

KANTAR SOFRES

KANTAR MEDIA

La confiance des Français dans les media

Une enquête Kantar Sofres réalisée par
Kantar Public

Résultats d'étude 2019

LA CROIX



Sommaire

1		
L'intérêt pour l'information et la crédibilité des media	4	
2		
Les sources d'information	20	
3		
Le traitement médiatique de quelques grands événements de 2018: le point de vue des Français comparé aux UBM de Kantar Media	25	
4		
Focus sur les réseaux sociaux	33	
5		
Le traitement du Mouvement des gilets jaunes	36	
6		
Les Fake news	41	
7		
Annexe	44	

Kantar Public

Carine Marcé
carine.marce@kantarpublic.com
01 40 92 44 92

Anne Hipolite
anne.hipolite@kantarpublic.com
01 40 92 47 33

Claire Darrigade
claire.darrigade@tns-sofres.com
01 40 92 44 37

70YK12

Ce document a été rédigé en accord avec les procédures Qualité Kantar Public.
Il a été contrôlé par Carine Marcé, Directrice associée, Kantar Public



Méthodologie et dates d'enquête



Echantillon

- Echantillon national de **1024 personnes**, représentatif de l'ensemble de la population âgée de **18 ans et plus**.
- Méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne de référence) après stratification par région croisée par catégorie d'agglomération.



Mode de recueil

- Interviews réalisées **en face à face**.



Dates de terrain

- Le terrain de l'enquête a été réalisé entre **le 3 et le 7 janvier 2019**.

Note de lecture : les (+/-XX) indiquent les évolutions par rapport à la précédente vague du baromètre, réalisée en janvier 2018

1

L'intérêt pour l'information et la crédibilité des médias

L'intérêt porté à l'actualité

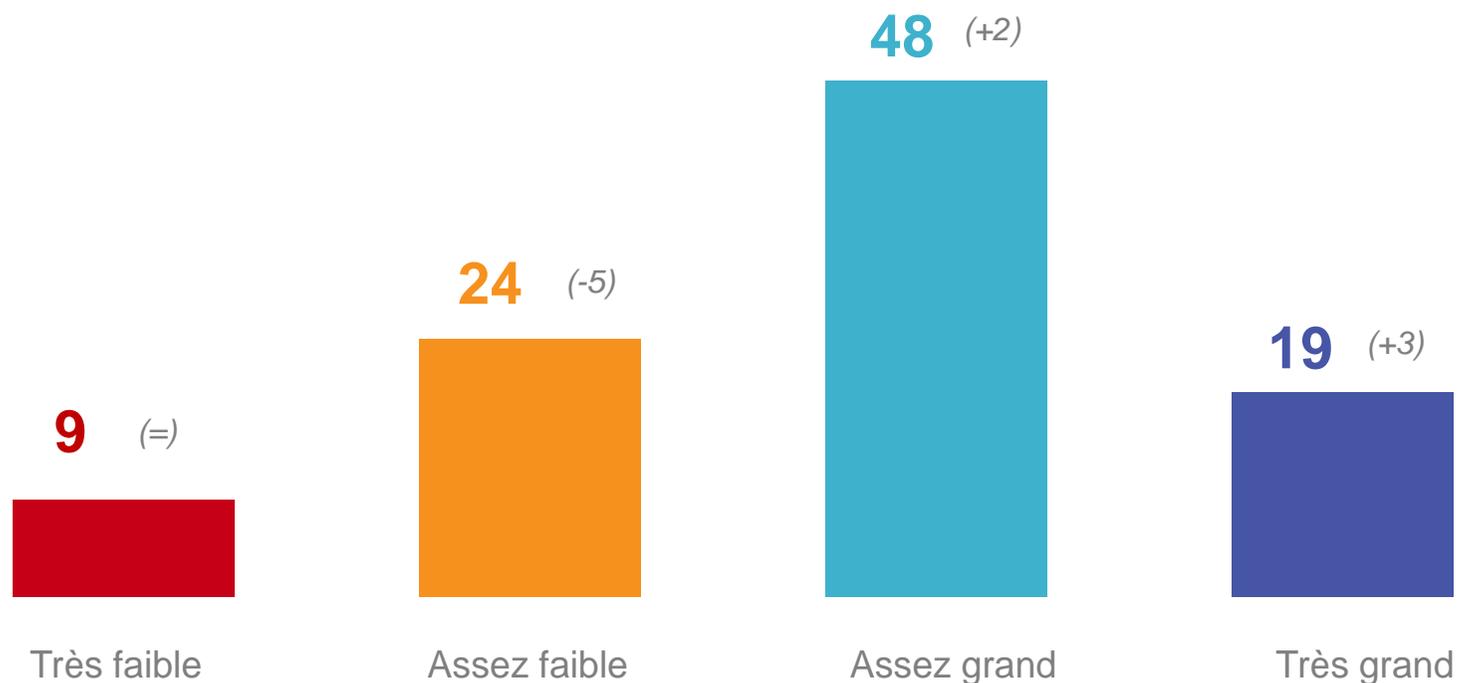
Est-ce que vous suivez les nouvelles données par les moyens d'information (presse, radio, télévision, internet) avec un intérêt :

33%
(-5)

Suivent les nouvelles avec un faible intérêt

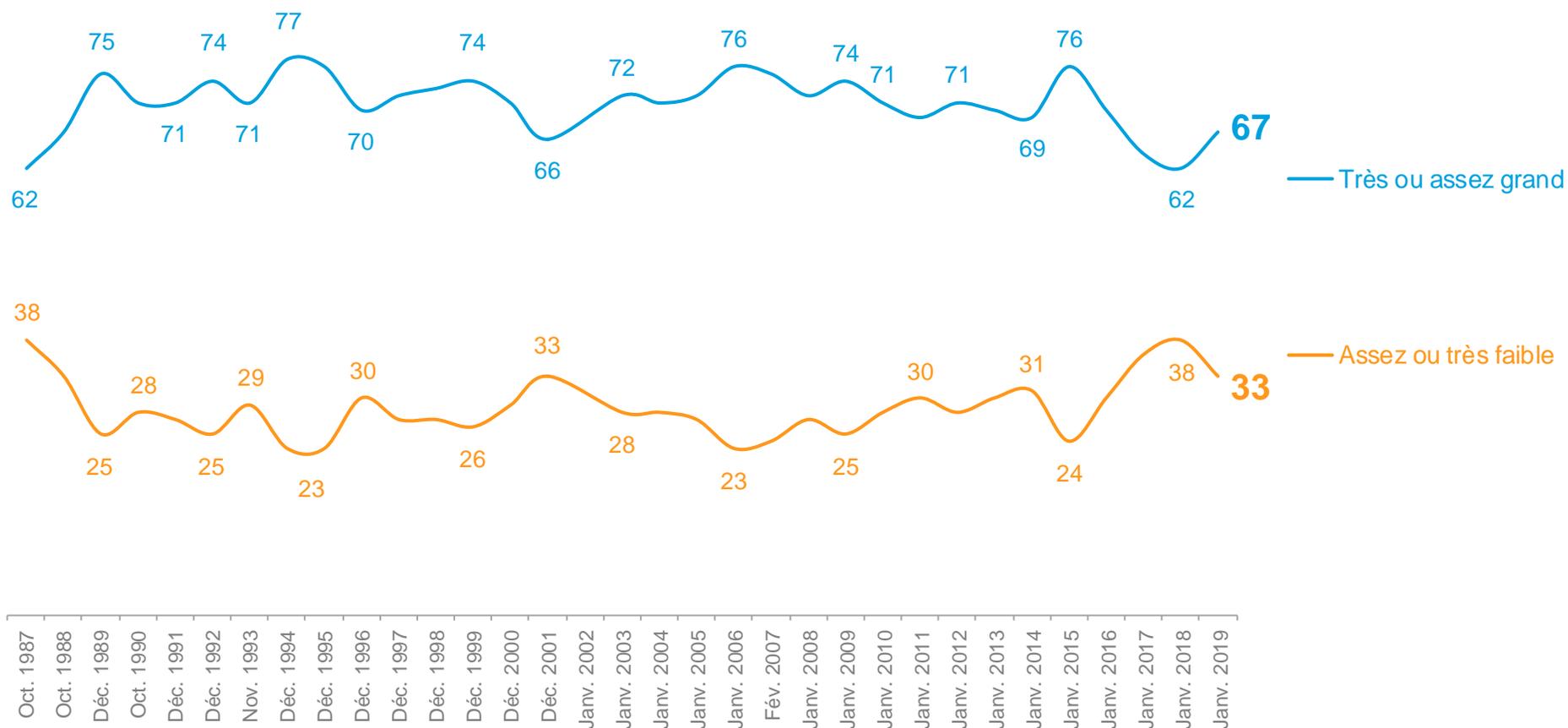
Suivent les nouvelles avec un grand intérêt

67%
(+5)

