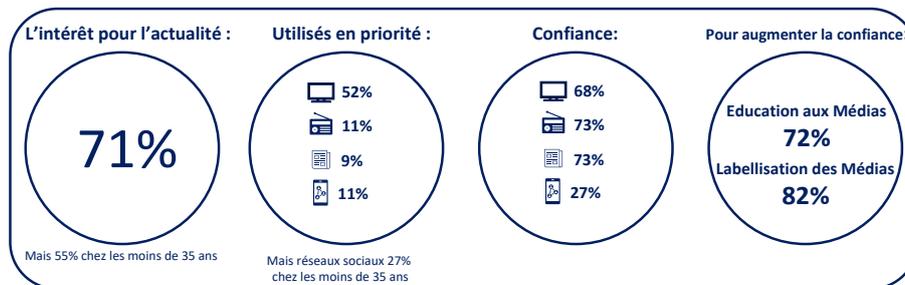


[ETUDE] Les Français et l'info : massivement favorables à l'éducation aux médias et à la labellisation des sources fiables

Un intérêt qui persiste pour l'actualité nationale et internationale, une confiance dans les médias qui tend à s'éroder, mais aussi une adhésion forte aux pratiques (labellisation des sources fiables, éducation aux médias...) qui permettraient de la restaurer. Telles sont les principales conclusions de l'étude sur les Français et l'information conduite du 13 au 18 octobre par NPA Conseil et Harris Interactive, auprès de 4184 Français et Françaises de 15 ans et plus.

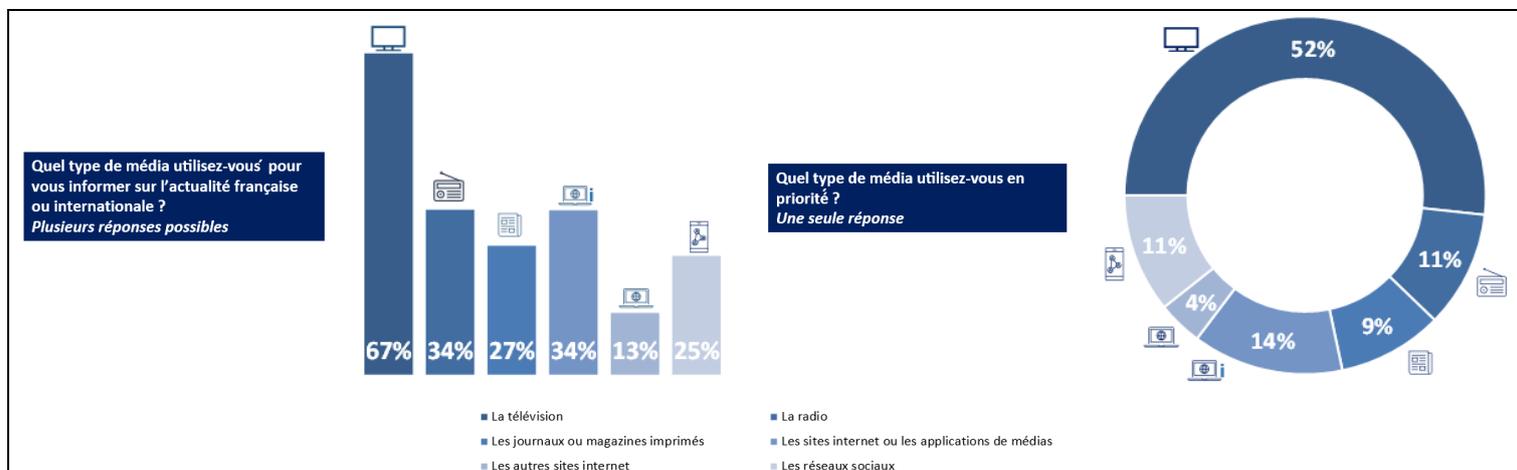
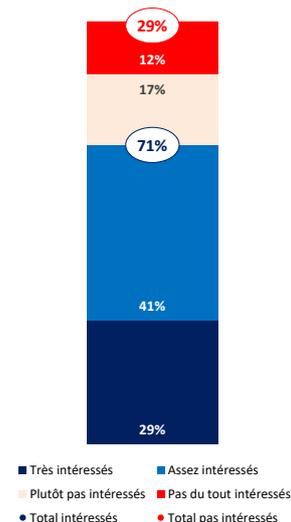


Fatigue informationnelle ? 71% des Français se déclarent « très » ou « assez » intéressés par l'actualité nationale et internationale

Alors que les interrogations se multiplient sur la fatigue informationnelle dont souffriraient les Français, et sur les comportements de « fuite devant l'information » que celle-ci provoquerait, ils se disent à plus de 70% intéressés par l'actualité nationale ou internationale. Mais ce chiffre global recouvre un écart important entre plus de 35 ans (77%) et moins de 35 ans (55%).

