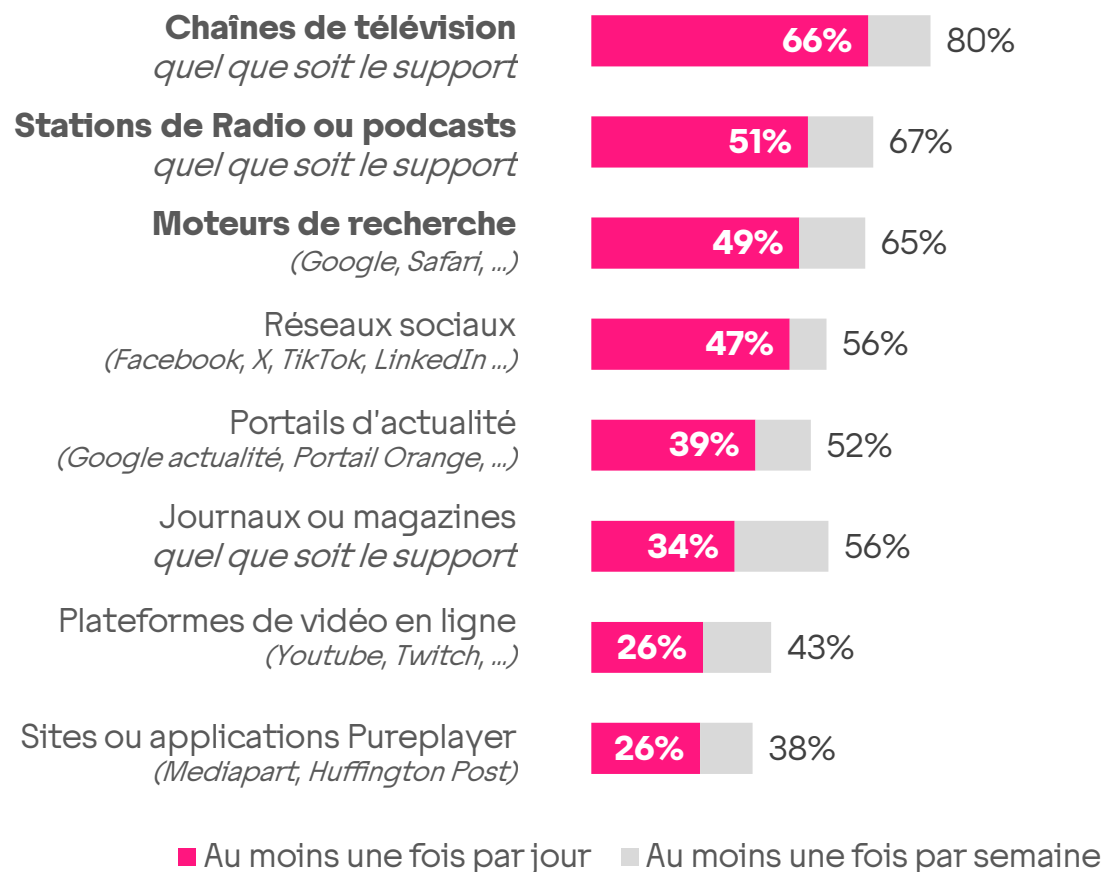
## / Les Français s'informent tous les jours.



**94%** des Français  
s'informent  
tous les jours.

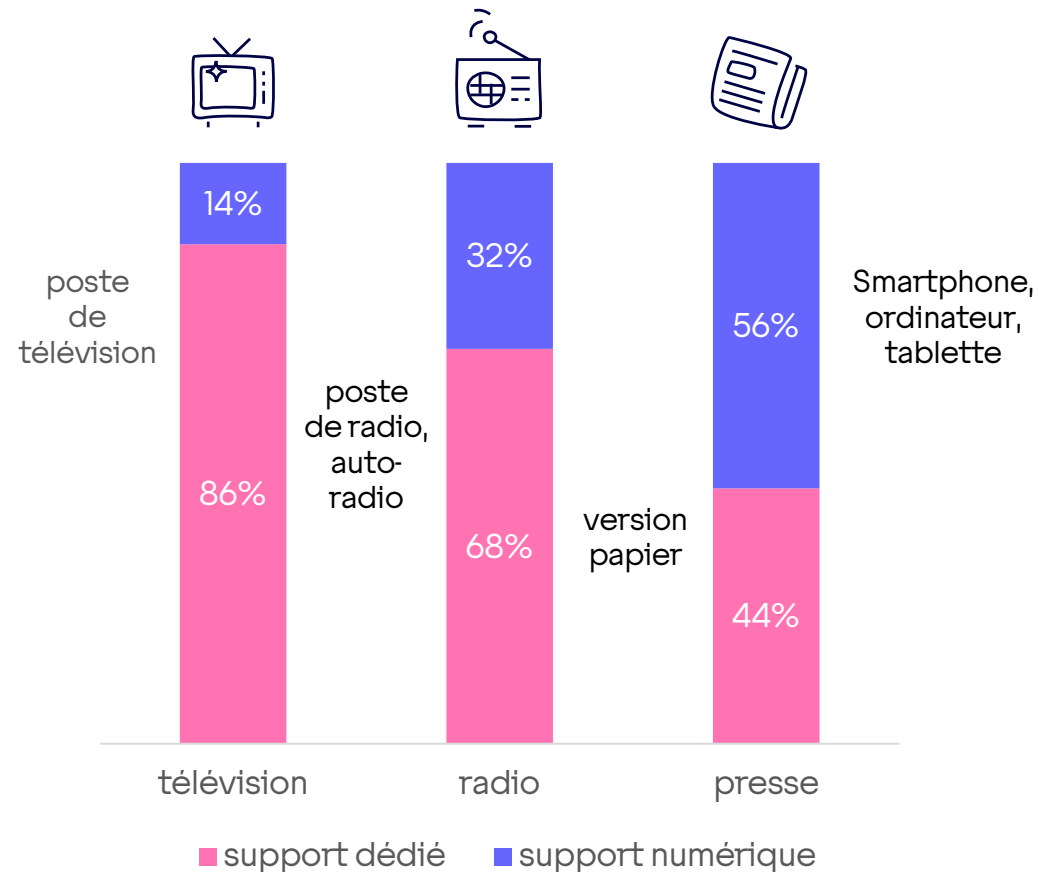
- Si la grande majorité des Français de 15 ans et plus s'informe de façon quotidienne, 6% déclarent s'informer moins souvent.
- Il s'agit plutôt des jeunes (notamment des adolescents), des personnes qui ont un faible niveau d'éducation et perçoivent peu de revenus. Ils sont plus pessimistes que les autres et ont globalement peu confiance dans les institutions.

## La télévision reste leur premier mode d'accès à l'information...



- Les programmes d'information de la **télévision** et de la **radio** conservent une place prépondérante.
- 80% des Français déclarent en effet s'informer au moins une fois par semaine en regardant une chaîne de télévision, dont 66% au moins une fois par jour.
- 79% regardent régulièrement au moins un journal télévisé et 61% les chaînes d'info.
- Un Français sur deux (53%) s'informe quotidiennement sur les réseaux sociaux ou les plateformes de vidéo en ligne.
- Si les **jeunes** s'informent principalement sur les réseaux sociaux et les moteurs de recherche, 46% des 15-19 ans s'informent au moins une fois par jour sur une chaîne de télévision et 69% le font au moins une fois par semaine.

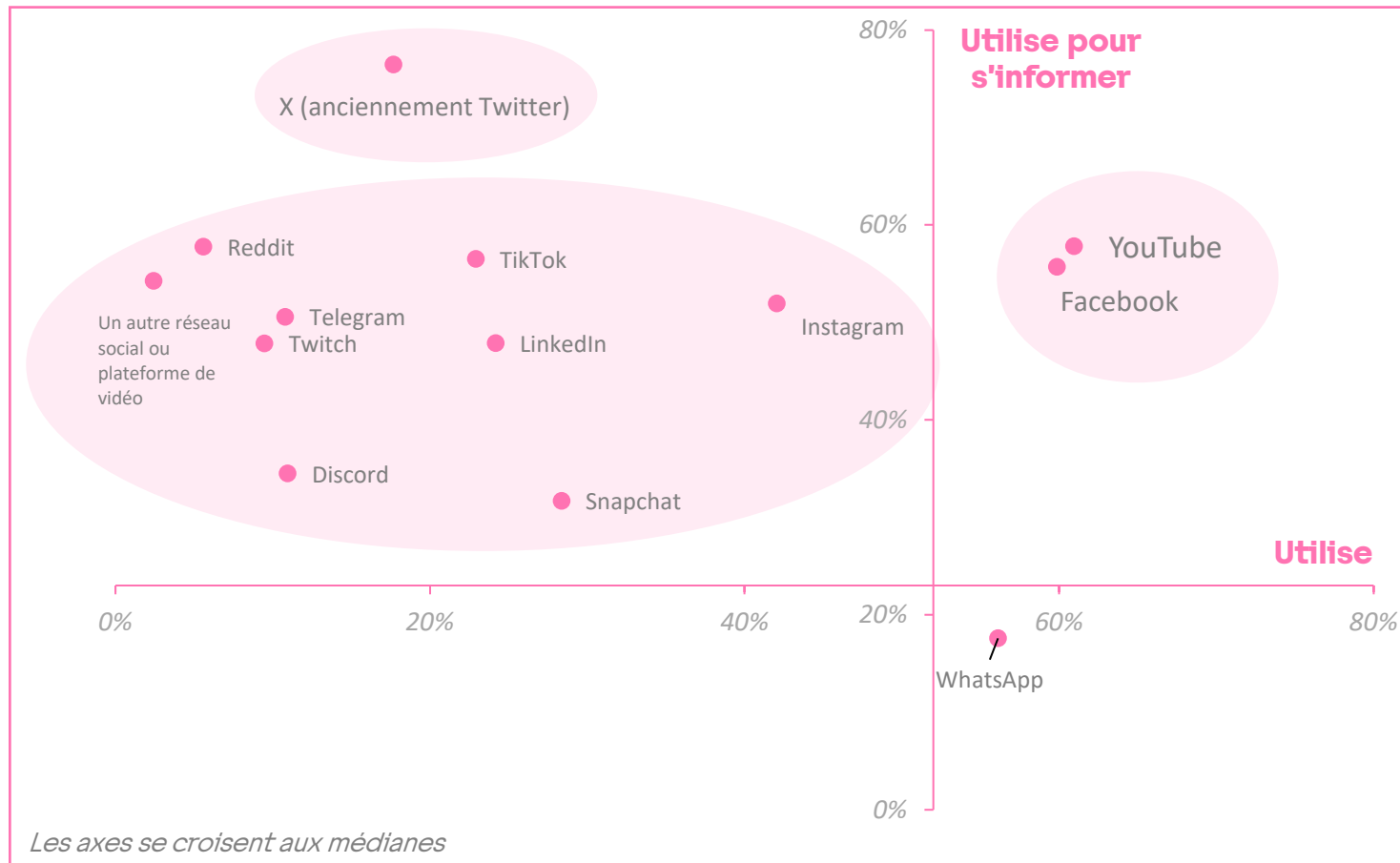
## ... sur un poste de télévision



- Alors que les **postes de télévision** et de radio restent les supports privilégiés pour accéder aux contenus audiovisuels, les Français accèdent désormais majoritairement aux contenus de la presse par les écrans, notamment par celui du smartphone.
- 14% des Français regardent néanmoins la télévision le plus souvent sur leur **smartphones**. Ce sont plutôt des jeunes (la moitié ont moins de 34 ans et près d'un quart ont moins de 25 ans), CSP+ hyperinformés, qui consultent principalement les réseaux sociaux.

NEWS1\_1B. Lorsque vous écoutez la radio ou des podcasts pour vous informer, le plus souvent c'est sur... ; NEWS1\_2B. Lorsque vous regardez la télévision pour vous informer, le plus souvent c'est sur... ; NEWS1\_3B. Lorsque vous lisez un journal ou un magazine pour vous informer, le plus souvent c'est...  
 BASE : écoute, regarde, lit au moins une fois par mois (2501, 2915, 2223)

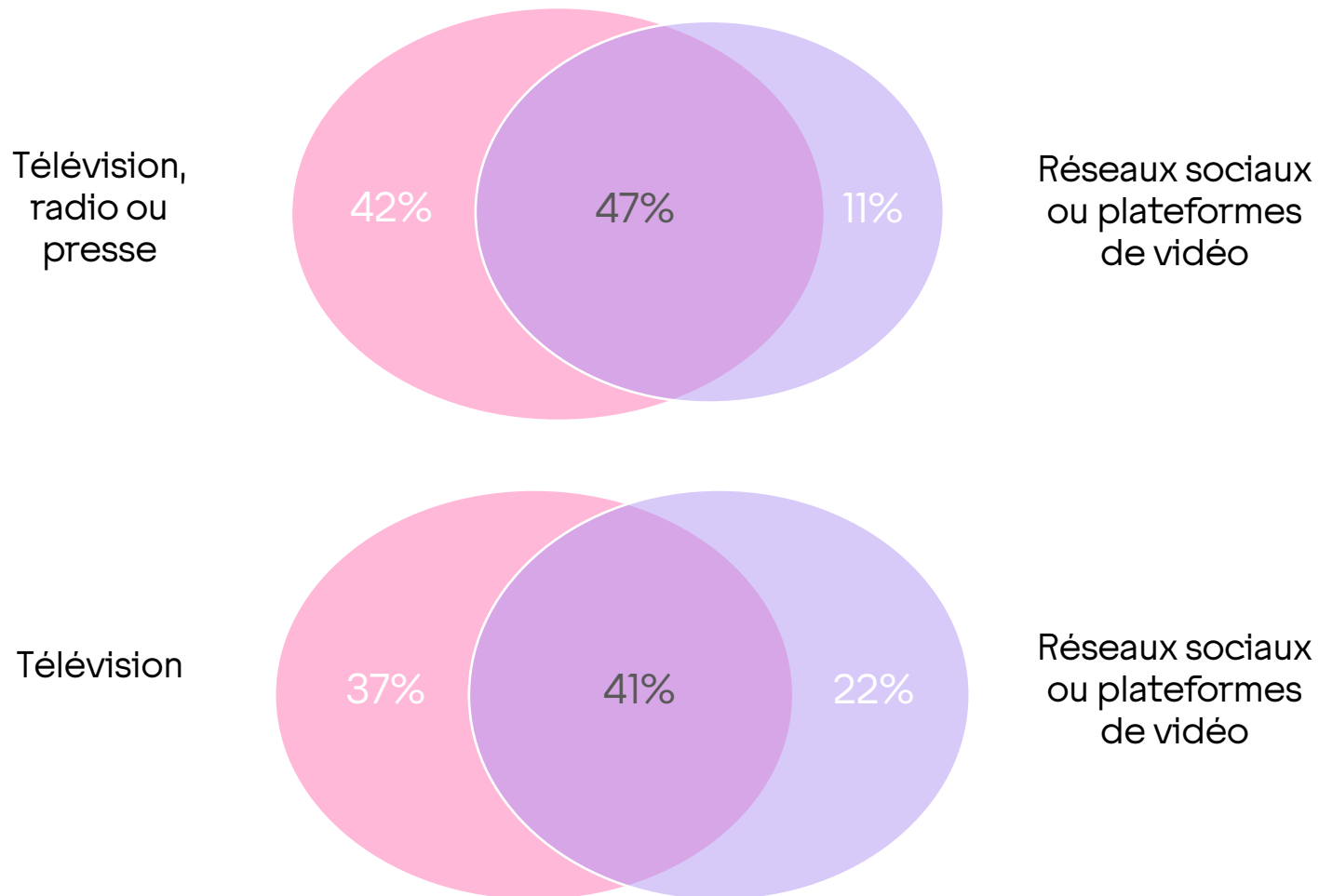
## Les réseaux et plateformes sont aussi massivement utilisés,



- De manière générale, la majorité des utilisateurs de réseaux sociaux et de plateformes de vidéo les utilisent au moins en partie **dans le but de s'informer**.
- Trois catégories peuvent être distinguées. En premier lieu, **YouTube et Facebook** sont à la fois fortement utilisées (>60%) et largement utilisées pour s'informer.
- **X** (anciennement Twitter) est beaucoup moins populaire (18 %) mais essentiellement utilisé pour s'informer.
- Viennent ensuite tous les autres réseaux et plateformes, dont le niveau d'usage général est très variable, et qu'environ la moitié des utilisateurs utilise pour s'informer.

