

INJEP NOTES & RAPPORTS

■ **Novembre 2024**
■ INJEPS-2024/17

Le rapport des jeunes aux informations en 2024

Résultats du baromètre DJEPVA
sur la jeunesse

SYNTHÈSE

ÉTUDES ET RECHERCHE

■ Sandra HOIBIAN, Charlotte MILLOT, Jörg MÜLLER,
Sarah NEDJAR CALVET (CRÉDOC)
■ Amélie CHARRUAULT (INJEP)

A quelle fréquence les jeunes suivent-ils l'actualité ou recherchent-ils des informations dans les domaines de la vie quotidienne ? Pourquoi s'informent-ils ? Quels thèmes consultent-ils ? Réseaux sociaux, télévision, moteurs de recherche, presse... : quelles sources mobilisent-ils ?

Pour répondre à ces questions et continuer d'alimenter la littérature sur les pratiques informationnelles des jeunes, mais aussi pour éprouver l'exactitude de certaines idées répandues sur le rapport des jeunes aux informations, l'édition 2024 du baromètre DJEPVA sur la jeunesse a consacré l'un des modules de son questionnaire à ce sujet. Cette enquête – portée par l'INJEP depuis 2016 et réalisée chaque année par le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CRÉDOC) – a interrogé environ 4 500 jeunes âgés de 15 à 30 ans et 1 000 personnes âgées de 31 ans et plus résidant en France, entre mars et avril 2024¹. La taille relativement importante de l'échantillon permet d'approfondir les connaissances sur ce sujet, et de comparer le point de vue de l'ensemble des jeunes (15-30 ans) à celui de leurs aînés (31 ans et plus).

Précisons que ce cahier, issu de l'édition 2024 du baromètre DJEPVA sur la jeunesse, fait suite à un premier cahier publié en septembre 2024 qui présentait les résultats sur l'état d'esprit des jeunes, leur satisfaction à l'égard de la vie, leur confiance ou inquiétude face à l'avenir ainsi que leurs engagements citoyens².

Un suivi de l'actualité principalement alimenté par les réseaux sociaux et la télévision, qui augmente avec l'âge

▪ *Quatre jeunes sur dix suivent quotidiennement l'actualité*

Interrogés sur la fréquence de consultation de l'actualité, sept jeunes sur dix âgés de 15 à 30 ans (71 %) déclarent s'être tenus au courant de l'actualité « plusieurs fois par semaine » ou « tous les jours de la semaine » au cours des douze derniers mois, contre neuf personnes sur dix âgées de plus de 30 ans (90 %, graphique S1). La « curiosité [le souhait] d'apprendre des choses et de comprendre le monde qui les entoure » est la première motivation des 15-30 ans (64 %) et des plus de 30 ans (76 %) pour suivre l'actualité.

Le suivi quotidien de l'actualité (tous les jours) concerne également moins souvent les jeunes que leurs aînés : **quatre jeunes six (37 %) disent s'être tenus informés de l'actualité tous les jours de la semaine, au cours des douze derniers mois**, contre sept personnes sur dix âgées de plus de 30 ans (69 %). Soulignons que le suivi quotidien de l'actualité progresse sensiblement avec l'âge, les 25-30 ans étant plus assidus à cet égard que les 15-17 ans.

