

INJEP NOTES & RAPPORTS

■ **Novembre 2024**
■ INJEPR-2024/17

Le rapport des jeunes aux informations en 2024

Résultats du baromètre DJEPVA
sur la jeunesse

ÉTUDES ET RECHERCHE

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

**Le rapport des jeunes
aux informations en 2024
Résultats du baromètre DJEPVA
sur la jeunesse**

*Sandra Hoibian, Charlotte Millot, Jörg Müller, Sarah Nedjar Calvet
(CREDOC)*

Amélie Charruault (INJEP)

[Pour citer ce document](#)

HOIBIAN S., MILLOT C., MÜLLER J., NEDJAR CALVET S. (CREDOC), CHARRUAULT A. (INJEP), 2024, *Le rapport des jeunes aux informations en 2024. Résultats du baromètre DJEPVA sur la jeunesse*, INJEP, Notes & rapports.

SOMMAIRE

SYNTHÈSE.....	5
INTRODUCTION.....	15
SUIVRE L'ACTUALITÉ ET S'INFORMER DANS LES DOMAINES DE LA VIE QUOTIDIENNE	19
Quatre jeunes sur dix s'informent quotidiennement sur l'actualité	19
La consultation quotidienne de l'actualité progresse avec l'âge	19
Les hommes, les diplômés du supérieur et les personnes socialisées dans l'enfance à l'actualité consultent plus souvent l'actualité.	20
S'informer d'abord par « curiosité, pour apprendre des choses et comprendre le monde »	22
Le sentiment de « lassitude » à l'égard de l'actualité concerne sept jeunes sur dix.....	24
Les jeunes éloignés de l'actualité évoquent avant tout d'autres centres d'intérêt.....	26
Le sport et les faits divers, en tête des sujets d'actualité suivis par les jeunes.....	27
Des thèmes de prédilection liés à l'âge et aux sources d'actualité consultées.....	27
Des centres d'intérêt qui varient selon le sexe	30
Politique, environnement, économie et société : des thèmes prisés par les jeunes diplômés et les jeunes cadres.....	31
Parmi les principaux sujets couverts par les médias, les jeunes ont particulièrement suivi les conflits internationaux..	35
Neuf jeunes sur dix ont recherché de l'information pour des démarches de la vie quotidienne	39
Vacances et emploi, des thèmes sur lesquels les jeunes ont souvent cherché de l'information	40
Les jeunes qui ont cherché des informations sur les aides sociales et publiques semblent un peu mieux connaître certains dispositifs qui leur sont destinés.....	42
SOURCES D'INFORMATION PRIVILÉGIÉES	45
Les réseaux sociaux : première source mobilisée par les jeunes pour suivre l'actualité	45
Un jeune sur deux utilise les réseaux sociaux pour suivre l'actualité, et quatre jeunes sur dix les journaux télévisés	45
Instagram et TikTok plébiscités par les jeunes, avec une utilisation différenciée selon l'âge et le sexe.....	49
« Hugo Décrypte » : principal « influenceur actualité » selon les jeunes.....	51
Le numérique, et notamment les réseaux sociaux, occupe aussi une place importante dans les recherches d'information sur la vie quotidienne.....	52
La télévision et la presse restent présentes dans le panorama informationnel des jeunes.....	55
Les jeunes suivent généralement les mêmes émissions quotidiennes d'actualité que leurs aînés.....	55
Les jeunes consultent davantage la presse que leurs aînés	57
Les jeunes accordent plus d'importance aux actualités partagées sur les réseaux sociaux que leurs aînés.....	58
Sur les sujets qui font débat, les jeunes se forment une opinion d'abord grâce aux échanges avec autrui	60

SYNTHÈSE

À 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.

