

Information : cinquante nuances de défiance

Les Français face
à la désinformation

LAURENCE DE NERVAUX ET TRISTAN GUERRA



**Destin
Commun**
More in Common France

Février 2023

Information : cinquante nuances de défiance

Les Français face
à la désinformation

LAURENCE DE NERVAUX
ET TRISTAN GUERRA

Méthodologie et périmètre de l'étude

Les données empiriques de cette étude proviennent

- d'une enquête par sondage à visée comparative.
- de la compilation de plusieurs séries de groupes de discussion conduits par Destin Commun tout au long de l'année 2022.

Les données de l'étude par sondage reposent sur une enquête auto-administrée en ligne réalisée par l'institut YouGov du 19 au 26 juillet 2022 auprès d'un échantillon représentatif de la population française composé de 2 193 personnes âgées de 18 ans et plus (France métropolitaine). L'échantillon a été constitué à l'aide de la méthode des quotas et est redressé sur la base du sexe, de l'âge, de la catégorie socio-professionnelle, du diplôme, de la région, de la catégorie d'agglomération et du vote au premier tour de l'élection présidentielle de 2022.

Des enquêtes miroir comparatives ont été menées simultanément en Allemagne, au Royaume-Uni et en Pologne.

Les verbatim sont issus de plusieurs séries de groupes de discussion conduits au printemps et à l'automne 2022 par Destin Commun avec l'institut Kantar Public France auprès des différentes familles de valeurs identifiées par Destin Commun. Les échanges dans ces groupes concernaient des thématiques variées : réaction à la guerre en Ukraine, participation civique et abstention électorale, pouvoir d'achat et inégalités, rapport à l'énergie et à l'environnement. Les enquêtes sur ces différents sujets ont aussi été l'occasion d'analyser le rapport des Français à l'information.

Introduction

La lecture par les citoyens de l'actualité telle qu'elle est présentée par les médias conditionne largement l'acceptabilité sociale des politiques publiques, et donc notre capacité à faire face collectivement aux grands défis de notre temps. Elle affecte aussi notre cohésion en tant que société. Or de nombreux rapports et enquêtes font état d'une faible confiance des Français dans les médias¹. En France, la confiance accordée aux différentes sources d'information s'est même encore étiolée au cours des dernières années². Selon nos récentes études, seul un Français sur quatre faisait confiance aux journalistes en 2022³. Une part de plus en plus importante des citoyens s'informent de l'actualité sur les réseaux sociaux⁴, où se répandent le plus de contenus susceptibles d'être porteurs de fausses informations⁵, tandis qu'une large proportion de la population, captive des chaînes d'information en continu, oscille entre l'addiction et la défiance.

Après l'expérience de la « post-vérité » pratiquée aux Etats-Unis par Donald Trump, la pandémie de Covid-19 a sensibilisé le grand public à la problématique de la désinformation et de ses conséquences les plus néfastes sur la santé publique et sur la démocratie. Autrefois enjeu marginal du débat public, qui ne préoccupait guère que les avertis de l'économie numérique et les psychologues sociaux, la désinformation se trouve aujourd'hui au carrefour de toutes les lignes de conflits de nos sociétés, des vaccins à la guerre en Ukraine, en passant par la lutte contre le changement climatique.

Autrefois enjeu marginal du débat public, qui ne préoccupait guère que les avertis de l'économie numérique et les psychologues sociaux, la désinformation se trouve aujourd'hui au carrefour de toutes les lignes de conflits de nos sociétés, des vaccins à la guerre en Ukraine, en passant par la lutte contre le changement climatique.

1 • Seul un tiers (34%) des Français déclarent avoir plutôt confiance dans les médias dans la dernière édition du baromètre de la confiance politique du Cevipof paru en juin 2022.

2 • Voir l'indice de confiance générale dans les médias calculé par le Reuters Institute qui est passé de 38% en 2015 à 29% en 2022. Rapport du Reuters Institute d'Oxford, Digital News Report 2022, p. 79.

3 • Étude « Naviguer en eaux troubles », Destin Commun, février 2022.

4 • Selon le Baromètre de la confiance dans les médias de La Croix réalisé par Kantar et one point (Janvier 2023), l'utilisation quotidienne des réseaux sociaux comme source d'information (36%) est largement supérieure à celle des sites et applis de la presse nationale (25%) ou régionale (28%).

5 • S'agissant d'internet, le décalage entre le déclaratif des sites consultés, mesuré dans les enquêtes par sondage, et la réalité des pratiques, est extrêmement difficile à mesurer. De récents travaux de recherche indiquent néanmoins que, même sur internet, les sites des médias traditionnels semblent tout de même demeurer la principale source d'information des Français. Voir Laurent Cordonier et Aurélien Brest, « Comment les Français s'informent-ils sur internet ? Analyse des comportements d'information et de désinformation en ligne », Fondation Descartes, 2021.

Elle revêt aussi une dimension éminemment politique, et sa politisation alimente de dangereuses dynamiques de polarisation : d'un côté, l'exploitation de la défiance envers les médias par les forces populistes alimente ce que certains considèrent comme une forme de « déconsolidation démocratique »⁶, et de l'autre, l'accusation de complotisme parfois utilisée pour jeter l'anathème et discréditer des adversaires politiques ou des groupes contestataires peut renforcer une perception de déni, qui alimente la défiance.

Au-delà des discours partisans, comment le phénomène de la désinformation est-il perçu par les Français, et quelle importance lui accordent-ils ?

Si l'adhésion à des contenus relevant de la désinformation est communément considérée comme une dérive, pour comprendre ses ressorts, il est essentiel d'analyser d'abord finement le rapport des Français à l'information et aux médias. Ainsi dans cette étude, nous évaluons dans un premier temps la relation des Français à l'information, puis leur appréhension de la désinformation, avec un regard spécifique sur les réseaux sociaux. Nos analyses s'appuient sur une vaste enquête comparative déclinée dans quatre pays européens, et sur des résultats d'enquêtes qualitatives issues d'une série de groupes de discussions réunis au fil de l'année 2022. Cette analyse apporte un éclairage inédit sur les perceptions de ce sujet au sein des différents groupes de valeurs qui composent la société française, et sur l'incidence de différents facteurs (socio-économiques, valeurs, comportements politiques) sur la relative sensibilité à la désinformation. En l'occurrence, on observe dans le rapport à l'information et à la désinformation, des écarts bien plus significatifs entre les différents groupes de valeurs que ceux que l'on observe à partir d'une analyse socio-démographique classique. Cette lecture permet d'élaborer une typologie des différents rapports à l'information au sein de la société française, qui laisse apparaître un continuum de la défiance.

On observe dans le rapport à l'information et à la désinformation, des écarts bien plus significatifs entre les différents groupes de valeurs que ceux que l'on observe à partir d'une analyse socio-démographique classique. Cette lecture permet d'élaborer une typologie des différents rapports à l'information au sein de la société française, qui laisse apparaître un continuum de la défiance.

6 • Steven Levitsky et Daniel Ziblatt, *La mort des démocraties*, Calman Levy, 2019.

Les familles de valeurs de Destin Commun

L'approche de Destin Commun consiste à analyser les lignes de fracture qui traversent la société française et à identifier les opportunités de rassemblement, à travers une méthodologie originale fondée sur la recherche en psychologie sociale.

À partir d'une enquête quantitative menée en ligne auprès de 6 000 personnes⁷ avec Kantar Public France, Destin Commun a élaboré fin 2019 une segmentation attitudinale de la société française, à partir d'une batterie de plus de soixante questions ayant trait à différentes dimensions de la personnalité et de la psychologie des individus, et de leur rapport à autrui et à la société, notamment :

- **Les affiliations de groupes**
- **La prédisposition autoritaire**
- **Le modèle de parentalité**
- **Le rapport à la menace, à l'optimisme et au pessimisme**
- **Le rapport à l'agentivité et à la responsabilité individuelle**
- **Les fondements moraux (équité, bienveillance, autorité, loyauté, pureté)**
- **La sensibilité au changement culturel**
- **Le degré d'engagement politique et citoyen**

Si les indicateurs socio-démographiques ne sont pas utilisés pour élaborer la segmentation, ils sont en revanche mobilisés dans l'analyse a posteriori, au même titre que l'auto-positionnement politique.

Nous avons réalisé l'analyse typologique en employant une méthode appelée classification hiérarchique ascendante (cluster analysis). Elle consiste à regrouper les individus qui répondent de façon similaire à une série de questions. Les groupes ainsi formés sont alors aussi différents que possible les uns des autres. Chaque segment constitue donc un groupe d'individus dont les systèmes de valeurs sont très homogènes, mais pouvant s'opposer de manière plus ou moins frontale avec les autres groupes.

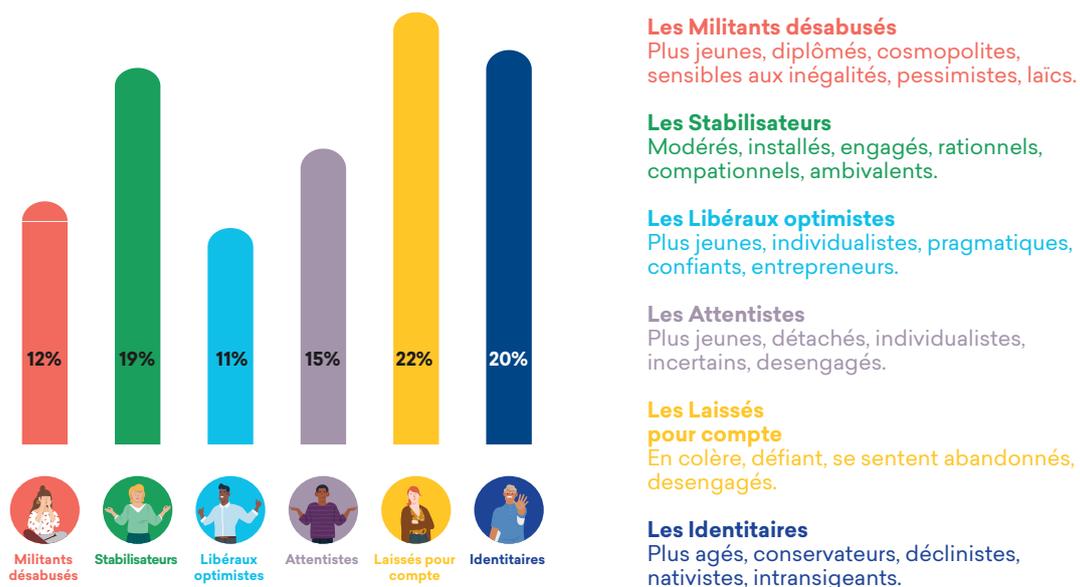
Cette approche se démarque des grilles d'analyse traditionnelles qui mobilisent principalement des indicateurs sociodémographiques (âge, revenus, profession, niveaux de diplôme, etc.). Elle permet aussi, contrairement à l'approche qui sous-tend les enquêtes d'opinion traditionnelles, de dépasser l'analyse des opinions

7 • Échantillon représentatif de la population française selon la méthode des quotas.

majoritaires, pour décrypter les points de vue des différents groupes, et identifier des lignes de consensus ou de convergence entre différents segments. Au-delà de l'identification des profils qui constituent chaque groupe d'opinion, cette méthode tend à identifier les ressorts profonds de ces opinions et perceptions.