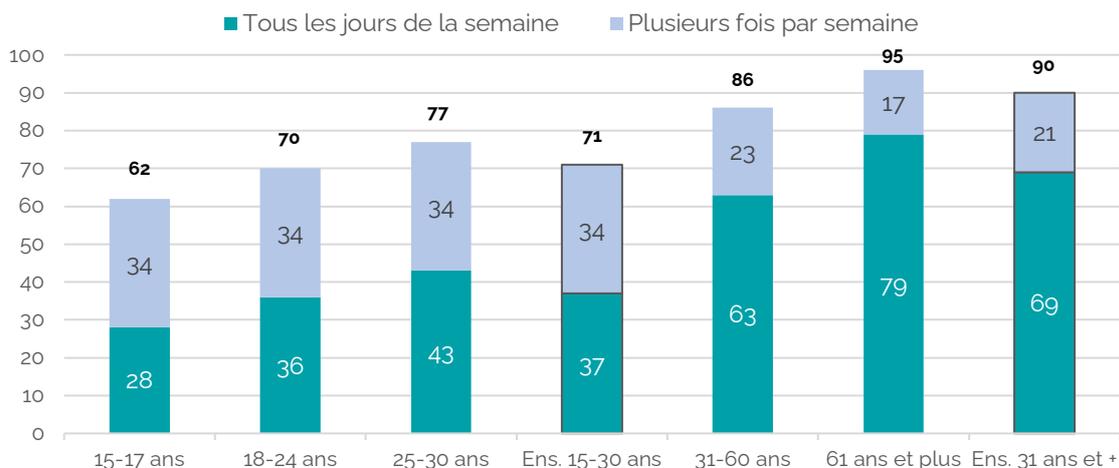
Cependant, tous les jeunes ne s'informent pas selon la même régularité. En effet, le suivi quotidien de l'actualité varie notamment en fonction de la socialisation à l'actualité, du genre et du niveau de diplôme.

Ainsi, l'importance accordée à l'actualité durant l'enfance ou l'adolescence au sein de la famille (ou du foyer) façonne durablement et nettement la fréquence de consultation de l'actualité. Les jeunes qui estiment que l'actualité avait une « très grande importance » dans leur famille sont ceux qui suivent plus souvent les informations au quotidien (58 %) par rapport aux jeunes ayant grandi dans des familles où l'information n'avait « pas du tout d'importance » (22 %).

¹ La collecte des données s'est déroulée en ligne pour la métropole et par téléphone pour l'outre-mer.

² Millot C., Nedjar Calvet S. (CRÉDOC), Charruault A. (INJEP), 2024, *État d'esprit et engagement des jeunes en 2024, Résultats du baromètre DJEPVA sur la jeunesse*, INJEP Notes & rapports.

GRAPHIQUE S1. FRÉQUENCE DU SUIVI DE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE, PRINTEMPS 2024 (EN %)



Source : INJEP-CRÉDOC, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2024.

Champ : Ensemble des personnes âgées de 15 ans et plus.

Lecture : Début 2024, 28 % des jeunes âgés de 15-17 ans déclarent s'être informés sur l'actualité tous les jours de la semaine, au cours de douze derniers mois.

Des différences de genre sont également perceptibles. La part des jeunes hommes qui s'informent au quotidien sur l'actualité est un peu plus élevée que celle des jeunes femmes. C'est le cas de 40 % des jeunes hommes âgés de 15 à 30 ans et de 34 % des jeunes femmes. Cet écart pourrait s'expliquer en partie par une définition différente de l'« actualité » entre hommes et femmes, par un niveau d'intérêt pour l'actualité différent selon les sexes – du moins sur certains sujets –, ou encore par la distribution inégale du temps libre, y compris aux âges les plus jeunes. La répartition inégale des tâches domestiques³ réduit sans doute le temps que les femmes peuvent consacrer à d'autres activités, dont le suivi des informations.

Le diplôme obtenu a également un effet notable sur la fréquence de suivi de l'actualité. Les jeunes adultes diplômés de l'enseignement supérieur sont plus nombreux en proportion à se tenir au courant de l'actualité tous les jours (48 % parmi les 25-30 ans⁴) que ceux ayant obtenu un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat (39 % parmi les 25-30 ans). La corrélation observée entre le diplôme et la fréquence de consultation de l'actualité pourrait résulter en partie des habitudes acquises pendant les études supérieures, certaines formations exigeant une consultation assidue des médias. Celle-ci pourrait aussi être le fait de la socialisation à l'actualité, les plus diplômés étant plus représentés parmi ceux qui ont été socialisés à l'actualité durant l'enfance ou l'adolescence.

▪ **Le sport et les faits divers, en tête des thèmes d'actualités les plus suivis par les jeunes**

Parmi quatorze thèmes d'actualité proposés dans le questionnaire du baromètre, **le sport (45 %) et les faits divers (39 %) semblent attirer plus particulièrement les jeunes** puis la politique nationale (35 %), l'environnement et le climat (34 %) et la politique internationale (33 %) [graphique S2.A]. Chez les plus de 30 ans, les faits divers (59 %) se placent en première position suivis par la politique nationale (52 %),

³ Brousse C., 2015, « Travail professionnel, tâches domestiques, temps libre : quelques déterminants sociaux de la vie quotidienne », *Économie et Statistique*, n°478, p. 479-480.