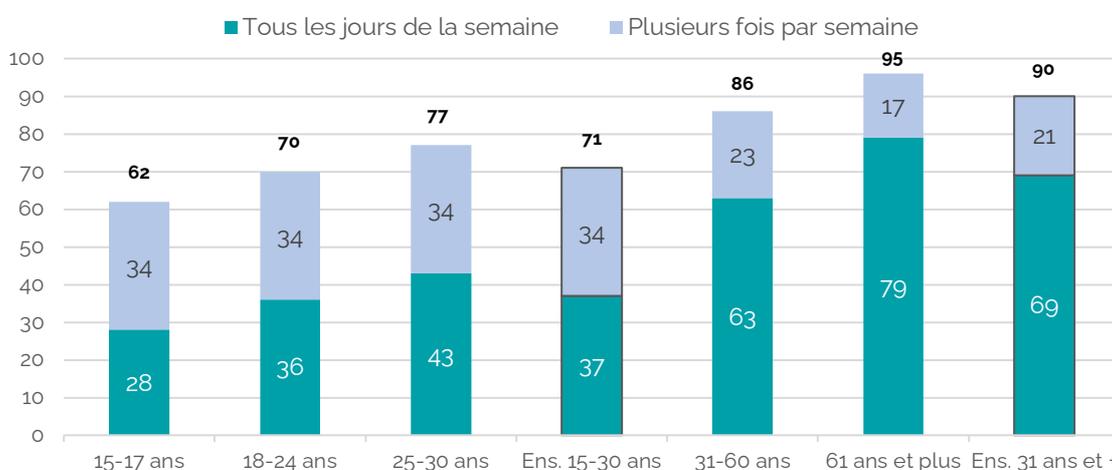
¹ La collecte des données s'est déroulée en ligne pour la métropole et par téléphone pour l'outre-mer.

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.

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 %).

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

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.

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 %), 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.

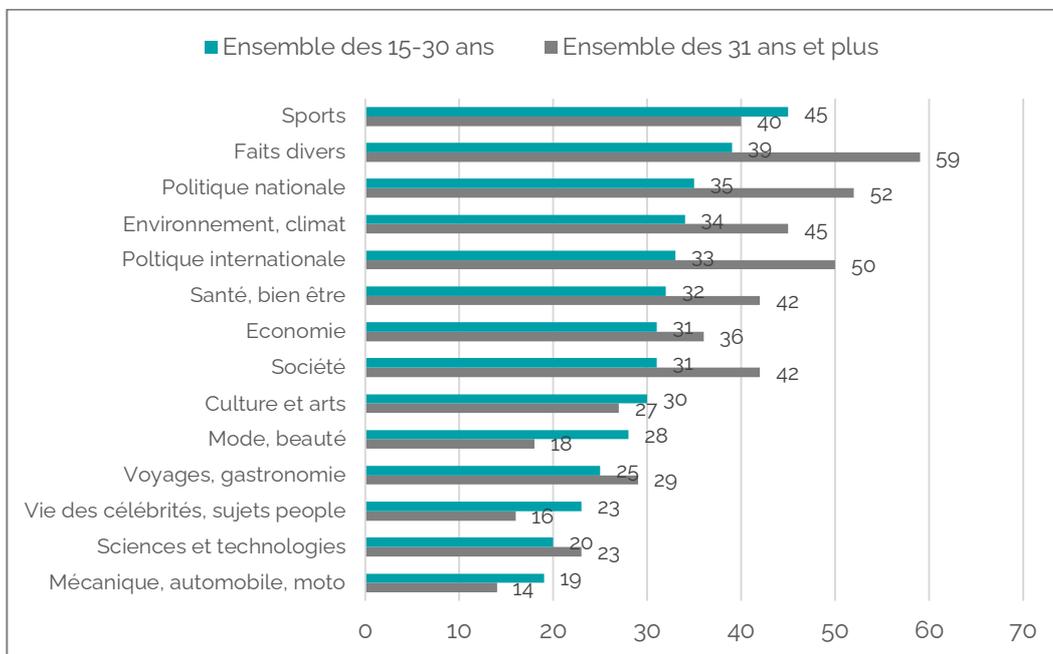
Au-delà du genre, le fait d'avoir eu des parents qui suivaient l'actualité⁶ semble aussi favoriser l'intérêt pour les sujets relatifs à la politique nationale et internationale (respectivement 39 % et 37 %), aux questions de société (35 %), à l'économie (36 %), à l'environnement et au climat (38 %). 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..