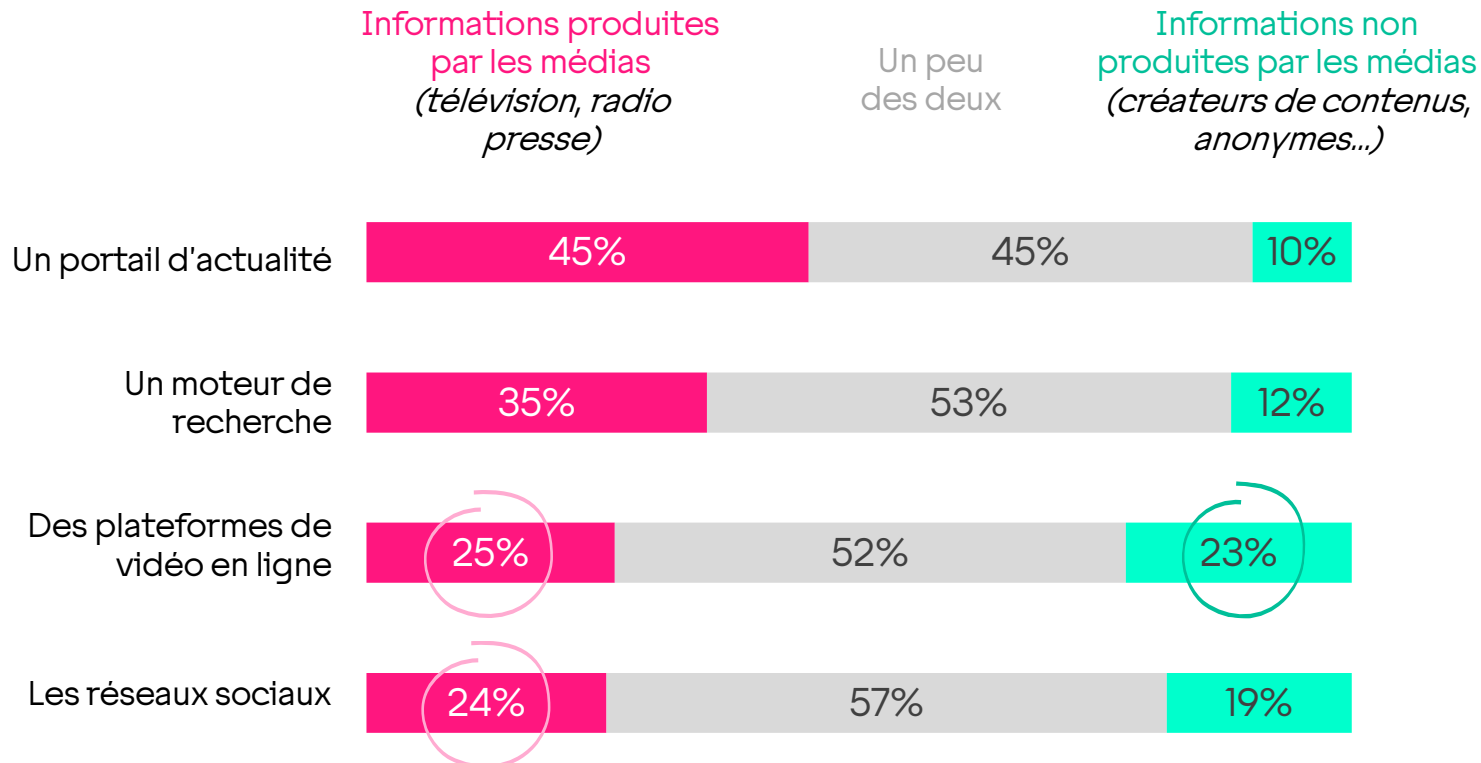


## / ... mais rarement de manière exclusive,



- Très peu de Français s'informent exclusivement sur les réseaux sociaux.
- Les '**exclusifs réseau sociaux**' (11% versus les médias historiques et 22% vs la télévision seule) se distinguent d'abord par leur âge (15-34 ans), leur catégorie sociale (CSP+) et leur niveau d'études (supérieures).
- Ils se déclarent moins intéressés par l'information que la moyenne des Français, utilisent un nombre moins varié de sources, et sont particulièrement peu enclins à payer pour s'informer.

## / ... et (parfois) pour accéder aux médias.

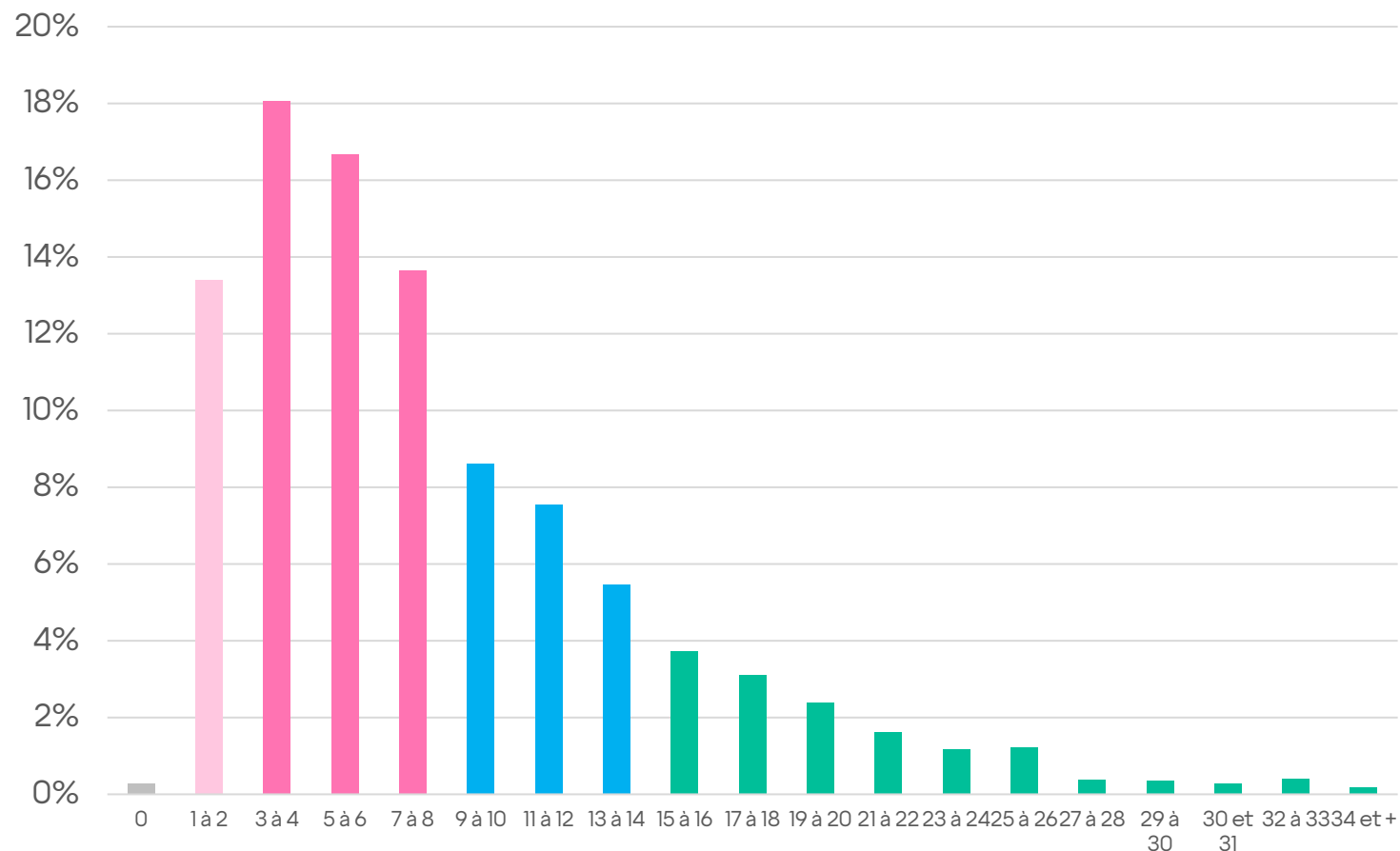


- Environ un quart des individus utilisant les réseaux sociaux ou les plateformes de vidéo pour s'informer déclare consulter le plus souvent des informations **produites par les médias**.
- Cette proportion est beaucoup plus élevée parmi les utilisateurs de moteurs de recherche et de portails d'actualité.
- Ceux qui déclarent ne jamais consulter d'informations produites par les médias présentent un profil plutôt jeune (18-24 ans) et CSP-. Ils n'ont pas confiance dans les journalistes ni dans les experts, et trouvent qu'il est très difficile d'accéder à une information fiable.

NEWSISOURCES\_6/7/8/9. Lorsque vous vous informez en utilisant un moteur de recherche/un portail d'actualité / en consultant les réseaux sociaux/des plateformes de vidéos en ligne, s'agit-il le plus souvent...

BASE : Consulte les moteurs de recherche, les portails d'actualité, les RS, les plateformes de vidéos en ligne au moins une fois par mois (2691, 2223, 2173, 1828)

## Les Français multiplient les sources d'information,



- En moyenne, les Français déclarent consulter régulièrement 9 sources (marques médias) pour s'informer.
- Ceux qui consultent **moins de 3 sources** (14%) sont plutôt jeunes, inactifs et résident dans des communes rurales. Ils déclarent s'informer de moins en moins (28%) et montrent une certaine défiance envers l'information.
- A l'inverse, ceux qui **multiplient le plus** les sources (plus de 15) sont plutôt issus des milieux favorisés et de l'agglomération parisienne. Ils ont confiance dans l'information, activent les notifications et s'informent plutôt plus qu'avant, même s'ils peuvent avoir des comportements d'évitement. Leur profil se rapproche des 'hyperinformés'.

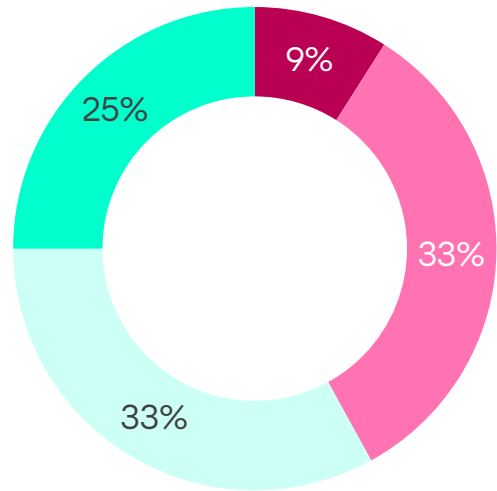
SOURCES1. Sélectionner tous les médias que vous consommez régulièrement pour vous informer (parmi 75 sources) :  
BASE : Info générale et politique (2955)

## / ... et privilégient les sources qu'ils connaissent déjà,



- Les Français favorisent les sources **qu'ils connaissent** (84%), mais il ne s'agit pas toujours, pour autant, de sources 'média'. Seule la moitié des Français considère que les médias les plus connus sont les plus fiables.
- Environ 30% des Français valorisent les contenus fournis sur les réseaux par **des anonymes**.
- Il s'agit surtout de jeunes, CSP- qui s'informent principalement via les réseaux sociaux. Ils sont très favorables à la libre circulation de l'information (plutôt qu'au contrôle). S'ils ont plutôt le sentiment d'être bien informés, ce sont aussi les plus perméables aux thèses complotistes.

## / ...un moyen d'éviter les vérifications systématiques ?



- tout à fait d'accord
- plutôt d'accord
- plutôt pas d'accord
- pas du tout d'accord

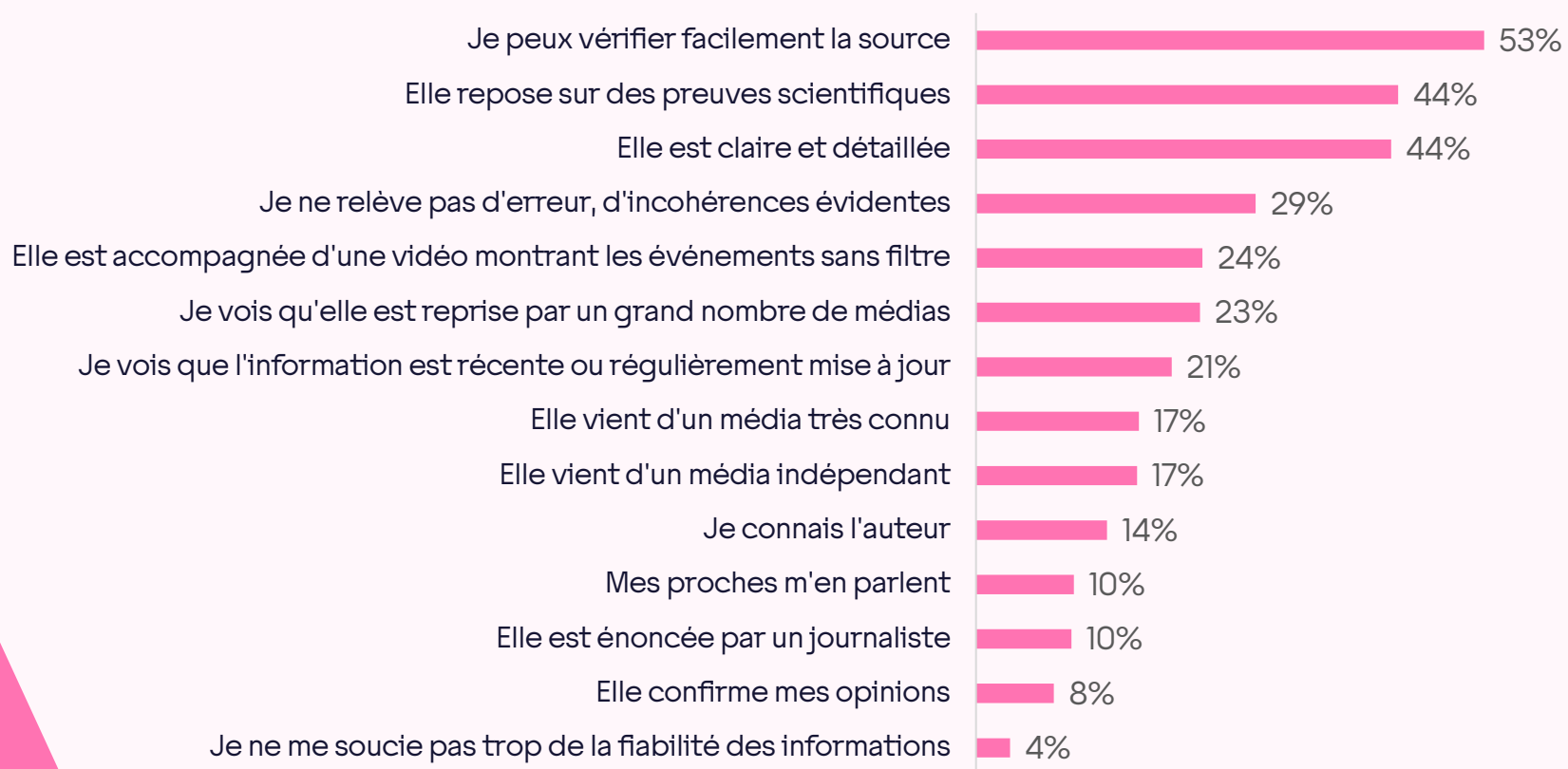
Pour **42%** des Français, 'on peut très bien s'intéresser à des informations sans chercher à savoir si elles sont vraies ou fausses'.

- Plus de 4 Français sur 10 estiment que l'on peut s'intéresser à des informations sans chercher à savoir si elles sont vraies ou fausses.
- Cela ne signifie pas que les Français sont indifférents à la fiabilité des informations. Ils délèguent la vérification aux sources qu'ils connaissent et choisissent, et consentent à cet effort seulement pour certaines catégories d'informations spécifiques.