⁴ Pour le diplôme, le calcul est effectué parmi les 25-30 ans qui ont majoritairement terminé leurs études.

la politique internationale (50 %), l'environnement et le climat (45 %), la santé et le bien-être (42 %) ou les sujets de société⁵ (42 %).

Mais les centres d'intérêt des jeunes sont très genrés (graphique S2.B). En effet, l'information sportive, puis la mécanique, l'automobile et la moto ainsi que les sciences et les technologies suscitent davantage d'intérêt chez les jeunes hommes que chez leurs homologues féminines. De leur côté, les jeunes femmes s'intéressent bien plus fréquemment (dans l'ordre décroissant) aux sujets attenants aux faits divers, à la mode et la beauté, à la santé et au bien-être, aux questions de société, à la vie des célébrités et aux sujets *people* par rapport aux jeunes hommes.

Après l'âge de 30 ans, les pratiques informationnelles demeurent fortement genrées, même si les préférences des hommes et des femmes évoluent. Par exemple, les hommes âgés de plus de 30 ans sont plus férus de politique internationale et nationale, de sujets environnementaux et d'économie que les femmes du même âge. En outre, ils continuent de consommer davantage d'actualités ayant trait aux sciences et aux technologies et au sport comparativement aux femmes de plus de 30 ans.

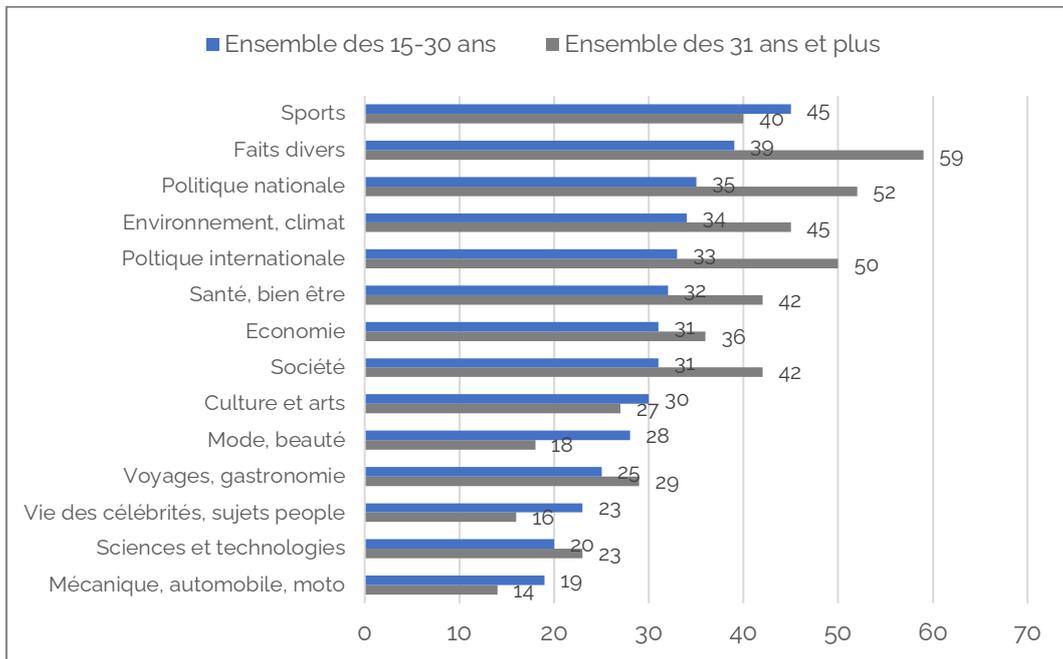
Au-delà du genre, le fait d'avoir eu des parents qui suivaient l'actualité⁶ semble aussi favoriser l'intérêt pour les sujets relatifs à la politique nationale et internationale (respectivement 39 % et 37 %), aux questions de société (35 %), à l'économie (36 %), à l'environnement et au climat (38 %). C'est également le cas des jeunes diplômés de l'enseignement supérieur ou occupant un emploi qualifié (comme cadres et professions intellectuelles supérieures par exemple).