Dans son enquête fondatrice, La France en quête, Destin Commun a identifié six grandes familles de Français, toutes très homogènes en termes de valeurs et de visions du monde : les Militants désabusés, les Stabilisateurs, les Libéraux optimistes, les Attentistes, les Laissés pour compte et les Identitaires.

Chacune de nos enquêtes permet d'observer l'évolution de cette segmentation : depuis 2019, elle est restée globalement stable, les caractéristiques de chaque groupe restant très marquées, et leurs proportions respectives dans l'ensemble de la population ne varient pas davantage que 3 points de pourcentage.



1

La facilité d'accès à l'information sur internet est corrélée à l'intégration citoyenne et politique

S'agissant d'information, le premier enjeu est de pouvoir y accéder. Dans quelle mesure les Français ont-ils le sentiment de pouvoir obtenir des informations qu'ils considèrent comme justes et précises sur les principaux événements qui affectent notre pays ?

Lorsque l'on interroge les Français sur leurs habitudes de consommation médiatique, la télévision demeure le premier canal d'information (51% des Français déclarent s'informer sur l'actualité nationale et internationale d'abord par la télévision), suivie de la presse écrite et en ligne, (16%) puis des réseaux sociaux (13%) et de la radio (13%)⁸. La télévision reste par ailleurs le canal d'information quotidien : 66% des Français déclarent l'utiliser tous les jours ou presque pour s'informer. Dans ces habitudes quotidiennes, les réseaux sociaux tiennent une place de plus en plus prépondérante, avec 37% des répondants qui déclarent les utiliser tous les jours ou presque pour s'informer, devant la radio (34%) et les sites d'informations en ligne (28%)⁹.

Face au fourmillement de l'offre d'informations, les enjeux d'accessibilité et de fiabilité sont majeurs. La question se pose notamment pour l'offre d'information en ligne, qui suppose une recherche autonome, à la différence de la télévision ou de la radio.

Notre enquête quantitative révèle que **dans les quatre pays étudiés, les citoyens s'accordent à dire qu'il est plutôt facile de trouver sur internet des informations exactes sur les grands événements mondiaux**. Une majorité des Français (63%) jugent très facile (11%) ou plutôt facile (52%) de trouver ces informations. On retrouve des proportions comparables dans les autres pays de notre enquête : 58% des Allemands, 67% des Britanniques et 66% des Polonais éprouvent ce même sentiment (graphique 1)¹⁰. **Il est néanmoins possible de voir le verre à moitié vide, puisque plus d'un tiers de la population française (37%) affirme au contraire qu'il lui est difficile d'accéder sur internet à des informations exactes sur ces grands événements**, malgré une offre médiatique en ligne très diversifiée. Il faut par ailleurs noter que 19% de Français déclarent qu'ils ne cherchent pas à s'informer sur ces événements sur internet.

63% des Français jugent très ou plutôt facile de trouver des informations sur internet sur des événements d'actualité, tels que la guerre en Ukraine ou la pandémie de Covid-19.

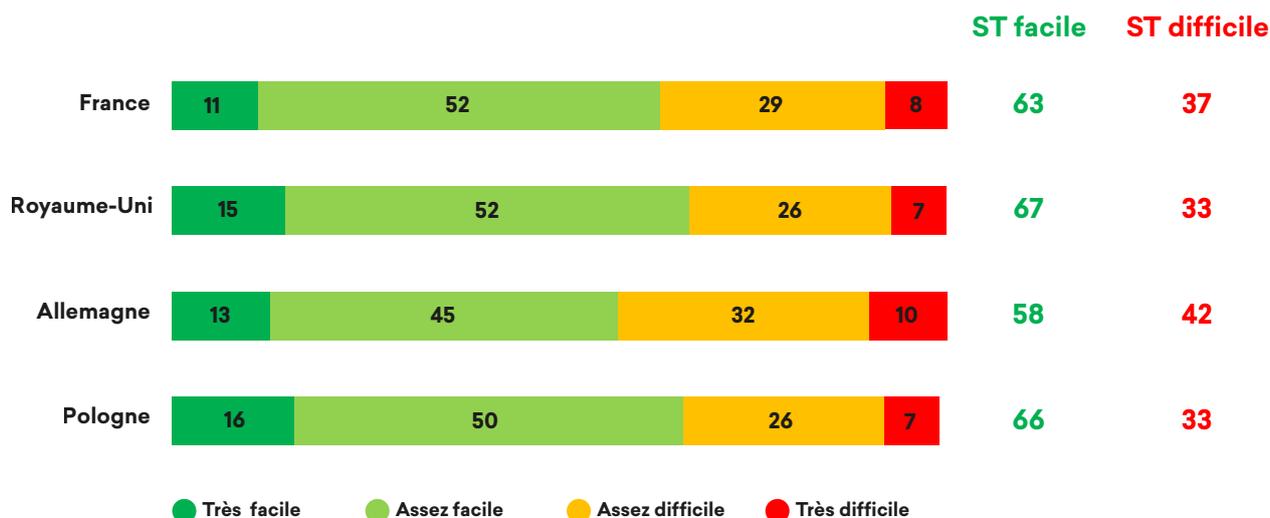
⁸ • Données issues du programme de recherche appliquée « Parlons Climat », initié par Destin Commun. Recherche menée avec Kantar Public France, juin 2022.

⁹ • Là encore, il est difficile d'établir si ces chiffres en déclaratif correspondent aux comportements réels (Cf. L. Cordonier & A. Brest, Fondation Descartes, 2021).

¹⁰ • On sait que les gens ont tendance à surestimer leur capacité à trouver des informations exactes sur des événements importants et saillants. En effet, plusieurs études montrent qu'il y a une frêle relation entre les compétences subjectives en matière de maîtrise de l'information perçues/auto-déclarées par les gens et les compétences objectives, réelles (digital literacy).

GRAPHIQUE 1. PERCEPTION DE LA FACILITÉ D'ACCÈS À DES INFORMATIONS FIABLES SUR INTERNET

Lorsque vous recherchez sur internet des informations sur des événements d'actualité, tels que la guerre en Ukraine ou la pandémie de Covid-19, dans quelle mesure est-il facile pour vous de trouver des informations exactes auxquelles vous pouvez faire confiance ?



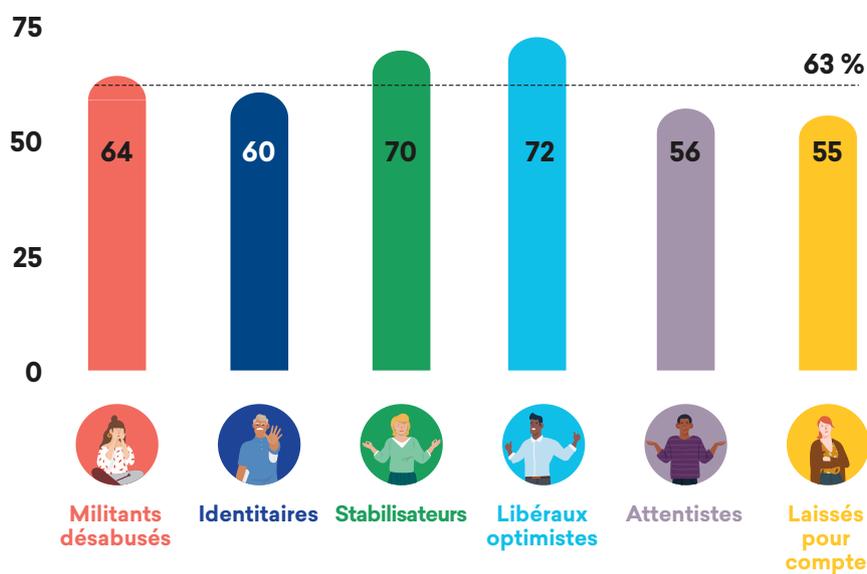
On n'observe pas de différences significatives selon les tranches d'âge dans la facilité d'accès à des informations fiables, si ce n'est que les 18-39 ans déclarent plus souvent que leurs aînés rechercher des informations sur internet. En revanche, les contrastes qui se font jour en fonction des familles de valeurs (graphique 2) montrent que le sentiment de pouvoir facilement accéder à une information de qualité sur internet s'explique sans doute davantage par le rapport à la participation civique, et le niveau de confiance envers les institutions, que par des différences socio-démographiques. Selon la segmentation de Destin Commun, les familles de Français les plus confiantes et politiquement modérées (Stabilisateurs, Libéraux optimistes) disent accéder aux informations avec plus de facilité (70 à 72%, +8/10 points par rapport à la moyenne). Les deux familles de la « France polémique » (Militants désabusés et Identitaires), engagées dans le débat public et la participation électorale mais souvent défiantes vis-à-vis des institutions, se situent toutes deux au même niveau que la moyenne des Français. A l'inverse, Attentistes et Laissés pour compte, à la fois en retrait du débat public et défiant envers les institutions, ne sont que 56% et 55% à dire qu'il est facile de se renseigner sur l'actualité (-8 points par rapport à la moyenne).

Le sentiment de pouvoir facilement accéder à une information de qualité sur internet s'explique sans doute davantage par le rapport à la participation civique, et le niveau de confiance envers les institutions, que par des différences socio-démographiques.

De la même façon, les abstentionnistes sont bien moins nombreux (54%) que ceux qui ont voté à l'élection présidentielle (64%) à parvenir à déclarer qu'ils trouvent facilement des informations fiables sur internet. **On observe donc une corrélation entre l'intégration citoyenne et politique et l'aisance dans l'accès à l'information en ligne.**

GRAPHIQUE 2. PERCEPTION DE LA FACILITÉ D'ACCÈS À DES INFORMATIONS FIABLES SUR INTERNET PAR FAMILLES DE VALEURS

Lorsque vous recherchez sur internet des informations sur des événements d'actualité, tels que la guerre en Ukraine ou la pandémie de Covid-19, dans quelle mesure est-il facile pour vous de trouver des informations exactes auxquelles vous pouvez faire confiance ?



