



Communiqué de presse

Paris, le 27 juillet 2018

Les jeunes et l'information : une étude du ministère de la Culture vient éclairer les comportements des jeunes en matière d'accès à l'information

Dans un contexte de profondes transformations des modes de production, de diffusion et de consommation de l'information, la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) du ministère de la Culture a souhaité disposer d'un diagnostic approfondi sur les pratiques de consommation de l'information par les jeunes générations (15-34 ans). Pour ce faire, elle a confié le soin à Médiamétrie de produire une analyse de ces pratiques.

L'étude constate que les jeunes sont plus équipés en terminaux mobiles que la moyenne (les 15-34 ans sont 89,9 % à détenir un smartphone, contre 69,2 % des 15 ans et plus)¹ et davantage connectés (97 % des 15-34 ans ont accès à Internet, contre 93% de l'ensemble de la population).²

Les jeunes sont d'importants consommateurs de contenus d'information en mobilité. Ils font en particulier un usage intense des réseaux sociaux :

- 71% des 15-34 ans consultent quotidiennement l'actualité via les réseaux sociaux, ces derniers étant, pour cette génération, le premier mode d'accès à l'information.
- 69% consultent quotidiennement l'actualité sur leur smartphone, premier support utilisé pour consulter l'actualité, devant le téléviseur (61%) et l'ordinateur (51%). De manière plus générale, l'étude relève une perte de vitesse des médias traditionnels (télévision linéaire, radio parlée, presse écrite).
- 32% des 15-34 ans passent uniquement par les réseaux sociaux ou les moteurs de recherche pour accéder à des contenus d'information en ligne.

L'étude montre que, contrairement aux idées reçues, les jeunes s'intéressent beaucoup à l'actualité :

- 93 % déclarent s'intéresser à l'information, selon une intensité plus ou moins élevée.
- 15 % se déclarent même « accros à l'information ».
- Seuls 7 % des jeunes affirment ne pas s'intéresser à l'actualité.

Elle démontre aussi les effets bénéfiques et pérennes de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) sur les comportements informationnels des jeunes. 34% des jeunes de 15-34 ans déclarent avoir bénéficié d'une action d'EMI dans le cadre scolaire (expériences de création de médias,

¹ Source : Observatoire des Usages Internet (T4 2017) – Médiamétrie

² Source : Home Devices (T4 2017) – Médiamétrie

séances de visionnage et de décryptage de vidéos d'information, participation à la semaine de la presse et des médias à l'école...), parmi eux :

- 22 % se déclarent « accros à l'information » contre 12 % pour ceux n'ayant pas bénéficié d'une action d'EMI,
- 87% consultent quotidiennement des contenus d'information en ligne, contre 75 % pour ceux n'ayant pas bénéficié d'une action d'EMI,
- 65 % vérifient souvent les informations auxquelles ils accèdent, contre 42 % pour ceux n'ayant pas bénéficié d'une action d'EMI.

Ce résultat vient confirmer la pertinence de la priorité accordée en faveur de l'EMI avec le doublement des moyens qui lui sont consacrés. L'objectif est de permettre, d'ici la fin du quinquennat, qu'elle devienne un passage obligé pour tous les enfants, et donne la capacité de faire preuve d'esprit critique et de discernement face à la profusion de l'information en ligne.

Le ministère de la Culture remercie Médiamétrie et l'ensemble des professionnels qui ont contribué à cette étude qui nourrit utilement les réflexions en cours.

[Source : Médiamétrie, Enquête en ligne auprès d'un échantillon de 2000 internautes de 15-34 ans – Novembre 2017]

Contacts

Ministère de la Culture
Délégation à l'information et à la communication
Service de presse : 01 40 15 83 31
service-presse@culture.gouv.fr
www.culture.gouv.fr