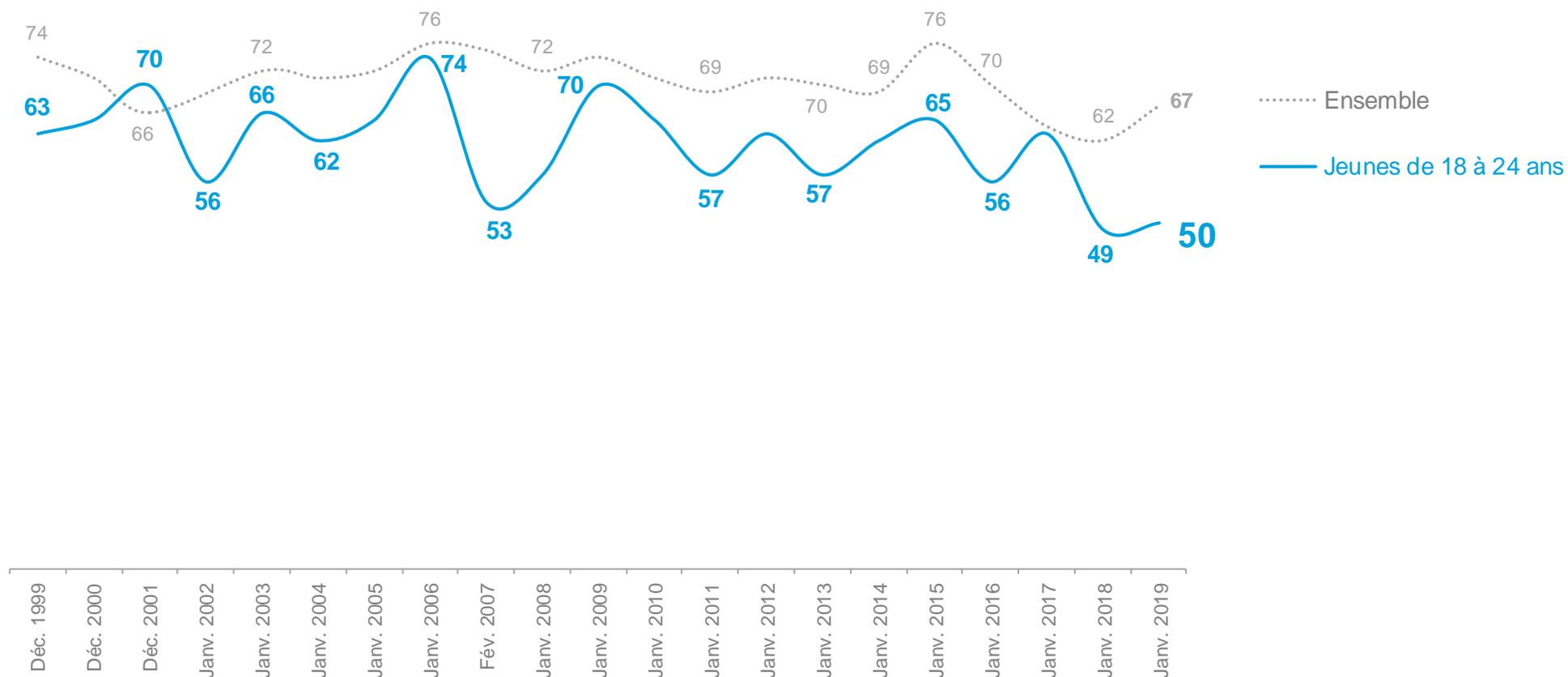


Base : Ensemble

L'évolution de l'intérêt porté à l'actualité

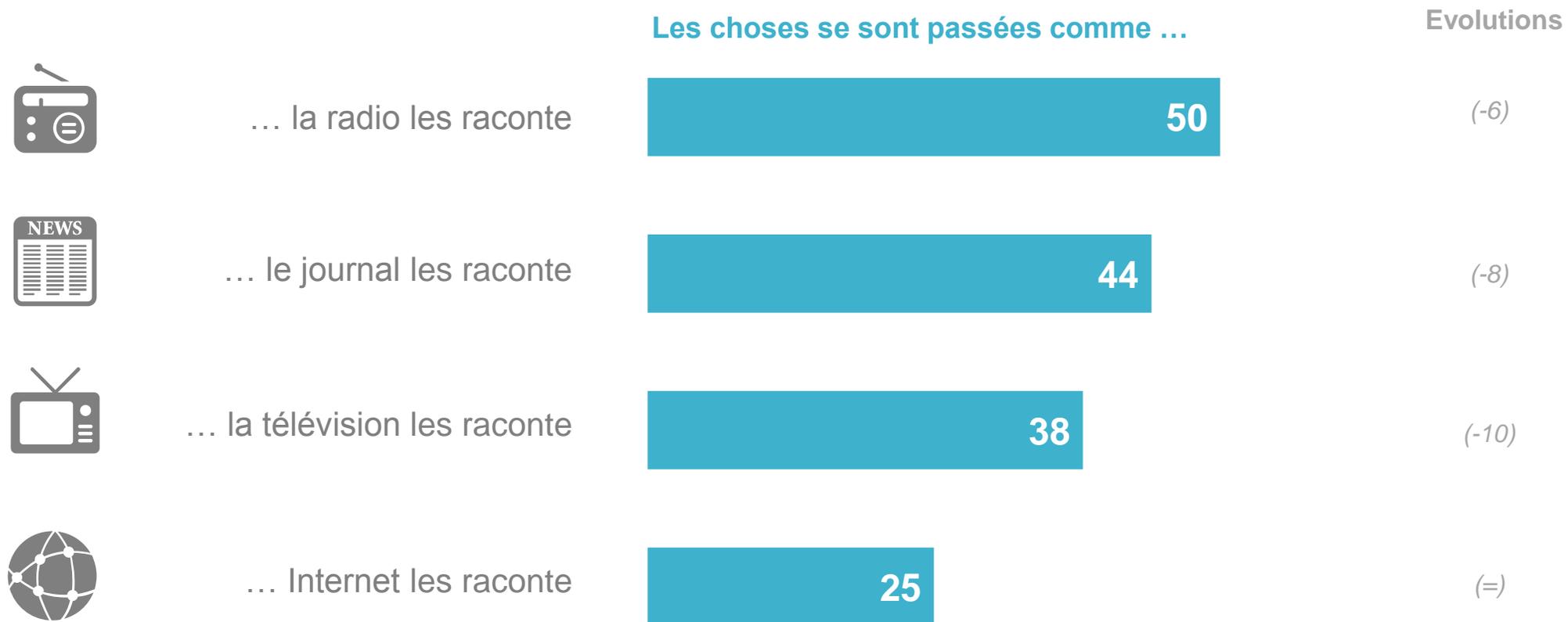


L'évolution de l'intérêt porté à l'actualité : focus sur les jeunes



La crédibilité des médias

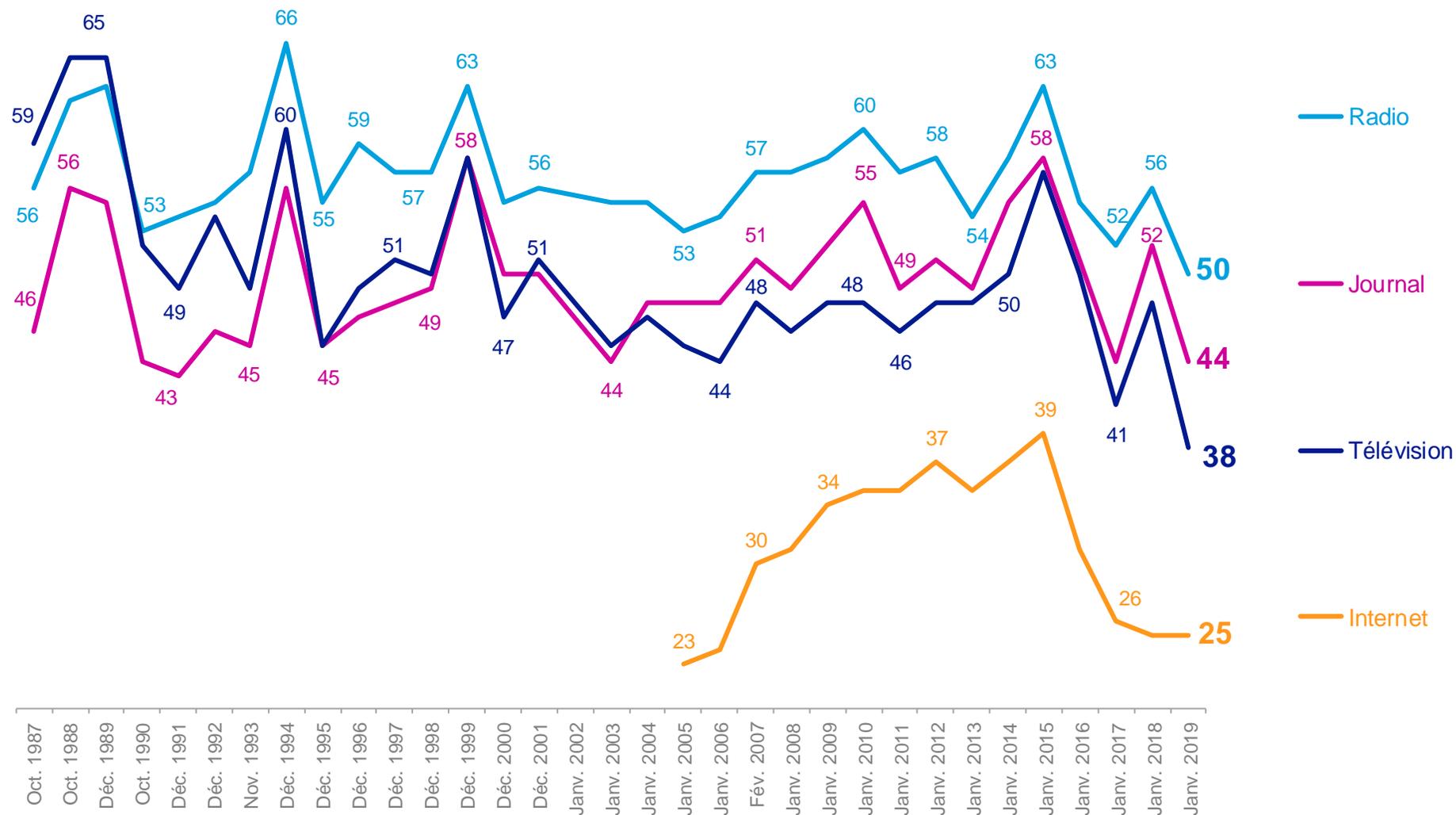
En général, à propos des nouvelles que vous lisez/entendez/voyez dans un journal/ à la radio/ à la télévision/ sur internet est-ce que vous vous dites :



Base : Ensemble

L'évolution de la crédibilité des médias

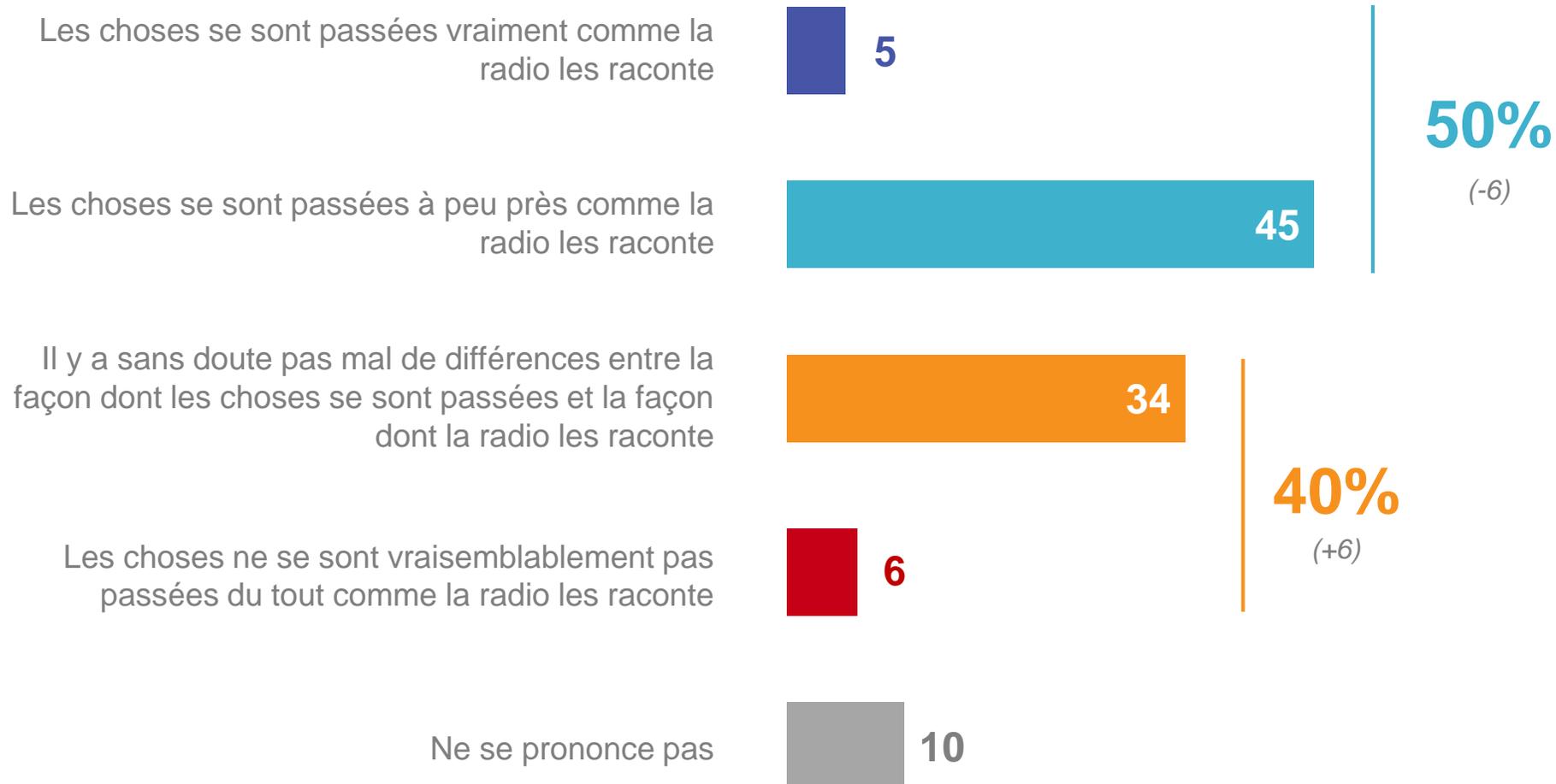
% Les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme le journal/ la radio/ la télévision/ Internet les raconte



La crédibilité de la radio

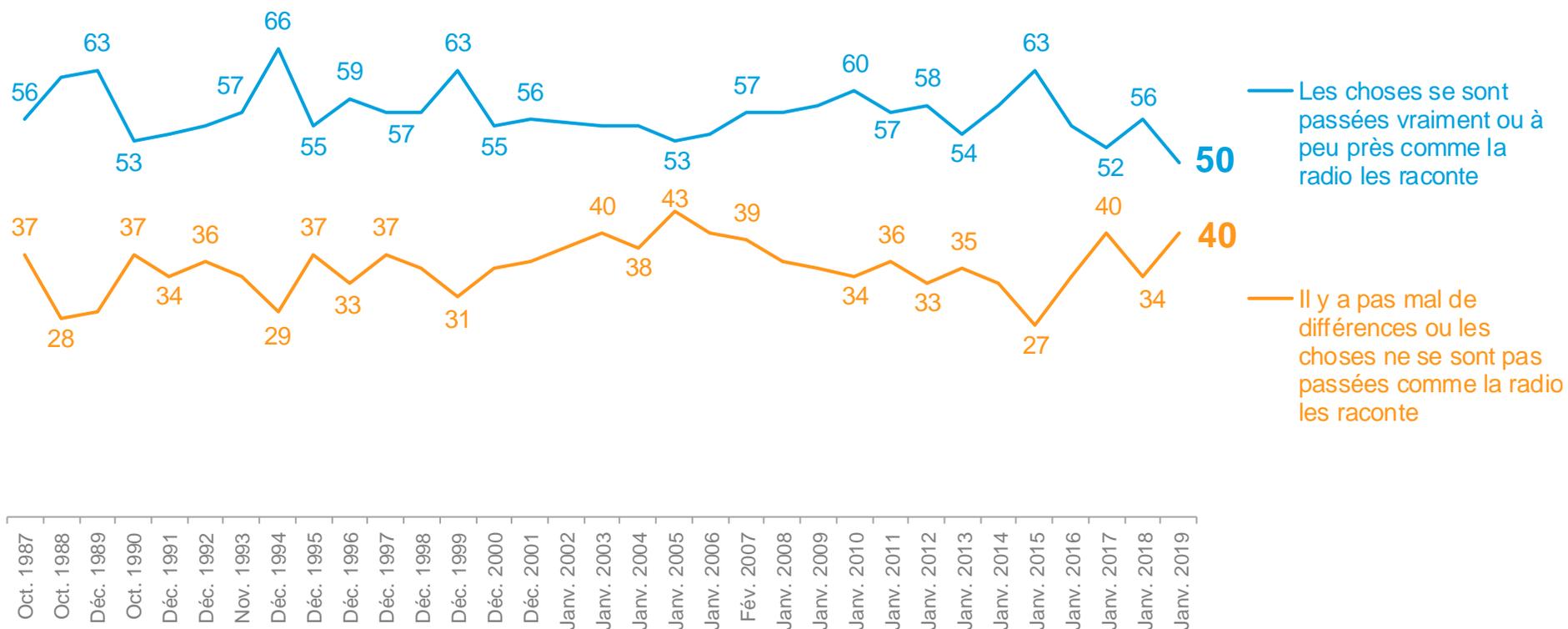


A propos des nouvelles que vous entendez **à la radio**, est-ce que vous vous dites plutôt :



Base : Ensemble

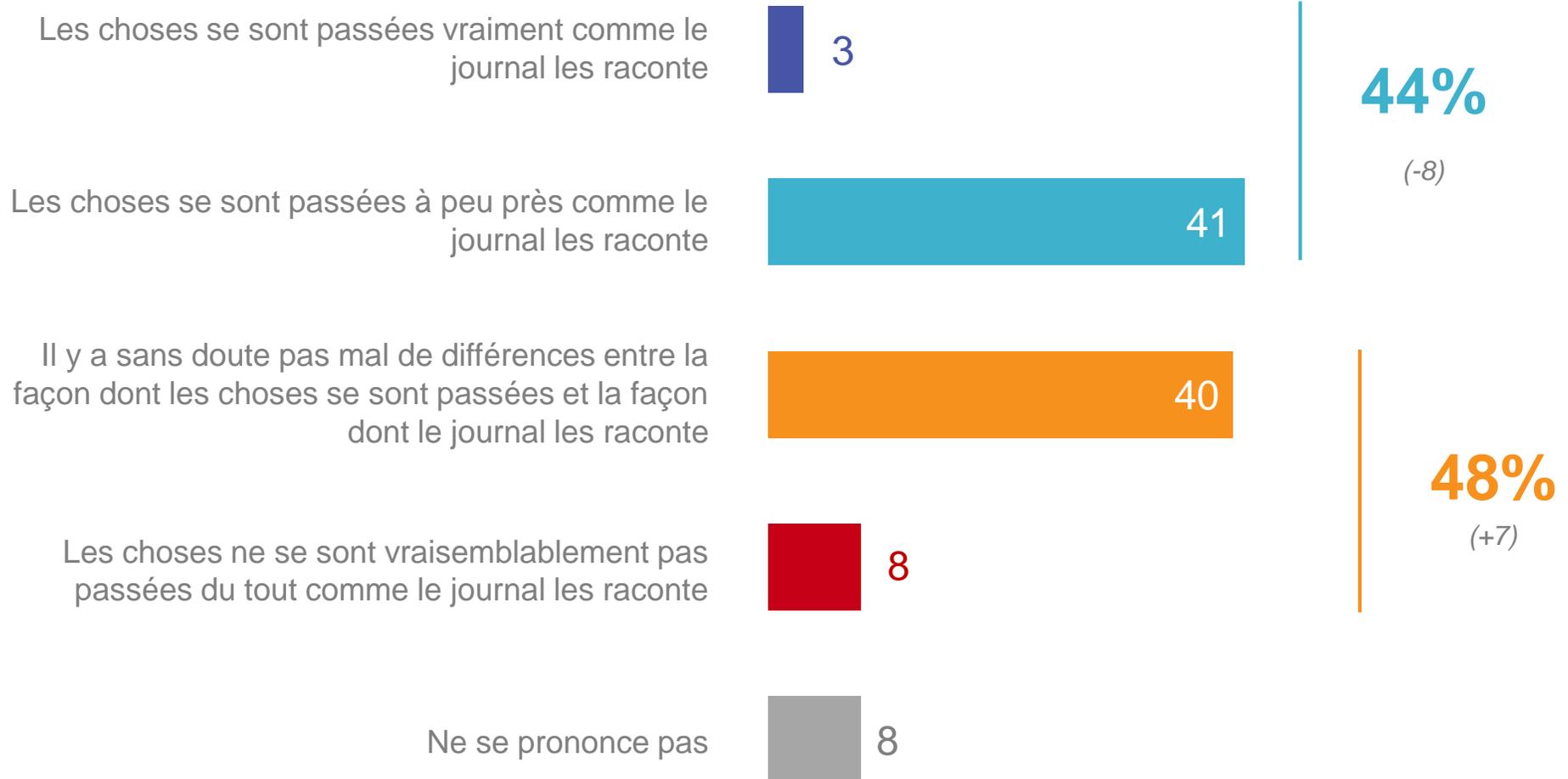
L'évolution de la crédibilité de la radio