2

Entre défiance et dépendance, un rapport pathologique à l'information

Comme plusieurs études l'ont établi, la France fait partie des pays occidentaux qui font le moins confiance aux médias chargés de nous informer sur l'actualité¹¹. On peut y voir un corollaire de la crise de confiance vis-à-vis des institutions et du monde politique¹² qui frappe la société française dans son ensemble. Mais comment expliquer cette perception si négative ?

D'après nos études, les Français adressent trois critiques fondamentales à l'information : elle serait (1) trop atomisée et pléthorique, (2) trop négative et anxiogène, et (3) peu fiable voire biaisée. En conséquence, **le consommateur d'information a le sentiment d'encourir trois risques : la noyade, la dépression et l'égarement**. Combinées, ces trois critiques produisent un très large rejet, en déclaratif, qui contraste avec une addiction de fait, s'agissant notamment des chaînes d'information en continu. Entre défiance et dépendance, entre addiction et overdose, nombre de Français ont donc un rapport pathologique à l'information.

Risque de noyade : des sources multiples mais non hiérarchisées

« Il a trop de médias. Trop de chaînes, trop de choix. Trop d'information tue l'information, on ne sait plus démêler le vrai du faux. Du coup, je ne regarde plus rien. »

Arnaud, Laissé pour compte

Ce verbatim issu d'un groupe de discussion mené en mai 2022 résume parfaitement le sentiment d'excès qu'éprouvent nombre de nos concitoyens face à une offre informationnelle quasi infinie, et la tentation du retrait qui en découle souvent. Divers travaux ont documenté le phénomène qualifié par Caroline Sauvajol-Rialland d'infobésité¹³ : la surabondance de l'offre induit des comportements de consommation compulsive, au détriment de l'assimilation et du sens. Mais on distingue des comportements différents du point de vue de la diversification des sources.

¹¹ • Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2021. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

¹² • Pour expliquer la crise de confiance qui frappe la France avec plus d'acuité que les pays voisins, voir la thèse stimulante d'Émiliano Grossman et Nicolas Sauger, Pourquoi détestons-nous autant nos politiques ?, Presses de Sciences Po., 2017.

¹³ • Caroline Sauvajol-Rialland, « Infobésité, gros risques et vrais remèdes », L'Expansion Management Review, vol. 152, n°1, 2014..

4 Français sur 10 déclarent consulter plusieurs sources pour éviter d'être induits en erreur.

Trois familles de valeurs déclarent plus que les autres qu'elles multiplient les sources : les Militants désabusés (50%), les Identitaires (49%) et les Stabilisateurs (51%). Ici, la proximité des deux familles constituant la « France polémique » (Identitaires et Militants désabusés) aurait pu indiquer que la pratique de recouper l'information était le fait des groupes aux valeurs et visions du monde les plus tranchées et politisées. Mais la présence des Stabilisateurs, foncièrement modérés dans leurs opinions, invalide cette interprétation. La surreprésentation de ces trois familles de valeurs met en lumière des attitudes différenciées derrière la multiplication des sources : elle peut être le signe soit d'une défiance forte (notamment chez les Identitaires), soit d'un rapport modéré et méthodique à l'information (chez les Stabilisateurs).

Les Militants désabusés, quant à eux, déclarent à la fois consulter plusieurs sources, tout en étant plus nombreux à consulter essentiellement une ou deux sources dans lesquelles ils ont confiance. Leur réflexe de comparaison se voit ainsi relativisé car limité à un nombre restreint de médias pré-identifiés.

Le simple fait de recouper ne constitue pas nécessairement un gage d'attachement au pluralisme et à la diversité des points de vue. « *Je recoupe* » : dans le cadre de notre enquête qualitative sur l'abstention électorale menée en mai-juin 2022, cette expression est revenue dans la bouche de nombreux abstentionnistes, issus de familles de valeurs différentes. Mais la description de leur consommation médiatique montre que certains d'entre eux croisent uniquement des sources d'orientation idéologique identique, se donnant ainsi une illusion de diversité. Cette observation révèle l'absence de hiérarchisation des sources au regard de la fiabilité des différents émetteurs.

Le sentiment de vertige et de confusion face à une offre médiatique pléthorique peut notamment être attribué à l'atomisation des médias, à la désintermédiation et à la déprofessionnalisation de la production de l'information. Ce vertige pourrait aussi être lié à l'affaiblissement des grilles de lecture de référence portées jusqu'au milieu du siècle dernier par les syndicats, l'Église ou les partis de masse, qui offraient une matrice commune d'intelligibilité et une interprétation cohérente de l'actualité, structurant en profondeur les représentations.

Dans des groupes de discussion conduits tout au long de l'année 2022, de nombreux enquêtés se sont montrés foncièrement désorientés face à l'actualité, se livrant à une forme d'errance informationnelle dont la constante est le doute :

« Je m'informe un peu via tout, de façon à pouvoir faire une synthèse car il y a de tout et son contraire. On dit que les Russes envoient des images orientées mais qu'est ce qui nous dit que nous Européens, c'est pas pareil ? »

Vincent, Identitaire

Si une posture critique vis-à-vis de l'information est parfaitement légitime et même saine, cette forme d'errance est plutôt le révélateur d'un rapport très dégradé à l'actualité et à l'information, entre défiance et dépendance.

Risque de dépression : entre addiction et overdose, l'angoisse informationnelle

Le ton médiatique contribue aussi à alimenter la désaffection des Français pour l'information. **Plus d'un quart des Français (28%) déclarent moins suivre les informations car ils les trouvent généralement trop négatives.** D'importants contrastes se font jour entre familles de valeurs : ils reflètent là encore une opposition entre les groupes plutôt confiants et optimistes qui perçoivent généralement les contenus comme étant moins négatifs (20% chez les Libéraux optimistes, 26% chez les Stabilisateurs) que les groupes les plus défiantes (40% chez les Laissés pour compte, 30% pour les Identitaires). Ce sont les Attentistes qui présentent le taux le plus bas (16%) de rejet d'une information perçue comme trop négative. A la lumière de l'analyse du profil des Attentistes dans les précédentes enquêtes de Destin Commun, ce chiffre semble révéler leur détachement, qui induit chez eux une posture individualiste, et moins empathique vis-à-vis des épreuves traversées par autrui. Par ailleurs, on note ici une différence significative selon le genre : 35% des femmes déclarent moins suivre les informations car elles les perçoivent comme trop négatives, contre seulement 20% des hommes.

Ces résultats font écho à ce qui a été qualifié, dans une étude menée par la Fondation Jean-Jaurès, et l'ObSoCo en collaboration avec Arte, de « fatigue informationnelle » : ceux qui disent limiter ou cesser leur consommation d'actualité le font avant tout du fait de débats qu'ils jugent trop polémiques et agressifs (premier facteur de retrait cité par 34 % des interrogés)¹⁴. Dans une enquête menée en 2019, Destin Commun montrait déjà que 9 Français sur 10 jugeaient le débat public de plus en plus agressif¹⁵. D'autres études corroborent aussi l'idée d'un évitement grandissant des nouvelles par les Français¹⁶.

Il n'est pas rare, dans nos groupes de discussion, que certains interviewés témoignent d'un profond sentiment de lassitude à l'égard de l'actualité, que les événements des derniers mois ont renforcé, y compris chez certains Stabilisateurs.

« Je suis lassée. On a eu deux ans de Covid. Là on nous bassine avec tous les soucis de guerre, l'inflation. J'ai coupé la télé. Je suis lassée d'entendre toujours que ça va mal. »

Murielle, Stabilisatrice

¹⁴ • Fondation Jean Jaurès, *Les Français et la fatigue informationnelle*, 2022, p.16.

¹⁵ • S'il est particulièrement compliqué d'évaluer l'évolution de la tonalité du débat public dans son ensemble, on peut en revanche considérer que cette perception de dégradation est sans doute liée à la visibilité accrue des débats sur les réseaux sociaux, et en particulier des épisodes les plus houleux. Cette évolution, poussée par le modèle des algorithmes, va à l'encontre de l'hypothèse de l'enfermement dans des chambres d'écho, qui aurait induit au contraire des réseaux sociaux très pacifiés constitués de bulles d'opinion homogène.

¹⁶ • Reuters Institute, "Digital News Report 2022". <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>

Mais pour certains, incapables de gérer l'omniprésence d'une actualité trop sombre, la lassitude va jusqu'à l'écoeurement, voire l'angoisse, comme en attestent ces deux témoignages sur la couverture médiatique de la guerre en Ukraine :

« Je suis en train de faire une overdose. C'est tout le temps, H24. »

Samira, Laissée pour compte

« J'ai eu trop d'infos pour mon petit cerveau, et j'en ai pleuré. »

Nathalie, Laissée pour compte

Dans ce contexte, le risque de sécession médiatique d'une partie de la population est grand. Lors de nos groupes de discussion, il n'est pas rare d'entendre certaines personnes dire qu'elles ont coupé les informations pour ne plus être perturbées par ce bruit permanent et anxiogène. Lors du premier déconfinement, l'ObSoCo a publié un rapport intitulé « Nouvelle(s) vie(s) française(s) », qui documentait que 7,6 millions de personnes avaient décidé de cesser de consulter l'actualité. Il est tout à fait significatif que cette nouvelle ait été classée dans la catégorie des actions intitulées « Se recentrer », aux côtés des 6,6 millions de personnes qui ont décidé de mettre au sport et des 3,7 millions qui ont décidé de se mettre à la méditation. **On cesserait ainsi de s'informer comme on arrêterait de fumer ou comme on se mettrait au yoga, par conscience d'un danger pour notre santé ou par volonté de prendre soin de soi.**

« Ne plus suivre l'actualité pendant plusieurs jours, ça fait du bien. »

Sébastien, Militant désabusé

Néanmoins **on retrouve tout autant d'auto-illusion dans l'expression « je coupe » que dans « je recoupe »** : ainsi cette personne, après avoir déclaré qu'elle ne regardait plus les informations, admet qu'elle regarde tout de même une heure par jour les chaînes d'information continue. L'addiction est d'autant plus sournoise que les Français en sont peu conscients.

Risque d'égarement : du rejet d'une information biaisée à la customisation du réel

Mais si les Français jugent les informations anxiogènes, ils pourraient néanmoins les considérer comme justes et fiables. Or notre enquête révèle qu'**une très faible minorité des Français (14%) considèrent que les médias font généralement un bon travail en rapportant des informations fiables**. C'est plus du double de l'autre côté du Rhin avec 31% en Allemagne, où la confiance envers les institutions publiques et politiques est notoirement plus élevée. En France, seule une infime part des personnes interrogées (9%) affirment qu'elles n'ont aucune difficulté à faire confiance aux informations qu'elles lisent ou voient¹⁷.