ATTSOURCES. Voici une liste d'affirmations, pour chacune d'elles dites-nous si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

BASE : Info générale et politique (2955)

## Qu'est-ce qu'une information 'fiable' ?



- Les Français associent d'abord la fiabilité d'une information à **la qualité de sa source**, et aux qualités intrinsèques de l'information elle-même (claire, argumentée, cohérente...etc).
- Une **source 'valide'** ne signifie pas mécaniquement une source 'média'. Le fait qu'une information provienne d'un journaliste ou d'un média – même d'un média connu – ne constitue pas en effet, pour les Français, une garantie de fiabilité.

INFOFIABLEDEF. Voici une liste de phrases, sélectionnez celles qui, selon vous, complètent l'affirmation suivante. Je pense qu'une information est fiable quand... (Max 5 modalités)

BASE : Info générale et politique (2955)

# 03

## CONNAISSANCE ET PERCEPTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

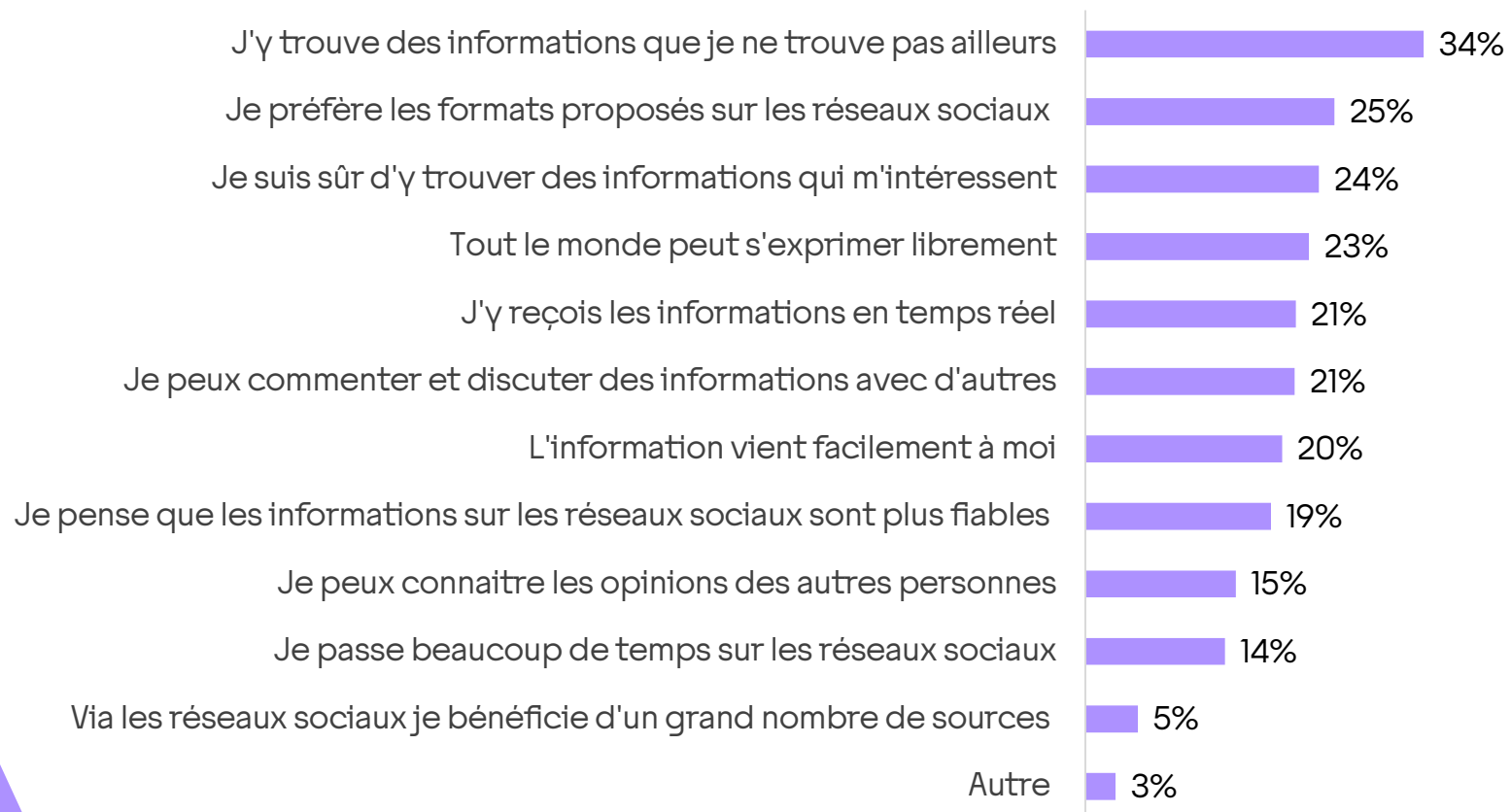
## La moitié des Français s'informent quotidiennement sur les réseaux,



**47%** des Français  
s'informent tous les jours  
sur les réseaux sociaux.

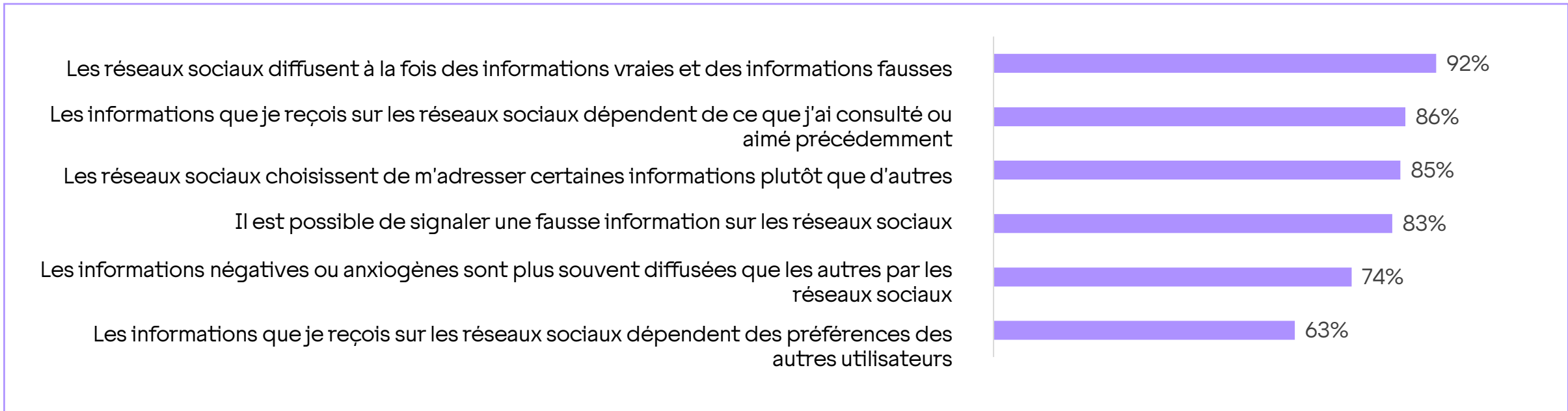


## ... car ils y trouvent une offre singulière et ajustée à leurs besoins.

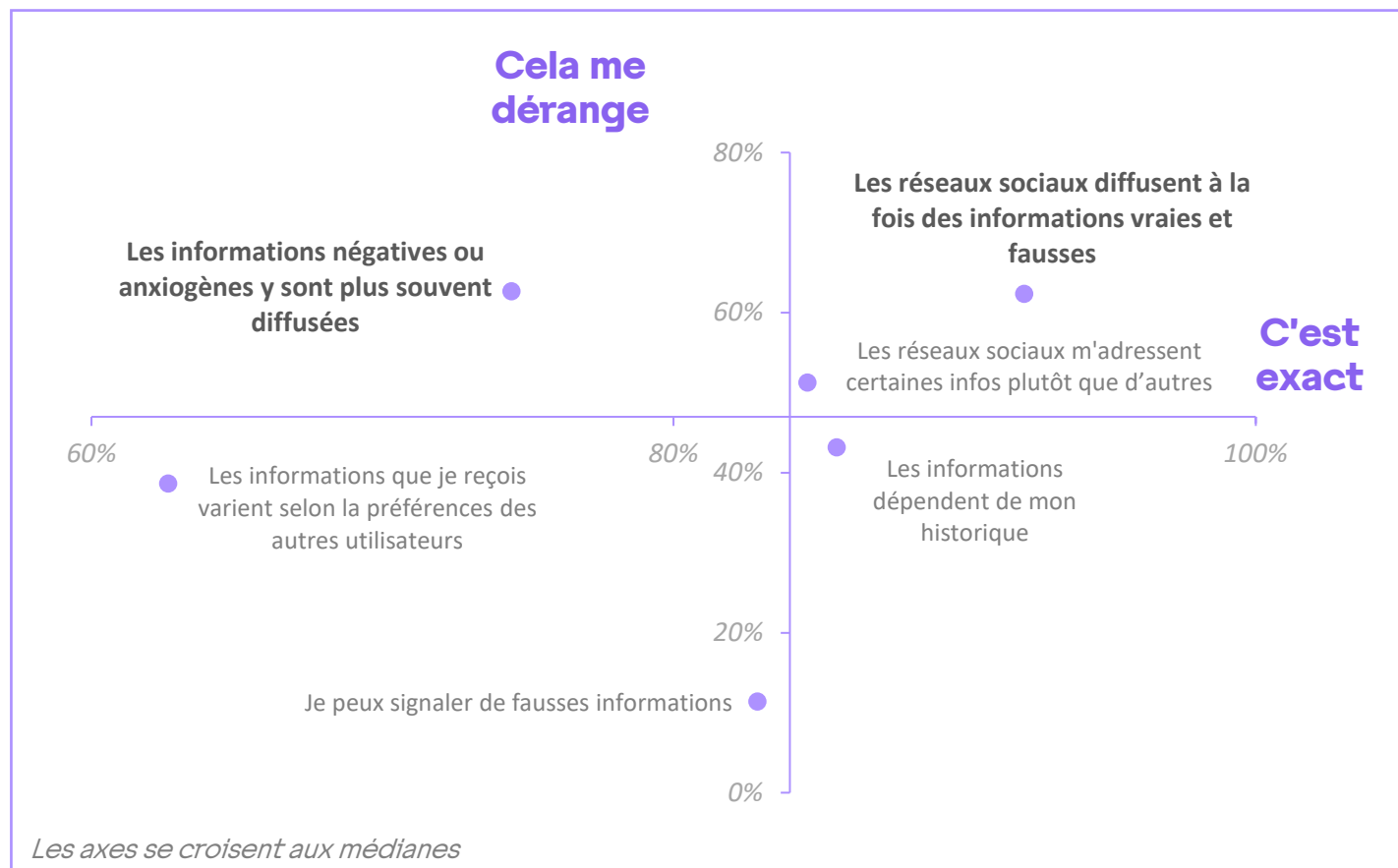


- Interrogés sur leur motivation, les Français mettent en avant la **fonction d'information** des réseaux et la nature de leur offre (des contenus et des formats différents, plus adaptés, en temps réel...) avant leurs fonctions plus spécifiquement '**sociales**' (possibilités d'échanger, d'interagir avec les autres utilisateurs...)
- Ces atouts expliquent l'utilisation intense des réseaux, malgré les doutes exprimés sur le niveau de fiabilité.

## Il est néanmoins lucides sur le fonctionnement des réseaux,



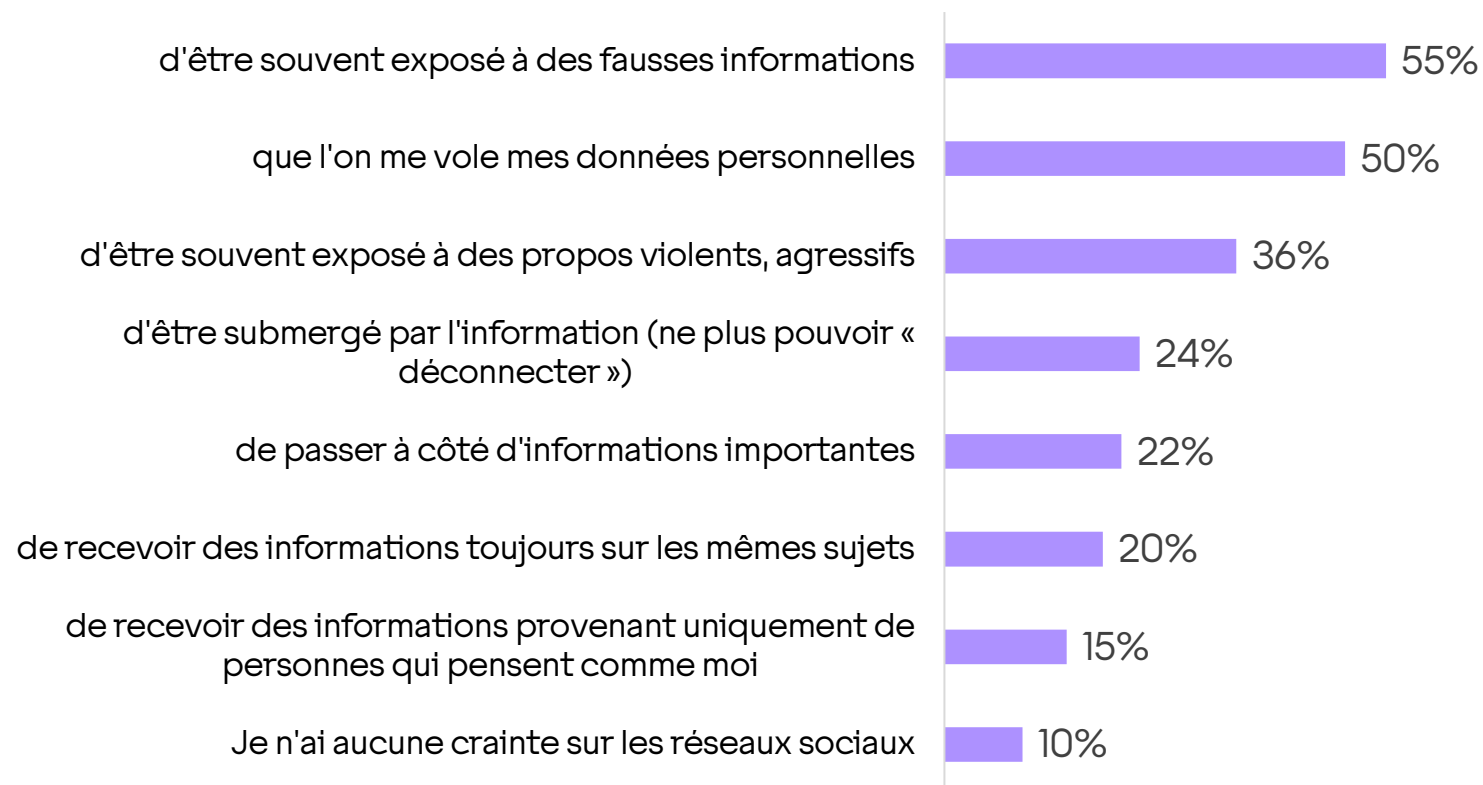
## ... et leur reprochent d'abord un manque de fiabilité.



- Les Français sont non seulement lucides, mais critiques. Une large majorité **déplore le fonctionnement des algorithmes**, qui 'diffusent à la fois des informations vraies et fausses', ou 'des informations négatives et anxiogènes'.
- Le fait même que les algorithmes choisissent d'adresser certaines informations plutôt que d'autres pose un problème à plus de la moitié des utilisateurs.