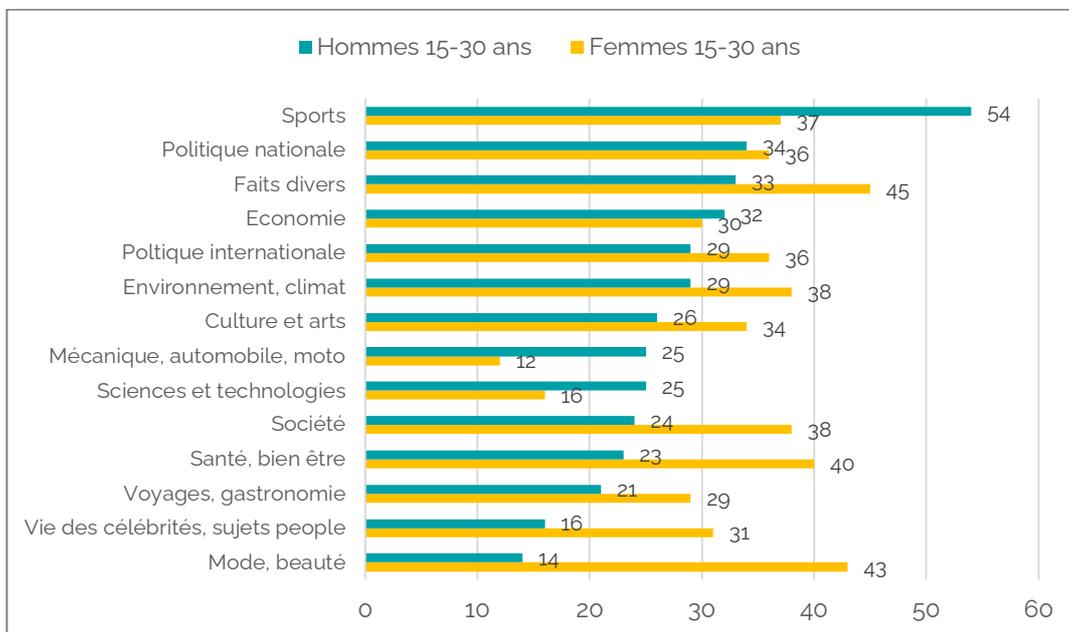
⁶ C'est-à-dire lorsque les actualités occupaient une « très grande » ou « assez grande importance » dans la famille ou le foyer durant l'enfance et l'adolescence.

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)	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'informer 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 %).

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.

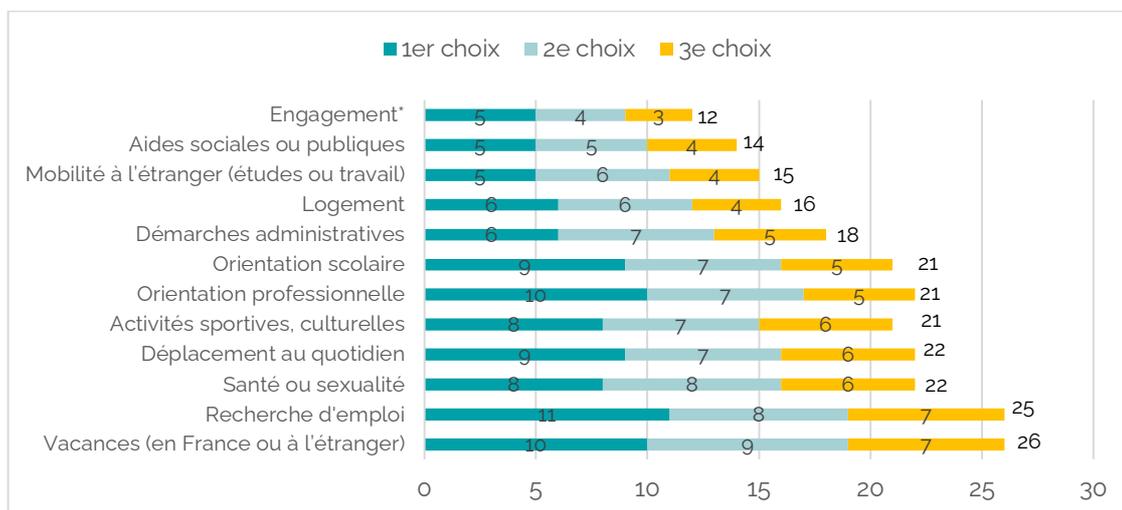
▪ **Vacances et emploi : des thèmes sur lesquels les jeunes ont souvent cherché de l'information**

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).