¹⁷ • Intitulé exact de la question : « Selon la façon dont vous lisez, écoutez ou regardez les informations à la télévision, à la radio, en ligne ou dans les journaux, parmi les affirmations suivantes, lesquelles correspondent à votre opinion : "Je n'ai pas de difficulté à faire confiance aux informations que je lis ou que je vois" ». Il s'agit donc bien ici d'information médiatique.

Ces chiffres donnent la mesure de l'ampleur de la défiance qui traverse la population, et de la fragilité du lien qui subsiste entre les citoyens français et les médias d'information, malgré le fait que la France soit bien classée du point de vue de la liberté de la presse (26^e place sur 180 au Classement mondial de la liberté de la presse 2022 établi par Reporters sans frontières). D'autres enquêtes documentent également le gouffre qui sépare désormais les citoyens et les organisations médiatiques : en 2022, la moitié (50%) des Français pensaient que les médias cachaient délibérément les informations les plus importantes au public¹⁸.

En analysant les réponses à cette question selon les familles de valeurs de Destin Commun, un schéma ternaire se dessine, similaire à l'analyse de la facilité d'accès à l'information :

- Stabilisateurs (20%) et Libéraux Optimistes (29%) ont une confiance modérée dans les médias,
- Les deux familles de la « France polémique », fidèles à quelques médias, ont une confiance faible et sont dans une forme d'ambivalence (Militants désabusés 14% et Identitaires 13%),
- Laissés pour compte (10%) et Attentistes (4%) sont dans une défiance très profonde.

Dans nos groupes de discussion, de nombreux enquêtés doutent fortement de l'impartialité des médias. Ce sentiment de doute et de soupçon généralisé se vit parfois sur le mode de la manipulation et de la trahison. De ce fait, **nombre d'entre eux accordent davantage de crédit au point de vue de leurs proches ou à leur opinion personnelle qu'à la parole des médias, dans une confusion complète entre faits et opinion**. Le Baromètre de la confiance dans les médias de La Croix (Kantar Public / Onepoint), publié en janvier 2023, indique même que les proches sont davantage crédités de confiance (68%) pour s'informer sur l'actualité que l'ensemble des médias, qu'il s'agisse des journaux télévisés, de la radio, ou de la presse nationale ou régionale.

« Les médias nous mènent là où ils veulent nous mener, on n'a pas toute l'info. »

Mélanie, Attentiste

« Les médias sont plus alarmistes justement pour rendre le citoyen plus soumis à l'obéissance, pour mieux imposer leur point de vue. Un journaliste qui dit la vérité n'est plus journaliste. »

Damien, Attentiste

¹⁸ • Baromètre de la confiance politique réalisé par le CEVIPOF / Sciences Po en juin 2022.

« L'information est orientée, on ne doit pas me dire ce que je dois retenir. Je fouille sur internet mais je compte beaucoup sur l'humain, les proches. Pendant le Covid, j'ai beaucoup questionné mon entourage, qui travaillait dans les Ehad. Et là, l'information était différente. »

Mathilde, Laissée pour compte

« Je regarde que d'un œil parce que dans les médias français il y a beaucoup d'endoctrinement, durant la crise on avait l'impression qu'il y avait que le Covid alors que beaucoup de choses se passaient par ailleurs. Il y a des chaînes télévisées françaises qui sont très orientées voire qui font des politiques d'endoctrinement. »

Alexis, Stabilisateur

La désintermédiation amène certains jusqu'à l'illusion de pouvoir choisir non pas seulement les canaux d'information, mais même jusqu'aux contenus de l'actualité, dans une logique de customisation du réel transposée de l'univers de la consommation, où la personnalisation est la norme.

« Je ne supporte pas de subir l'actualité, je veux décider de mon actualité en allant la chercher moi-même. »

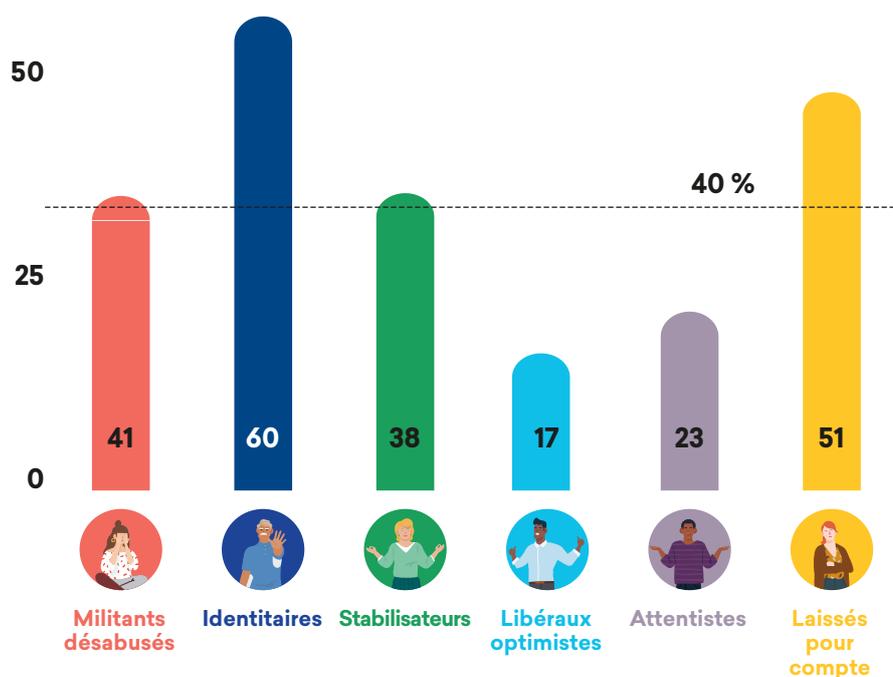
Christine, 44 ans, Nantes, Militants désabusés

Dans le contexte d'une hausse de la fragmentation et de la polarisation politique, **seuls 15% des Français considèrent que les informations sont en général plutôt équilibrées**. On observe de forts écarts entre familles de valeurs suivant leurs niveaux respectifs de défiance et de participation civique, bien plus qu'à travers l'analyse des caractéristiques socio-démographiques classiques (âge, genre, revenus). Ici encore, les familles les plus confiantes considèrent davantage que les contenus informationnels sont relativement équilibrés (25% chez les Libéraux optimistes et 21% chez les Stabilisateurs), tandis que les familles les plus défiantes adhèrent à la vision d'un grand déséquilibre dans le traitement l'actualité (9% seulement des Laissés pour compte considèrent les contenus équilibrés, 8% chez les Identitaires).

En France, comme au Royaume-Uni, cette méfiance généralisée concerne aussi la perception des responsables politiques. Ainsi, **40% des Français pensent que les responsables politiques manipulent les informations qu'ils lisent ou qu'ils voient**. Cette perception est moins répandue en Allemagne (25%, 15 points d'écart). En France, elle est même majoritaire au sein de deux familles qui se rejoignent dans une vision pessimiste et décliniste de la société française, et partagent une grande défiance : les Identitaires (60%) et les Laissés pour compte (51%).

GRAPHIQUE 3. LE SENTIMENT DE MANIPULATION DE L'INFORMATION PAR LES POLITIQUES

« Les responsables politiques manipulent les informations que nous lisons ou voyons »
(réponse correspond à mon opinion) par famille de valeurs



In fine, cette défiance envers les médias se répercute sur la manière qu'ont les citoyens d'aborder les grands enjeux de notre époque (réchauffement climatique, immigration, inflation, problématiques énergétiques). En juin dernier, la dernière édition du baromètre de la confiance politique montrait que 44% des Français estimaient plutôt probable que les médias dissimulent le remplacement de la population française par les immigrés, et 42% que les médias dissimulent les incidents qui surviennent dans les centrales nucléaires en France. Une note récente de la Fondation Jean-Jaurès¹⁹ montre en particulier l'étendue de la mésinformation chez les jeunes (11-24 ans) : alors que TikTok s'impose comme le premier réseau social de la génération Z, il apparaît que les utilisateurs les plus réguliers de l'application se montrent plus réceptifs aux vérités alternatives – « Le réchauffement climatique est avant tout un phénomène naturel contre lequel on ne peut rien faire » (32% vs 28% en moyenne), « Le résultat de l'élection présidentielle américaine de 2020 a été faussé aux dépens de Donald Trump » (35% vs 29% en moyenne).

In fine, cette défiance envers les médias se répercute sur la manière qu'ont les citoyens d'aborder les grands enjeux de notre époque (réchauffement climatique, immigration, inflation, problématiques énergétiques).

19 • François Kraus, Helen Lee Bouygues, Rudy Reichstadt, « La mésinformation scientifique des jeunes à l'heure des réseaux sociaux », Fondation Jean-Jaurès, 12 janvier 2023.

GRAPHIQUE 4. REPRÉSENTATIONS DES MÉDIAS ET PRATIQUES INFORMATIONNELLES

« Les responsables politiques manipulent les informations que nous lisons ou voyons »
(réponse correspond à mon opinion) par famille de valeurs



Ces analyses mettent en évidence les risques importants induits par la dégradation généralisée du rapport à l'information. Ainsi que le décrit l'étude sur la fatigue informationnelle (Fondation Jean Jaurès / ObSoCo / Arte), il s'agit tant de risques du point de vue de la santé publique (santé mentale, dépression) que du point de vue de notre rapport à la démocratie, **le phénomène de customisation du réel étant une forme de sécession du collectif**. Le rapport aux faits devient éminemment subjectif, comme en témoigne l'opinion des Français sur la désinformation.

3

La désinformation : un sujet de préoccupation majeur pour une large majorité des Français

Aux États-Unis en 2022, plus de 70% des Américains décrivent la diffusion de fausses informations en ligne comme une menace majeure pour la sécurité et le bien-être de leur pays, comparable à la montée en puissance de la Chine ou de la Russie, et supérieure à la dégradation de l'économie mondiale, aux épidémies infectieuses ou au changement climatique²⁰. Il existe assez peu de données et de points de comparaison sur ce sujet en Europe. Alors que les Français sont très critiques vis-à-vis de l'information, comment appréhendent-ils la question de la désinformation ?

Dans notre enquête comparative, nous avons posé la question de la crainte associée à la désinformation. L'entreprise délicate de définir ce qui relèverait ou pas de la désinformation n'est pas notre propos : nous assumons en effet dans l'analyse d'adopter un point de vue entièrement subjectif, qui est celui de l'opinion.