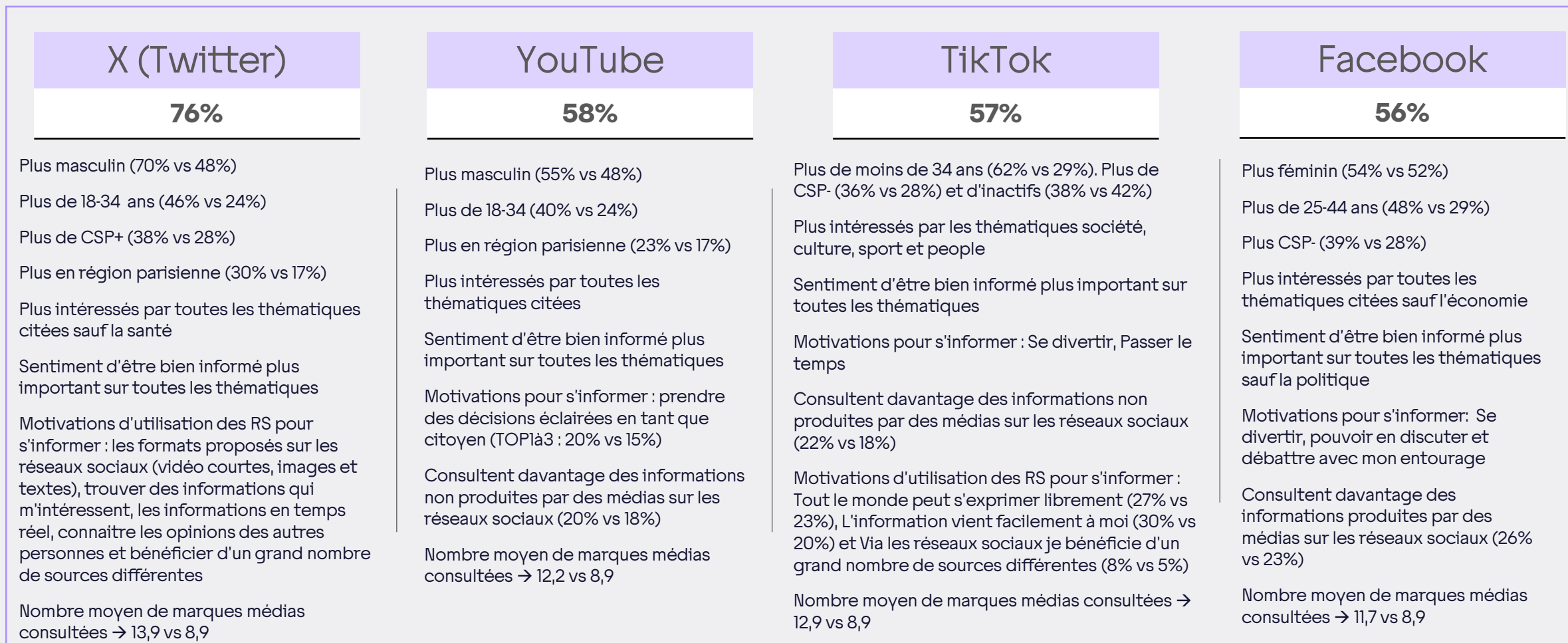
## La crainte de la manipulation passe avant celle de l'isolement

### Sur les réseaux sociaux, j'ai peur ...



- La moitié des personnes qui s'informent sur les réseaux sociaux redoutent d'être victimes de manipulation, que ce soit de l'information ou de leurs données personnelles .
- Les craintes des utilisateurs portent d'abord sur **la fiabilité et la tonalité** des informations. La peur d'être isolé dans des 'bulles de filtre' ('recevoir toujours des informations sur les mêmes sujets', ou 'provenant de personnes qui pensent comme moi') intervient dans un second temps.
- Ceux qui n'ont aucune crainte sur les réseaux sociaux sont surtout des personnes peu informées.

# Focus : qui s'informe sur les différents réseaux sociaux ?



**Qui est perméable  
aux thèses  
complotistes ?  
(et quelles sont leurs sources ?)**

## Mesure de la perméabilité aux thèses complotistes

- Huit affirmations sont proposées aux répondants, dont six sont habituellement considérées comme relevant de thèses complotistes
- L'ordre des propositions varie de façon aléatoire d'un répondant à l'autre.
- Deux questions sont ensuite posées : *pour chacune de ces affirmations, dites-nous...*
  - *si vous l'avez lue, vue ou entendue ? oui / non*
  - *si vous pensez que c'est exact ? oui / non*

« *Lady Diana est décédée dans un accident de voiture sous le Pont de l'Alma* »

« *L'épidémie Covid s'est répandue accidentellement depuis la ville de Wuhan en Chine* »

« *Le gouvernement est de mèche avec l'industrie pharmaceutique pour cacher la nocivité des vaccins* »

« *Le réchauffement climatique actuel n'est pas causé par l'homme* »

« *Les Américains n'ont jamais marché sur la lune* »

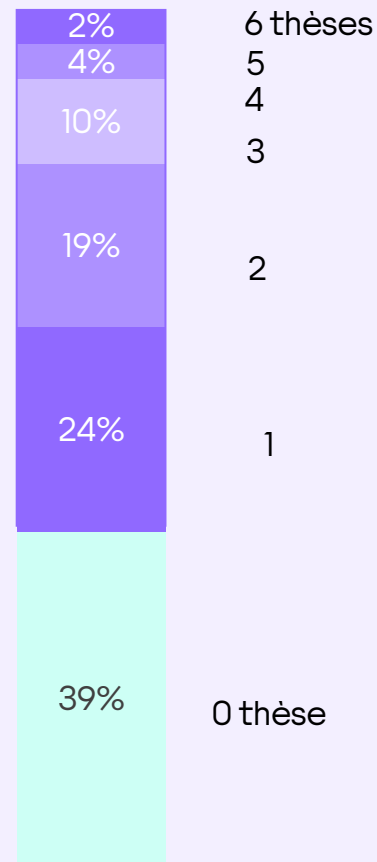
« *Donald Trump est le véritable vainqueur des dernières élections américaines* »

« *Il existe un complot juif à l'échelle mondiale* »

« *C'est la CIA qui a abattu les tours jumelles à New-York le 11 septembre* »

## L'adhésion aux thèses complotistes est répandue

**Plus de 60%**  
**des Français**  
**adhèrent à une**  
**thèse complotiste,**  
**ou plus**

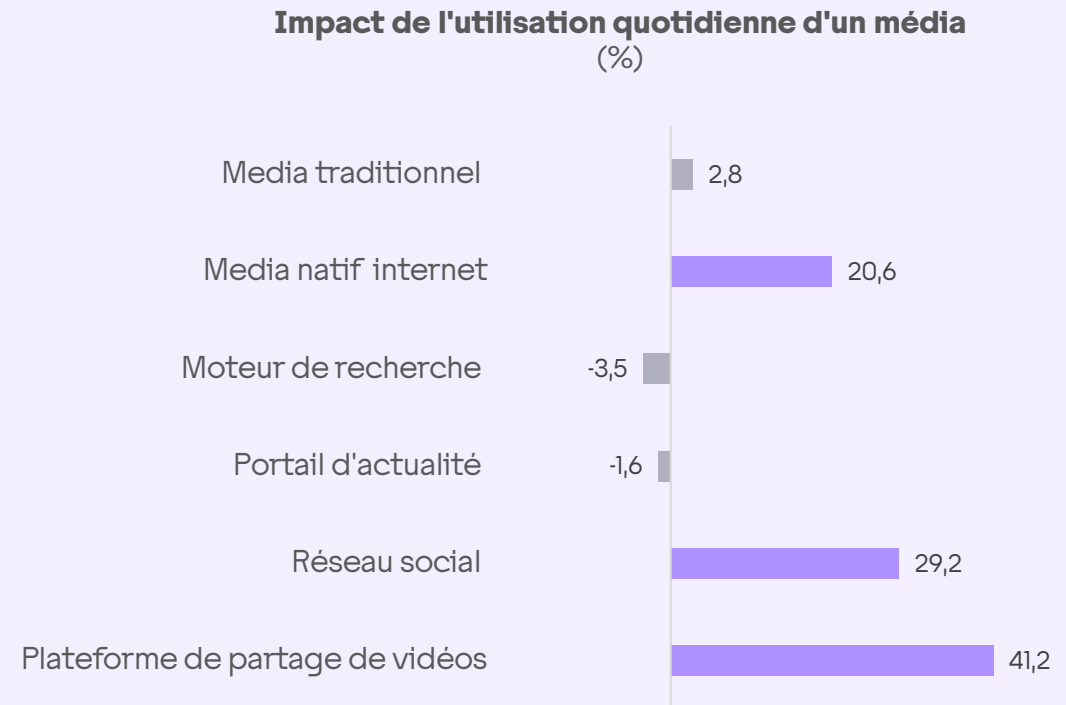


COMPLOT. Nous allons vous proposer une série de phrases concernant l'actualité. Pour chacune, dites-nous si vous l'avez lue, vue ou entendue ? Oui / non ; si vous pensez que c'est exact ? Oui / non  
BASE : Ensemble (3356)



## Méthode d'exploitation des données

- Une modélisation économétrique
- Utilisation d'une régression (modèle statistique) pour étudier comment les caractéristiques socio-démographiques, les valeurs socio-culturelles, et les usages médias influent sur l'adhésion aux thèses complotistes.
- Exemple ci-contre : impact de l'utilisation quotidienne de chaque catégorie de média sur les chances d'adhérer davantage aux thèses complotistes.
- Se lit : comparé à un individu qui consulte moins fréquemment une plateforme de vidéo et toutes choses égales par ailleurs, un individu qui les consulte quotidiennement a 41% plus de chance d'adhérer davantage aux thèses complotistes.
- Lorsque les barres sont grisées, les résultats ne sont pas significatifs

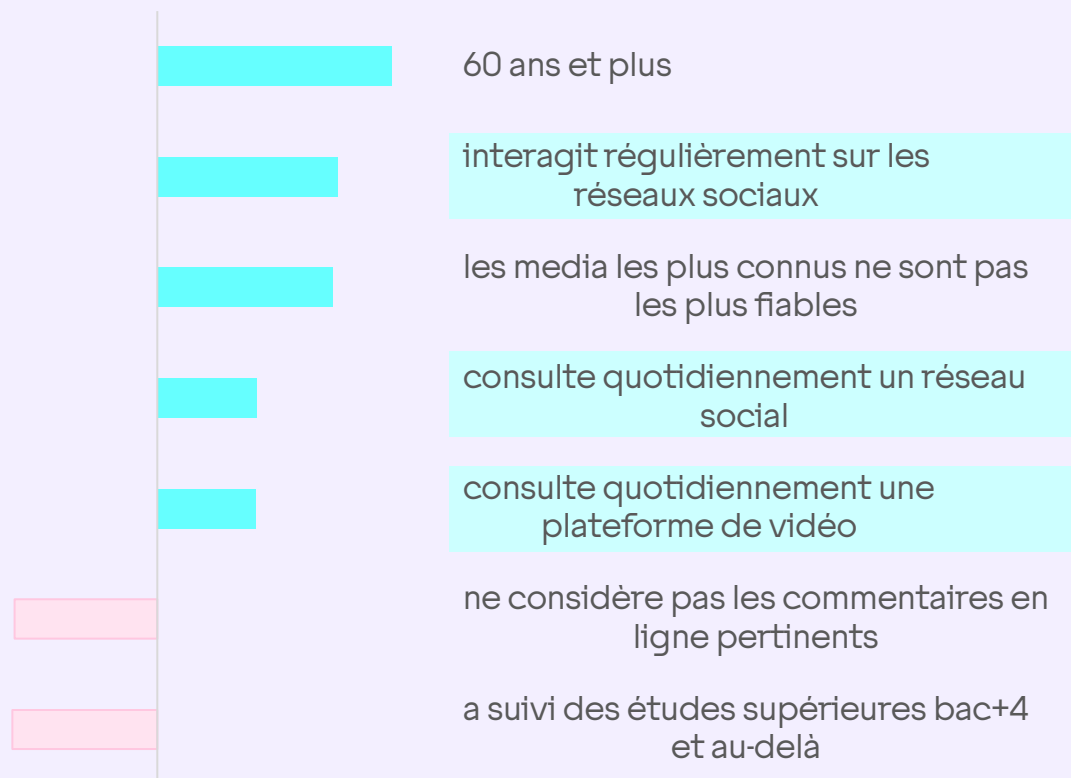


REGRESSION : Référence variable selon les items, coefficients valables toutes choses égales par ailleurs.

MODELE: Régression logistique ordinaire

Remarque: Sur cette slide uniquement les barres grisées représentent des effets non-significatifs statistiquement

## Facteurs qui influencent l'adhésion aux thèses complotistes



*Se lit : comparé à un individu qui n'interagit pas régulièrement sur les réseaux sociaux, et toutes choses égales par ailleurs, un individu qui interagit régulièrement sur les réseaux sociaux a beaucoup plus de chances d'adhérer davantage aux thèses complotistes.*

*Se lit : comparé à un individu qui considère les commentaires en ligne comme pertinents, et toutes choses égales par ailleurs, un individu qui ne les considère pas pertinents a beaucoup moins de chances d'adhérer davantage aux thèses complotistes.*

COMPLOT. Nous allons vous proposer une série de phrases concernant l'actualité. Pour chacune, dites-nous si vous l'avez lue, vue ou entendue ? Oui / non ; si vous pensez que c'est exact ? Oui / non

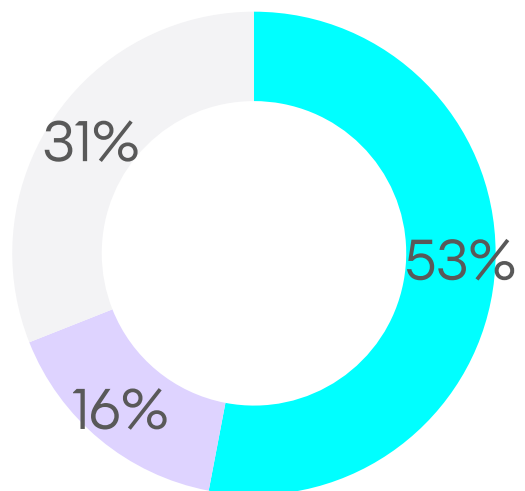
REGRESSION : Référence variable selon les items, coefficients valables toutes choses égales par ailleurs.

BASE : Ensemble (3356)

# 04

## IMAGE DES MÉDIAS ET DES JOURNALISTES

## Les Français préfèrent les journalistes aux algorithmes,



**53%** des Français préfèrent que leurs informations soient sélectionnées par des journalistes, plutôt que par des algorithmes.