La crédibilité de la presse

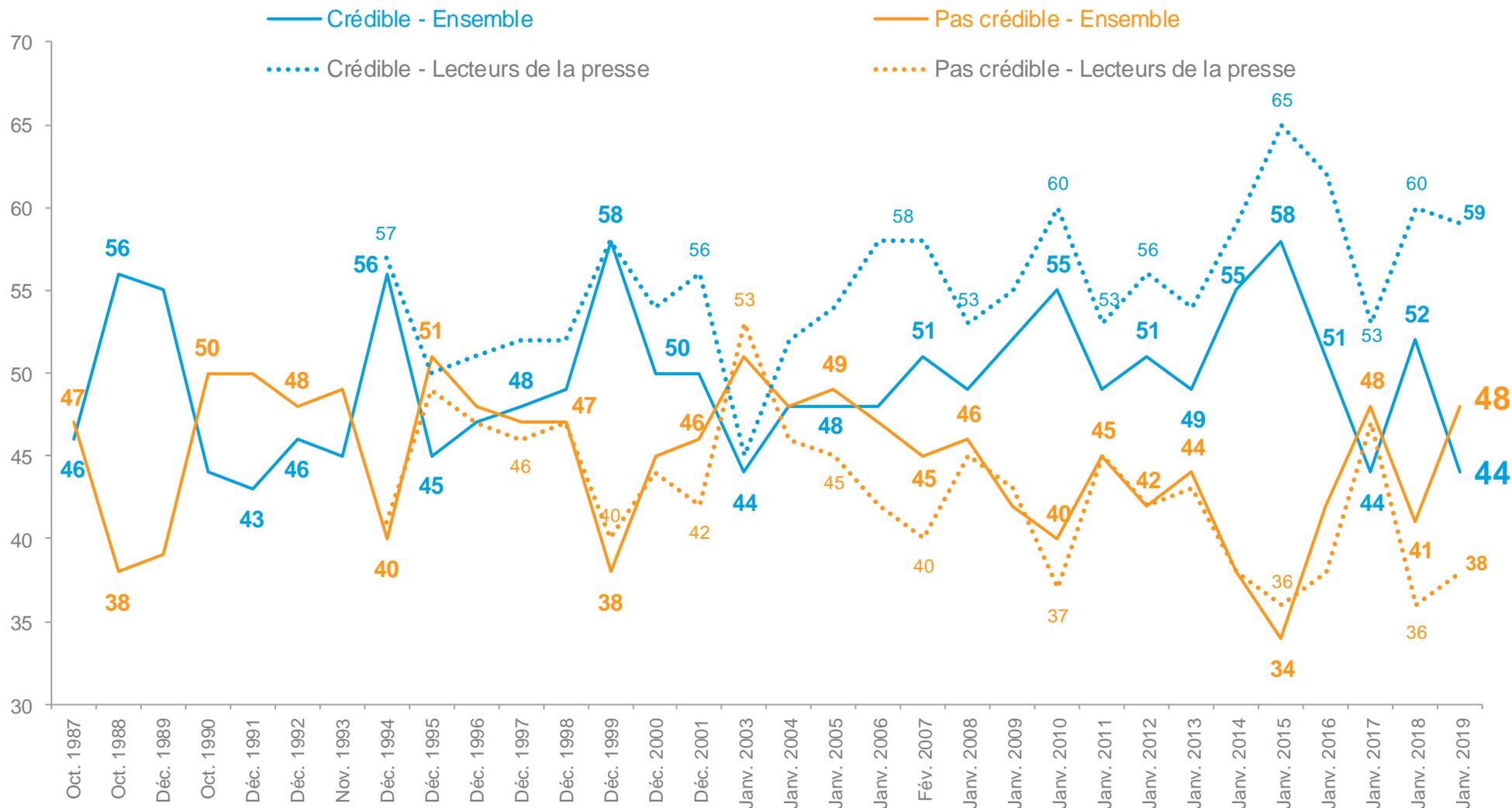


En général, à propos des nouvelles que vous lisez **dans un journal** est-ce que vous vous dites :



Base : Ensemble

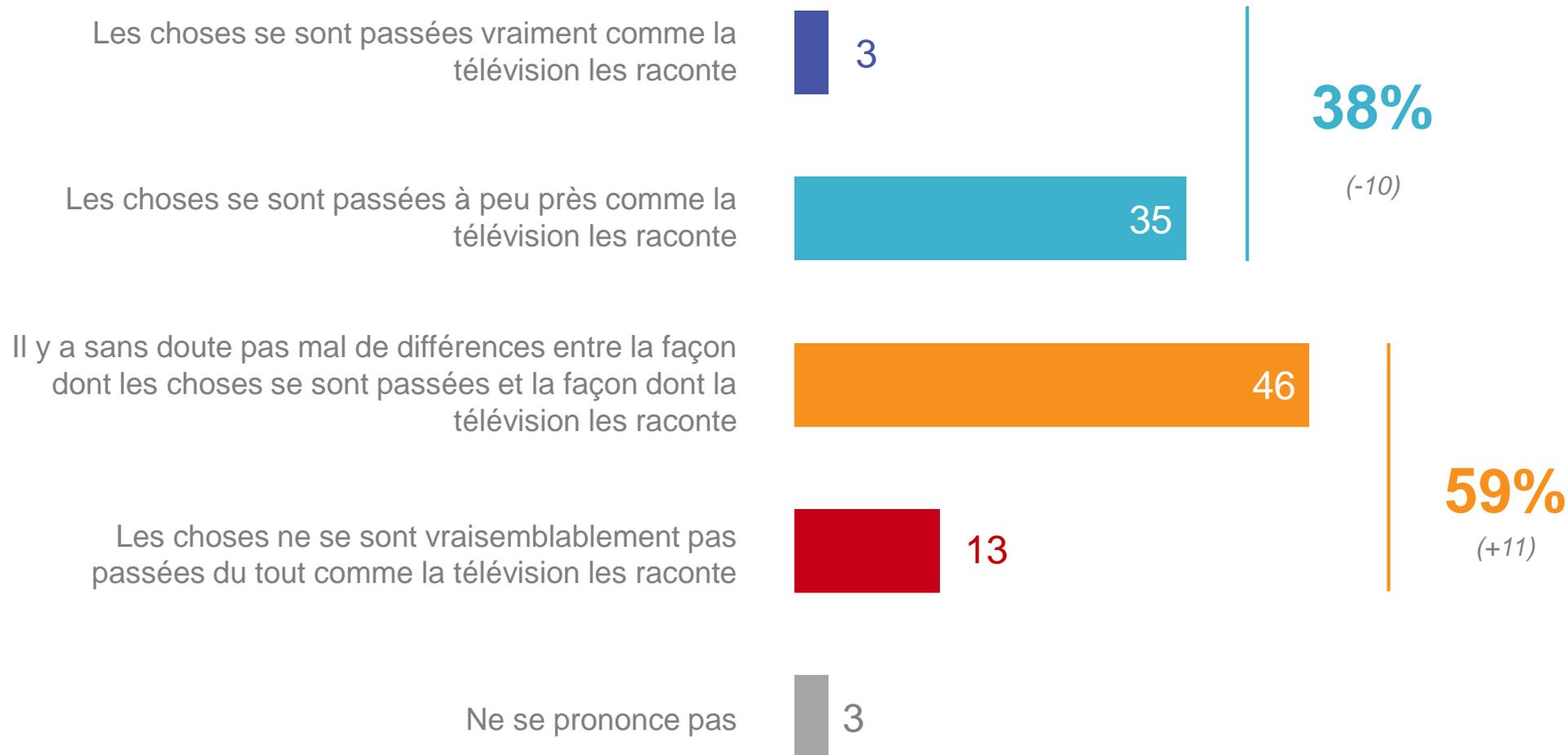
L'évolution de la crédibilité de la presse



La crédibilité de la télévision

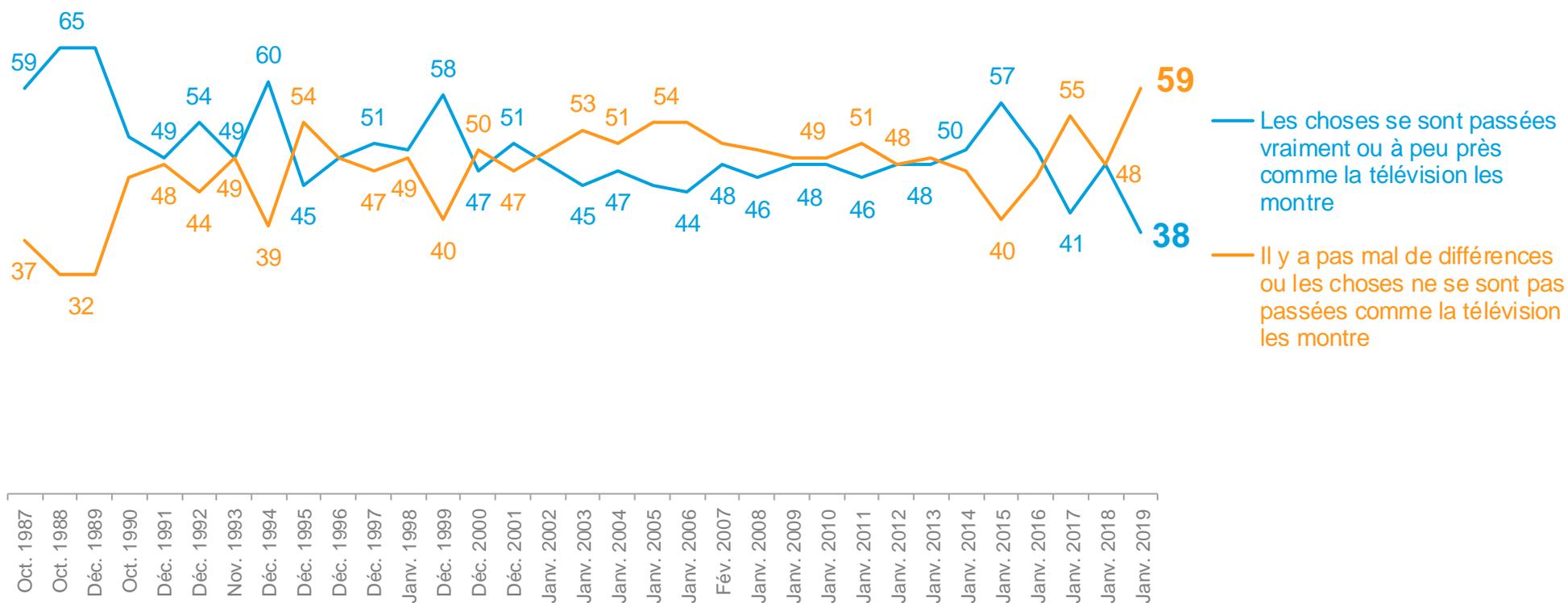


A propos des nouvelles que vous voyez **à la télévision**, est-ce que vous vous dites plutôt :



Base : Ensemble

L'évolution de la crédibilité de la télévision



La crédibilité d'Internet



A propos des nouvelles que vous lisez **sur Internet**, est-ce que vous vous dites plutôt :

Les choses se sont passées vraiment comme Internet les raconte

2

25%

(=)

Les choses se sont passées à peu près comme Internet les raconte

23

Il y a sans doute pas mal de différences entre la façon dont les choses se sont passées et la façon dont Internet les raconte

39

56%

(+2)

Les choses ne se sont vraisemblablement pas passées du tout comme Internet les raconte

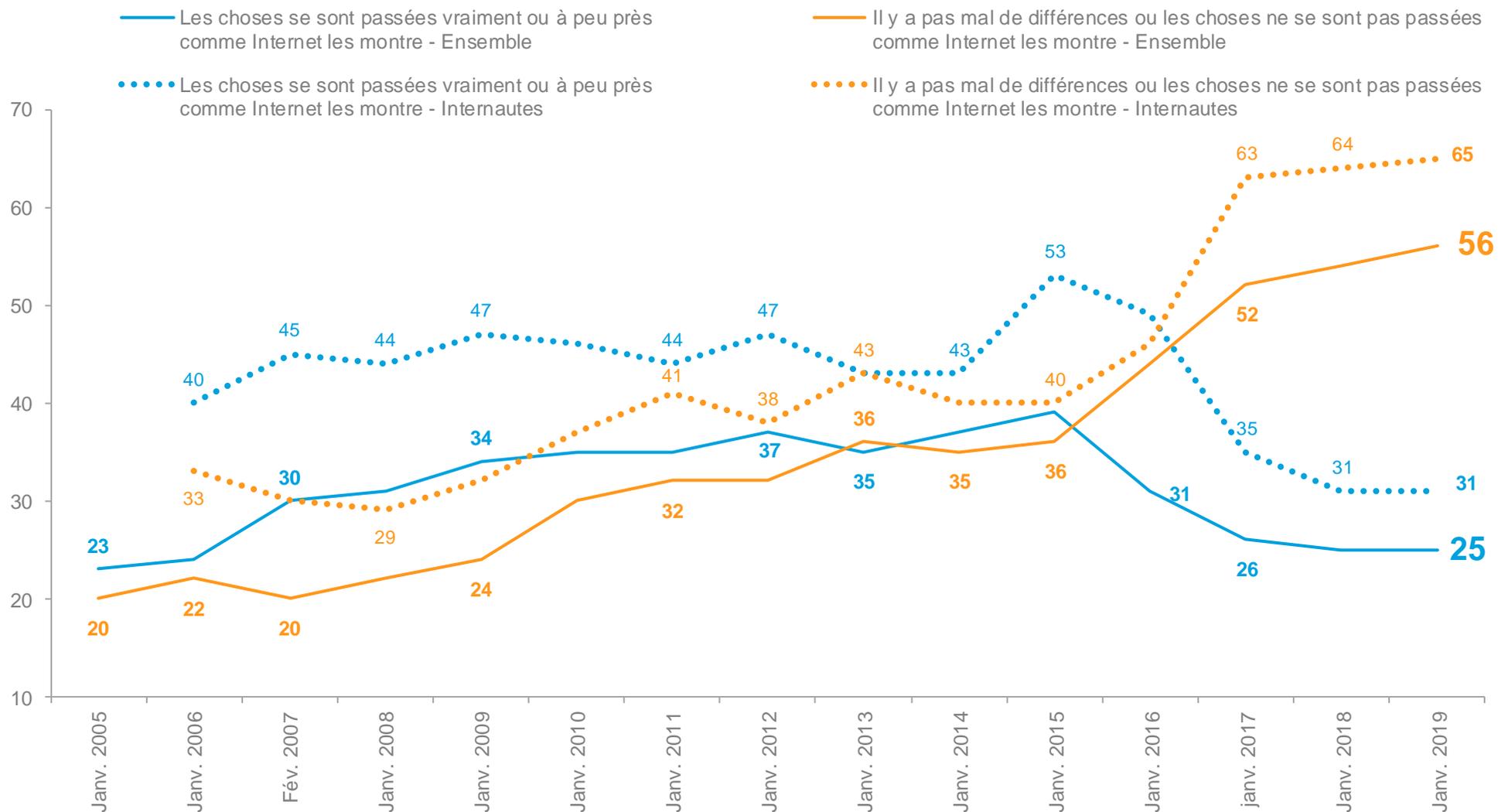
17

Ne se prononce pas

19

Base : Ensemble

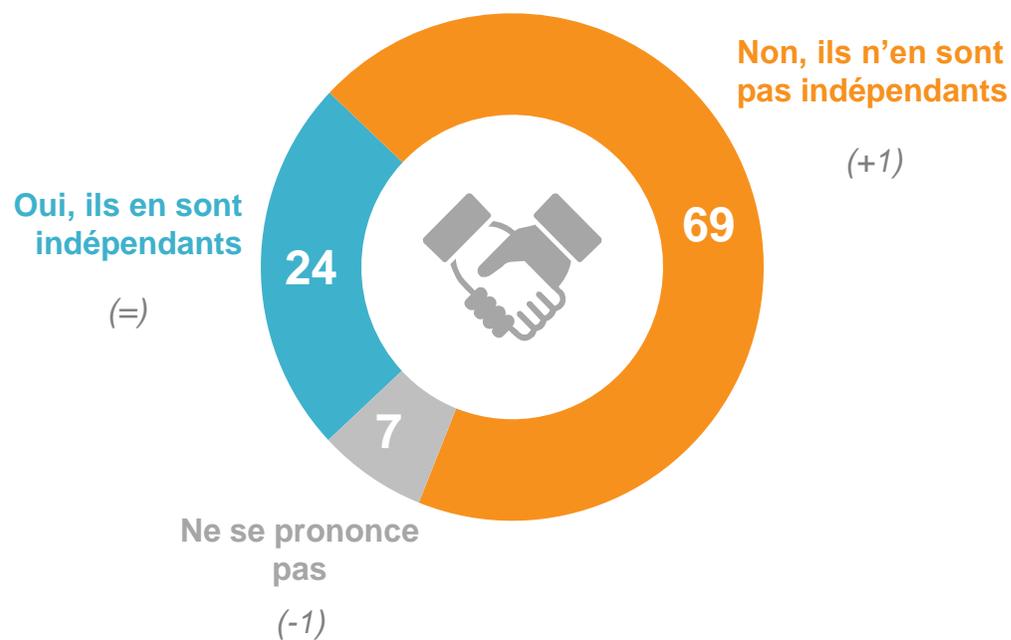
L'évolution de la crédibilité d'internet