Interroger les gens sur leur crainte à l'égard de la désinformation n'est pas chose aisée, dans la mesure où les individus ont généralement tendance à surévaluer leur propre compétence à faire face à la désinformation²¹. Pour nous prémunir de ce biais, nous avons choisi de questionner les répondants sur leur inquiétude pour leurs proches et non pour eux-mêmes.

Notre enquête révèle que cette crainte se situe à un niveau très élevé dans l'opinion française : 70% des Français interrogés disent craindre que les personnes de leur entourage - famille, amis, collègues, etc. - soient induites en erreur par de la désinformation, qu'il s'agisse de fausses informations ou d'informations biaisées en ligne, sur les réseaux sociaux ou même dans les médias traditionnels.

70% des Français interrogés disent craindre que les personnes de leur entourage - famille, amis, collègues, etc. - soient induites en erreur par de la désinformation.

Loin d'être une préoccupation marginale et qui concernerait seulement les élites, ce résultat montre l'ampleur d'une forme d'anxiété informationnelle dans laquelle vivent une bonne partie de nos concitoyens. Ce sont même **22% de nos concitoyens, soit plus d'1 Français sur 5, qui se disent "très préoccupés" par l'exposition de leurs proches à la désinformation.**

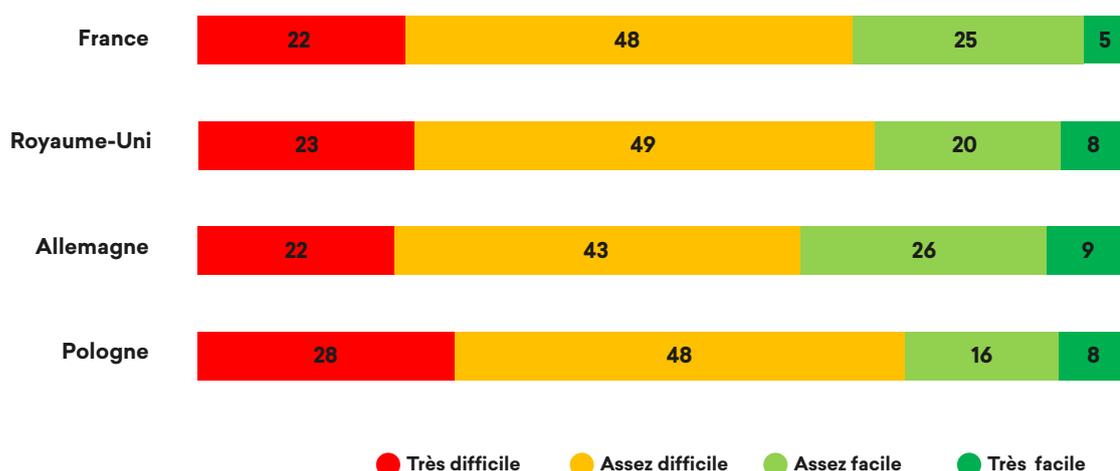
Cette préoccupation n'est pas l'apanage des Français : on retrouve en effet des niveaux d'inquiétude similaires au Royaume-Uni (72% d'inquiets, dont 23% de très inquiets) ou en Allemagne (65%, dont 22% de très inquiets). En Pologne, cette proportion monte même à 76%, avec 28% qui se disent très inquiets (Graphique 5). Ces résultats, très semblables d'un pays à l'autre, peuvent surprendre, car ces pays présentent des structures très différentes, aussi bien en termes de systèmes politiques, de cadres institutionnels et de régulation, que d'environnements médiatiques.

²⁰ • Étude du Pew Research Center voir Laura Silver, "Americans see different global threats facing the country now than in March 2020", 6 Juin 2022. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2022/06/06/americans-see-different-global-threats-facing-the-country-now-than-in-march-2020/>

²¹ • Lyons, Benjamin A., Jacob M. Montgomery, Andrew M. Guess, Brendan Nyhan, and Jason Reifler. "Overconfidence in News Judgments Is Associated with False News Susceptibility." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 118, no. 23 (June 8, 2021).

GRAPHIQUE 5. INQUIÉTUDE À L'ÉGARD DE LA DÉSINFORMATION PAR PAYS (EN %)

« Dans quelle mesure êtes-vous inquiet(ète) que les personnes de votre entourage – famille, amis, collègues, etc. – soient induites en erreur par des informations non fiables, fausses ou biaisées sur internet, sur les réseaux sociaux ou dans les médias ? »



Autre point saillant : **l'homogénéité de cette préoccupation dans la population**. En France, elle ne varie ni en fonction du genre, ni des générations, ni du diplôme, ni du niveau de revenus, ni du lieu de vie.

On ne retrouve pas non plus en France de disparités importantes dans l'inquiétude au sujet de la désinformation selon les sensibilités politiques (vote à l'élection présidentielle de 2022). En revanche, les abstentionnistes se montrent nettement plus inquiets à l'égard de la désinformation (80% se disent inquiets). De ce point de vue, la crainte à l'égard de la désinformation semble être associée à une forme de désengagement civique.

La plupart des Français partagent donc une même inquiétude latente à l'idée que des personnes de leur entourage soient exposées à des contenus porteurs de désinformation²². On peut y voir un signe du fait que, quel que soit leur milieu ou leur profil, une large majorité des Français ont déjà fait l'expérience, pour leurs proches ou pour eux-mêmes, de l'exposition à la désinformation. L'inquiétude à l'égard de la désinformation est palpable, et aucune catégorie de la population ne semble y faire réellement exception.

Or l'importance de ce sujet dans l'opinion contraste avec la place quasi-inexistante qui lui est réservée dans les différents sondages et enquêtes qui recensent et hiérarchisent régulièrement les préoccupations des Français.

L'inquiétude à l'égard de la désinformation est palpable, et aucune catégorie de la population ne semble y faire réellement exception.

Ainsi la question de la désinformation n'est jamais proposée comme choix parmi les réponses suggérées aux répondants, lorsqu'il s'agit de choisir les sujets de préoccupation prioritaires, ou les enjeux jugés les plus importants pour notre pays. On peut donc penser que ce sujet ferait plutôt l'objet d'une sous-estimation, voire d'une forme d'invisibilisation dans l'analyse de l'opinion.

La littérature académique vient toutefois pondérer les récits alarmistes sur la désinformation en ligne, et cette inquiétude généralisée des Français. Comme l'a rappelé le rapport produit en janvier 2022 par la Commission Bronner, *Les Lumières à l'ère numérique*, sa prévalence et son impact seraient surestimés²³ : les nouvelles non fiables, y compris les fausses informations – trompeuses, de faible qualité ou hyper partisans – représenteraient une infime partie de tous les contenus informationnels disponibles et du régime d'information des gens. De plus, la plupart des personnes jugent les fausses informations moins plausibles que les vraies, et ne partagent pas les informations qui ne sont pas fiables.

La crainte de la désinformation est corrélée à l'usage des réseaux sociaux

La crainte de la désinformation, partagée par 70% des Français, ne semble pas corrélée à des facteurs socio-démographiques, mais révèle en revanche l'existence de comportements informationnels distincts au sein de la population : elle est ainsi corrélée à l'utilisation d'internet et des réseaux sociaux. **Parmi le cinquième de Français qui ne vont pas rechercher sur internet des informations en rapport avec l'actualité, seuls 53% se disent inquiets de la désinformation pour leurs proches, contre 74% parmi ceux qui font des recherches à propos de l'actualité sur internet.** Ces derniers, plus pro-actifs en ligne, ont sans doute été exposés par le jeu des algorithmes à des contenus biaisés ou à de fausses informations. Même observation s'agissant de la fréquentation des réseaux sociaux : une proportion un peu moindre (65%) de ceux qui ne les utilisent jamais partagent cette inquiétude à l'égard de la désinformation, contre 72% d'inquiets chez ceux qui consultent régulièrement les réseaux sociaux. Ces résultats vont dans le sens de recherches antérieures qui montrent que les utilisateurs des réseaux sociaux sont plus susceptibles de craindre les fausses informations, en particulier dans les démocraties libérales²⁴.

²² • Ce n'est pas le cas dans tous les pays. Par exemple, aux États-Unis, près de 80% des américains de plus de 65 ans disent que la diffusion de fausses informations est une menace majeure pour le pays, tandis que c'est le cas d'un peu plus de la moitié (56%) des jeunes de moins de 30 ans. Voir étude du Pew Research Center, op. cit.

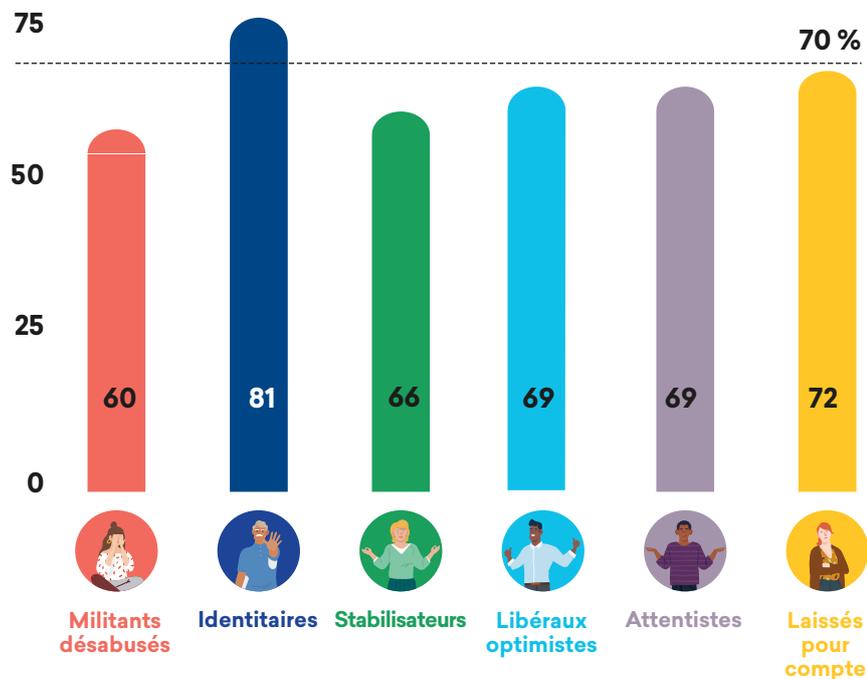
²³ • Sur ce point de vigilance, voir aussi la revue de Altay, S., Berriche, M., & Acerbi, A. (2021). « Misinformation on Misinformation: Conceptual and Methodological Challenges », PsyArXiv.