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.).

INTRODUCTION

Avec la démocratisation des technologies de l'information et des communications et le développement de l'offre informationnelle en ligne, les jeunes sont au cœur des transformations profondes qui redéfinissent les manières de s'informer. En effet, en plus des médias traditionnels (télévision, presse et radio), elles et ils peuvent désormais se tourner vers d'autres canaux pour se tenir au courant des actualités ou se renseigner sur d'autres domaines de la vie quotidienne : réseaux sociaux, plateformes de vidéos en ligne, moteurs de recherche, sites internet spécialisés, etc.

Cependant, ces jeunes qui ont grandi à l'ère du numérique – aussi popularisés sous la notion de « *digital natives* » par Marc Prensky dès 2001¹⁰ – ont des pratiques informationnelles différenciées, et contrairement à une idée largement répandue, leurs compétences numériques ne sont pas « innées ». Plusieurs travaux s'accordent en effet à dire que divers facteurs sociaux, culturels, économiques, éducatifs et de genre créent des inégalités dans la manière dont les jeunes s'informent (en ligne ou hors ligne)¹¹.

Analyser les pratiques informationnelles des jeunes permet donc de mieux saisir et de mieux comprendre la diversité de ces pratiques, dans un espace informationnel devenu complexe. En parallèle, cela permet d'éprouver les discours qui annonçaient que les jeunes seraient « moins curieux, moins ouverts sur le monde qu'avant » ou qui présagent, par exemple, que les réseaux sociaux numériques pourraient être une « source d'appauvrissement chez les jeunes¹² ».

Dans ce contexte, l'édition 2024 du baromètre DJEPVA sur la jeunesse a dédié un module de son questionnaire aux pratiques informationnelles des jeunes âgés de 15 à 30 ans¹³. Grâce à l'interrogation « en miroir » d'un échantillon représentatif de la population âgée de plus de 30 ans, il est également possible de repérer les spécificités de ces pratiques juvéniles par rapport à celles de leurs aînés (31 ans et plus).

Ce cahier, issu de l'édition 2024 du baromètre, éclaire ainsi le rapport des jeunes (15-30 ans) et de leurs aînés (31 ans et plus) aux informations : d'une part, en explorant la façon dont ils s'informent sur l'actualité, et d'autre part, en examinant la manière dont ils recherchent de l'information dans les différents domaines de la vie quotidienne (logement, déplacement au quotidien, santé, orientation scolaire, recherche d'emploi, etc.).

Pour ce faire, **la première partie de ce cahier** aborde notamment la fréquence de consultation de l'actualité, les sujets suivis, les motivations pour s'informer ou les raisons de la non-information, la

¹⁰ Stenger T., 2015, « Digital natives, technologie et culture numériques », in *Digital natives Culture, génération et consommation*, Caen, EMS éditions.

¹¹ Boyadjian J., 2020, « Désinformation, non-information ou sur-information ? Les logiques d'exposition à l'actualité en milieu étudiants », *Réseaux*, n° 222, p. 21-52 ; Boyadjian J., 2022, *Jeunes connectées. Les digital natives au prisme des inégalités socio-culturelles*, Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion ; Cordier A., 2023, *Grandir informés. Les pratiques informationnelles des enfants, adolescents et jeunes adultes*, Caen, C&F éditions ; Louguet A., 2023, « S'informer à l'ère du numérique », *Culture études*, n° 4.

¹² Entretien réalisé avec Anne Cordier pour *Le Monde* : « Les préjugés sur les jeunes et les écrans : "À chaque époque, son objet de cristallisation pour 'démontrer' l'inculture" », 21 août 2024.

¹³ À ce titre, nous remercions les membres du groupe de travail qui ont participé à l'élaboration du module « pratiques informationnelles » : Julien Boyadjian (Sciences Po Lille), Francine Labadie et Emmanuel Mourlet (Info Jeunes France), Amandine Louguet (DEPS), Amélie Mauroux et Thomas Venet (INJEP-MEDES), Pierre Montaudon et Roland Morin (DJEPVA, bureau des politiques de jeunesse), Anne Nancy (DILA).