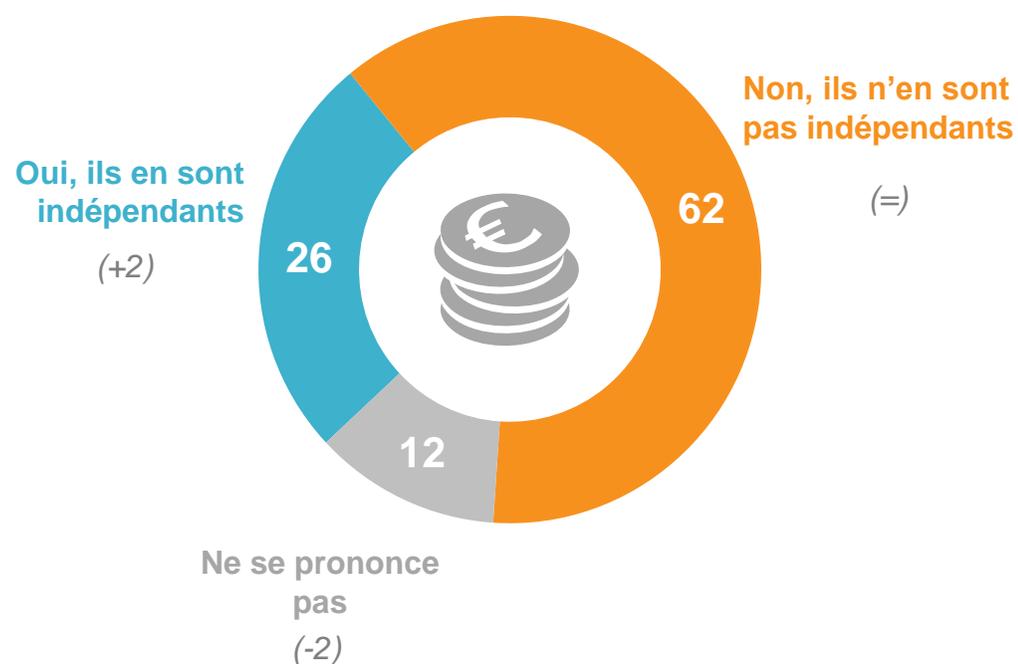
L'indépendance des journalistes

Croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent...

... aux pressions des partis politiques et du pouvoir



...aux pressions de l'argent

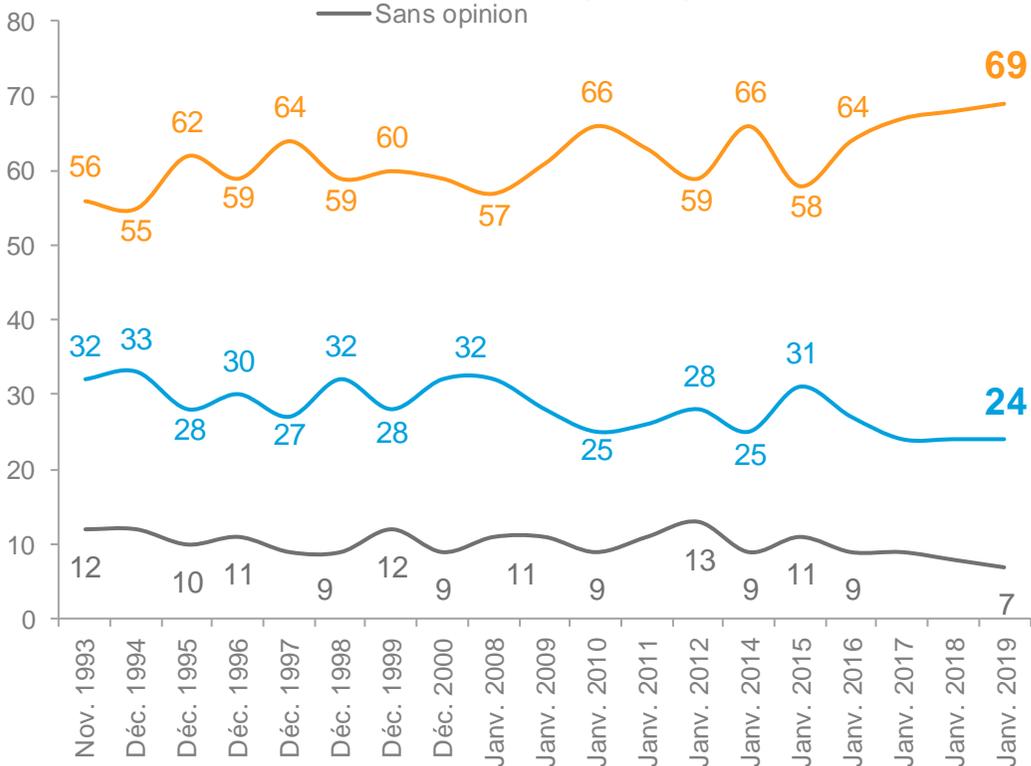


Base : Ensemble

L'évolution de la perception de l'indépendance des journalistes

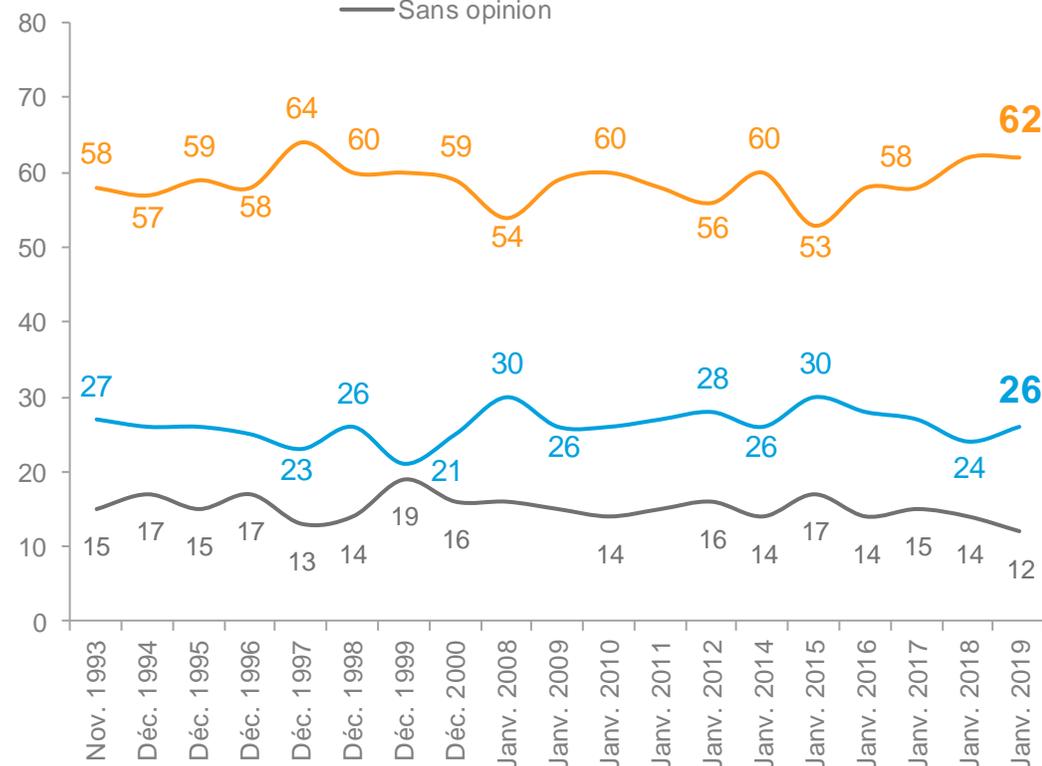
Aux pressions des partis politiques et du pouvoir

- Oui, ils en sont indépendants
- Non, ils n'en sont pas indépendants
- Sans opinion



Aux pressions de l'argent

- Oui, ils en sont indépendants
- Non, ils n'en sont pas indépendants
- Sans opinion

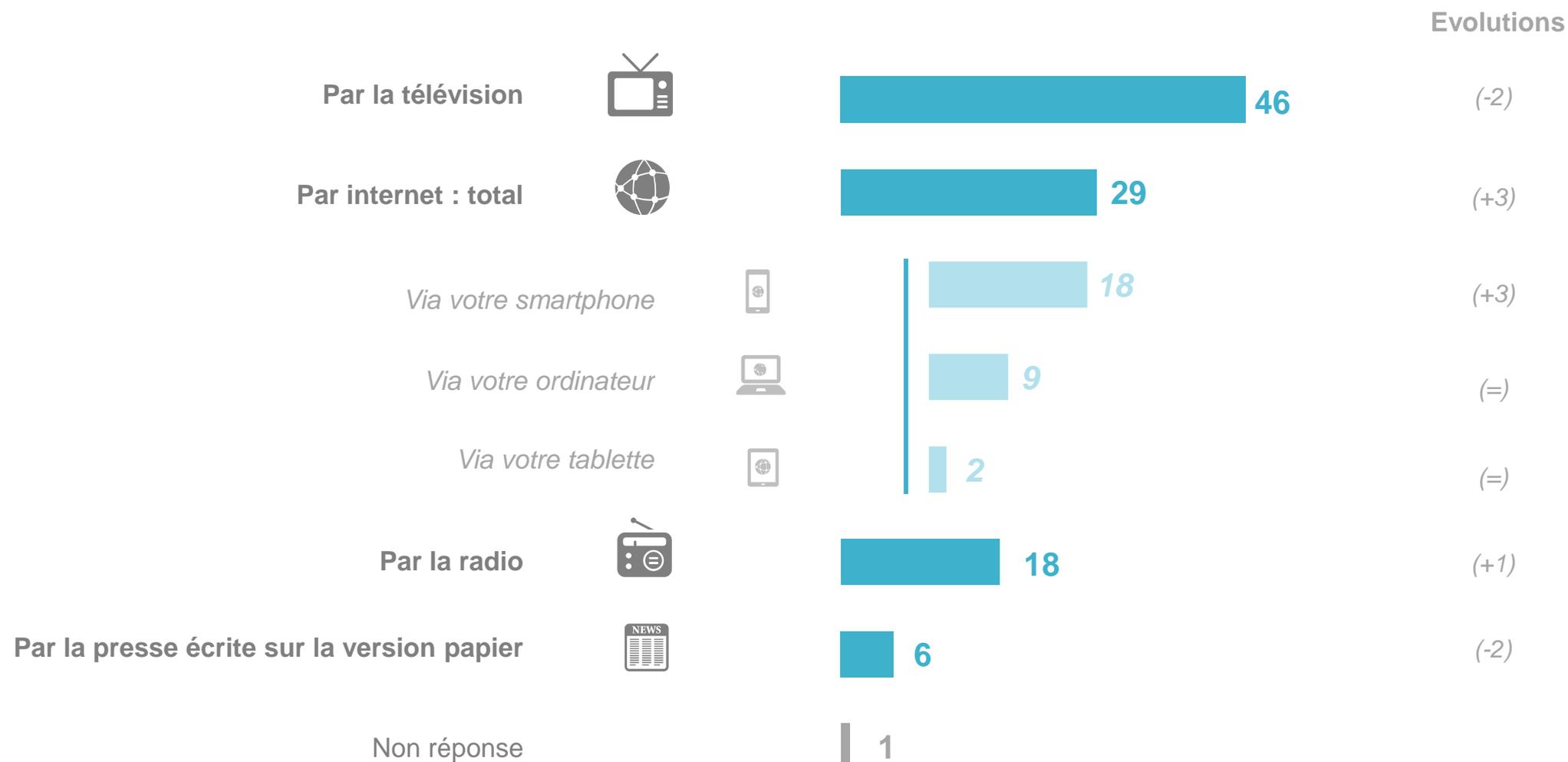


2

Les sources d'information

L'accès à l'information

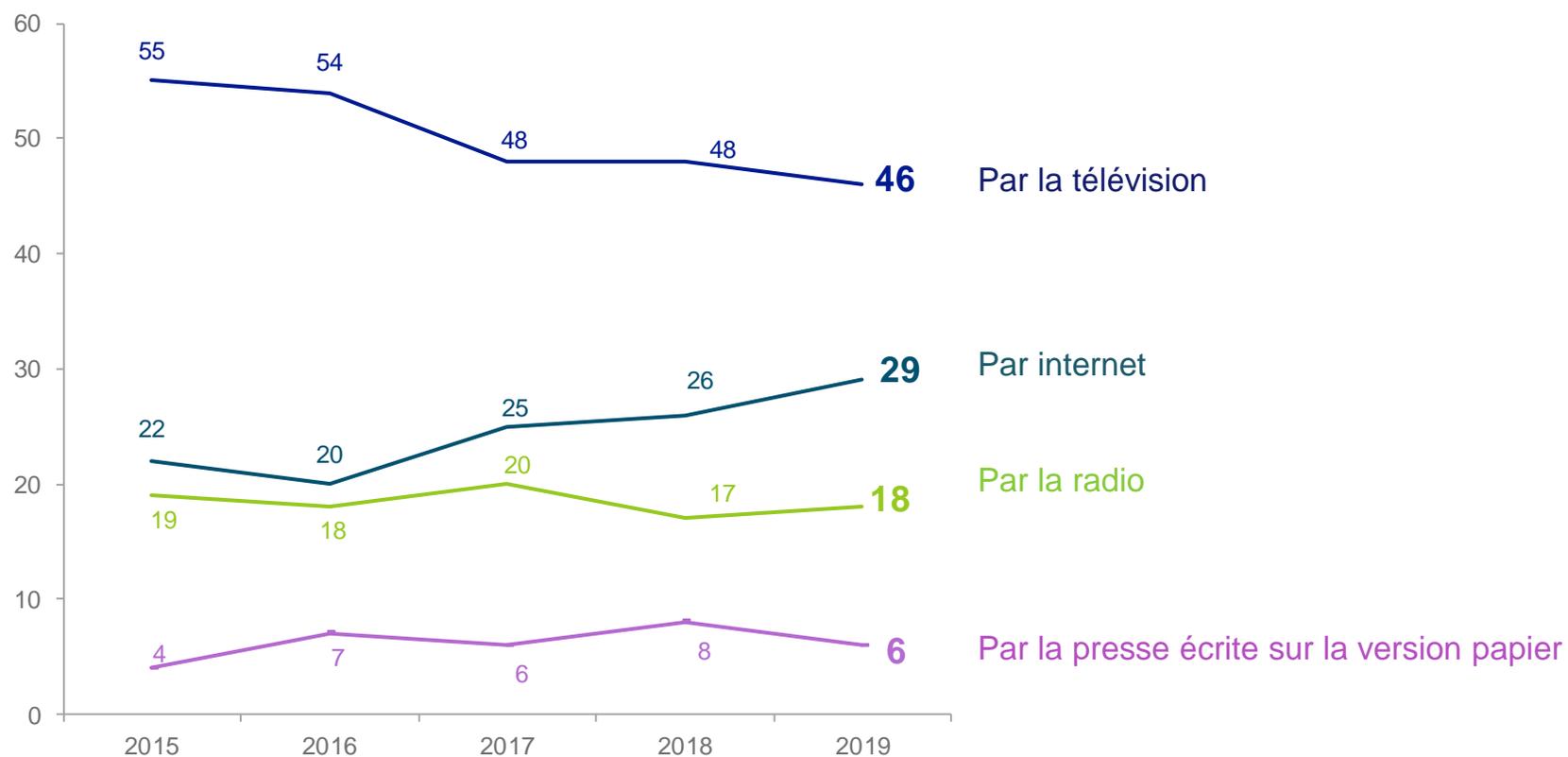
En général, par quel moyen êtes-vous d'abord informé de l'actualité nationale ou internationale ?