⁵ Éducation, familles, logement, justice...

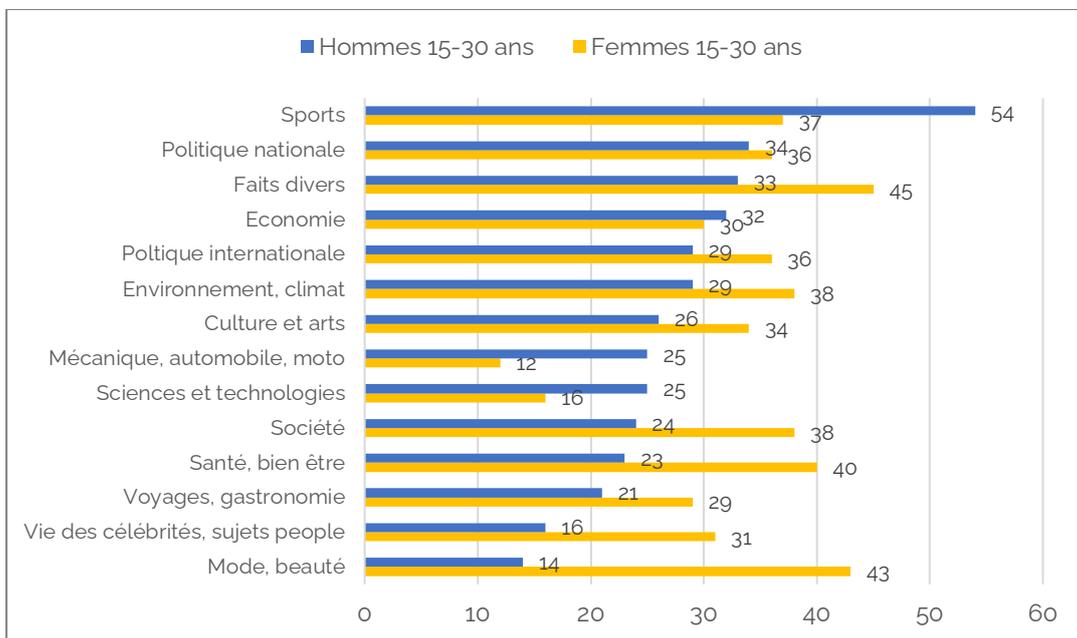
⁶ C'est-à-dire lorsque les actualités occupaient une « très grande » ou « assez grande importance » dans la famille ou le foyer durant l'enfance et l'adolescence.

GRAPHIQUE S2. THÈMES DE L'ACTUALITÉ SUIVIS SELON LA TRANCHE D'ÂGE ET LE SEXE, PRINTEMPS 2024 (EN %)

A. THÈMES SUIVIS PAR LES JEUNES ET LEURS AÎNÉS



B. THÈMES SUIVIS PAR LES JEUNES FEMMES ET LES JEUNES HOMMES



Source : INJEP-CRÉDOC, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2024.

Champ : Ensemble des personnes âgées de 15 ans et plus (graphique S2.A) et ensemble des jeunes âgés de 15-30 ans (graphique S2.B).

Lecture : Début 2024, 45 % des jeunes de 15-30 ans et 40 % des personnes âgées de 31 ans et plus déclarent avoir suivi l'actualité liée aux sports, au cours des douze derniers mois.

- **Les réseaux sociaux puis les journaux télévisés sont les deux principales sources d'information des jeunes**

Les réseaux sociaux constituent la principale source d'information pour la moitié des 15-30 ans : 53 % ont cité cette source en premier, deuxième ou troisième choix, loin devant les journaux télévisés (tableau S1).

Mais suivre les réseaux sociaux n'empêche pas les jeunes de porter un regard critique sur ces médias. La majorité d'entre eux (75 %) considèrent qu'ils « diffusent beaucoup plus de fausses informations que les autres médias (télévision, radio, presse...) ». De fait, les jeunes utilisent en plus des réseaux sociaux d'autres sources complémentaires pour s'informer comme la télévision, des sites internet spécifiques et des discussions avec leur entourage. C'est d'ailleurs « en confrontant ce que disent plusieurs médias (télévision, radio, presse...) » que quatre jeunes sur dix (42 %) parviennent à se forger une opinion sur un sujet qui fait débat dans la société.