« lassitude » informationnelle à l'égard de l'actualité et les thèmes de la vie quotidienne recherchés. **La seconde partie de ce cahier**, quant à elle, documente les principales sources mobilisées pour s'informer (réseaux sociaux, télévision, moteurs de recherche, presse...). Les opinions des jeunes à l'égard des différents médias et la façon dont ils se forment un avis sont aussi abordées à la fin de ce cahier.

PRÉCISIONS MÉTHODOLOGIQUES

L'enquête a été réalisée en ligne, du 12 mars au 24 avril 2024, auprès d'un échantillon représentatif de 4 505 jeunes âgés de 15 à 30 ans résidant en France (y compris en outre-mer*) [tableau 1], sélectionnés selon la méthode des quotas. La méthodologie mise en œuvre, notamment la taille de l'échantillon, permet la réalisation d'analyses régionales**. Les quotas nationaux (région, taille d'agglomération, âge, sexe, niveau de diplôme, situation d'activité) et régionaux (sexe, âge, niveau de diplôme, situation d'activité) ont été calculés d'après les résultats du dernier recensement général de la population.

Pour la deuxième fois en 2024, le questionnaire de l'enquête a été administré en parallèle à un échantillon de 1 040 personnes âgées de 31 ans et plus résidant en France (y compris en outre-mer), également sélectionnées selon la méthode des quotas, avec des quotas régionaux (sexe, âge) et nationaux (région, âge x diplôme, situation d'activité et taille d'agglomération). Ce nouvel échantillon permet de mettre en perspective les réponses des jeunes avec celles du reste de la population.

Pour chacun des échantillons (15-30 ans et 31 ans et plus), un redressement a été effectué pour assurer la représentativité des deux échantillons par rapport à la population nationale. Ce redressement intègre notamment l'ensemble des variables de quotas.

Note de lecture : en raison des arrondis, il est possible que la somme des pourcentages d'une même colonne soit légèrement différente de 100 %.

* Les départements d'outre-mer concernés sont : La Réunion, la Guadeloupe, la Martinique et la Guyane.

** À l'exception de la Corse, qui sera regroupée avec la région Provence-Alpes-Côte d'Azur pour les analyses.

TABLEAU 1. PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES DES PERSONNES ENQUÊTÉES SELON L'ÂGE (EN %)

	15-30 ans	31 ans et plus
<i>Effectif non pondéré</i>	4 505	1 040
Sexe		
Hommes	50,3	44,9
Femmes	49,7	55,1
Tranche d'âge		
15-17 ans	20,0	-
18-24 ans	43,7	-
25-30 ans	36,2	-
31-50 ans	-	60,5
51 ans et plus	-	39,5
Situation de couple		
En couple, avec une personne qui vit dans le logement	29,0	61,8
En couple, avec une personne qui ne vit pas dans le logement	26,6	8,7
Personne seule	44,4	29,5
Présence d'enfants		
Oui, et au moins un enfant vit avec la personne interrogée	23,4	43,5
Oui, mais aucun enfant ne vit avec la personne interrogée	8,9	36,3
Non	67,8	20,3
Niveau de diplôme*		
Aucun diplôme	8,6	13,6
BEPC, brevet des collèges	19,3	5,8
CAP, BEP ou équivalent	13,9	27,8
Baccalauréat général, technologique ou équivalent	28,1	18,0
Bac + 2	8,3	14,1
Bac + 3	8,8	7,6
Bac + 4	4,3	5,2
Bac + 5	8,7	7,8
Situation d'activité		
En emploi	36,6	42,3
Étudiant(e) ou élève, sans activité professionnelle	33,2	0,3
Étudiant(e) ou élève qui travaille, y compris en alternance	13,0	1,5
Au chômage	12,4	13,8
Sans activité et ne recherche pas d'emploi	2,6	4,0
Retraité(e), retiré(e) des affaires	0	31,9
Invalide ou malade de longue durée	0,8	6,2
Volontaire**	1,5	0

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

Lecture : Parmi les jeunes âgés de 15 à 30 ans, 50,3 % sont des hommes.

* Une partie des jeunes de moins de 31 ans sont encore en cours d'étude, et n'ont donc pas encore atteint leur niveau de diplôme final. Cela explique la plus faible proportion de diplômés du supérieur parmi les jeunes, malgré la massification scolaire récente.