Base : Ensemble

L'évolution de l'accès à l'information

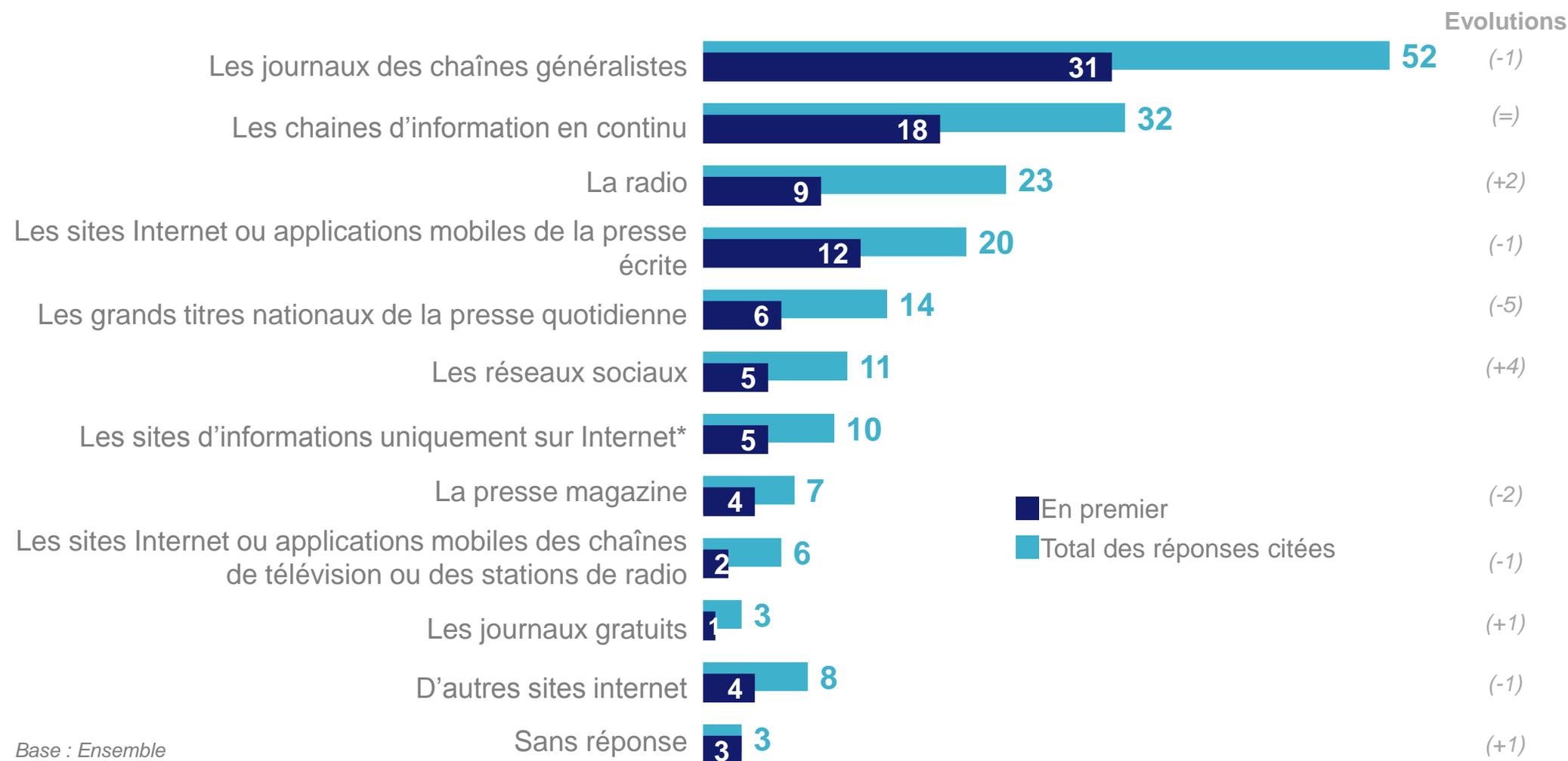
En général, par quel moyen êtes-vous d'abord informé de l'actualité nationale ou internationale ?



Base : Ensemble

L'approfondissement de l'information

Et de manière générale, vers quelle source d'informations vous tournez-vous le plus souvent pour approfondir certains sujets de l'actualité nationale ou internationale ? En premier ? Et en second ?

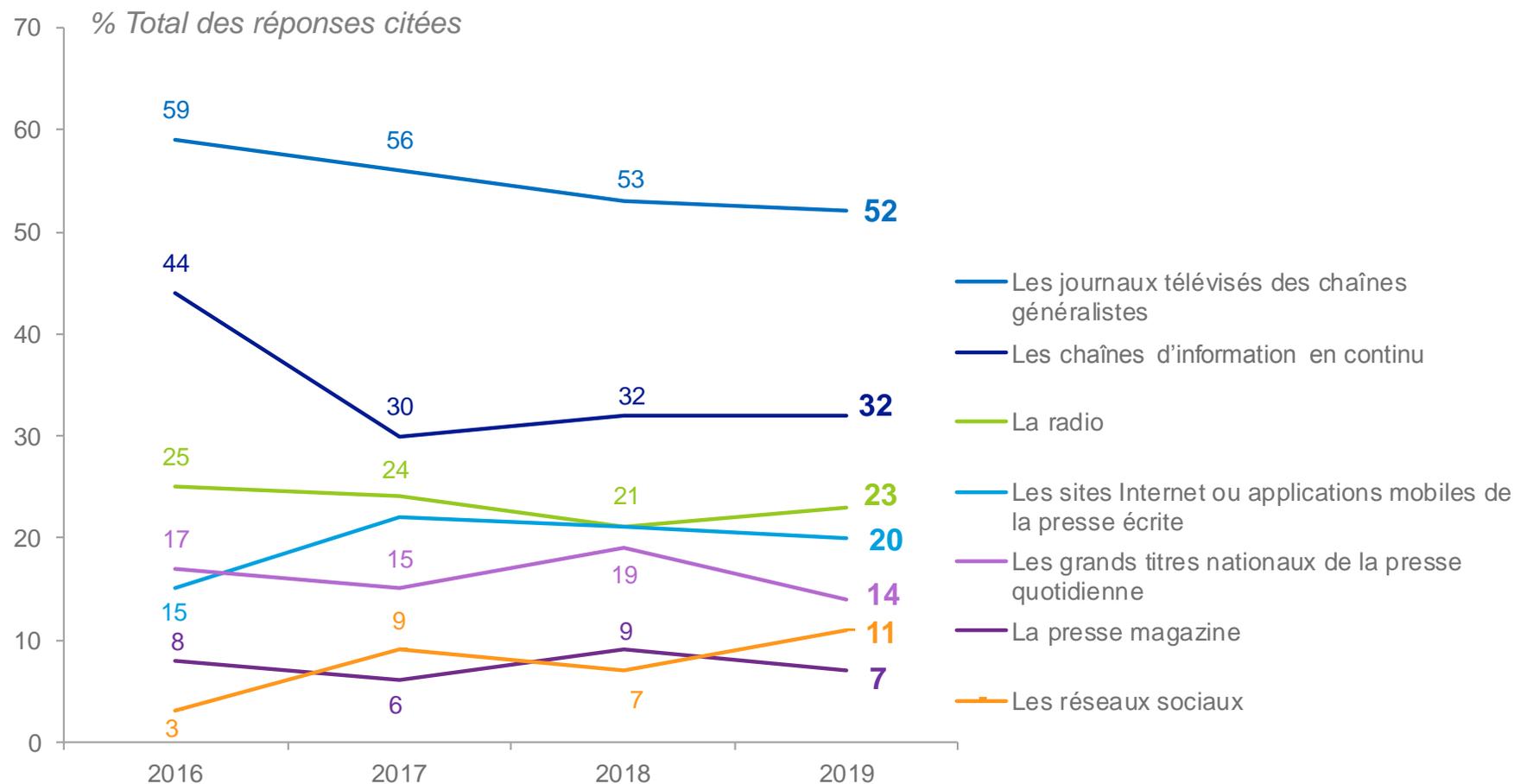


Base : Ensemble

*Nouvel item

L'évolution de l'approfondissement de l'information

Et de manière générale, vers quelle source d'informations vous tournez-vous le plus souvent pour approfondir certains sujets de l'actualité nationale ou internationale ? En premier ? Et en second ?

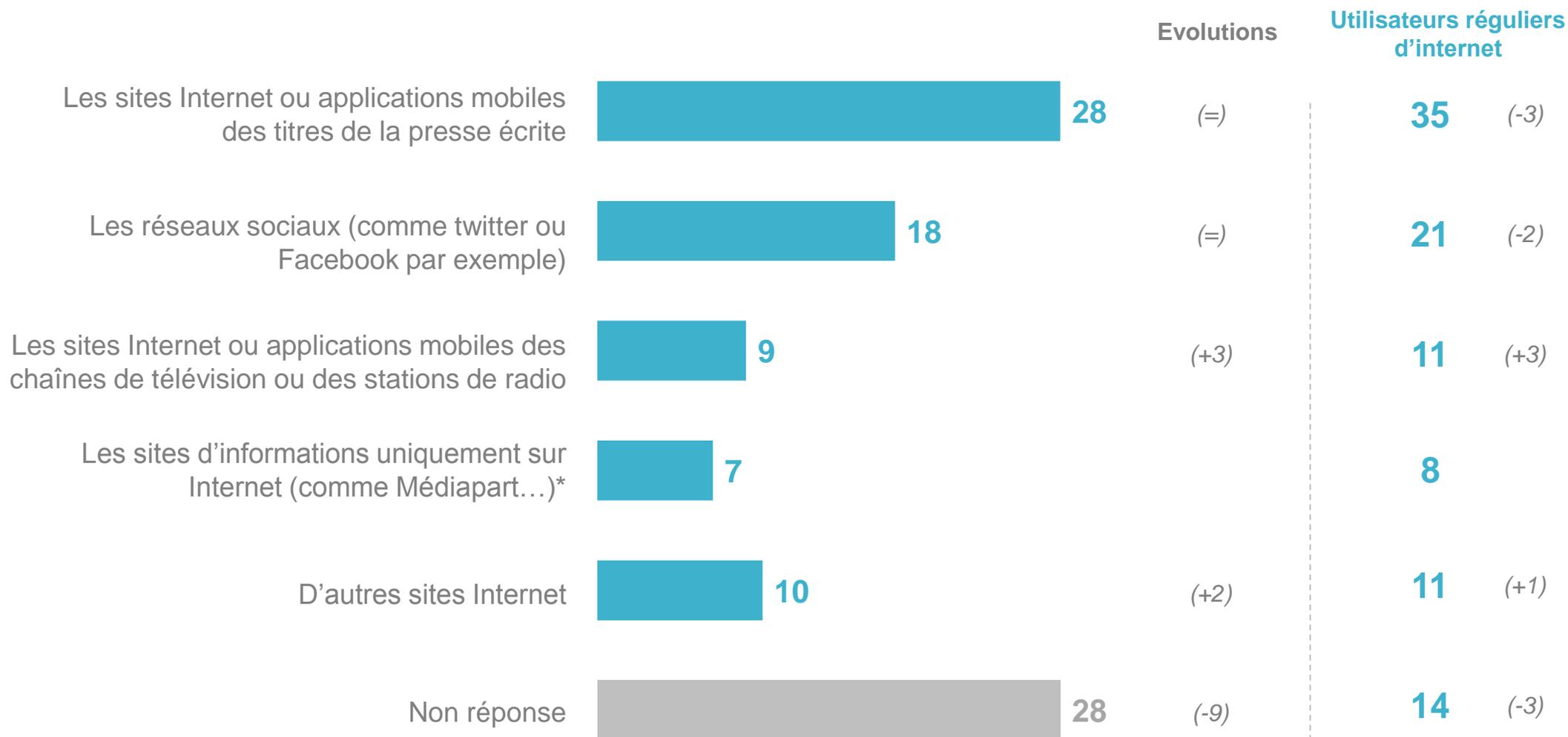


Base : Ensemble

Les sources d'informations sur Internet



Plus précisément sur Internet, quelle est votre principale source d'informations ?



Base : Ensemble

*Nouvel item

3

Le traitement médiatique de quelques grands événements de 2018

Définition des UBM : unités de bruits médiatique

KANTAR MEDIA

L'**UBM** (Unité de Bruit Médiatique) est un **indicateur global d'impact médiatique** offline et online.