TABLEAU S1. PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION UTILISÉES POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE, PRINTEMPS 2024 (EN %)

	15-30 ans			31 ans et plus	
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)	
Réseaux sociaux, sites de partage de vidéos, influenceurs/influenceuses	26	16	12	53	26
Journaux télévisés de 13h ou 20h	16	13	9	37	61
Moteurs de recherche, portails d'actualité	10	10	7	27	26
Chaînes d'information en continu	10	9	7	26	38
Médias 100 % vidéos	9	8	6	23	8
Bouche-à-oreille, discussion avec l'entourage	6	7	7	19	12
Presse, magazines en ligne	7	6	4	16	21
Radio en direct	5	5	4	14	27
Émissions télévisées	3	5	5	13	24
Presse, magazines papier	3	3	3	8	15
Podcasts	3	3	2	8	3
Blogs, forums	3	2	2	6	3

Source : INJEP-CRÉDOC, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse, 2024.

Champ : Ensemble des personnes âgées de 15 ans et plus ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois.

Lecture : Début 2024, 53 % des jeunes âgés de 15-30 ans ayant suivi l'actualité dans l'année écoulée utilisent prioritairement les réseaux sociaux pour s'informer sur l'actualité, parmi une liste de douze catégories proposées. Il s'agit de la première source d'information pour 26 % d'entre eux, de la deuxième pour 16 % et de la troisième pour 12 %.

La télévision continue ainsi d'occuper une place importante dans les pratiques informationnelles des jeunes : 37 % des 15-30 ans mentionnent les journaux télévisés de 13 h ou de 20 h parmi leurs trois sources principales de suivi de l'actualité, 26 % les chaînes d'information en continu, et 13 % d'autres émissions télévisées. Les jeunes qui s'intéressent à la politique nationale et internationale sont particulièrement spectateurs des journaux télévisés, tandis que ceux qui suivent la politique nationale et l'économie s'informent en priorité *via* les chaînes d'information en continu.

La télévision joue surtout un rôle central dans les pratiques informationnelles des plus de 30 ans : 61 % suivent l'actualité *via* les journaux télévisés, 38 % *via* les programmes des chaînes d'information en continu et 24 % *via* d'autres émissions télévisées.

Les moteurs de recherche et les portails d'actualité – cités parmi les trois principales sources d'information par 27 % des 15-30 ans – sont mobilisés par les jeunes s'informant sur des sujets plus variés et moins politisés : sciences et technologies, mécanique, automobile et moto, santé et bien-être, ou encore les faits divers. Les médias 100 % vidéos (23 %) sont, quant à eux, davantage utilisés par celles et ceux qui s'informent sur la vie des célébrités et les sujets *people*, les voyages et la gastronomie ou encore la politique internationale.

Les échanges avec l'entourage permettent aussi aux jeunes – aux adolescents davantage qu'aux jeunes adultes – de se tenir au courant de l'actualité : près de 20 % des jeunes déclarent s'informeur sur l'actualité par le « bouche-à-oreille ou les discussions avec l'entourage ». C'est notamment un moyen privilégié par les jeunes qui s'informent sur la culture et l'art, la mode et la beauté.

En revanche, les jeunes semblent s'éloigner de certains médias, du moins dans les trois premières réponses mentionnées. Il en va ainsi pour la radio en direct, la presse et les magazines (en version papier ou numérique) qui sont plus rarement cités par les jeunes comme sources d'information prioritaires.

La jeunesse : une période marquée par un besoin affirmé et diversifié d'informations dans les domaines de la vie quotidienne

Au-delà de la consultation de l'actualité, le baromètre explore les pratiques des jeunes et de leurs aînés en matière de recherche d'informations (en ligne ou hors ligne) dans douze domaines de la vie quotidienne⁷.