- par une rédaction, des journalistes
- par un programme informatique, un algorithme
- cela m'est égal

SELECT. Dans les médias, les sujets présentés sont sélectionnés par une rédaction, des journalistes, tandis que sur les réseaux sociaux, ils le sont généralement par des programmes informatiques (algorithmes) . Vous préférez qu'on vous propose des informations sélectionnées ...  
 Base : Utilise les Réseaux Sociaux (2173)

# Qui préfère les algorithmes, qui les journalistes ?

Par un programme informatique (algorithme)

Cela m'est égal

Par une rédaction, des journalistes

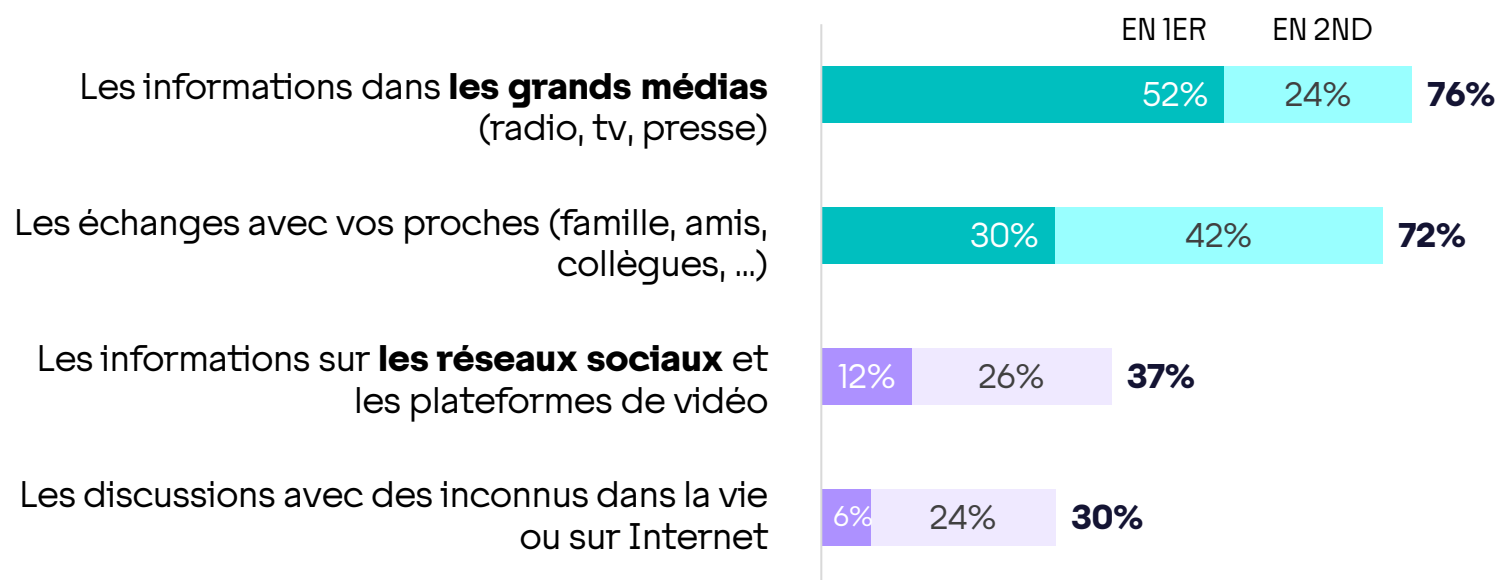


- 18-24 ans (21%)
- Agglomération parisienne (21%)
- S'informe principalement via les réseaux (21%)
- Pour la libre circulation (23%)
- Peu attachés aux valeurs de la France (30%)
- Pas confiance dans les institutions (23%)
- Tolérance sociale (22%)
- Perméabilité aux thèses complotistes (25%)

- (62%) Retraités
- (60%) Niveau d'étude supérieur
- (61%) Très intéressés par l'actualité politique et générale
- (59%) Hyperinformés
- (62%) S'informe principalement en regardant la TV
- (55%) Pour le contrôle de l'information
- (58%) Très attachés aux valeurs de la France
- (63%) Très bonne image de la démocratie
- (62%) Forte confiance dans les institutions
- (62%) Plutôt tolérants

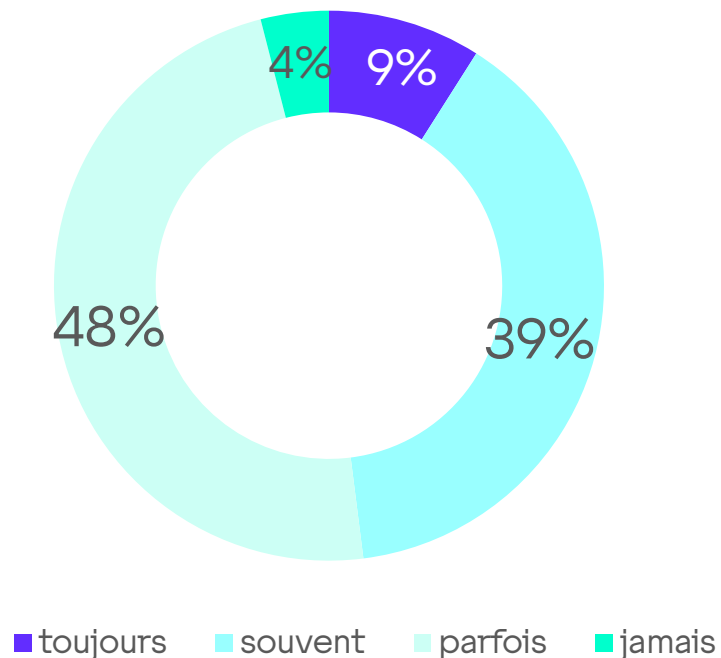
SELECT. Dans les médias, les sujets présentés sont sélectionnés par une rédaction, des journalistes, tandis que sur les réseaux sociaux, ils le sont généralement par des programmes informatiques (algorithmes) . Vous préférez qu'on vous propose des informations sélectionnées ...  
 Base : Utilise les Réseaux Sociaux (2173)

## / ... et reconnaissent aux médias une influence sur leur opinion.



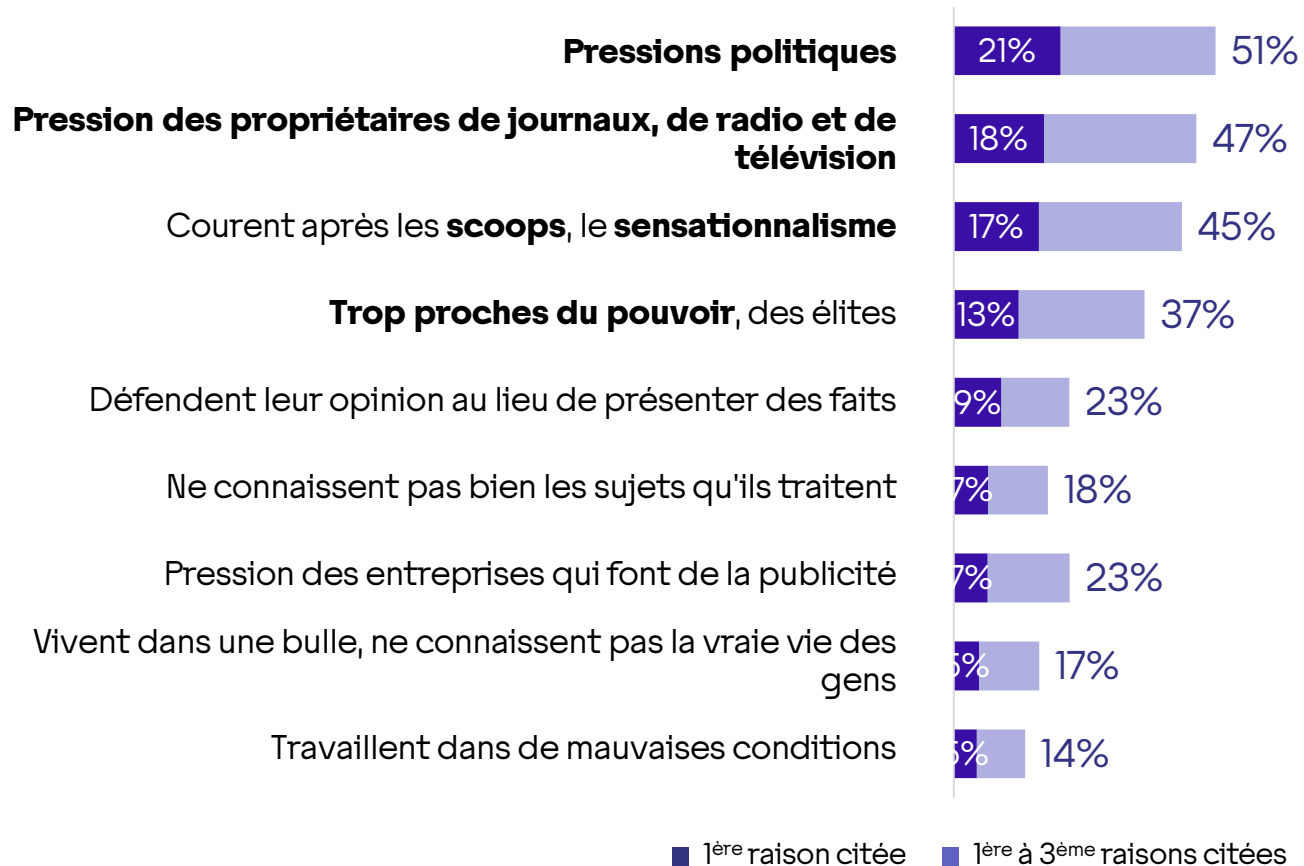
- Les Français reconnaissent très nettement le rôle des médias historiques dans **la formation de leur opinion**. Ils placent même cette influence avant celle de leurs proches, signe que les médias bénéficient toujours d'une forte légitimité.
- A l'inverse, les discussions avec des inconnus se situent en bas du classement.

## / Toutefois, les médias ne sont pas une garantie de fiabilité,



**48%** des Français doutent, toujours ou souvent, de la fiabilité des informations diffusées par les médias.

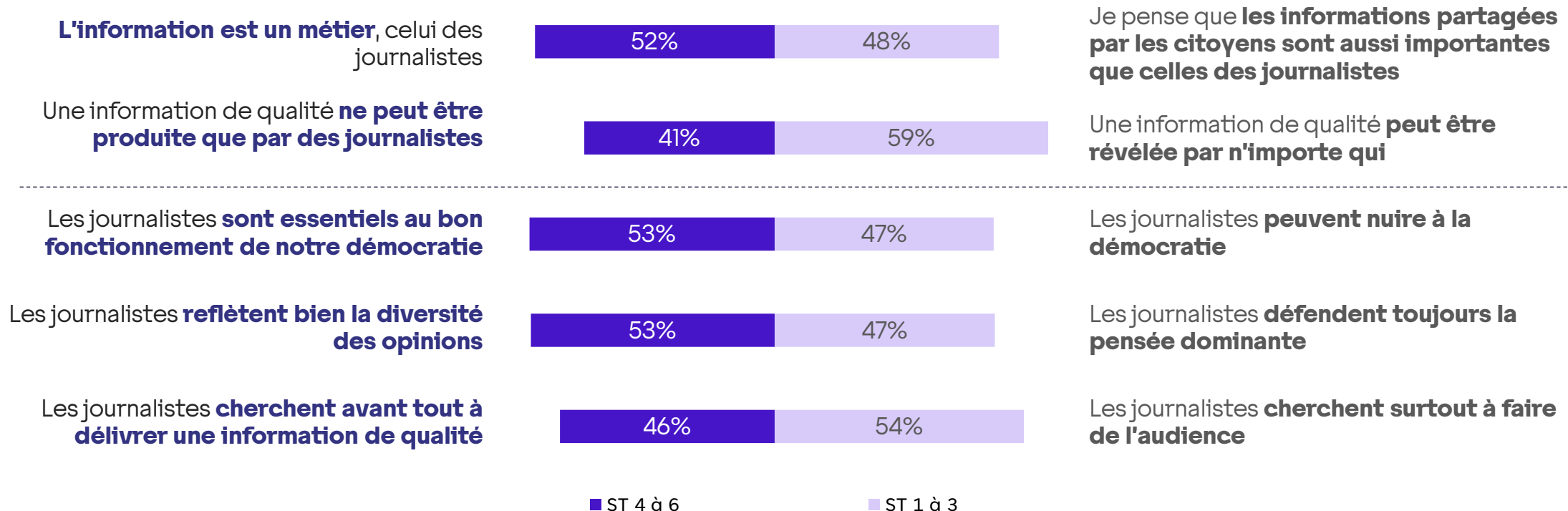
## / ... car l'indépendance des journalistes est mise en cause.



- Les Français ont le sentiment que la fiabilité de l'information diffusée dans les médias est d'abord menacée par les risques d'**interférence avec le pouvoir** politique et économique (actionnaires).
- Les difficultés éventuelles liées à la formation des journalistes, ou aux conditions matérielles d'exercice de leur activité (manque de ressources) apparaissent nettement sous-estimées.



# Seule la moitié des Français ont une bonne image de la profession



Je pense que **les informations partagées par les citoyens sont aussi importantes que celles des journalistes**

Une information de qualité **peut être révélée par n'importe qui**

Les journalistes **peuvent nuire à la démocratie**

Les journalistes **défendent toujours la pensée dominante**

Les journalistes **cherchent surtout à faire de l'audience**

■ ST 4 à 6

■ ST 1 à 3

# / ... et à peine plus lui accordent leur confiance.

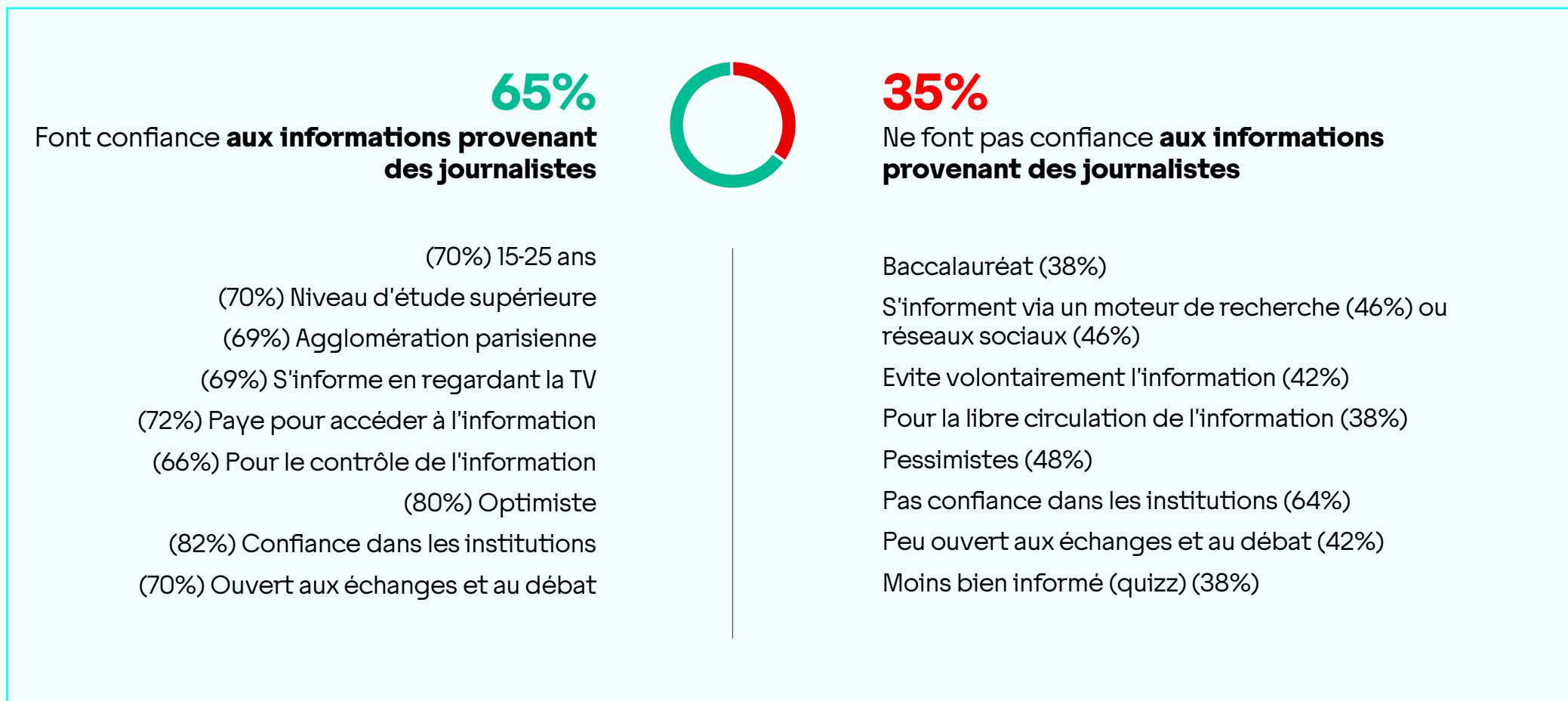
## ... parmi les institutions

Les scientifiques	79%
Les enseignants	79%
Les policiers, policières	73%
Le/la maire de votre commune	70%
Les juges, les magistrats	58%
<b>Les journalistes</b>	<b>57%</b>
Les patrons, patronnes de médias	33%
Les hommes et les femmes politiques	25%
Les créateurs, créatrices de contenus	24%
Les dirigeants des réseaux sociaux	20%