²⁴ • Knuutila Aleks, Neudert Lisa-Maria, Howard Philip N., 2022, « Who is afraid of fake news ? Modeling risk perceptions of misinformation in 142 countries », Harvard Kennedy School Misinformation Review. URL : <https://misinfoforeview.hks.harvard.edu/article/who-is-afraid-of-fake-news-modeling-risk-perceptions-of-misinformation-in-142-countries/>

Les écarts les plus nets apparaissent lorsque l'on étudie l'inquiétude à l'égard de la désinformation par le prisme des familles de valeurs de Destin Commun (Graphique 6). **Les Identitaires se montrent nettement plus préoccupés par ce sujet que les autres familles** (81%, +10 points par rapport à la moyenne). 38% d'entre eux se disent même "très inquiets", contre 22% en moyenne. Cette inquiétude est cohérente avec le pessimisme et la défiance qui caractérisent ce groupe. Les Militants désabusés, à l'inverse, apparaissent nettement moins inquiets (62%) quant à l'exposition de leurs proches à la désinformation. Les quatre autres familles de valeurs (Stabilisateurs, Libéraux Optimistes, Attentistes et Laissés pour compte) sont toutes proches du score moyen, avec un niveau de préoccupation légèrement plus élevé chez les Laissés pour compte. On retrouve ici l'opposition entre les deux familles – les Identitaires et les Militants désabusés qui, selon Destin Commun, constituent la "France polémique" : ces deux groupes ont des systèmes de valeurs diamétralement opposés, et sont aussi ceux qui s'expriment le plus dans le débat public et notamment sur les réseaux sociaux. Davantage que les caractéristiques socio-économiques ou démographiques des individus, la sensibilité à la désinformation s'articule donc autour des grandes orientations de valeurs.

GRAPHIQUE 6. PRÉOCCUPATION À L'ÉGARD DE LA DÉSINFORMATION PAR FAMILLE DE VALEURS EN FRANCE

« Dans quelle mesure êtes-vous inquiet(ète) que les personnes de votre entourage – famille, amis, collègues, etc. - soient induites en erreur par des informations non fiables, fausses ou biaisées sur internet, sur les réseaux sociaux ou dans les médias ? » - par famille de valeurs



4

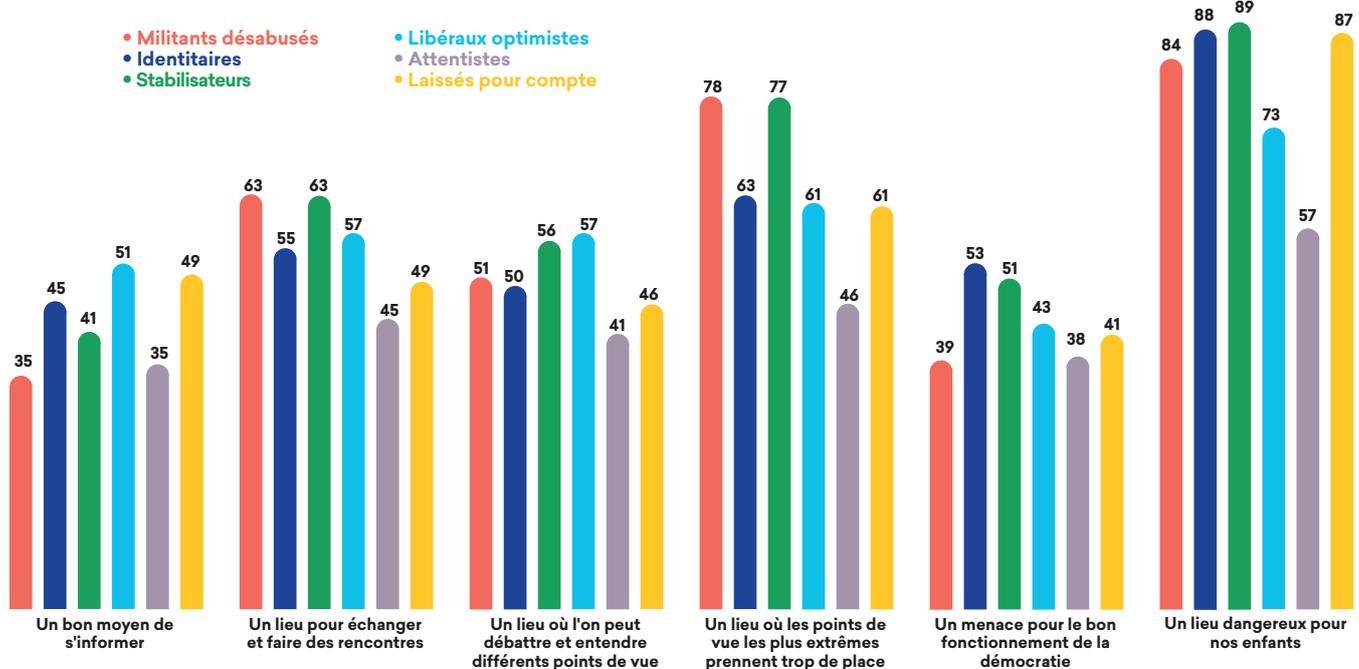
Désinformation et réseaux sociaux : la fin de la lune de miel ?

En 2022, une étude révèle que la moitié des adultes américains s'informent de l'actualité sur les réseaux sociaux, au moins de façon occasionnelle²⁵. Loin du fantasme d'origine selon lequel les réseaux sociaux seraient la nouvelle agora publique, combinant diversité de points de vue et facilité d'accès aux contenus, diverses études ont montré que l'essor des réseaux sociaux a conduit à renforcer la diffusion des contenus de désinformation, et à créer des distorsions dans le débat public en faveur des groupes et individus les plus bruyants et les plus radicaux, rendant l'élaboration des politiques publiques moins représentative de la diversité réelle des points de vue²⁶.

Les Français, pour leur part, ont une opinion très critique des réseaux sociaux. Ils considèrent notamment qu'ils induisent un renforcement de la polarisation : **64% estiment que les points de vue les plus extrêmes y prennent trop de place, et 45% pensent qu'ils représentent une menace pour le bon fonctionnement de la démocratie**²⁷. Il s'agit d'un point de jonction entre la « France polémique » et le versant plus modéré du pays. En effet, 78% des Militants désabusés et 77% des Stabilisateurs pensent que les points de vue les plus extrêmes prennent trop de place. Quant aux Identitaires, ils sont avec les Stabilisateurs les plus nombreux (53%) à considérer que les réseaux sociaux sont une menace pour le bon fonctionnement de la démocratie.

GRAPHIQUE 7. REPRÉSENTATIONS ASSOCIÉES AUX RÉSEAUX SOCIAUX

« Les réseaux sociaux tiennent une place importante dans notre société. Sur ce sujet, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? » (réponse - D'accord) - par famille de valeurs (Enquête Naviguer en eaux troubles, Janvier 2022)



²⁵ • Pew Research Center, "Social media and News Fact Sheet", 20 septembre 2022. URL : <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/>

²⁶ • Voir la revue de littérature consacrée aux médias et à l'élaboration des politiques publiques d'Emiliano Grossman, « Media and Policy Making in the Digital Age », Annual Review of Political Science, vol.25, 2022, p. 443-461.

²⁷ • Destin Commun, Naviguer en Eaux Troubles, Janvier 2022.

Le risque d'une polarisation accrue de la société alimentée par la dynamique des réseaux sociaux est aussi perçu par les groupes les plus modérés et optimistes, comme en témoigne cet extrait d'un groupe de discussion :

« Je dirais qu'effectivement, les réseaux sociaux colportent beaucoup d'informations. Tout le monde sait tout sur tout à l'instant T. Dès qu'il y a un avis de donné, on le sait tout de suite. Ça crée des tensions encore plus vives. On exige de quelqu'un qu'il ait un avis tranché. »

Jean-Baptiste, Libéral Optimiste

Par ailleurs, notre enquête révèle que dans les quatre pays étudiés, de nombreux utilisateurs des réseaux sociaux disent être plus découragés au sujet de leur pays en raison du contenu qu'ils ont consulté sur ces plateformes (Graphique 8) : c'est le cas d'un Français sur quatre (24%), et ce chiffre monte à 32% chez les utilisateurs réguliers des réseaux sociaux. Les réseaux sociaux pourraient ainsi accroître le sentiment de déclinisme des populations européennes, qui alimente le vote populiste²⁸.

En France, près d'un quart (24%) des personnes interrogées reconnaissent devenir plus réticentes à publier du contenu sur les réseaux sociaux récemment. Des quatre pays étudiés dans notre enquête, c'est en France que ce chiffre est le plus élevé. Et il concerne même un tiers des utilisateurs réguliers des réseaux sociaux. Cette proportion est cinq fois plus élevée que celle des personnes qui affirment, au contraire, avoir tendance à publier davantage de contenus sur les réseaux sociaux ces derniers temps. Cette relative auto-censure semble révéler une crainte d'essuyer des critiques ou commentaires violents, ou de voir sa position caricaturée, sur des plateformes où l'anonymat, malgré les tentatives de régulation, laisse la part belle aux propos extrêmes et aux discours haineux. On observe que cette réticence à publier du contenu concerne davantage les Militants désabusés et les Identitaires (28% et 30%, vs. 24% en moyenne), qui sont pourtant les plus engagés dans le débat public. L'auto-censure est donc sans doute relative, mais révèle tout de même une déformation croissante de la parole sur ces plateformes.

32% des utilisateurs réguliers des réseaux sociaux disent être plus découragés au sujet de la France en raison du contenu qu'ils ont consulté sur ces plateformes.

Si les politiques investissent les réseaux sociaux avec des techniques de communication toujours plus affutées, il semble que cet investissement n'ait qu'un effet tout au plus marginal dans l'opinion. **Une très faible part des répondants disent faire davantage confiance à certains responsables politiques du fait de leurs messages sur les réseaux sociaux** (8%, et 12% chez les utilisateurs plus réguliers de réseaux sociaux).