** Service civique, service volontaire européen, volontariat humanitaire de solidarité internationale...

SUIVRE L'ACTUALITÉ ET S'INFORMER DANS LES DOMAINES DE LA VIE QUOTIDIENNE

Quatre jeunes sur dix s'informent quotidiennement sur l'actualité

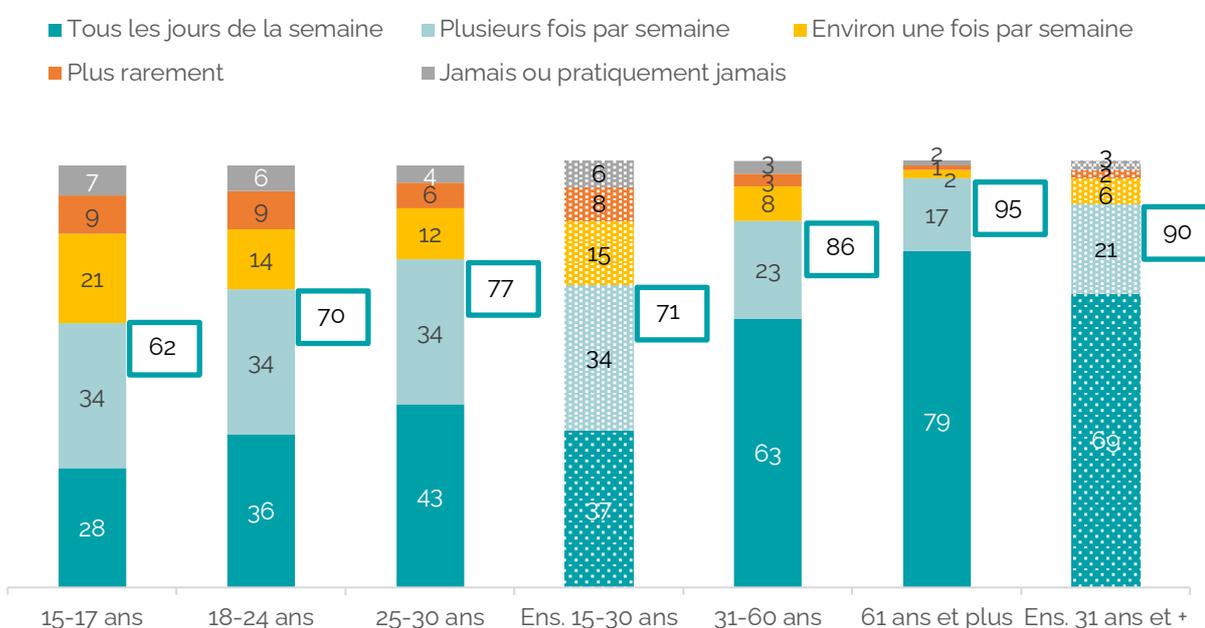
La consultation quotidienne de l'actualité progresse avec l'âge

Selon le baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2024, **71 % des jeunes âgés de 15 à 30 ans déclarent s'être tenus informés de l'actualité « tous les jours » ou « plusieurs fois par semaine »** au cours des douze derniers mois, contre 90 % des personnes âgées de plus de 30 ans.

Le suivi quotidien de l'actualité concerne toutefois une part moins importante des jeunes (37 % des 15-30 ans) et **progresse avec l'âge**. Dans le détail, 28 % des 15-17 ans, 36 % des 18-24 ans et 43 % des 25-30 ans disent s'être tenus informés de l'actualité tous les jours de la semaine. Après 30 ans, ce sont les soixantaines qui sont les plus assidus : 79 % des 61 ans et plus indiquent suivre l'actualité tous les jours.

GRAPHIQUE 1. FRÉQUENCE DU SUIVI DE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE DÉTAILLÉE (EN %)

Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence vous êtes-vous tenu(e) informé(e) de l'actualité...



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

Champ : Ensemble de la population âgée 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.

De manière liée à l'âge, suivre l'actualité quotidiennement est aussi une attitude plus répandue chez les jeunes occupant un emploi (45 %, contre 37 % en moyenne), les jeunes vivant en couple et ayant des enfants (46 %) ainsi que chez les jeunes ne vivant pas chez leurs parents (40 %).