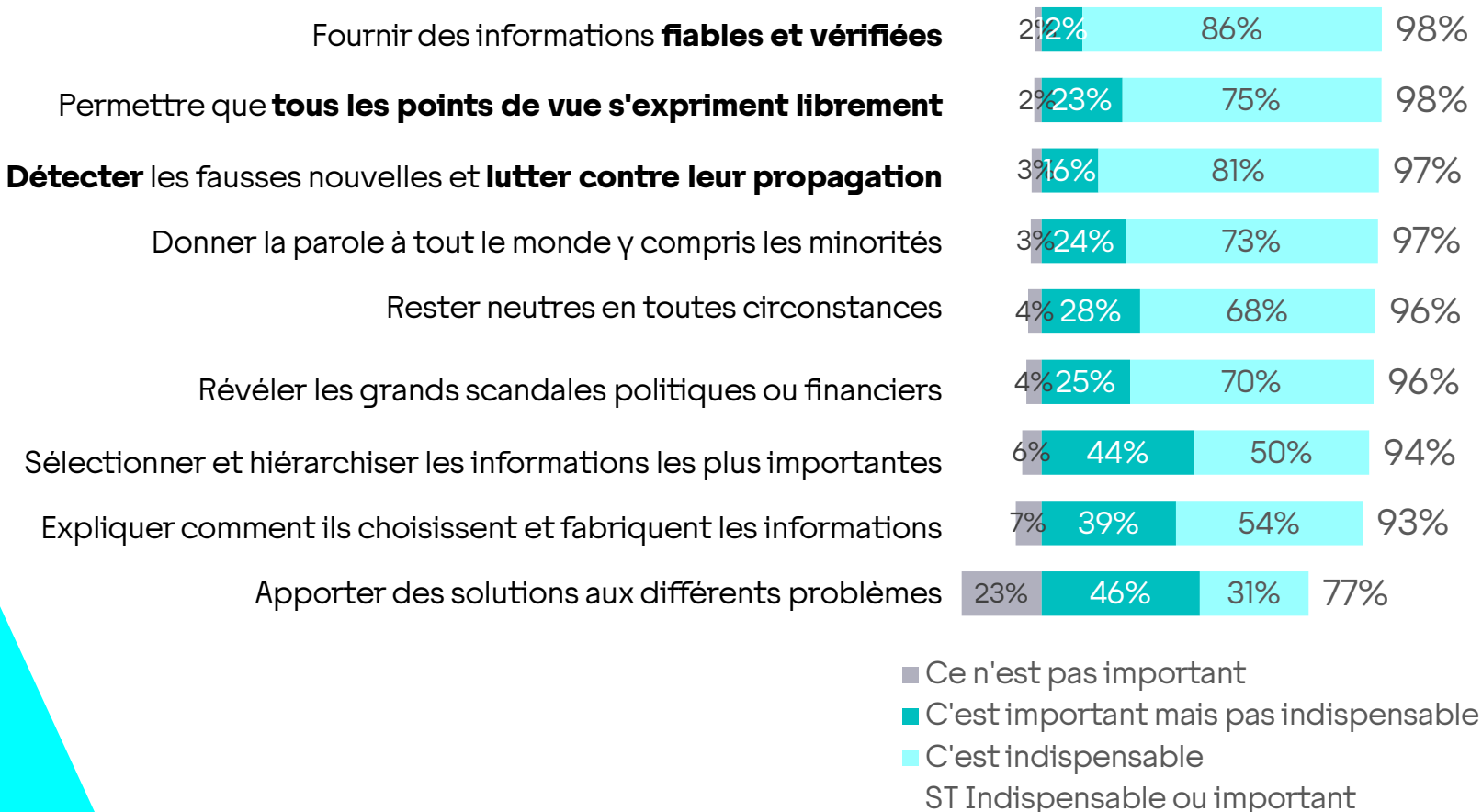
## ... parmi les sources d'information

80%	Les proches
73%	Les experts dans les médias
69%	Les associations et acteurs de terrain
<b>65%</b>	<b>Les journalistes</b>
32%	Les autres personnalités politiques
31%	Les personnalités politiques du gouvernement
27%	Les célébrités
22%	Les créateurs, créatrices de contenus
18%	Les anonymes

## Qui fait confiance aux journalistes ?



# Les Français ne renoncent pas pour autant à leurs attentes.

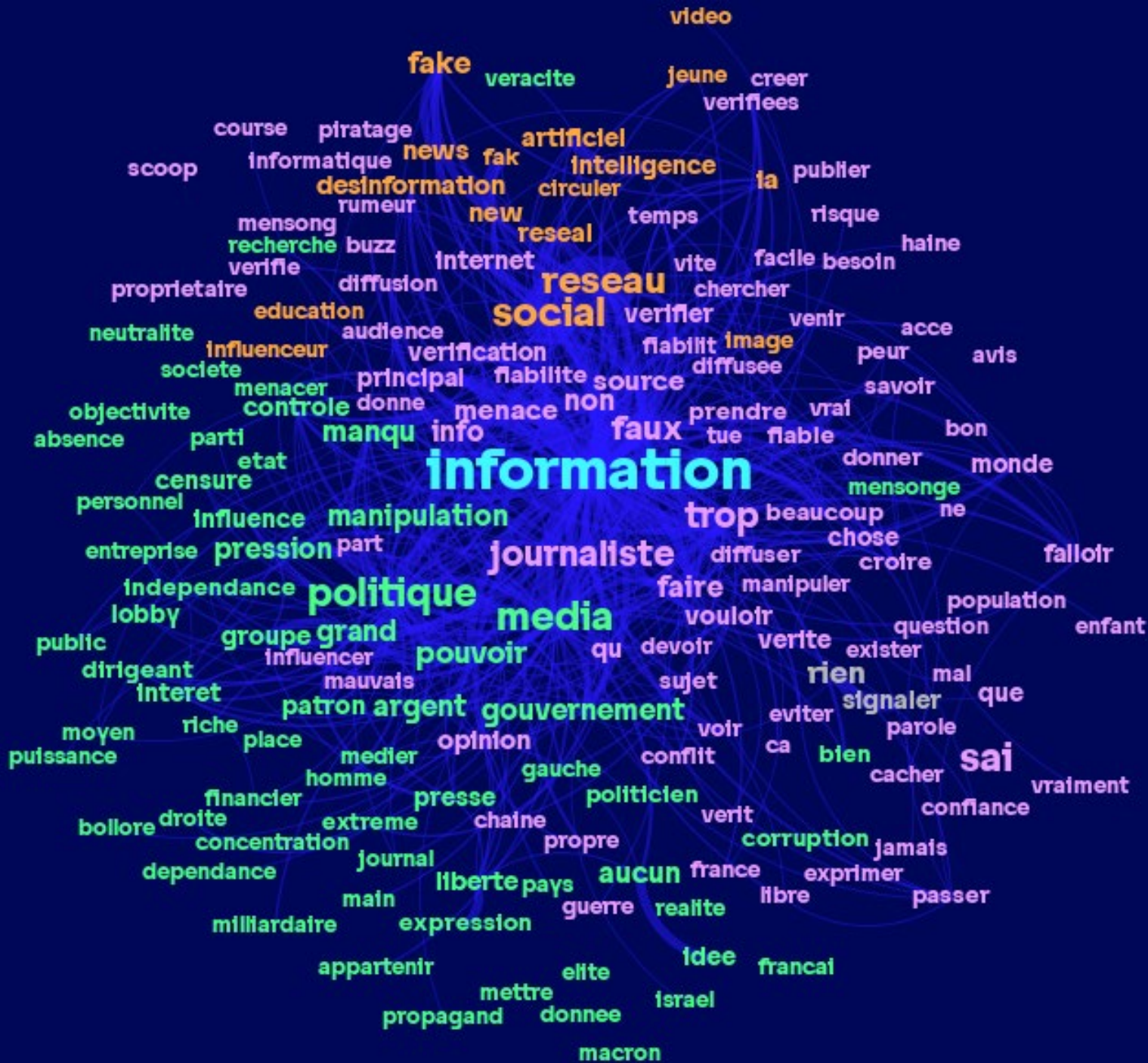


- Les attentes des Français envers les journalistes sont très fortes et multiples. Leurs missions sont considérées comme importantes voire indispensables par plus de 90% des Français.
- Deux catégories d'attentes se dégagent :
  - la garantie de **fiabilité** et de **vérité** d'une part (qui comprend désormais clairement la détection de fausses nouvelles et la lutte contre leur propagation), à mettre en regard avec les principaux reproches adressés aux réseaux sociaux ;
  - et la garantie de **diversité** et de **liberté**, d'autre part : que tous les points de vue s'expriment, y compris ceux des minorités.
- Le 'journalisme de solution' apparaît un peu en retrait.

**Quelles menaces  
présentent selon vous sur  
la fiabilité de l'information ?**  
(question ouverte)

## ■ Méthode d'exploitation des données : réseau lexical

- **Un réseau lexical de co-occurrences** représente les **relations entre les mots** dans un corpus de textes (ici les réponses à une question ouverte). Les co-occurrences surviennent lorsque deux mots apparaissent ensemble dans une même réponse.
- Les réponses ont été lemmatisées en regroupant, en un seul mot, les différents mots partageant une même racine (i.e. informations, information et informer deviennent « information »), afin de faciliter la lecture.
- **La taille d'un mot** représente le nombre de fois qu'il est apparu dans l'ensemble des réponses (i.e. « politique » est assez grand car il apparaît 252 fois).
- **La proximité des mots** représente au mieux possible le nombre de co-occurrences (i.e. deux mots proches dans le réseau sont souvent cités ensemble par les enquêtés (c'est le cas de « faux » et « information » cités ensemble 143 fois).
- L'algorithme de Louvain a été utilisé pour la détection de communautés, il identifie les **groupes de mots** étroitement liés. La couleur des mots dans le réseau représente les groupes de mots similaires ou étroitement liés.
- Enfin, le mot « information » est volontairement non-associé à aucune communauté car il apparaît dans un très grand nombre de réponses. D'où sa couleur unique et sa position centrale dans le réseau



- Interrogés sur les menaces qui pèsent sur la fiabilité de l'information, les Français fournissent deux grandes catégories de réponses :
- Les premières sont plutôt d'**ordre politique**, et visent une menace intentionnelle. Sont ainsi dans le viseur les grandes entreprises, 'les patrons', les partis politiques, les groupes de pression, le monde financier... auxquels sont associées les notions de pouvoir, contrôle, manipulation, pression, voire censure et corruption.
- Le deuxième groupe de réponses pointe d'avantage un risque lié à **la technologie**. Il est question des réseaux sociaux, d'intelligence artificielle, de données et de piratage, liés aux idées de désinformation, de fausses nouvelles, de haine et de complotisme.

QOF. Nous souhaiterions maintenant que vous nous disiez avec vos propres mots : quelles sont les principales menaces sur la fiabilité de l'information, selon vous ?

BASE : Ensemble (3356)

# **ANNEXES**



# **Annexe 1**

## **QUELQUES ENSEIGNEMENTS DE L'EXPLORATION QUALITATIVE**

- / **Le volet qualitatif de l'étude s'est déroulé en deux phases :**
- / **La première** avait pour objectif de mener des entretiens exploratoires auprès des **jeunes** pour valider le questionnaire.
- / **La seconde**, avait pour but d'illustrer et **d'approfondir certains enseignements** mis en lumière lors de l'analyse des premiers résultats de l'étude quantitative, notamment sur la fiabilité de l'information ou l'utilisation des réseaux sociaux.

Première phase	Seconde phase
6 entretiens	14 entretiens
Entre 45 min et 1h	Entre 45 min et 1h
En Visioconférence	En Visioconférence
Du 12 au 17 octobre 2023	Du 23 janvier au 2 février 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 entretiens auprès de jeunes âgés de <b>15 à 17 ans</b></li> <li>• 3 entretiens auprès de jeunes âgés de <b>18 à 20 ans</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 personnes s'informant principalement par les <b>réseaux sociaux</b> (4 âgés de 18 à 25 ans et âgés de 30 à 45 ans)</li> <li>• 6 personnes s'informant principalement par les <b>médias traditionnels</b> (3 âgés de 18 à 25 ans et 3 âgés de 30 à 45 ans)</li> </ul>

## Les Français sont attachés à la liberté de s'informer, qui leur permet d'être reliés au monde et aux autres.

Les entretiens mettent en avant deux motivations principales pour s'informer :

### S'informer pour être connecté au monde et aux autres.

Pour tous, s'informer permet d'être à jour, de s'ouvrir au monde et d'avoir les clés pour le comprendre, d'appréhender les changements et d'enrichir ses connaissances.

### S'informer pour se sentir libre et soi-même.

S'informer c'est aussi une forme de liberté. La privation d'information renverrait à un état totalitaire.

C'est une manière d'être soi-même, un levier pour construire son identité, sa singularité, ne pas être comme tout le monde.

Lorsqu'ils ont un doute, **ils vérifient avant tout les informations qui les intéressent**, les informations jugées suffisamment importantes pour faire « l'effort » de vérification.

*« C'est important, je ne peux pas passer une journée sans regarder internet, ça peut commencer le matin, je regarde ce qui s'est passé, les nouvelles informations, c'est quelque chose que je fais assez naturellement, spontanément »*

*(Angélique, 45 ans, Réseaux sociaux)*

*« Parce que c'est notre pays et c'est nos droits qui sont en jeu. Parce qu'on vit dans un monde qui est tout le temps en perpétuel mouvement donc si on ne s'informe pas on ne va jamais être au courant des dernières informations. Même dans les sujets de discussion c'est toujours important de savoir ce qu'il se passe. »*

*(Loïza, 19 ans, Médias Traditionnels)*

## Les techniques d'évitement de l'information varient avec l'expérience

- Interrogés sur leurs pratiques d'évitement de l'information, deux ensembles émergent :
- Les plus jeunes mettent en place des stratégies d'évitement radicales et physiques pour se protéger et stopper le flux :** ils évitent les chaînes d'information en continu, les débats sur les sujets potentiellement clivants. Si les titres sont trop négatifs, ils zappent (ne lisent pas l'article, changent de chaîne, scrollent...). Ils se déconnectent soit d'un sujet en particulier (ex. guerres), soit de l'information de manière générale.
- Les plus âgés en revanche, appréhendent l'information avec un certain recul, sans pour autant la mettre totalement à distance et pratiquent une forme d'évitement « mental ».** Ils n'ont pas peur « d'affronter » l'information, quel que soit le sujet, mais n'insistent pas au-delà de ce qu'ils ont besoin de comprendre (évitent le « *rabâchage* » pour se préserver). Ils disent savoir où aller piocher l'information pour ne pas se laisser envahir par le sensationnalisme : ils font leur propre « *censure* » en sélectionnant leurs sources, voire opèrent un « rééquilibrage » en consultant des médias qui valorisent certaines informations positives (ex. Hugo Décrypte : les 5 bonnes nouvelles de la semaine).

*« J'évite de regarder les émissions sur l'actualité, sur les guerres à la TV, les débats pour garder ma santé mentale. Parce que dans la politique, ça ne sert à rien de regarder les débats je trouve. Chaque parti essaye de montrer qu'il a la meilleure opinion. J'essaie aussi d'éviter les discussions en ligne sur un sujet. Parce que ça me casse la tête. »*

*(Ali, 20 ans, Réseaux sociaux)*

*« Si on n'a pas envie de voir un sujet, on passe à autre chose, c'est beaucoup plus simple que lorsqu'on regarde un journal TV où on n'a pas le choix, il faut regarder ce qu'ils ont choisi de diffuser. Sur les RS c'est moi qui choisis les sujets »*

*(Loïza, 19 ans, Réseaux sociaux)*

*« On n'est pas dans un monde de bisounours, c'est sûr que c'est dur à voir, ce n'est pas agréable mais je pense que c'est important d'être au courant. Déjà pour ne pas refaire les mêmes erreurs »*

*(Stéphane, 44 ans, Médias traditionnels)*

## Qu'est ce qu'une information fiable ?

- Pour juger de la fiabilité d'une information, les enquêtés indiquent s'appuyer principalement sur sa **source**. Lorsqu'elle est rapportée par des sources que l'on juge dignes de confiance, on tend à croire facilement l'information qui est délivrée et donc on ne la vérifie pas ou moins. Bien choisir les sources permet donc de **ne pas vérifier systématiquement une information**.
- Ils indiquent également accorder plus de crédibilité à une information transmise **en direct** ou qui serait appuyée par de la **vidéo**. Pour les enquêtés, une information fiable, c'est une information brute, soutenue par des preuves qui ne sont pas remises en question.
- Lorsqu'ils ont un doute, **ils vérifient avant tout les informations qui les intéressent**, les informations jugées suffisamment importantes pour faire « l'effort » de vérification.