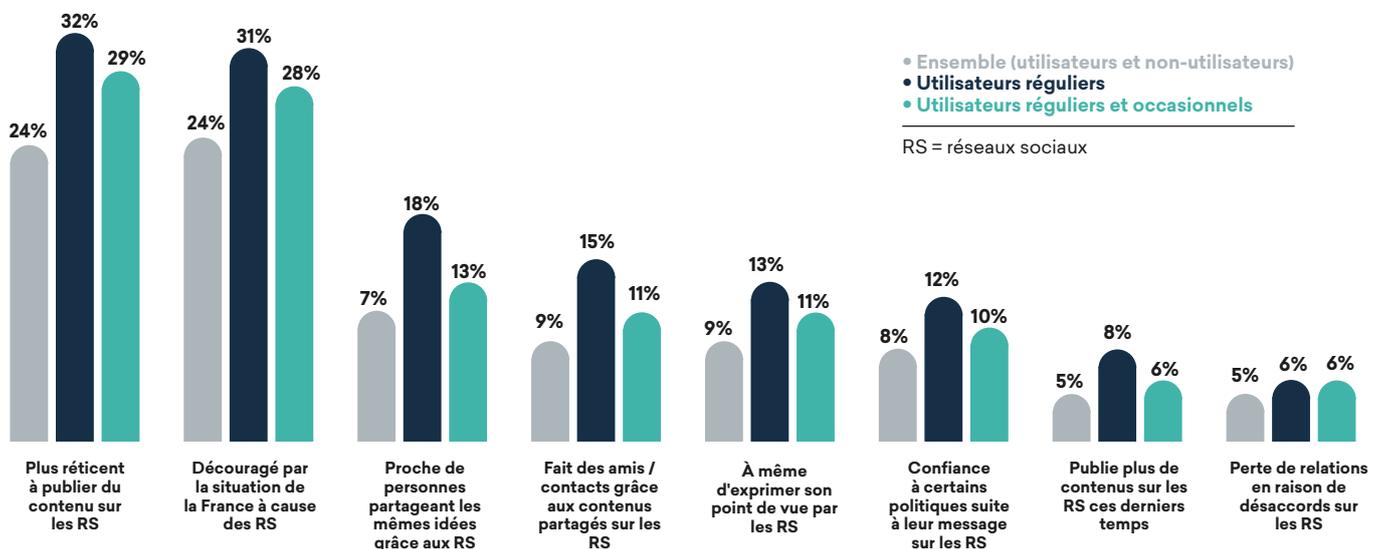
²⁸ • Tristan Guerra et Antoine Bristielle, « Déclinisme et nostalgie : un cocktail français », Notes de la Fondation Jean Jaurès, Octobre 2021. URL : <https://www.jean-jaures.org/publication/declinisme-et-nostalgie-un-cocktail-francais/>

Ces expériences dégradées sur les réseaux sociaux nourrissent-elles la crainte à l'égard de la désinformation ? Vivre des expériences négatives sur ces plateformes semble en effet augmenter l'inquiétude envers la désinformation. Ainsi, parmi les Français (5%) qui disent avoir perdu des amis ou d'autres relations en raison de désaccords liés à des publications sur les réseaux sociaux, 80% se disent inquiets que leur entourage soit induit en erreur par de la désinformation (contre 70% en moyenne), dont 35% très inquiets. L'expérience d'être trompé par un politique dans le cadre de ses activités sur les réseaux sociaux renforce elle aussi la méfiance à l'égard de la désinformation. De même, ceux qui se disent découragés de la situation en France à cause des contenus consultés sur les réseaux sociaux se disent aussi particulièrement inquiets quant au risque d'exposition de leurs proches à des contenus de désinformation.

Vivre des expériences négatives sur les réseaux sociaux semble augmenter l'inquiétude envers la désinformation.

GRAPHIQUE 8. OPINIONS DES FRANÇAIS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, SUIVANT LEUR FRÉQUENCE D'UTILISATION

« En pensant à la façon dont vous utilisez les réseaux sociaux (tels que Facebook, Twitter, Instagram ou TikTok), lesquelles des affirmations suivantes s'appliquent à vous ? »
(réponse - S'applique à moi)



Typologie du rapport à l'information : le continuum de la défiance

À l'issue de cette analyse, on voit émerger, à partir de la segmentation par systèmes de valeurs de Destin Commun, six profils distincts dans leur rapport à l'information, aux médias, aux réseaux sociaux et à la désinformation. Ces six groupes sont tous situés sur un continuum de la confiance à la défiance vis-à-vis de l'information. En effet cette défiance n'est pas seulement le fait d'un ou deux groupes mais, à des degrés divers, de l'ensemble de la société française.



Les Libéraux optimistes : le dernier bastion de confiance fragilisé

Les Libéraux optimistes sont de loin la famille de valeurs exprimant le plus de confiance dans l'information et les médias. Mais s'ils sont moins critiques que les autres familles, leur confiance est toute relative, et loin d'être inébranlable. Ils ne sont ainsi qu'1 sur 4 (26%) à déclarer qu'ils n'ont "pas de difficulté à faire confiance aux informations qu'ils lisent ou voient". Ce chiffre les distingue tout de même nettement de la moyenne des Français, qui ne sont que 9% à déclarer avoir confiance dans les informations. Les Libéraux optimistes sont également 29%, soit près d'1 sur 3, à penser que « les médias font généralement du bon travail et produisent des informations fiables », contre seulement 14% des Français qui portent ce regard positif. Cette perception fait écho à leur vision optimiste du pays et de l'avenir et à leur confiance dans les institutions et les politiques. C'est ainsi le groupe qui déclare le plus - même si cela reste largement minoritaire - faire « plus confiance à certains politiques du fait de leurs messages sur les réseaux sociaux » (15% vs. 8% des répondants en moyenne). L'analyse de la consommation médiatique dans nos précédentes enquêtes indique que les Libéraux optimistes sont plus consommateurs de chaînes de télévision privées (TF1 ou BFMTV) que publiques.



Les Stabilisateurs : les informés modérés

Les Stabilisateurs comptent parmi les plus grands consommateurs d'informations : seuls 11% d'entre eux déclarent ne pas consulter les actualités de manière régulière (vs. 17% des Français en moyenne). Leur mode de consommation de l'information reflète une posture raisonnée, modérée et méthodique : c'est le groupe de valeurs qui déclare le plus croiser plusieurs sources pour éviter d'être induit en erreur (51% des Stabilisateurs vs. 40% des Français) tout en considérant plus que la moyenne que « les médias font généralement du bon travail et produisent une information fiable » (20% vs. 14% en moyenne). Leur consommation médiatique reste principalement tournée vers les médias traditionnels, et ils sont, de loin, ceux qui déclarent utiliser le moins les réseaux sociaux : 41% des Stabilisateurs les utilisent rarement (vs. 29% des Français en moyenne) et 22% déclarent ne jamais les utiliser (vs. 15% en moyenne). Cette modération ne les exempte pas d'une certaine dose de doute, qui peut parfois aller jusqu'à la défiance. Qu'il s'agisse de télévision ou de radio, les Stabilisateurs sont des fidèles de l'audiovisuel public.



Les Militants désabusés : des consommateurs d'informations sélectifs

Cette famille de valeurs est la première, et de loin, à déclarer consulter essentiellement une ou deux sources d'informations à laquelle ils font confiance dans leur manière de s'informer (32% d'entre eux vs. 23% en moyenne). Ce rapport à l'information, qui peut être positif si les sources choisies sont de qualité et rigoureuses dans le traitement de l'information, tend néanmoins à renforcer un effet de bulle, et traduit une recherche de confirmation de leur vision du monde, par ailleurs marquée par de très fortes convictions. En dehors de cette sélectivité dans les sources d'informations, leur rapport à l'information et à la désinformation correspond à la moyenne des Français. Comme les Stabilisateurs, les Militants désabusés apprécient les chaînes du service public, mais plus encore la radio (France Inter en tête) que la télévision.



Les Identitaires : l'obsession de la manipulation

Les Identitaires sont marqués par un rapport à l'information très dégradé, oscillant entre l'addiction et une critique d'abord construite sur une lecture politique des médias. Ils ne sont que 9% à déclarer ne pas suivre l'information de manière régulière (vs. 17% en moyenne) : c'est la famille de valeurs qui s'informe le plus. Mais leur rapport à l'information est foncièrement politique. Derrière leur critique des médias et des journalistes, c'est d'abord leur défiance envers le personnel politique qui s'exprime. Ils sont 60% à considérer que « les hommes et les femmes politiques manipulent les informations que nous voyons et lisons » (vs. 40% des Français), se distinguant ainsi nettement des autres familles de valeurs, même si un rapprochement avec les Laissés pour compte se dessine dans cette critique politique de l'information. Cette critique induit une très forte défiance envers les médias : les Identitaires ne sont que 4% à déclarer ne pas avoir de difficultés à faire confiance aux informations qu'ils lisent ou voient, et 8% à les considérer comme généralement équilibrées. Cette défiance les pousse à multiplier les sources d'informations pour ne pas être induits en erreur. Mais cette multiplication n'implique pas nécessairement une diversité de points de vue. S'agissant des réseaux sociaux, c'est en effet le groupe où l'effet « chambre d'écho » semble être le plus net : ils sont plus nombreux que la moyenne (17% vs. 11%) à se sentir « plus proches de personnes partageant les mêmes idées (qu'eux) grâce aux réseaux sociaux ».



Les Attentistes le jugement suspendu

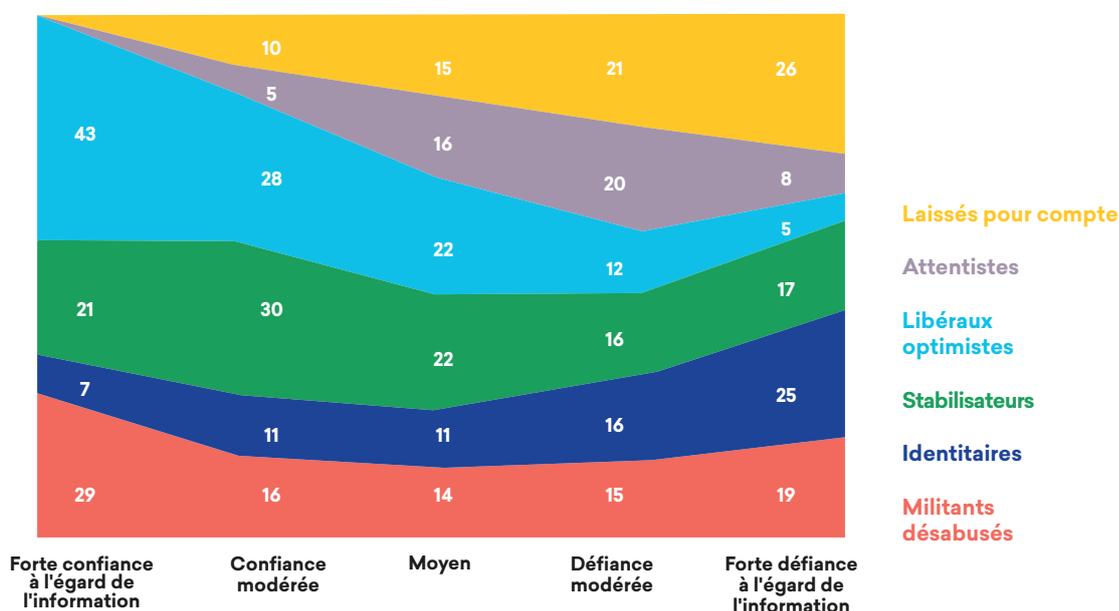
Les Attentistes se caractérisent, dans leur rapport à l'information comme sur le reste des sujets de société, par un renoncement à prendre position : ils sont plus nombreux que la moyenne à suspendre leur jugement en répondant plus souvent « aucune de ces réponses » (18% vs. 5% en moyenne). Les Attentistes ont néanmoins un rapport plus positif que la moyenne aux réseaux sociaux, qui constitueraient un lieu de déploiement de leur existence, pour une partie de ce groupe caractérisé par un fort repli sur la seule sphère privée. Ils sont légèrement plus nombreux à déclarer partager davantage de contenus (8% vs. 5%). Élément notable, ils déclarent plus que la moyenne se sentir « plus à même d'exprimer leur point de vue grâce aux réseaux sociaux » (16% vs. 9%). Si dans le monde physique, perçu comme trop complexe et conflictuel, les Attentistes sont dans une logique de retrait et tendent à ne pas exprimer leurs opinions, le monde virtuel peut constituer leur dernier espace d'ouverture et d'expression, à l'abri derrière l'écran.