▪ *Neuf jeunes sur dix ont recherché de l'information sur la vie quotidienne*

De manière générale, **neuf jeunes sur dix âgés de 15-30 ans (91 %) déclarent avoir recherché des informations relatives à au moins un des domaines proposés au cours des douze derniers mois**, contre huit personnes sur dix âgées de 31 ans et plus (80 %). Cela concerne plus particulièrement les 18-30 ans : 93 % des 18-24 ans et 92 % des 25-30 ans ont indiqué avoir cherché des informations sur la vie quotidienne contre 86 % des 15-17 ans.

Sans grand étonnement, les jeunes qui n'ont pas cherché d'information sur des sujets ayant trait à la vie quotidienne (9 %) estiment très largement « que cela ne leur était pas utile » (66 % ont cité cette raison en premier ou en deuxième choix). Mais une partie d'entre eux évoque, en outre, un « manque de confiance dans les informations publiées » (22 %), des difficultés pour rechercher l'information (20 %) ou encore des difficultés à « traiter ou comprendre les informations obtenues » (18 %).

▪ *Vacances et emploi : des thèmes sur lesquels les jeunes ont souvent cherché de l'information*

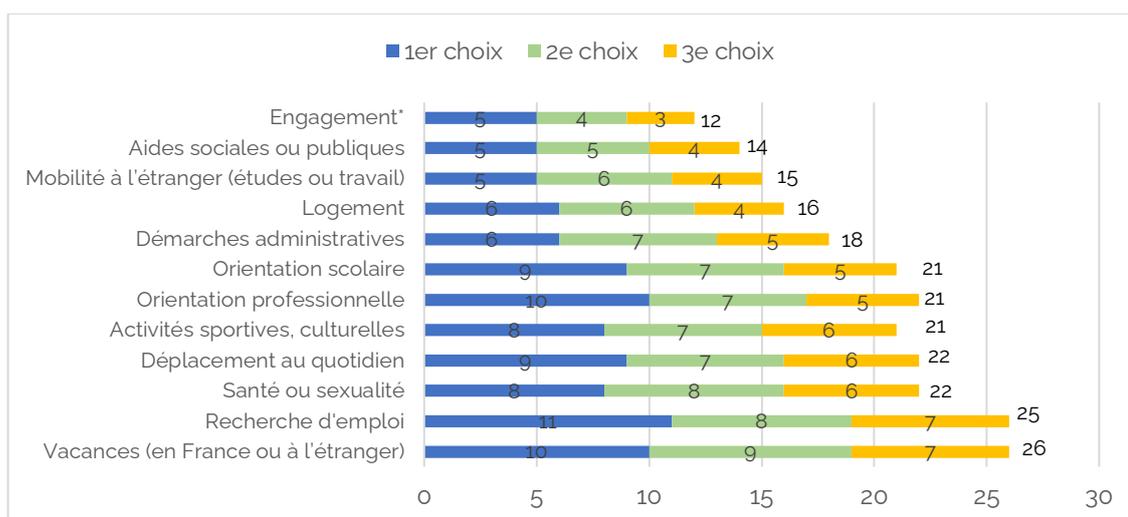
Dans quels domaines les jeunes ont-ils fréquemment cherché de l'information ? Les réponses fournies reflètent les étapes clés de leur parcours de vie ainsi que la diversité de leurs recherches, en ligne ou hors ligne (graphique S3).

⁷ Organisation de vacances en France ou à l'étranger ; recherche d'emploi ; santé, sexualité ; déplacement au quotidien ; accès à des activités sportives, culturelles ; orientation professionnelle ; orientation scolaire (pour eux-mêmes ou leurs enfants) ; démarches administratives ; logement ; accès à des aides sociales, dispositifs d'aides publiques ; mobilité à l'étranger (pour les études, le travail) ; engagement.

Ainsi, **la recherche d'emploi** est l'une des principales informations recherchées par les 15-30 ans au cours des douze mois (25 % ont cité ce thème en premier, deuxième ou troisième choix), surtout par les jeunes chômeurs (48 %), et de manière moins prononcée par les 25-30 ans (31 %). Les loisirs occupent également une place importante dans les recherches des jeunes : 26 % des 15-30 ans disent avoir cherché des informations pour **organiser des vacances en France ou à l'étranger** et 21 % pour accéder à des activités sportives ou culturelles. La santé et la sexualité (22 %) ainsi que l'orientation scolaire (21 %) et professionnelle (21 %) sont également les thèmes qui les préoccupent le plus. Soulignons que les 15-17 ans apparaissent particulièrement actifs dans les recherches d'information sur les questions d'orientation scolaire et professionnelle (33 % ont cherché des informations sur l'orientation scolaire et 29 % sur l'orientation professionnelle).