*« D'un premier regard, en fonction de la **source**, on a déjà une idée de la fiabilité de l'information. Par exemple, si je vois une information sur Twitter, je vais faire plus attention que si une information est diffusée sur un grand journal. »*  
(Constant, 18 ans, Presse)

*« Une information fiable c'est une information brute, la **transmission directe** de celui qui la vit »*  
(Amélie, 30 ans, Médias traditionnels)

*« C'est quand il y a des preuves comme des images, des vidéos. La meilleure façon de prouver un truc, c'est le visuel. »*  
(Ali, 20 ans, Réseaux sociaux)

*« Je vais plus vérifier sur les sujets politiques, les lois, l'international, tout ce qui est guerre et tout. Je vais aussi vérifier quand c'est des scoops, les trucs un peu marrants on va se dire que c'est bizarre où on a du mal à y croire. Des trucs un peu people ou buzz »*  
(Farid, 38 ans, Réseaux sociaux)

## / S'informer sur les réseaux sociaux, une question de compétences ?

- Les réseaux sociaux sont plébiscités par ceux qui les utilisent pour l'accès facile et rapide à de multiples **sources**, ainsi qu'à des **avis** sur une **large variété de sujets**.
- Les **commentaires**, peuvent avoir une influence importante, et permettre de démêler le vrai du faux. Les réseaux sociaux permettent ainsi de **participer au « débat »** et de se confronter aux avis contraires pour affiner son argumentation.
- Les utilisateurs de ces réseaux déclarent avoir développé des **compétences** pour repérer les fausses informations. Ils choisissent des sources jugées « sérieuses » (ex. Brut, Konbini, Hugo Décrypte) ou des comptes vérifiés. Ces sources ont été « pratiquées » et ils ont pu ainsi juger de leur fiabilité. Sur les sources moins connues, la confiance semble amoindrie et l'information est davantage vérifiée.

*« Sur mes propres réseaux sociaux je ne peux pas avoir accès à tous les sujets comme avec l'info sur la télévision ou France Info. Mais du coup peut-être sur des **sujets plus resserrés** comme le féminisme »  
(Manon, 24 ans, Médias traditionnels)*

*« C'est facile de les utiliser, on a toujours un téléphone sous la main donc on a **accès facilement et rapidement à l'information**. Je dirais que c'est une source qui est peut-être **plus indépendante** et qui est moins soumise aux pressions des grands médias nationaux, des grands groupes de presse nationaux. »  
(Angélique, 45 ans, Réseaux sociaux)*

*« Moi j'arrive à faire la part des choses, j'ai l'habitude, et il y a **une question d'instinct**, c'est surtout pour les plus jeunes que c'est dangereux. »  
(femme, 19 ans, étudiante)*

*« On y trouve autant de vraies infos que de fausses ce qui est normal parce que quand on discute avec n'importe qui c'est la même chose. **C'est une question de trl**. En fait j'ai confiance en ma capacité à trouver les infos que je recherche. Mais si on demande à quelqu'un qui n'a pas l'habitude d'utiliser les RS (...) j'ai très peu confiance.»  
(Pierre-Henry, 25 ans, Réseaux sociaux)*

## Les Français attendent des journalistes une (illusoire ?) neutralité

- Les enquêtés déclarent spontanément attendre des journalistes qu'ils rapportent l'information sans jugement, **de façon neutre**. De ce fait, ils mettent le doigt sur la question sensible de l'objectivité journalistique.
- Lorsque cette neutralité est remise en question c'est le plus souvent du fait des **chaînes d'information** en continu, à la recherche de l'info à tout prix, ou de la forte présence des **éditorialistes** qui brouillent les frontières entre opinion et information. Autre raison avancée pour justifier la défiance envers les journalistes, la **mainmise de grands groupes sur les médias** pouvant orienter la ligne éditoriale en fonction de leur affiliation politique notamment. Pour autant, peu se disent prêts à payer pour préserver l'indépendance des sources.
- La défiance n'est pas généralisée et les enquêtés comptent sur certains journalistes (ceux qu'ils connaissent) pour **être les garants de la fiabilité** de l'information.

*« Pour moi son rôle c'est surtout d'apporter une information mais de manière objective. Je suis peut-être un peu old school, la tendance actuelle c'est plus les débats enchaînés mais pour moi c'est important »  
(Farid, 38 ans, Réseaux sociaux)*

*« Ce qui est compliqué pour un journaliste, c'est qu'ils sont payés au nombre de vues et donc ils vont traiter peut-être des sujets en les orientant pour qu'il y ait plus de vues en déformant une partie de la réalité. Je suis policier, et entre ce qui se passe sur le terrain et ce qui est dit dans les médias, il y a un précipice »  
(Stéphane, 44 ans, Médias traditionnels)*

*« On sait que parfois les journalistes se plantent alors un tweet anonyme il y a peu de chance que je le croie si ce n'est pas repris par une autre source telle que l'AFP »  
(Rémi, 36 ans, Réseaux sociaux)*

*« Hugo Décrypte, je vais lui laisser passer plus de boulettes qu'un autre parce que je m'identifie à lui, qu'il est jeune, que je connais son histoire, son vécu. J'ai le même âge que lui, c'est la génération Z, je le suis depuis le début, j'ai vu son évolution, le travail qu'il a fourni. Même si je ne le connais pas dans un sens je suis fière de ce mec-là parce qu'il a réussi et je lui laisserai plus passer une mauvaise information qu'au Monde où il y a plein de salariés et qu'on ne sait pas qui est derrière »  
(Margaux, 22 ans, Réseaux sociaux)*

# **Annexe 2**

## **FOCUS SUR SIX SEGMENTS**



## FOCUS 1 : Les 'Hyperinformés' (20%)

Construction du segment :

Scoring dépendant de deux variables : le nombre de moyens utilisés pour accéder à l'information de façon quotidienne (entre 0 et 8) ; et le nombre de moments d'information dans la journée (entre 0 et 7)

Les hyperinformés = 5<sup>e</sup> quintile = **19,7%** (ceux qui s'informent via beaucoup de modes d'accès et/ou souvent dans la journée)

- **Les hyperinformés aiment l'information.** Ils s'informent beaucoup, sur de très nombreux sujets, toute la journée et en multipliant les sources (14,3 en moyenne vs 8,9). S'ils s'informent plus qu'avant, c'est pour 21% d'entre eux parce que « *J'adore suivre l'actualité et il y en a de plus en plus* ». **Actifs** dans leur recherche d'information, ils **payent** plus que la moyenne pour recevoir de l'info (56% vs 38%), ont activé des **notifications** (61% vs 34%) et **commentent** des posts sur les réseaux sociaux (75% vs 55%). Les hyperinformés sont plutôt des hommes (56%) entre 25 et 44 ans (41%) résidant à Paris ou dans de grandes agglomérations.
- Leur appétence pour l'actualité s'accompagne d'une grande **confiance** dans l'information, sa fiabilité et le travail des journalistes. Il leur semble facile d'accéder à une information fiable (63% vs 55%). **Grands utilisateurs des réseaux**, ils sont également très tolérants avec les écueils des algorithmes et font confiance aux informations qui émanent des anonymes.
- Le rapport constant à l'information des hyperinformés les amène régulièrement à devoir **se couper temporairement de l'information** (67%), notamment par des pratiques radicales comme désactiver les notifications (22%) ou bloquer certains comptes sur les réseaux sociaux (18%). Mais **s'informer beaucoup ne leur confère pas une connaissance nécessairement meilleure** que les autres puisqu'ils sont moins nombreux à donner 3 ou 4 bonnes réponses au quizz ; par ailleurs, 13% d'entre eux (VS 9%) adhèrent à 4 à 6 théories complotistes.

## / FOCUS 2 : Les 'Distants' (23%)

Construction du segment :

Scoring dépendant de deux variables : le nombre de moyens utilisés pour accéder à l'information de façon quotidienne (entre 0 et 8) ; et le nombre de moments d'information dans la journée (entre 0 et 7)

Les 'distants' = 1er quintile = **23%** (ceux qui s'informent via peu de mode d'accès et/ou peu de fois dans la journée)

- Les « **distants** » sont majoritairement des **femmes** (59%) **âgées de 60 ans et plus**, habitant dans des **zones rurales** et vivant souvent seules.
- Elles sont **moins équipées** technologiquement et montrent un intérêt limité pour la plupart des sujets d'actualité. D'ailleurs, pour les sujets qui les intéressent elles se sentent moins bien informées que les autres. Leur principale source d'information est la télévision, mais elles sont **moins susceptibles de s'informer quotidiennement** que le reste de la population (21% ne s'informe pas quotidiennement contre 6% de l'ensemble de la population). Elles ont moins confiance dans l'information en général. Ces personnes sont plus **pessimistes, moins ouvertes aux autres**. Moins sollicitées pour donner leur avis sur l'actualité, elles se sont également plus abstenues lors des dernières élections présidentielles.
- Pour autant, malgré leur désintérêt, elles ne sont **pas nécessairement moins bien informées** que les autres et ne sont pas plus enclines aux théories du complot.
- Le profil des distants laisse à voir une forme **d'isolement social**, où le lien distendu avec la société se reflète dans le lien tout aussi distendu à l'information.

## / FOCUS 3 : Les 'Abandonnistes' (11%)

Construction du segment :

A partir de la question : Ces derniers temps, diriez-vous que vous vous informez sur la politique, l'économie, la société et l'environnement ... ?  
Les 'abandonnistes' (11%) : « Beaucoup moins qu'avant » ou « J'ai complètement arrêté »

- Les Français qui abandonnent ou ont abandonné l'information sont très majoritairement des **femmes** (72%) plutôt issues des **milieux défavorisés** (33% vs 28%) et disposant d'un niveau d'éducation faible.
- S'intéressant peu à l'information, ces personnes **se sentent moins bien informées** que les autres. Celles qui s'informent toujours un peu utilisent plus les réseaux sociaux (20% vs 4%) même si leur mode principal d'information reste la télévision. Les abandonnistes développent un **rapport passif** à l'information, s'informent plus par habitude (17% contre 13%) et pour passer le temps (12% contre 9%). De cette mise à distance de l'information découle une assez mauvaise connaissance de l'actualité. La moitié d'entre eux a donné 1 ou 0 bonne réponse au quizz (contre 37%).
- Les raisons de cet abandon ? Une actualité qui leur semble trop négative ou angoissante, et un manque de confiance dans l'information. Plus de la moitié d'entre eux pensent qu'on ne peut **pas faire confiance** à l'info la plupart du temps (contre 28%) et deux tiers d'entre eux estiment qu'il est difficile d'accéder à une information fiable. Ils pensent à une large majorité (61% contre 48%) que les informations partagées par les citoyens sont aussi importantes que celles des professionnels. De façon générale, les abandonnistes sont **très critiques** envers les institutions : 72% estiment que la démocratie fonctionne mal (vs 56%) et une large majorité pense que les médias ne sont pas libres. Ils sont très **pessimistes**, surtout sur l'avenir des médias, de l'UE et d'internet.
- Pour autant, contrairement aux « distants », ce discours ne va pas de pair avec un désengagement généralisé. S'ils prennent leurs distances avec l'information, les abandonnistes **gardent un lien avec la société**. Ils se disent plutôt ouverts aux échanges (61% contre 49%) même si c'est de façon plus passive puisqu'ils aiment écouter les opinions plus que les exprimer. Ils ne se sont pas plus abstenus que la moyenne, même s'ils ont plus souvent voté blanc ou nul.

## / FOCUS 4 : Les 'Complotistes' (9%)

Construction du segment :

A partir de la question COMLOT2 : Pensez-vous que cette affirmation est exacte ?

Les 'complotistes' (9%) : ensemble des personnes déclarant adhérer à un nombre compris entre 4 et 6 thèses jugées complotistes, parmi les 6 proposées.

- Les complotistes **ne forment pas un groupe homogène**, mais plutôt deux sous-ensembles : d'une part, des personnes plutôt **âgées** (23% ont plus de 70 ans) qui s'informent assez peu mais essentiellement par des médias traditionnels, et d'autre part, des personnes entre **35 et 44 ans** (19%) qui s'informent beaucoup, mais principalement par les réseaux sociaux, les plateformes de vidéos ou des outils numériques. Ils ont néanmoins pour point commun d'être **peu éduqués** (42% avant le lycée).
- Adhérer à plusieurs théories du complot est corrélé avec **le sentiment d'être bien informé**, notamment sur la science et la technologie (83% vs 77%). De fait, une partie des complotistes s'informe de façon très intense, multiplie les sources et les moments dans la journée. Ils privilégient les formats longs et n'hésitent pas à payer (48% vs 38%). Bien que très présents sur les réseaux et les plateformes, ils ont une moins bonne connaissance du fonctionnement des algorithmes que la moyenne. Ils craignent aussi beaucoup moins d'être exposés à de fausses informations que l'ensemble de la population (39% vs 55%).
- Ceux qui sont inscrits sur **les réseaux sociaux** les utilisent abondamment pour s'informer et **commenter** (81% vs 55%), que ce soit Facebook (78% vs 56%), X (92% vs 76%) ou même TikTok (75% vs 51%) et Telegram (76% vs 51%). L'utilisation des plateformes de vidéos pour s'informer est la variable la plus prédictive du complotisme selon la régression statistique. De fait, l'information sur YouTube semble incontournable pour ses utilisateurs (82% vs 58%).
- Les complotistes ont **un référentiel de fiabilité** très différent des autres. Ils sont plus nombreux à déclarer qu'une info fiable est 'une information qui confirme leur opinion' (20% vs 8%), 'évoquée par leurs proches' (15% vs 10%) ou 'accompagnée d'une vidéo' (29% vs 19%). Ils doutent plus souvent de la fiabilité des informations, 28% le font toujours (vs 9%). Ils ont moins confiance dans les journalistes (53% vs 65%).

## / FOCUS 5 : Les 'Followers' (18%)

Construction du segment :

A partir de la question NEWS1BIS Quel est votre mode d'information principal pour s'informer ?

Les followers (18%) : ST En consultant les réseaux sociaux ou les plateformes

- Près de 18% des Français s'informent principalement sur les réseaux sociaux, nous les appelons ici les « Followers». Ils ont principalement entre 15 et 44 ans, résident dans de grandes agglomérations et sont issues des **catégories moins favorisées** (37% de CSP-).
- Les Followers ne s'informent **pas exclusivement sur les réseaux sociaux**. S'ils consultent moins les médias traditionnels (TV, presse, radio), ils sont très friands des **modes d'information en ligne** (plateformes, moteurs de recherche, sites,...). Ils payent plus que les autres pour du contenu digital et participent activement à l'animation des réseaux en commentant des posts. Ils y cherchent des informations qui les intéressent (31%), une liberté d'expression (30%) et le fait que l'information vienne facilement à eux (28%). Ils sont davantage à préférer un traitement **drôle, décalé** mais aussi **engagé** de l'information.
- En ligne les followers consultent davantage d'informations non produites par des médias. Ils ont **moins confiance dans les journalistes** que l'ensemble de la population (57% vs 65%). Ils sont plus à penser que les informations partagées par les citoyens sont aussi importantes que celles des journalistes (56%) ou que les journalistes peuvent nuire à la démocratie (52%).
- Ils sont en proportion moins nombreux à préférer le contrôle de l'information par rapport à sa libre circulation (60% pour le contrôle vs 68%).