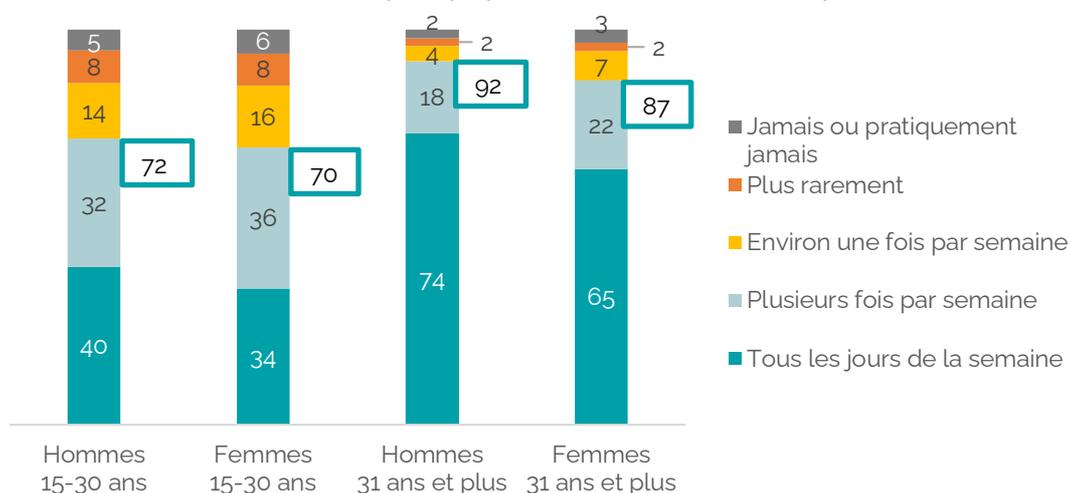
Les hommes, les diplômés du supérieur et les personnes socialisées dans l'enfance à l'actualité consultent plus souvent l'actualité.

Quelle que soit la tranche d'âge, les hommes sont proportionnellement un peu plus nombreux à suivre l'actualité quotidiennement que les femmes. C'est le cas de 40 % des jeunes hommes (15-30 ans) et de 34 % des femmes du même âge. Plus précisément, l'écart entre les sexes s'observe dès le plus jeune âge : chez les jeunes femmes, 24 % des 15-17 ans, 34 % des 18-24 ans et 40 % des 25-30 ans déclarent s'informer tous les jours, contre respectivement chez les jeunes hommes 32 % des 15-17 ans, 38 % des 18-24 ans et 47 % des 25-30 ans. La différence s'accroît chez les 31 ans et plus, les hommes étant également plus assidus que les femmes (74 % contre 65 % des femmes de 31 ans et plus).

Ce résultat pourrait s'expliquer par une définition de l'actualité différente entre les hommes et les femmes, par un niveau d'intérêt pour les actualités différent selon les sexes – du moins sur certains sujets –, mais aussi sans doute par la distribution inégale du temps libre entre les sexes. L'enquête Emploi du temps de l'INSEE¹⁴ montre, en effet, que les femmes, dès leur jeunesse, sont plus impliquées dans les tâches domestiques que les hommes. Cette répartition inégale des responsabilités réduit le temps que les femmes, même les plus jeunes, peuvent consacrer à d'autres activités, y compris s'informer de l'actualité¹⁵.

GRAPHIQUE 2. FRÉQUENCE DU SUIVI DE L'ACTUALITÉ SELON LE SEXE ET LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence vous êtes-vous tenu(e) informé(e) de l'actualité...



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

Champ : Ensemble de la population âgée de 15 ans et plus.

Lecture : Début 2024, 40 % des hommes âgés de 15 à 30 ans déclarent s'être informés sur l'actualité tous les jours de la semaine, au cours des douze derniers mois.

¹⁴ Institut national de la statistique et des études économiques.

¹⁵ Brousse C., 2015, « Travail professionnel, tâches domestiques, temps "libre" : quelques déterminants sociaux de la vie quotidienne », *Économie et statistique*, n° 478-479-480 [\[en ligne\]](#).