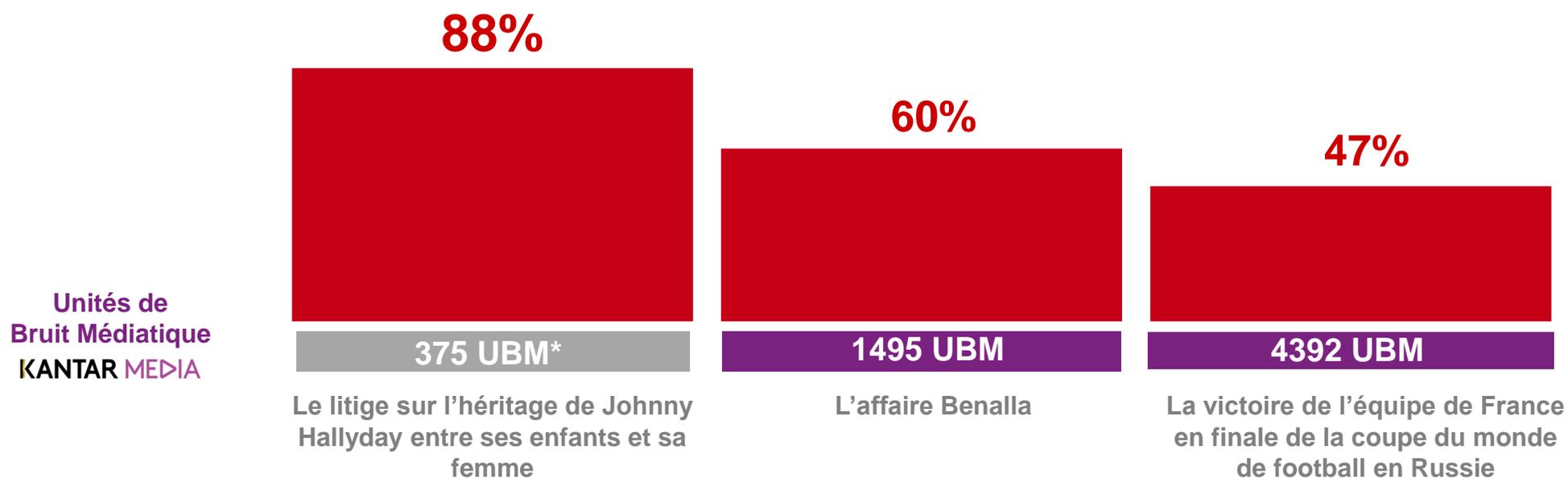
- Il quantifie le **nombre d'individus potentiellement exposés à une information** en France, quelle que soit la source de l'information et sur l'ensemble des canaux médiatiques, traditionnels ou digitaux.
- Il s'exprime en pourcentage de la population française exposée : **1 UBM correspond à 1% de la population française potentiellement exposée à un sujet** dans les médias.
- L'analyse des médias traditionnels est effectuée sur un **corpus de 120 supports généralistes**, leaders en audience, en **presse écrite et online, Radio et Télévision**.

Le litige sur l'héritage de Johnny Hallyday, l'affaire Benalla et la victoire de l'équipe de France en finale de la coupe du monde : les trois sujets dont on a **trop parlé** en 2018 selon les Français

Estimez-vous que les media d'une façon générale, en 2018, ont trop parlé, pas assez ou comme il faut des choses suivantes ?



Les trois évènements dont on a trop parlé



Note de lecture Unités de Bruit Média (UBM)

En **violet**, surexposition médiatique (score supérieur à la médiane des événements de l'année)

En **gris**, sous-exposition médiatique (score inférieur à la médiane des événements de l'année)

Avec **100 UBM**, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler du sujet durant la journée / Avec **500 UBM**, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler 5 fois du sujet durant la journée / Avec **1000 UBM**, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler 10 fois du sujet durant la journée.

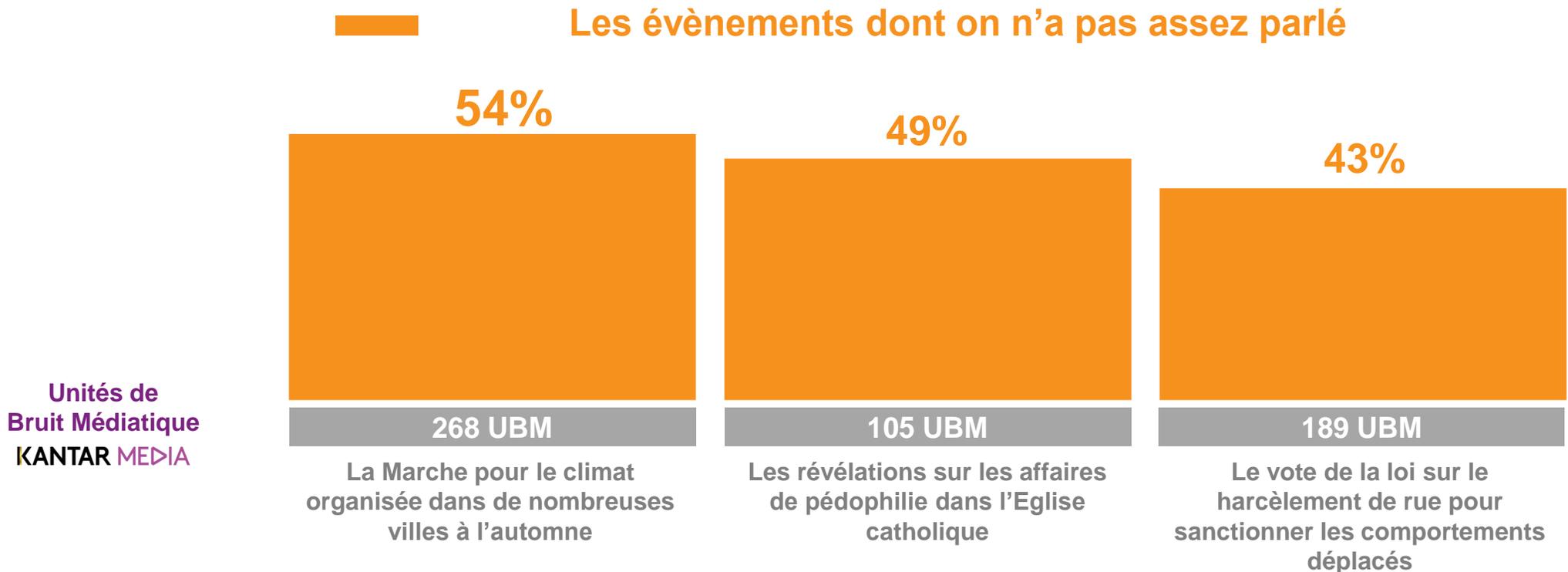
Médiane des évènements marquants de l'année (sur 24h) : **553 UBM**

Base : Ensemble

*Effet de « longue traîne » : le sujet est présent en continu dans l'actualité depuis 13 mois

La Marche pour le climat, les révélations sur les affaires de pédophilie dans l'Eglise catholique et le vote de la loi sur le harcèlement de rue : les sujets dont on n'a pas assez parlé en 2018

Estimez-vous que les media d'une façon générale, en 2018, ont trop parlé, pas assez ou comme il faut des choses suivantes ?



Note de lecture Unités de Bruit Média (UBM)

En violet, surexposition médiatique (score supérieur à la médiane des événements de l'année)

En gris, sous-exposition médiatique (score inférieur à la médiane des événements de l'année)

Avec 100 UBM, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler du sujet durant la journée / Avec 500 UBM, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler 5 fois du sujet durant la journée / Avec 1000 UBM, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler 10 fois du sujet durant la journée.

Médiane des événements marquants de l'année (sur 24h) : 553 UBM

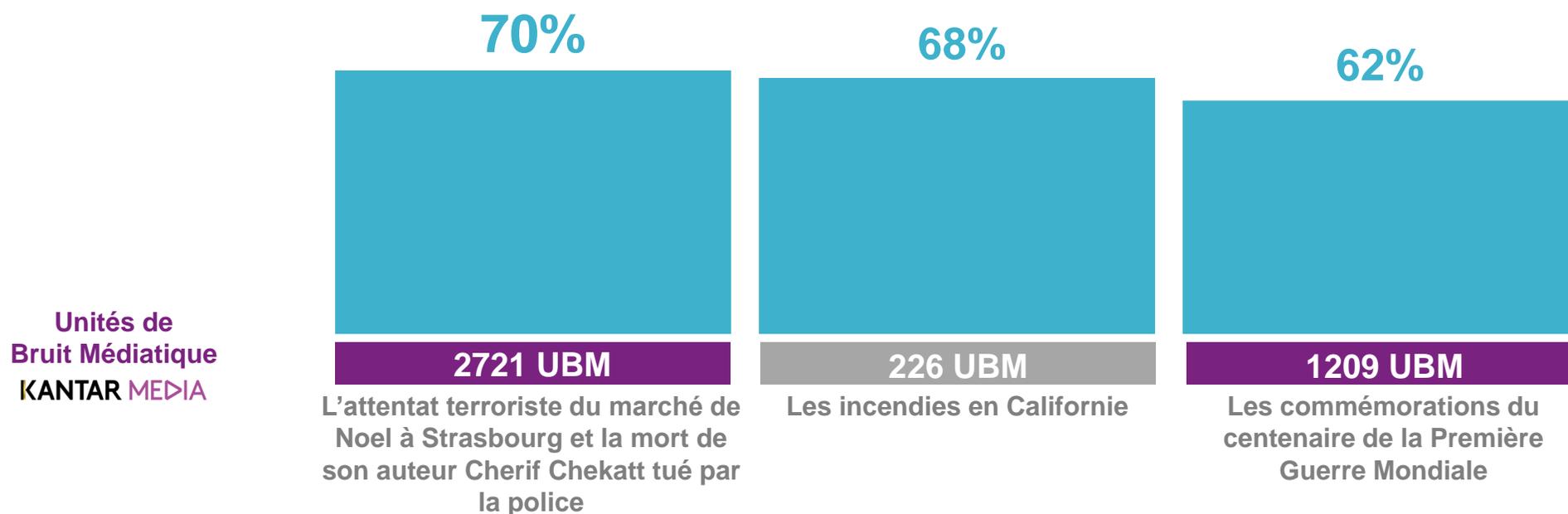
Base : Ensemble

L'attentat terroriste du marché de Noël de Strasbourg, les incendies en Californie et les commémorations du centenaire de la Première Guerre Mondiale : les trois sujets dont on a **parlé comme il faut** en 2018

Estimez-vous que les media d'une façon générale, en 2018, ont trop parlé, pas assez ou comme il faut des choses suivantes ?



Les trois évènements dont on a parlé comme il faut



Unités de
Bruit Médiatique
KANTAR MEDIA

Note de lecture Unités de Bruit Médiatique (UBM)

En violet, surexposition médiatique (score supérieur à la médiane des événements de l'année)

En gris, sous-exposition médiatique (score inférieur à la médiane des événements de l'année)

Avec **100 UBM**, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler du sujet durant la journée / Avec **500 UBM**, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler 5 fois du sujet durant la journée / Avec **1000 UBM**, tout se passe comme si chaque Français de 15 ans et plus avait entendu parler 10 fois du sujet durant la journée.

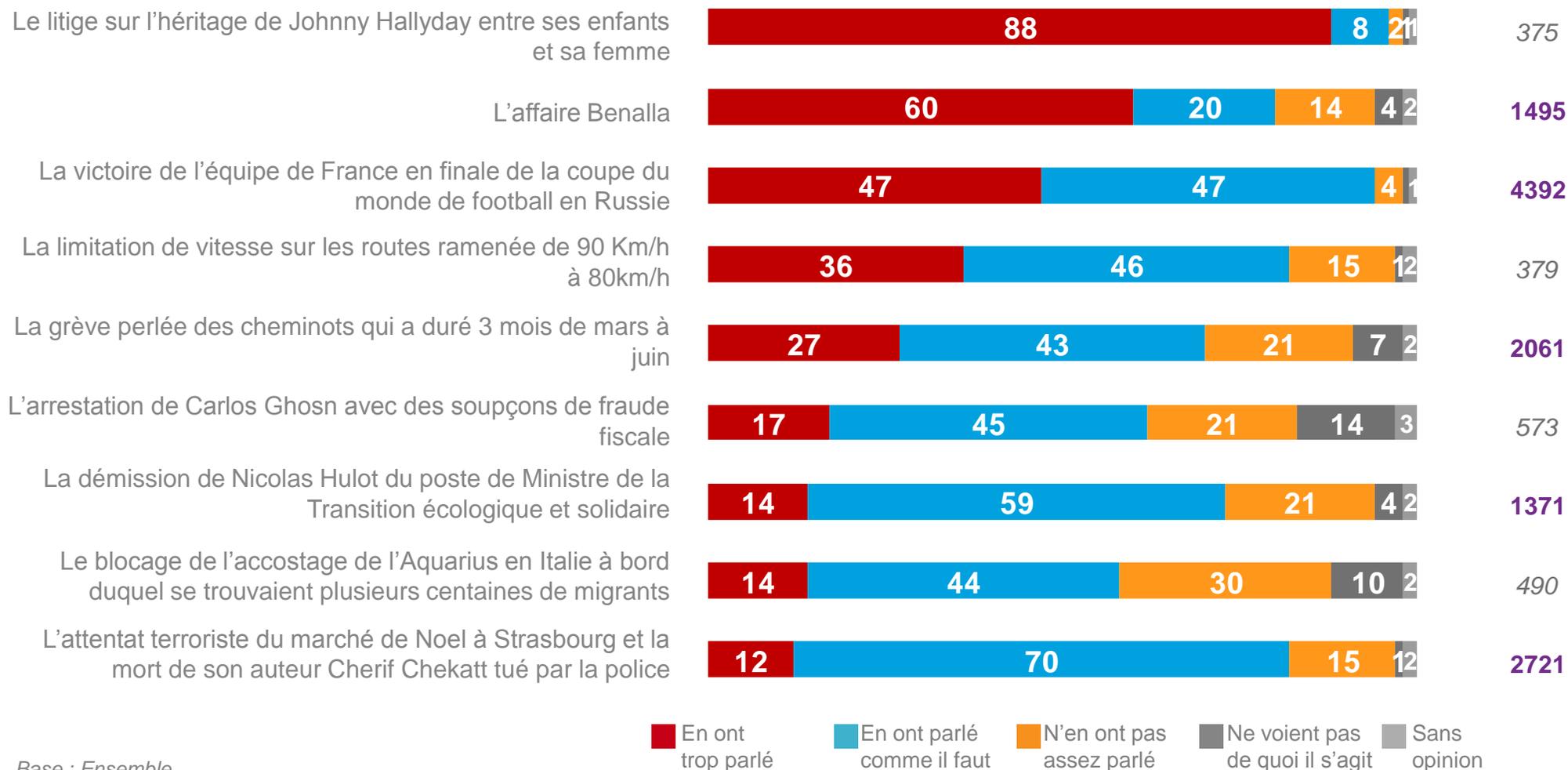
Médiane des événements marquants de l'année (sur 24h) : **553 UBM**

Base : Ensemble

Les événements ayant marqué 2018 (1/2)

Estimez-vous que les media d'une façon générale, en 2018, ont trop parlé, pas assez ou comme il faut des choses suivantes ?