Les Laissés pour compte : la sécession médiatique.

Le rapport à l'information des Laissés pour compte se caractérise d'abord par un décrochage net. 31% des Laissés pour compte déclarent ainsi ne pas suivre l'actualité de manière régulière (vs. 17% des Français en moyenne), se distinguant sur ce point fortement des autres familles de valeurs. Le décrochage des Laissés pour compte se double d'une vision de l'information perçue comme trop négative (39% des Laissés pour compte la considère trop négative vs. 28% des répondants en moyenne). Ce décrochage de l'information marque une différence forte entre cette famille de valeurs et les Identitaires, beaucoup plus accros à l'information, bien que très critiques envers celle-ci.

GRAPHIQUE 9. RAPPORT À L'INFORMATION SELON LES FAMILLES DE VALEURS : LE CONTINUUM DE LA DÉFIANCE



Note de lecture : Nous avons construit une mesure du rapport à l'information en additionnant les réponses à plusieurs questions : la difficulté à faire confiance aux informations, l'appréciation de la fiabilité de l'information, le jugement sur l'équilibre dans les informations reçues, et l'opinion selon laquelle l'information est manipulée par les responsables politiques. Plus la mesure est élevée, plus elle témoigne d'un rapport dégradé à l'information, de l'ordre de la défiance et plus elle est faible, plus les individus ont un rapport de confiance vis-à-vis d'elle.
Exemple : Parmi les personnes qui ont un rapport de confiance à l'information, 43% sont des Libéraux optimistes. Parmi les Français dont le rapport à l'information est très dégradé, plus de la moitié sont des Laissés pour compte ou des Identitaires.

Nos récentes études présentent de nombreuses illustrations de ce continuum de la défiance, et de ce que Marie Peltier appelle un « *complotisme mainstream* » : fin 2021, plus d'un Français sur trois (35%) considérait que « de manière générale, on nous cache la vérité sur le COVID-19 »²⁹, et à l'été 2022, près d'un Français sur deux (46%) était d'accord avec l'affirmation selon laquelle « l'augmentation du prix du pétrole et du gaz fait partie d'un plan du gouvernement visant à nous forcer à passer aux énergies renouvelables »³⁰. Bien que dans les deux cas, ces opinions soient nettement plus répandues chez les Laissés pour compte et les Identitaires, les proportions ne descendent pas en-dessous de 20% dans les quatre autres groupes.

29 • France 2022 : Naviguer en eaux troubles, Destin Commun, janvier 2022.

30 • Hiver à haut risque, Destin Commun, août 2022.

Conclusion et recommandations

Alors que les chercheurs en neurosciences insistent sur le besoin de développer une connaissance plus fine du fonctionnement typique du cerveau afin de mieux appréhender différentes pathologies mentales ou psychiques, de la même façon, **avant de s'interroger sur la réceptivité des Français à la désinformation et au complotisme, il est d'abord nécessaire d'analyser finement leur rapport à l'information et aux médias.** Or cette analyse révèle un rapport que l'on peut qualifier de pathologique chez une large proportion de nos concitoyens. Trois critiques, correspondant à trois risques pour le consommateur d'information : le risque de se noyer dans un excès d'informations, celui de sombrer dans la dépression face à un traitement de l'actualité très majoritairement négatif, et celui de s'égarer dans une information à la fiabilité variable.

Ballottés sur les flots d'un écosystème informationnel foncièrement angoissant mais addictif, les Français, dans une illusion de liberté et d'autonomie, se réfugient dans un esprit critique qui se mue en scepticisme généralisé, et glissent souvent de la relativisation au relativisme. Les notions de source et de fait ont le même statut que celles de témoignage et d'opinion, dans un schéma où **chacun, dès lors qu'il peut contribuer à la production d'informations, pense aussi pouvoir choisir le contenu de sa propre actualité, dans une forme de customisation du réel.**

Cette dynamique de long terme est actuellement renforcée par ce que nous avons appelé une nouvelle équation de la contestation, qui est le produit de trois facteurs : l'incertitude, la complexité et le sentiment d'impuissance. C'est d'abord le caractère chronique d'un contexte de profonde incertitude qui, de la pandémie à la guerre en Ukraine en passant par la crise énergétique, brouille durablement l'horizon et entrave notre capacité à nous projeter dans l'avenir. C'est aussi le sentiment de complexité d'un monde sur lequel beaucoup de nos concitoyens ont le sentiment de n'avoir aucune prise – y compris au niveau de leur propre vie. Or l'incertitude, la complexité et le sentiment d'impuissance fragilisent les fondements de la construction de la confiance.

La défiance est devenue mainstream et se lit, à des degrés divers, sous la forme d'un continuum, de l'esprit critique au complotisme systématique.

« *Ils ne mourraient pas tous, mais tous étaient frappés* ». Tels les animaux malades de la peste décrits par La Fontaine, nous sommes tous concernés, à des degrés divers, par la défiance envers l'information et les médias. Loin d'être anecdotique ou minoritaire, cette défiance est devenue mainstream et se lit sous la forme d'un continuum, de l'esprit critique au complotisme systématique. Ainsi pour 7 Français sur 10, l'exposition à la désinformation est une préoccupation importante. **Pour expliquer les différences de degrés dans cette défiance, l'analyse des déterminants psycho-sociaux et des systèmes de valeurs est plus explicative que les indicateurs socio-démographiques.**

L'analogie fréquente entre l'information et l'alimentation est plus que jamais pertinente : de fait, nous consommons au moins autant d'images et de contenus informationnels que d'aliments. Et de même que la nécessité d'œuvrer individuellement et collectivement à la transition alimentaire est aujourd'hui largement partagée en réponse à des préoccupations sanitaires et environnementales, **une réelle transition informationnelle semble indispensable. L'enjeu n'est rien de moins que la sauvegarde de notre cohésion sociale et de notre démocratie.**

Quels doivent être les objectifs et les marqueurs de cette transition ?

- **La prévention, d'abord.** L'éducation aux médias et à l'image doit être généralisée et intégrée à une éducation à la démocratie ambitieuse et incarnée. L'école ne pouvant pas tout porter, des campagnes de sensibilisation à destination des parents doivent privilégier les messages simples, sur le modèle du « cinq fruits et légumes par jour », pour prolonger la comparaison avec l'hygiène alimentaire. Quant aux adultes, les applications objectivant le temps passé sur certains sites peuvent aider à résister à l'addiction.
- **Une meilleure pédagogie des métiers de l'information, ensuite.** La plateausation de la télévision a introduit de la confusion entre les différents intervenants, et une indifférenciation entre les rôles de journaliste, d'éditorialiste, de chroniqueur et d'animateur. Une plus grande clarté de la part des chaînes à ce sujet est nécessaire. Il est aussi possible de mieux raconter au grand public la fabrique de l'information. En décembre 2021, Samuel Étienne a lancé un live Twitch pour faire découvrir les coulisses de la matinale de France info, offrant l'une des immersions les plus complètes et transparentes dans le métier de journaliste et utilisant pleinement l'interactivité du chat. Un exercice utile pour reconstruire un lien de confiance entre journalistes et citoyens.
- **Le modèle du traitement de l'information, ensuite, peut et doit être revu :** le journalisme de solutions, dont la rigueur journalistique n'a rien à envier aux approches plus catastrophistes, doit être développé proactivement, quel que soit le sujet. C'est l'ambition du *Solutions Journalism Network*, remarquable réseau international de professionnels développant des méthodologies communes, qu'il s'agisse de couvrir le changement climatique, les questions migratoires ou la politique économique.
- **Du point de vue des formats, il faut encourager les nouvelles rhétoriques de l'authenticité et de la véracité.** De nombreux journaux anglo-saxons ont réussi à reconstruire leur autorité journalistique en s'imposant comme des médias de premier plan sur TikTok, Instagram ou Twitch. Le modus operandi : s'adapter aux codes de ces plateformes (vidéos courtes, bien montées, avec témoignage du journaliste à la première personne, vidéos embarquées sur le terrain, contenus exclusifs, etc). Sky News est ainsi devenu le 2ème média britannique le plus suivi sur TikTok, en franchissant la barre du million d'abonnés.

- **Enfin, le modèle de notre paysage audiovisuel** et le soutien à l'audiovisuel public d'information fragilisé par la suppression de la redevance audiovisuelle restent stratégiques pour garantir une pluralité de points de vue, face à la montée en puissance de médias privés aux accents populistes. Ce sont aussi les chaînes et stations publiques qui maintiennent encore un ancrage territorial essentiel, alors que les sources d'information régionales et locales restent celles dans lesquelles les Français ont le plus confiance.

En complément de l'observation des modes et fréquences de consommation, une compréhension fine des systèmes de valeurs est indispensable pour mener ce travail de refondation. Cette démarche passe par un exigeant travail d'écoute, mais aussi par une volonté de donner la parole aux groupes les moins audibles. Cet enjeu répond à la très juste intuition qu'avait exprimée Luc Bronner dans un reportage dans *Le Monde* en février 2022 sur des électeurs d'extrême-droite : « C'est l'accusation du déni contre l'accusation du complot »²⁹. C'est à ce prix que l'on pourra réengager les groupes les plus défiant dans une lecture partagée de notre actualité, et se projeter collectivement vers un avenir commun.

Cette publication est la première étape d'un vaste programme pluri-annuel de recherche appliquée sur l'information et la désinformation qui sera mené par More in Common à partir de 2023 en Allemagne, au Royaume-Uni, en France et aux États-Unis.



**Destin
Commun**

More in Common France