## / FOCUS 6 : Les 'Adolescents' (6%)

Construction du segment :

On considère ici les personnes âgées entre 15 et 19 ans (6%)

- Les adolescents s'intéressent moins à l'information politique et générale que les adultes. Ils s'informent tout de même pour **comprendre le monde** qui les entoure, **s'instruire** et rester informés des **grands événements**...Il faut « *avoir la ref* », notamment pour l'actualité « *people* » qui les intéresse particulièrement (35% vs 24%).
- Sans surprise, les ados sont connectés et s'informent principalement sur les **réseaux sociaux** (44% vs 18%) et les plateformes de vidéos (34% vs 10%). Parmi leurs outils préférés pour s'informer : **YouTube, Instagram et TikTok**. Ces plateformes répondent à leurs attentes : des formats très courts (moins de 5min) et en vidéo (63% VS 43%). Ce qu'ils consultent le plus ? **Brut** (33% VS 22%), **Kombini** (27% contre 18%) ou encore **Hugo Decrypte** (29% vs 11%).
- S'ils sont près de la moitié à ne pas consommer **la presse** (VS 31%) c'est pourtant une source dans laquelle ils accordent leur **confiance** (25% vs 17%). D'ailleurs, à l'instar de leurs aînés (même si c'est dans une moindre mesure), ce qui contribue le plus à faire leur opinion sur un sujet reste les **grands médias** (41% vs 52%). Les réseaux et plateformes arrivent en 3ème position derrière les proches (23% vs 12%).

*«Je m'intéresse au foot, les transferts, les matchs. Le rugby, le basket aussi. La politique bof, sauf les conflits comme en Ukraine. L'environnement bof, sauf les tsunamis. L'économie non» (Garçon, 16 ans, seconde pro, CSP-)»*

*«Sur TikTok, il y a tellement de vidéos que l'information est donnée comme ça. C'est addictif de scroller donc ils calent l'info au milieu, c'est bien » (Fille, 17 ans, Terminale générale, CPS-)»*

## / FOCUS 6 : Les 'Adolescents' (6%) - suite

- Citoyens en formation, les jeunes **cherchent et se créent des repères** dans ce monde informationnel. Leur confiance est composite. Pour eux plus que pour les autres, le fait qu'une information soit reprise par les **médias** (33% vs 23%) ou que **leurs proches** en parlent (20% vs 10%) sont des **gages de fiabilité**. Pour autant, ils font également plus confiance que la moyenne aux **créateurs de contenus** (41% vs 24%), aux dirigeants de réseaux sociaux (26% vs 20%) ou aux célébrités (37% vs 27%).
- A cet égard « **Hugo Décrypte** » est assez emblématique du rapport à l'information des 15-19 ans, de leurs attentes et du besoin de repères : une présence forte sur les réseaux sociaux, une information rapide accessible et actualisée. S'il est perçu par la majorité comme un « influenceur », il peut, à la marge (un répondant), être également considéré comme un 'journaliste' au regard des contenus qu'il propose, liés à l'actualité
- Au global, en dépit de pratiques informationnelles plus distancées, moins fréquentes et moins expertes que celles de leurs aînés, les jeunes ne semblent **pas moins bien informés** si on considère leur résultat au quizz. Ils sont **moins perméables aux théories complotistes** que le reste de la population.

*«20 minutes, le Figaro, l'Express, j'ai confiance, ils n'ont jamais menti, je n'ai pas de raison de ne pas leur faire confiance» (Garçon, 16 ans, seconde pro, CSP-) »*

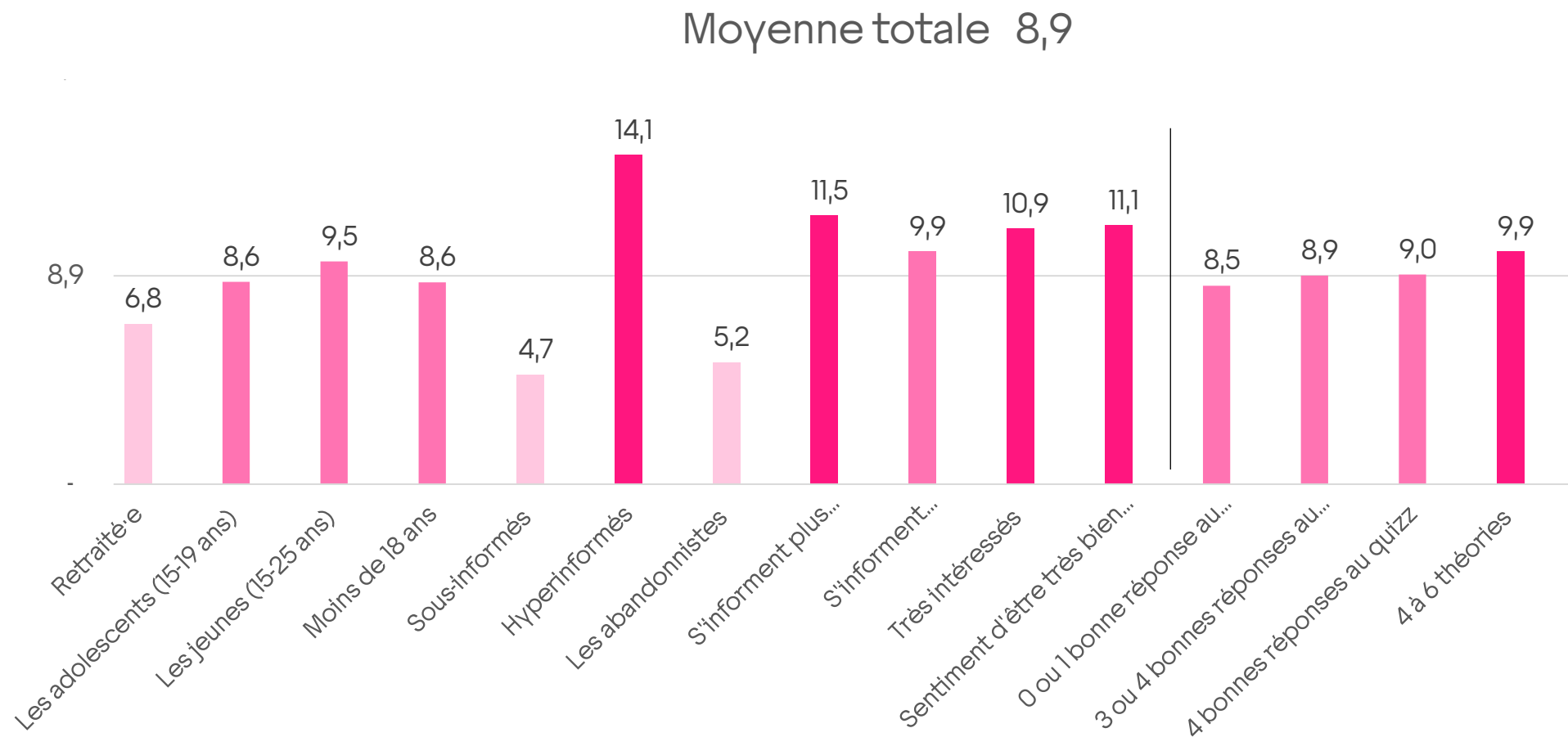
*«Il décrypte bien l'actualité, c'est facile à comprendre, les termes sont accessibles, c'est court, ça dure 1 à 2 minutes, on retient bien » (Fille, 17 ans, Terminale générale, CSP-) »*

*« Hugo Décrypte, je vais lui laisser passer plus de boulettes qu'un autre parce que je m'identifie à lui, qu'il est jeune, que je connais son histoire, son vécu. J'ai le même âge que lui, c'est la génération Z, je le suis depuis le début, j'ai vu son évolution, le travail qu'il a fourni, même si je ne le connais pas dans un sens je suis fière de ce mec-là parce qu'il a réussi » (Margaux, 22 ans, Réseaux sociaux) »*

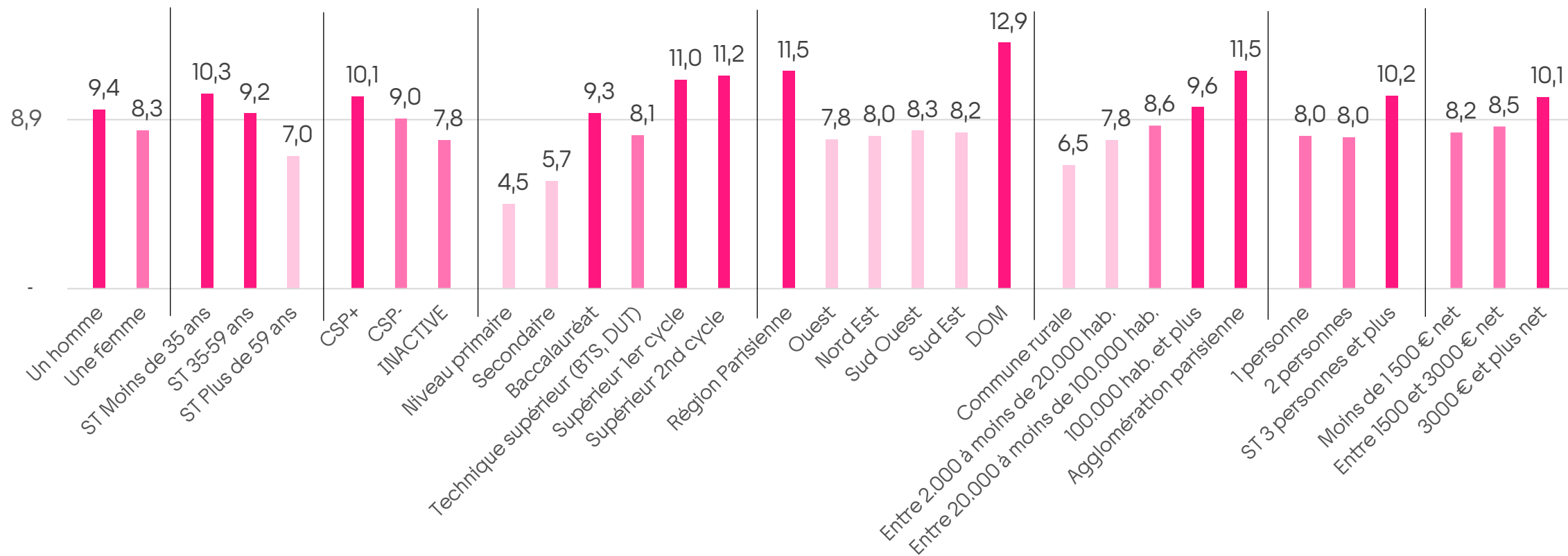
# **Annexe 3**

## **NOMBRE DE SOURCES SELON DIFFÉRENTS CRITÈRES**





Moyenne totale 8,9



# **Annexe 4**

## **CONSTRUCTION DES VARIABLES**

## / Distants / Hyperinformés

Cibles construites à partir d'un scoring dépendant de 2 variables :

NEWS1 – Nombre de moyen d'accéder à l'information de façon quotidienne (entre 0 et 8)

DEVICEXMOMENTS - Nombre de moments dans la journée où l'on s'informe (entre 0 et 7)

**Les Distants = 1er quintile = 23%** (ceux qui s'informent via peu de modes d'accès et/ou peu de fois dans la journée).

**Les Hyperinformés = 5ème quintile = 19,7%** (ceux qui s'informent via beaucoup de modes d'accès et/ou souvent dans la journée)

## / Les « Followers »

Cible construite pour décrire ceux qui s'informent principalement sur les réseaux sociaux ou les plateformes vidéos

A partir de **NEWS1BIS Mode d'information principal pour s'informer**

**ST En consultant les réseaux sociaux ou les plateformes : 17,7%**

## / Perméabilité aux thèses complotistes

A partir de **COMLOT2 Pensez-vous que cette affirmation est exacte ?**

1. Le gouvernement est de mèche avec l'industrie pharmaceutique pour cacher la nocivité des vaccins
2. Le réchauffement climatique actuel n'est pas causé par l'homme
3. Les Américains n'ont jamais marché sur la lune
4. Il existe un complot juif à l'échelle mondiale
5. Donald Trump est le véritable vainqueur des dernières élections américaines
6. C'est la CIA qui a abattu les tours jumelles à New-York le 11 septembre

Comptage du nombre d'affirmations considérées comme exactes

**Cible Complotistes : 4 à 6 affirmations reconnues comme exactes = 8,6%**

## **/ Intérêt pour l'information politique et générale**

Cible construite à partir d'un scoring dépendant de la variable **INT2 Intérêt détaillé pour l'information**

Item pris en compte : Politique, Economie, Société et Environnement

Score attribué : Très intéressé = 5, Assez intéressé = 3, Peu intéressé = 1, Pas du tout intéressé = 0

**Intéressé par l'information politique et générale (4 thèmes) = 4ème et 5ème quintile = 43%**

## **/ Sentiment d'être bien informé sur l'information politique et générale**

Cible construite à partir d'un scoring dépendant de la variable **INT3 Sentiment d'être bien informé**

Item pris en compte : Politique, Economie, Société et Environnement

Score attribué : Oui, tout à fait = 5, Oui, plutôt = 3, Non, pas vraiment = 1, Non, pas du tout = 0

**Se déclare bien informé sur l'information politique et générale = 4ème et 5ème quintile = 36,5%**

## **/ Dynamique de suivi de l'information**

A partir de la question **DYN1 Dynamique d'information**

**ST s'informent plus qu'auparavant = « Un peu plus qu'avant » ou « Beaucoup plus qu'avant » = 27%**

**Abandonnistes = « Beaucoup moins qu'avant » ou « J'ai complètement arrêté » = 9,2%**

## / Perception liberté d'expression

A partir de **DEM Pensez-vous qu'en France aujourd'hui...**

1. Chacun peut exprimer librement son point de vue
2. Tous les points de vue peuvent s'exprimer dans les médias
3. Les médias sont libres

**ST Très bonne image de la liberté d'expression (Oui aux 3 items) : 40,3%**

**ST Bonne image (Oui à au moins 2 items) : 17,7%**

**ST Mauvaise image de la liberté d'expression (Oui à 1 item ou moins) : 42%**

## / Niveau d'optimisme concernant l'avenir

A partir de **OPTI Niveau d'optimisme concernant l'avenir**

1. De votre situation personnelle
2. Des médias, des sources d'information
3. De l'Union Européenne
4. D'internet et des réseaux sociaux
5. De la France
6. Du climat, de l'environnement

**ST Optimiste (Optimiste pour 4 items et plus) : 34,2%**

**ST Plutôt pessimiste (Optimiste pour 2 à 3 items) : 30,1%**

**ST Pessimiste (Optimiste pour 1 item ou aucun) : 35,7%**

## / Niveau d'attachement aux valeurs

A partir de **ATTA Niveau d'attachement...**

1. A la liberté d'expression
2. Au respect des règles démocratiques
3. A la diversité des opinions
4. Au droit de vote
5. A votre pays
6. A la laïcité
7. A votre ville, votre village
8. A la liberté de manifester

**ST Très attaché aux valeurs de la France (Oui aux 8 items) : 51,33%**

**ST Assez attaché aux valeurs de la France (Oui pour 6 à 8 items) : 35,9%**

**ST Peu attaché aux valeurs de la France (Oui à 5 item ou moins) : 12,7%**

## / Confiance dans les institutions

A partir de **CONFINST Niveau de confiance dans...**

1. Les scientifiques
2. Les enseignants
3. Les policiers, policières
4. Le/la maire de votre commune
5. Les juges, les magistrats

**ST Forte confiance dans les institutions (Confiance 5 items) : 35,8%**

**ST Confiance modérée dans les institutions (Confiance 3 ou 4 items) : 43,1%**

**ST Faible confiance envers les institutions (Confiance à 2 items ou moins) : 21,1%**

## / Ouverture aux échanges et au débat

A partir de **Personnalité...**

1. Je pense que toutes les opinions doivent pouvoir s'exprimer
2. J'apprécie d'avoir plusieurs points de vue sur un même sujet
3. Je suis capable d'échanger avec des individus qui n'ont pas la même opinion que moi
4. J'aime être entouré de personnes, cultures, idées, styles de vie très différents
5. J'ai l'habitude de partager mes opinions
6. Je participe régulièrement à des discussions politiques avec mon entourage (mes amis, ma famille)

**ST Très ouvert aux échanges et au débat (Oui aux 6 items) : 33,7%**

**ST Plutôt ouvert aux échanges et au débat (Oui pour 4 à 5 items) : 49,5%**

**ST Peu ou pas ouvert aux échanges et au débat (Oui à 3 items ou moins) : 16,8%**



**WWW.ARCOM.FR**