Les recherches effectuées par les plus de 30 ans sont moins diversifiées parce qu'ils sont, en moyenne, moins concernés par l'orientation scolaire ou professionnelle, la recherche d'un logement ou d'un emploi. Leurs principales recherches se focalisent sur les démarches administratives⁸ (42 %), et, dans une moindre mesure, sur l'organisation de vacances (31 %) ainsi que sur les questions de santé ou de sexualité (28 %)

GRAPHIQUE S3. PRINCIPALES INFORMATIONS RECHERCHÉES PAR LES JEUNES (15-30 ANS), PRINTEMPS 2024 (EN %)



Source : INJEP-CRÉDOC, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2024. Champ : Ensemble des jeunes âgés de 15-30 ans.

Lecture : Début 2024, 26 % des jeunes âgés de 15-30 ans ont cherché en priorité des informations pour organiser des vacances en France ou à l'étranger, parmi les 12 domaines de la vie quotidienne proposés. Il s'agit du premier thème recherché pour 10 % d'entre eux, du deuxième pour 9 % et du troisième pour 7 %.

* Association, syndicat, parti politique, service civique, etc.

⁸ Obtention ou renouvellement de la pièce d'identité, du passeport, inscription sur une liste électorale, etc.

- **Le numérique, et notamment les réseaux sociaux, occupe une place importante dans les recherches d'information sur la vie quotidienne**

Les jeunes et leurs aînés ont aussi été questionnés sur la façon dont ils ont effectué leurs recherches d'information sur la vie quotidienne (se loger, se déplacer, trouver un emploi, etc.). Une liste de treize sources d'information leur a été soumise⁹.

Quels que soient les domaines sur lesquels portent leurs recherches, **les 15-30 ans font largement usage du numérique** : les sites internet ou applications spécialisés, les réseaux sociaux ou les moteurs de recherche arrivent largement en tête des moyens mobilisés.

Les réseaux sociaux sont essentiellement utilisés pour se renseigner sur l'accès à des activités sportives et culturelles (50 % des 15-30 ans concernés), la mobilité internationale (43 %), la santé ou la sexualité (42 %), l'engagement (39 %), l'organisation de vacances en France ou à l'étranger (39 %). Les sites et applications spécialisés sont également consultés en priorité pour chercher un emploi (42 %), effectuer des démarches administratives (42 %), se loger (39 %), chercher de l'information sur l'orientation scolaire (38 %), se déplacer au quotidien (35 %), accéder à des aides sociales ou à des dispositifs d'aides publiques (34 %). Quant aux moteurs de recherche, ils arrivent en tête lorsqu'il s'agit d'organiser des vacances (43 %) ou de se renseigner sur son orientation professionnelle (37 %).

Si ces résultats traduisent l'ancrage des équipements et usages numériques dans le quotidien des jeunes, pour certaines démarches ou activités (orientation professionnelle, scolaire, accès à des activités sportives ou culturelles, départ à l'étranger, santé et sexualité ou déplacement au quotidien), une place importante reste accordée aux discussions avec l'entourage : environ trois jeunes sur dix concernés se renseignent dans ces domaines en discutant avec l'entourage.

L'accueil physique (en mairie, préfecture, dans les caisses d'allocations familiales [CAF], à Pôle emploi...) est en retrait par rapport aux différentes ressources numériques pour l'ensemble des domaines de la vie quotidienne étudiés. Cependant, environ un jeune concerné sur cinq y a recours pour se loger (19 %), rechercher un emploi (19 %) ou effectuer des démarches administratives (23 %). Quant aux structures d'information (comme les points Information Jeunesse, les missions locales ou les maisons France services), elles sont principalement sollicitées pour l'obtention d'aides sociales ou l'accès à des dispositifs d'aides publiques (17 % des jeunes concernés).