Le décalage générationnel se retrouve s'agissant des médias utilisés pour s'informer :

- **Télévision, radio et sites de médias sont au global les trois sources les plus utilisées pour s'informer.** Si l'on y ajoute la presse écrite, ce sont 85% des Français qui s'informent de manière privilégiée auprès de leurs rédactions.
- **Les réseaux sociaux sont cités comme source prioritaire par 11% des Français, pris dans leur ensemble, mais par plus d'un quart des moins de 35 ans (27%), et par près de 20% de ceux qui se disent assez peu ou pas du tout intéressés par l'actualité (19%).**

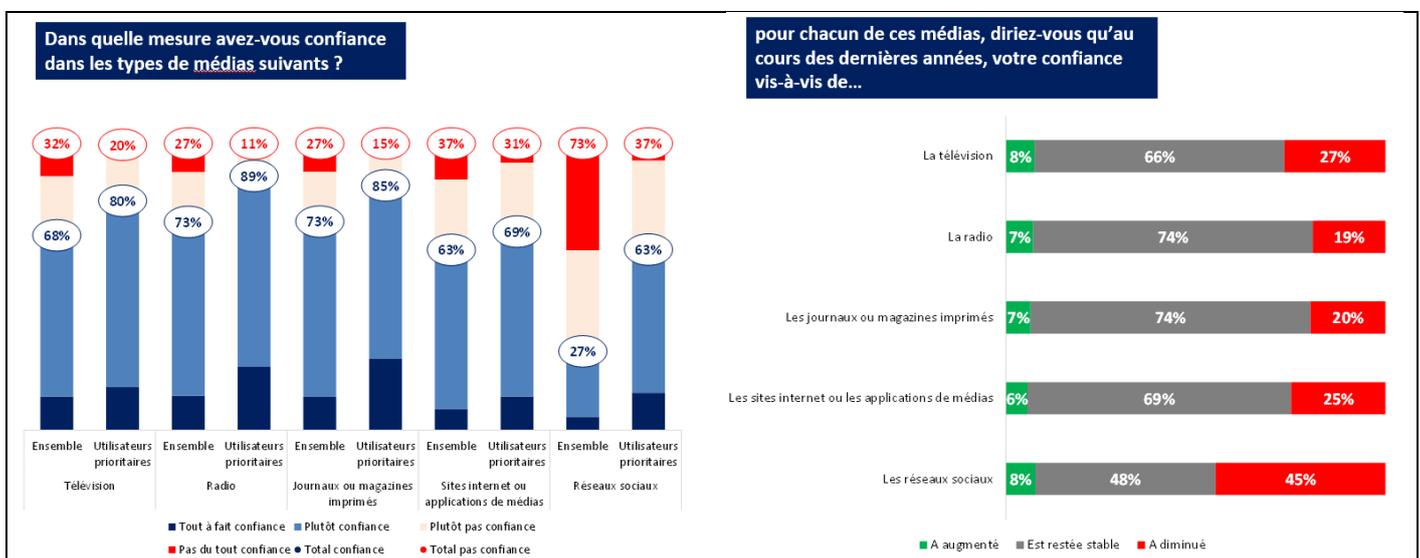


Confiance dans les différents médias : Presse et radio au plus haut ; en recul pour les réseaux sociaux chez près d'un Français sur deux

Presse et radio partagent le plus haut niveau de confiance chez l'ensemble des Français (73%), suivis de peu par la télévision (69%). A l'inverse, **près de trois Français sur quatre affirment ne pas avoir confiance dans les réseaux sociaux** (le niveau de confiance monte à 45% chez les moins de 35 ans). En bonne logique, la confiance progresse chez les utilisateurs les plus fidèles de chaque média. Elle culmine à 89%, pour la radio, s'agissant de ceux qui y recourent de manière privilégiée. Elle ne dépasse pas à l'inverse 63% chez les utilisateurs prioritaires des réseaux sociaux.

En termes de dynamique, presse écrite et radio sont les mieux préservées par le recul de la confiance qui affecte l'ensemble des médias, avec une « perte nette » (confiance diminuée – augmentée) inférieure à 15 points. **Télévision et sites d'information se situent à un niveau intermédiaire** (-20 points environ).

Pour les réseaux sociaux, le solde entre confiance perdue et confiance gagnée témoigne d'une baisse de confiance de presque 40 points, et le recul reste de 20 points chez ceux qui les utilisent prioritairement.



Les « bonnes pratiques » permettant de démasquer les *fake news* sont loin d'être acquises

Si les rubriques consacrées au *fact checking* se sont multipliées dans les médias, les Français peinent à adopter les usages permettant de dépister les *fake news*.



- Sur la qualité de la source, qu'il s'agisse du média ou de l'auteur, ils ne sont que **42% à vérifier au moins occasionnellement à qui appartient le média**, **33% le nom du signataire** et 25% s'il est bien journaliste
- **Moins d'un Français sur cinq a l'habitude de recouper les informations** qu'il reçoit avec une 2^e source.
- Alors que l'IA multiplie les possibilités de manipulation des images et des sons, **moins d'un Français sur dix a souvent le réflexe de rechercher un trucage éventuel** (39% occasionnellement).

Les Français massivement favorables à l'éducation aux médias et à la labellisation

Premier moyen de restaurer la confiance dans les médias, la voie de la labellisation des sources, produites par des journalistes et en respectant les standards de la profession, recueille un large assentiment des Français, quel que soit leur âge (73% de plus de 35 ans ; 70% des moins de 35 ans) et quel que soit leur média de prédilection.

Et plus encore, **l'intégration de l'éducation aux Médias aux programmes de l'Education nationale est approuvée par plus de 80% des Français**, de tous les âges et quel que soit le média qu'ils utilisent en priorité. Mais, signe peut être d'un engagement insuffisant à y donner pleinement corps, de la part des pouvoirs publics notamment, **plus de trois quarts des Français (77%) ignorent que l'éducation aux Médias est officiellement inscrite parmi les enseignements dispensés en classes primaires et secondaires depuis près de deux ans** (janvier 2022).