Unités de
Bruit Médiatique
KANTAR MEDIA

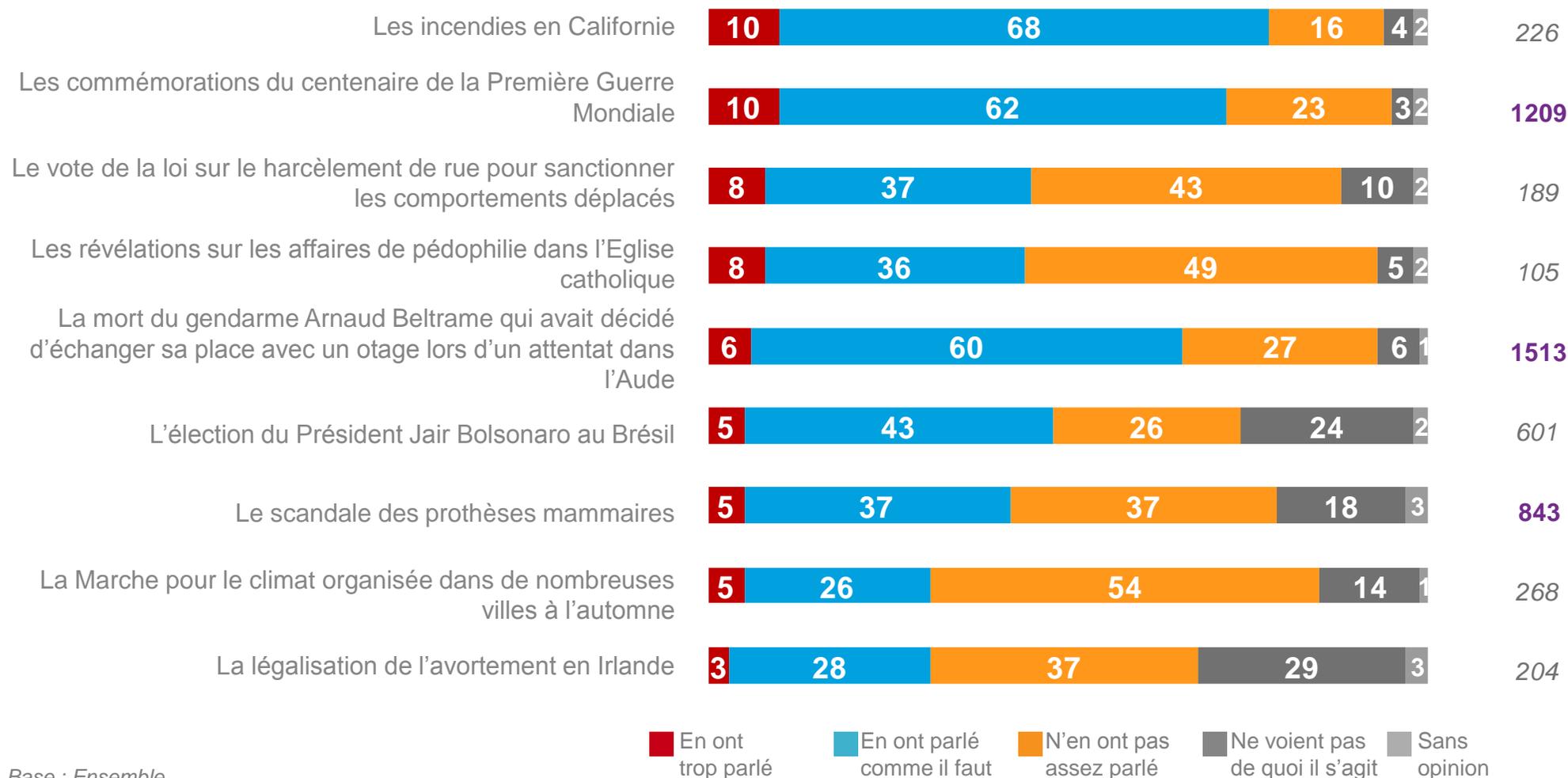


Base : Ensemble

Les événements ayant marqué 2018 (2/2)

Estimez-vous que les media d'une façon générale, en 2018, ont trop parlé, pas assez ou comme il faut des choses suivantes ?

Unités de
Bruit Média
KANTAR MEDIA



Base : Ensemble

Le traitement par les médias de deux grands sujets de société

Dans l'ensemble, diriez-vous que les deux sujets suivants sont bien traités ou mal traités par les médias ?

■ Ni bien, ni mal ■ Très mal traité ■ Plutôt mal traité ■ Plutôt bien traité ■ Très bien traité

Mal traité

Les violences faites aux femmes

Bien traité

50%



41%

Le dérèglement climatique et ses conséquences

57%



32%

Base : Ensemble

Sans opinion : 3%

4

Focus sur les réseaux sociaux

La confiance dans les informations qui circulent sur les réseaux sociaux



Avez-vous confiance dans les informations qui circulent sur les réseaux sociaux (comme twitter ou Facebook par exemple)...



Pas confiance

Confiance



...quand elles sont publiées par un « ami » ?

67%

(+1)



17%

(+1)

...quand elles proviennent d'un site d'informations d'un média, de la presse écrite ou audiovisuelle ?

48%

(+3)



36%

(-2)

■ Non réponse ■ Pas du tout confiance ■ Plutôt pas confiance ■ Plutôt confiance ■ Tout à fait confiance

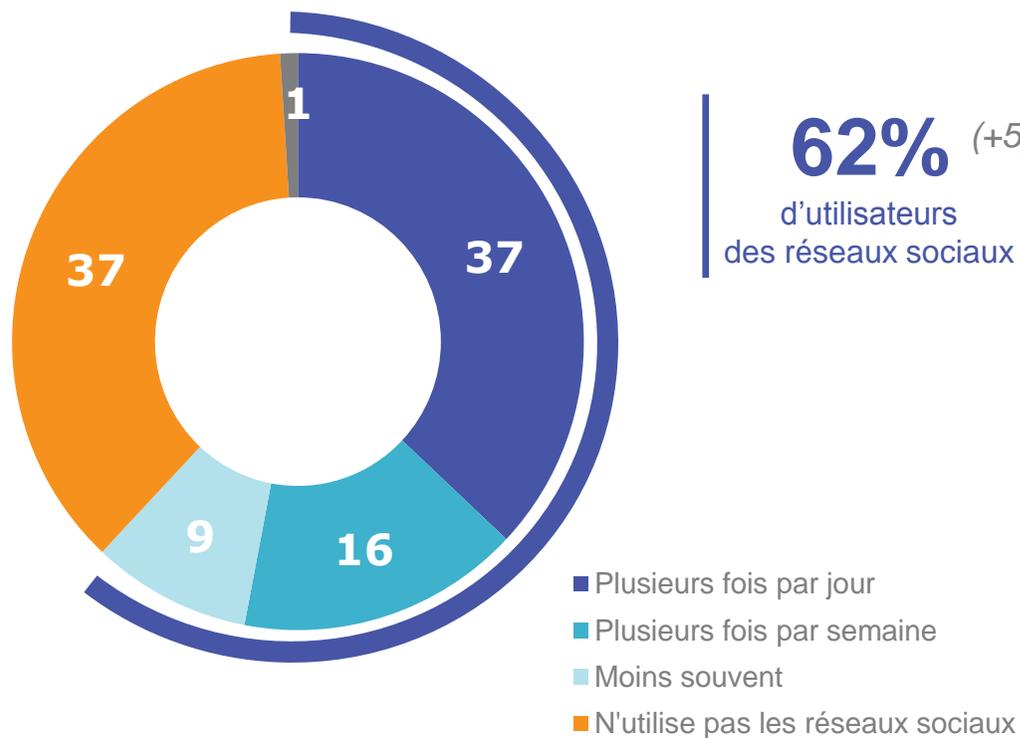
Base : Ensemble

Les informations partagées sur les réseaux sociaux



Durant les 12 derniers mois, en moyenne, à quelle fréquence avez-vous utilisé les réseaux sociaux (comme twitter ou Facebook par exemple)?

Base : Ensemble



Sur les réseaux sociaux, avant de partager une information :

Base : Utilisateurs des réseaux sociaux

17%
disent ne pas partager d'information sur les réseaux sociaux

■ Sans opinion ■ Jamais ■ Rarement ■ Souvent ■ Toujours

Faites-vous attention à son émetteur, c'est-à-dire la personne ou le média qui l'a publiée en premier?*

ST
Au moins souvent



Lisez-vous la totalité de son contenu?



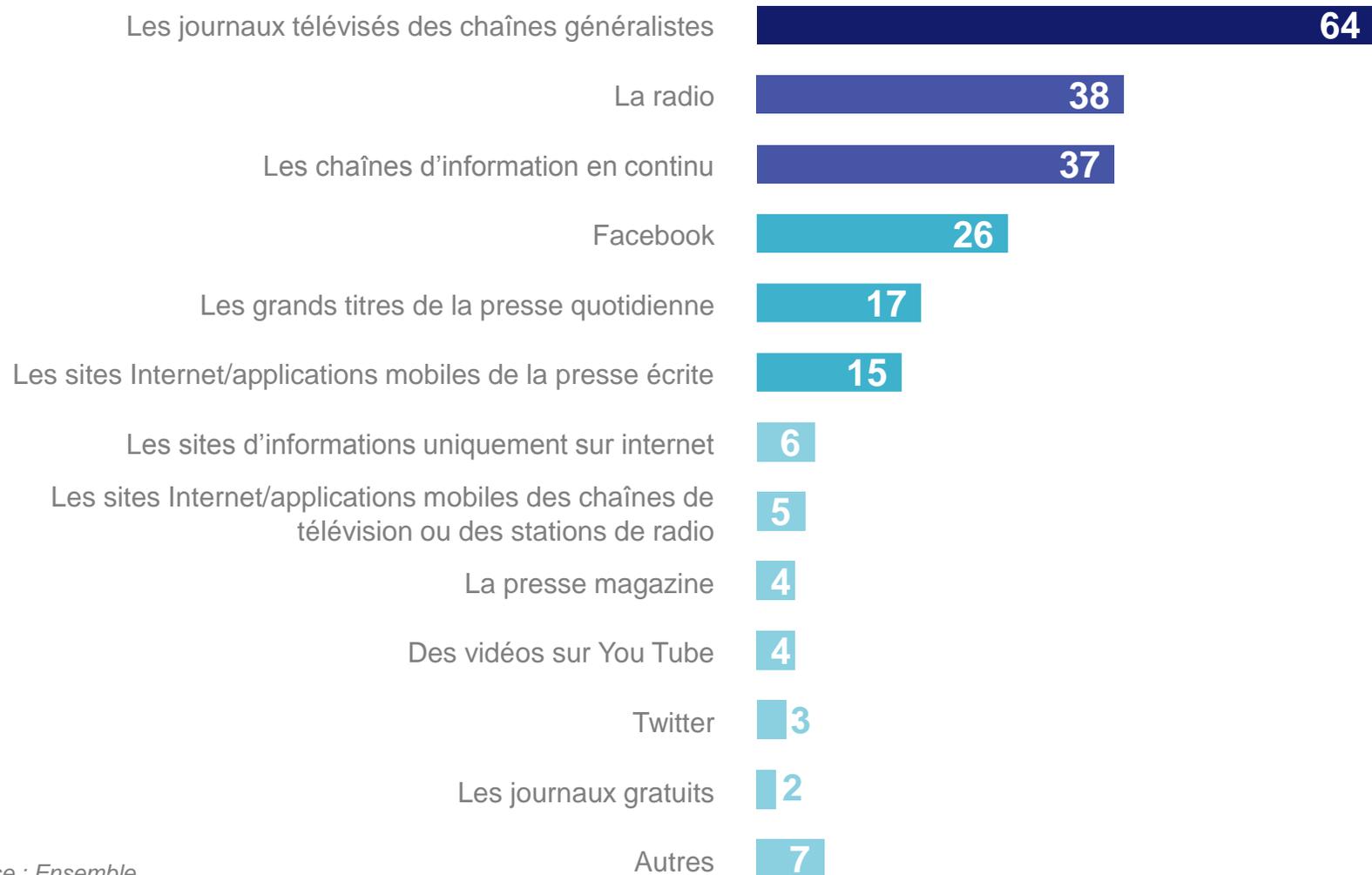
* En janvier 2018, la question était : « Faites-vous confiance à son émetteur ? »

5

Le traitement du Mouvement des gilets jaunes

Les sources d'informations sur le mouvement des gilets jaunes et les manifestations

Comment vous êtes-vous informé(e) principalement sur le mouvement des gilets jaunes et les manifestations ?

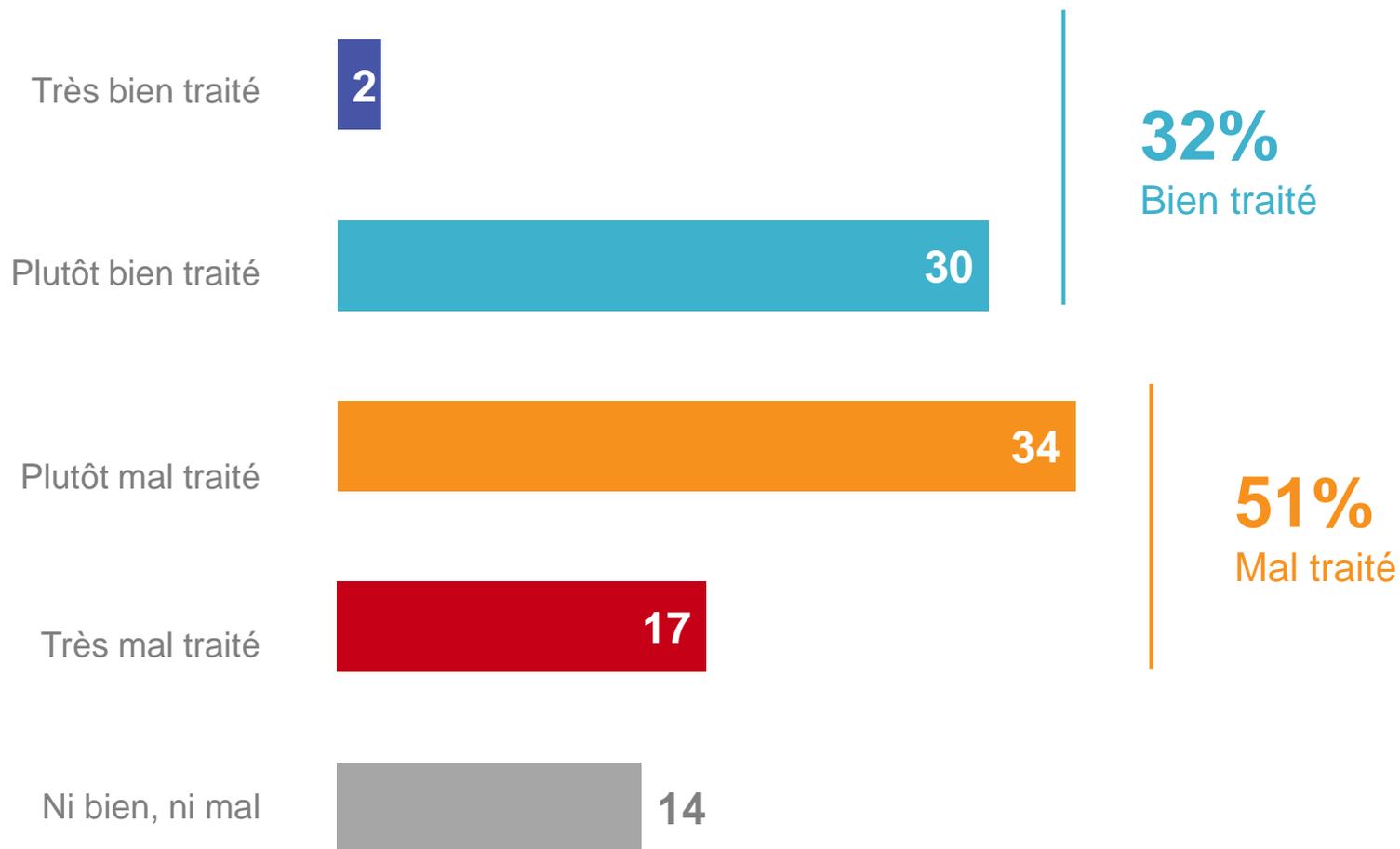


Base : Ensemble

Sans opinion : 1%

Le traitement du mouvement des gilets jaunes par les médias

Dans l'ensemble, diriez-vous que le mouvement des gilets jaunes est un sujet bien traité ou mal traité par les médias?