Les plus de 30 ans se tournent également en priorité vers le numérique pour s'informer sur l'ensemble des activités ou démarches de la vie quotidienne étudiées. Mais ils ont un peu plus souvent recours à l'accueil physique que les jeunes pour obtenir des informations sur l'orientation scolaire ou celle de leurs enfants (23 % des 31 ans et plus concernés), pour rechercher un emploi (15 %), réaliser des démarches administratives (19 %), accéder à des aides sociales ou dispositifs d'aides publiques (20 %).

⁹ Presse ou magazine (papier ou en ligne) ; livres, guides, brochures (papier ou numérique) ; émissions télévisées ; radio et podcasts ; réseaux sociaux, sites de partage vidéos ; blogs, forums ; accueil physique (mairie, préfecture, CAF, Pôle emploi...) ; structures d'information (Info Jeunes, missions locales, maisons France Service...) ; moteurs de recherche ; discussions avec l'entourage ; discussions en dehors de l'entourage ; sites internet ou applications généralistes ; sites internet ou application spécialisés ; sites ou applications d'intelligence artificielle.

NOTE AUX LECTRICES ET AUX LECTEURS

La synthèse ici présentée met évidence les résultats les plus saillants de l'enquête. D'autres résultats complémentaires peuvent être consultés dans les différentes parties de ce cahier, notamment sur :

- le sentiment de « lassitude » éprouvé à l'égard de l'actualité, et les sujets marquants couverts par les médias et suivis par les jeunes et leurs aînés durant l'année écoulée (guerre entre l'Ukraine et la Russie, guerre entre Israël et le Hamas, Jeux olympiques et paralympiques 2024, mobilisation des agriculteurs/agricultrices en France, etc.) ;
- le niveau de connaissance des jeunes des dispositifs qui leur sont destinés (Pass Culture, aides au logement, bourses sur critères sociaux, prime d'activité, complémentaire santé solidaire, etc.) selon le type d'information recherché ;
- les réseaux sociaux et les influenceurs/influenceuses mobilisés pour suivre l'actualité, et les types d'émissions et de presse consultés ;
- l'opinion des jeunes et de leurs aînés à l'égard des médias, et la façon dont ils se forment un avis sur les sujets débattus dans l'actualité (en discutant avec l'entourage, avec des personnes en dehors de l'entourage, en confrontant ce qui disent plusieurs médias, etc.).

Retrouvez l'intégralité du rapport téléchargeable sur www.injep.fr

LE RAPPORT DES JEUNES AUX INFORMATIONS EN 2024 RÉSULTATS DU BAROMÈTRE DJEPVA SUR LA JEUNESSE

Le baromètre DJEPVA sur la jeunesse de 2024 a consacré un module de son questionnaire à la manière dont les jeunes suivent l'actualité et s'informent dans les domaines de la vie quotidienne. La taille relativement importante de l'échantillon – environ 4 500 jeunes âgés de 15 à 30 ans et 1 000 personnes âgées de plus de 30 ans – permet d'éclairer les pratiques des jeunes et de les mettre en perspective avec celles de leurs aînés.

Composé de deux parties, ce rapport aborde tout d'abord la fréquence de consultation de l'actualité par les jeunes, les sujets suivis, et les motivations et freins à s'informer, y compris la « lassitude » à l'égard de l'actualité. Il présente également les thèmes de la vie quotidienne les plus recherchés. La seconde partie détaille les principales sources mobilisées pour s'informer (réseaux sociaux, télévision, moteurs de recherche, presse, etc.) et explore l'opinion des jeunes sur ces différents médias ainsi que la façon dont ils se forment un avis.

Les jeunes suivent moins fréquemment l'actualité que leurs aînés. Quatre jeunes sur dix s'informent quotidiennement sur l'actualité, en privilégiant les réseaux sociaux puis, dans une moindre mesure, les journaux télévisés. La fréquence de suivi de l'actualité et les thématiques priorisées (sport, faits divers, politique nationale, etc.) diffèrent en fonction de l'âge, du genre et du niveau de diplôme, mais aussi de la socialisation à l'actualité durant l'enfance. Par ailleurs, les jeunes recherchent davantage que leurs aînés des informations dans des domaines variés de la vie quotidienne (vacances, emploi, santé, etc.), en mobilisant largement le numérique (sites internet ou applications, réseaux sociaux, moteurs de recherche).