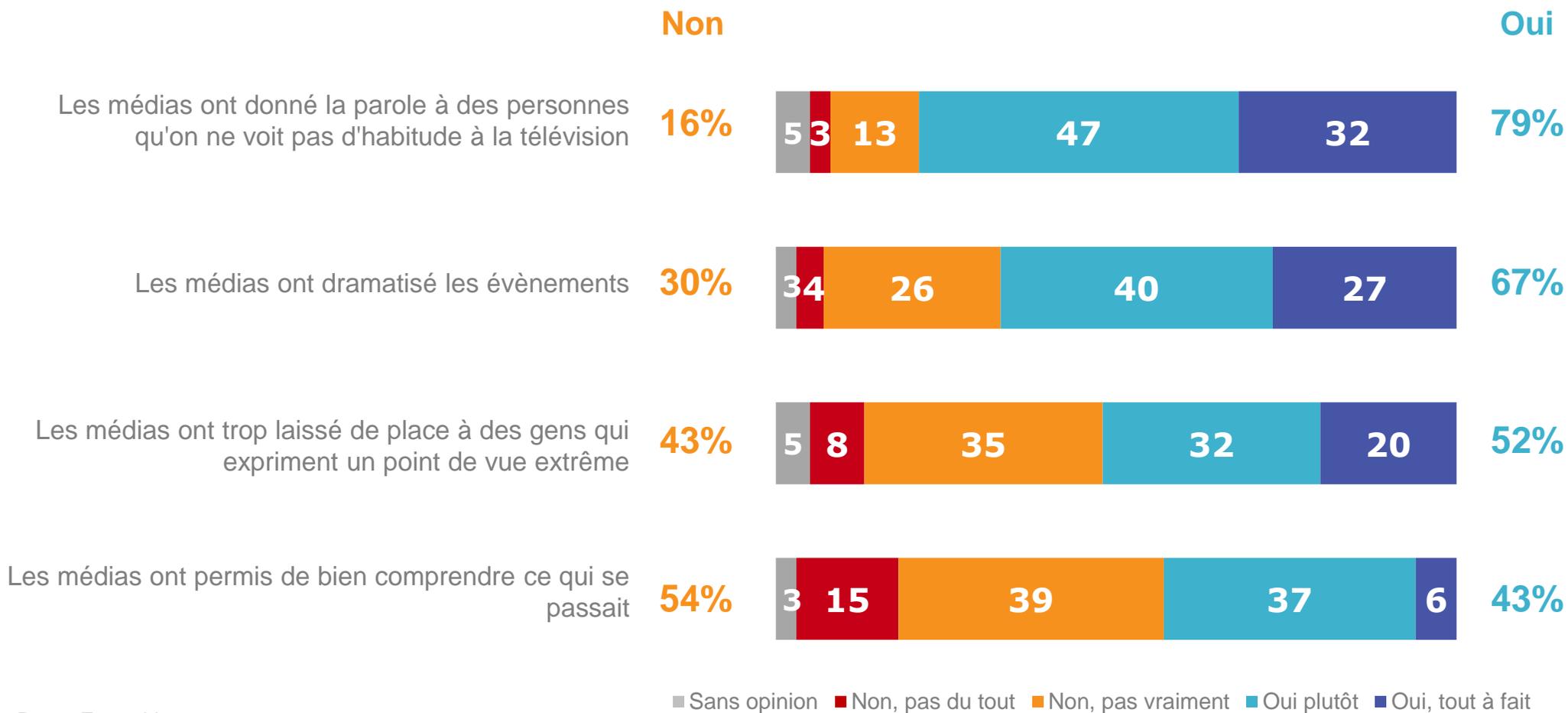


Base : Ensemble

Sans opinion : 3%

L'opinion sur la manière de traiter le mouvement des gilets jaunes dans les médias

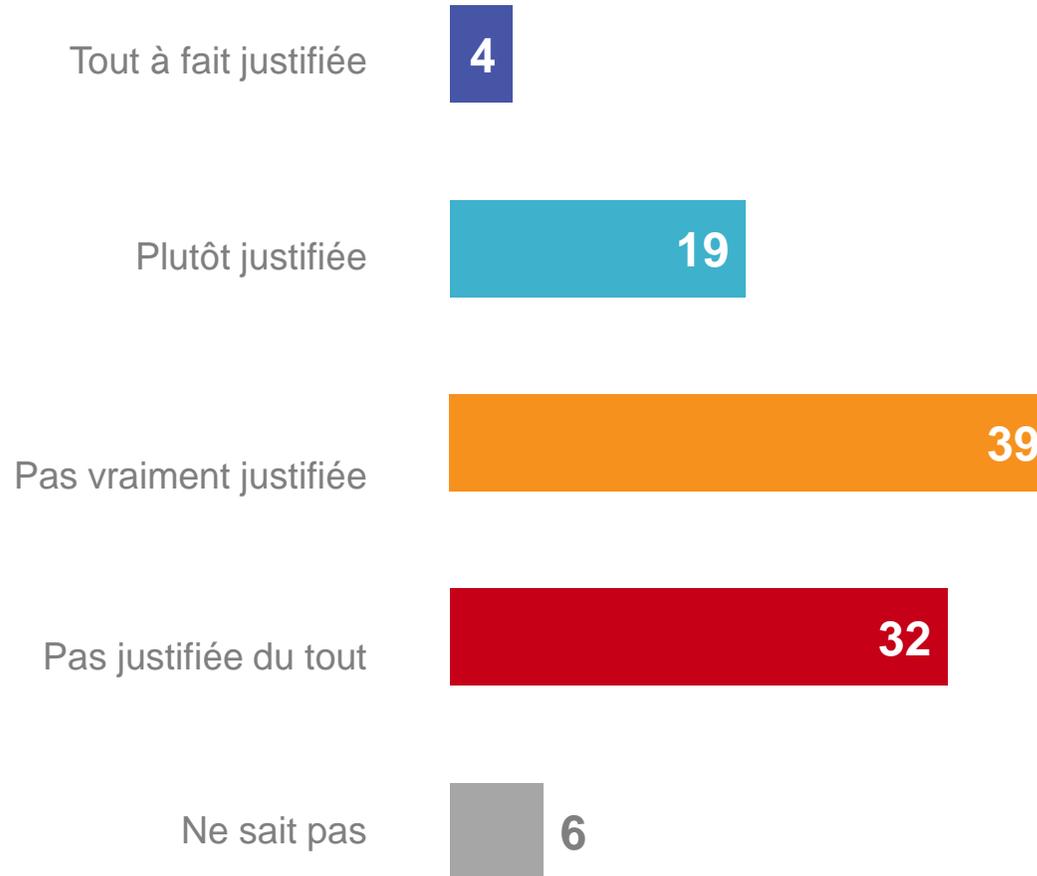
Plus précisément, diriez-vous que dans la manière dont ils ont traité le mouvement des gilets jaunes ?



Base : Ensemble

L'opinion sur l'attitude à l'égard des journalistes pendant le mouvement des gilets jaunes

A l'occasion du mouvement des gilets jaunes, les journalistes ont été la cible d'un certain nombre de critiques et même d'agressivité. Vous-mêmes, considérez-vous cette attitude à l'égard des journalistes au cours de la séquence comme étant...?



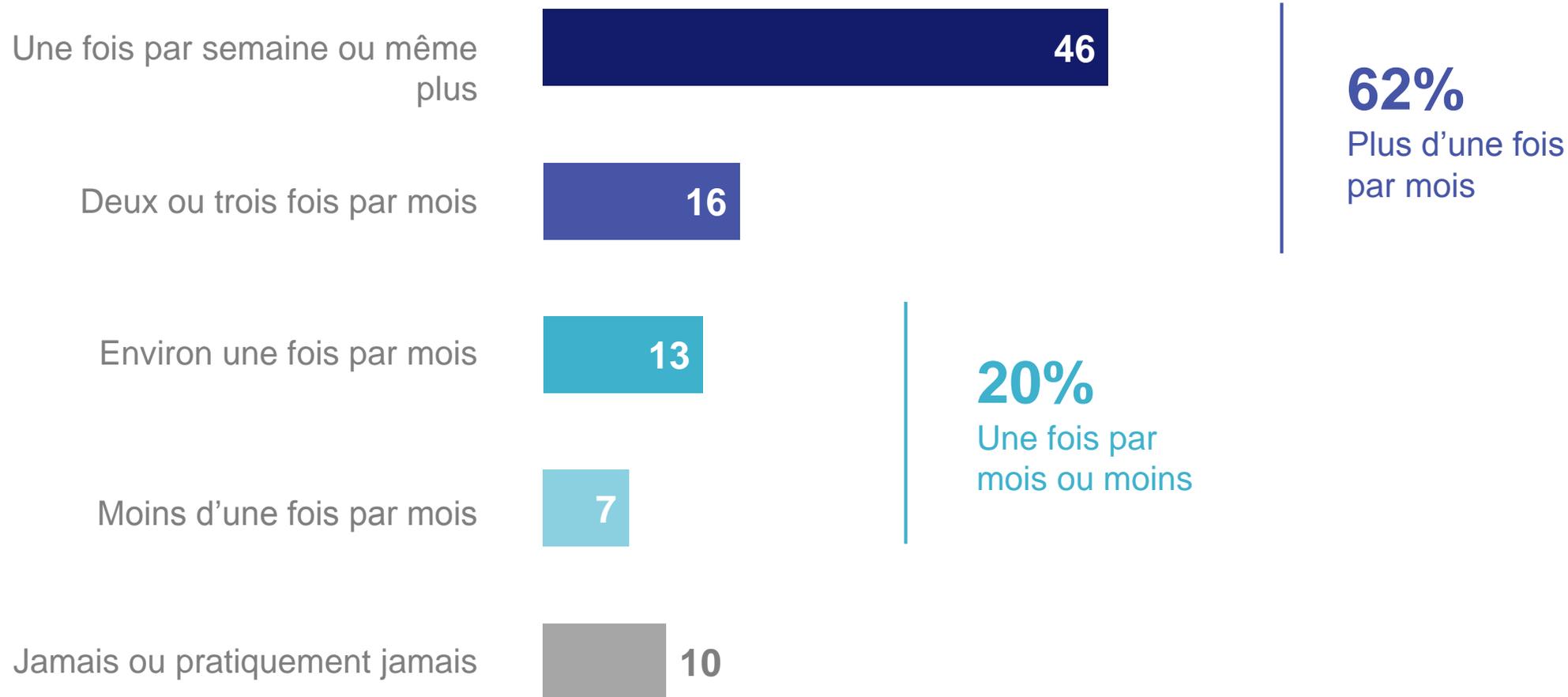
Base : Ensemble

6

Les Fake news

La fréquence des Fake news

A quelle fréquence, diriez-vous que vous êtes confronté à des informations qui déforment la réalité ou qui sont même fausses?



Base : Ensemble

Sans opinion : 8%

Les acteurs qui devraient agir contre la propagation des Fake news

Les informations qui déforment la réalité ou qui sont fausses sont appelées les « fake news ». Selon vous, quelles sont les acteurs qui devraient agir contre la propagation de ces « fake news » ?



Base : Ensemble

Sans opinion : 6%

7

Annexe

La lecture de la presse

Vous arrive t-il de lire un quotidien national ou régional, ou un magazine, d'information générale, qu'il s'agisse de la version papier ou du site internet du journal ?

Oui, au moins de temps en temps, même rarement **77%** (-1)



Régulièrement

36%

(=)



De temps à autre

27%

(=)



Rarement

14%

(-1)



Jamais

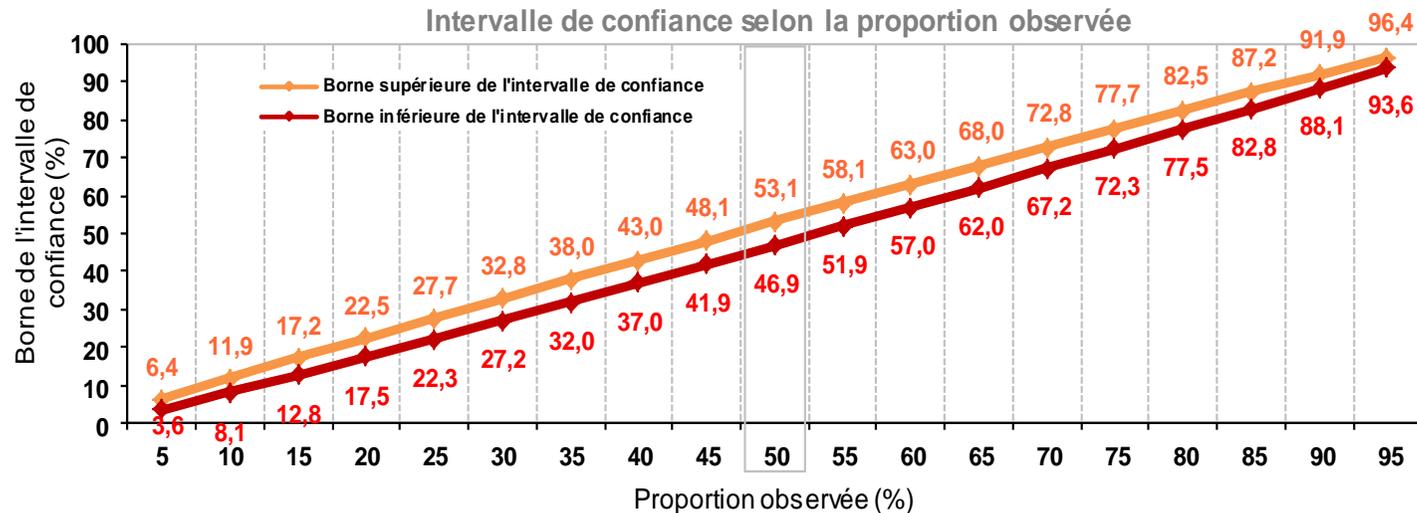
23%

(+2)

Base : Ensemble

Précisions techniques

- Les résultats de cette étude sont soumis aux marges d'erreur, comme toute enquête quantitative réalisée par sondage.
- Les marges d'erreurs données dans les sondages se basent sur l'hypothèse d'un échantillonnage aléatoire. Si les marges d'erreurs réelles dans les sondages dont l'échantillonnage est construit selon la méthode des quotas ne sont pas mesurables scientifiquement, on estime en pratique qu'elles sont proches de celles calculées dans le cas d'un échantillonnage aléatoire.
- La marge d'erreur dépend de la taille de la population, ainsi que de la proportion à laquelle on l'applique.
- Pour cette étude qui a été réalisée sur 1000 individus : une répartition de 50% / 50% a une précision de $\pm 3,1\%$. Autrement dit, il y a 95% de chances que la proportion réelle dans l'ensemble de la population soit comprise entre $50-3,1\%$ et $50+3,1\%$, la proportion la plus probable étant 50%.
- Pour un échantillon de 1000 individus, à 95% de confiance les intervalles de confiance selon les proportions observées sont :



Merci

Carine Marcé

carine.marce@kantarpublic.com

01 40 92 44 92

Anne Hipolite

anne.hipolite@kantarpublic.com

01 40 92 47 33

Claire Darrigade

claire.darrigade@tns-sofres.com

01 40 92 44 37

Kantar Public | 3 avenue Pierre Masse 75014 Paris | 01 40 92 66 66

KANTAR SOFRES

KANTAR MEDIA

Janvier 2019

LA CROIX