La consultation des actualités est également liée au niveau de diplôme¹⁶. Chez les 25-30 ans, 48 % des diplômés de l'enseignement supérieur se tiennent informés tous les jours de l'actualité, contre 39 % de ceux ayant un niveau de diplôme inférieur ou égal au baccalauréat (y compris les non-diplômés)¹⁷. Cette tendance s'estompe chez les 31 ans et plus, qui s'informent quotidiennement dans des proportions comparables (66 % des diplômés du supérieur et 70 % des titulaires d'un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat)¹⁸. Le lien entre diplôme et rapport à l'actualité chez les jeunes pourrait résulter des habitudes acquises pendant les études supérieures, qui peuvent requérir, selon les formations suivies, un suivi de l'actualité particulièrement assidu. Cette corrélation est aussi probablement en lien avec la socialisation à l'actualité dans l'enfance ou l'adolescence, plus importante chez les plus diplômés.

Chez les jeunes occupant déjà un emploi, les **cadres et les professions intellectuelles supérieures** s'informent plus souvent quotidiennement (47 %, contre 37 % des employés et 42 % des professions intermédiaires). Les jeunes **ouvriers** se distinguent également par une proportion élevée de personnes suivant l'actualité tous les jours (47 %), mais ils sont proportionnellement moins nombreux que les cadres à s'informer au moins une fois par semaine ¹⁹ (83 %, contre 93 % des cadres). De manière vraisemblablement corrélée à la structure de la population des différents territoires étudiés, les jeunes vivant dans des **communes rurales**²⁰ s'informent un peu moins souvent « tous les jours » de la semaine (33 %, contre 37 % en moyenne). Une spécificité qui pourrait être s'expliquer en partie par la moindre présence de cadres (10 %, contre 15 % en moyenne) dans ces communes.

Enfin, il semble que **l'importance accordée à l'actualité pendant l'enfance et l'adolescence au sein de la famille (ou du foyer) façonne durablement et très nettement les habitudes d'information, tant chez les 15-30 ans que chez les 31 ans et plus.** Les jeunes ayant grandi dans des familles où l'actualité était jugée « très » ou « assez importante » s'informent plus régulièrement aujourd'hui que ceux issus de famille où l'actualité était « assez peu » ou « pas du tout importante ». Ainsi, 82 % des jeunes qui estiment que l'actualité avait une « très grande importance » dans leur famille suivent l'actualité tous les jours ou plusieurs fois par semaine, contre 48 % des jeunes chez qui l'information n'avait « pas du tout d'importance ».

Chez les 31 ans et plus, 97 % des personnes ayant grandi dans un foyer où l'actualité avait une « très grande importance » suivent celle-ci tous les jours ou plusieurs fois par semaine, contre 80 % de ceux chez qui l'on n'y accordait « pas du tout d'importance ». Le cercle familial, par la transmission du capital culturel²¹, joue donc un rôle déterminant sur les comportements et pratiques des individus à l'âge adulte.

¹⁶ Dans tous les résultats de ce rapport, lorsqu'il est question du niveau de diplôme, l'analyse est restreinte aux personnes âgées de 25 ans et plus (ayant majoritairement terminé leurs études) pour éviter d'inclure des étudiants préparant un diplôme parmi les non-diplômés.

¹⁷ Chez les 25-30 ans, les diplômés de l'enseignement supérieur sont répartis de la manière suivante : 23 % ont un bac + 2, 30 % un bac + 3, 13 % un bac + 4 et 34 % un bac + 5 et plus. Quant aux 25-30 ans ayant un « diplôme inférieur ou égal au baccalauréat », 50 % sont titulaires du baccalauréat (général, technologique ou professionnel), 35 % sont titulaires d'un CAP, BEP ou équivalent, 7 % du BEPC (brevet des collèges) et 8 % sont non diplômés.

¹⁸ Chez les 31 ans et plus, les diplômés de l'enseignement supérieur sont répartis de la manière suivante : 41 % ont un bac + 2, 22 % un bac + 3, 15 % un bac + 4 et 22 % un bac + 5 et plus. Quant aux 31 ans et plus ayant un « diplôme inférieur ou égal au baccalauréat », 28 % sont titulaires du baccalauréat (général, technologique ou professionnel), 43 % sont titulaires d'un CAP, BEP ou équivalent, 9 % titulaires du BEPC ou du brevet des collèges et 21 % sont non diplômés.

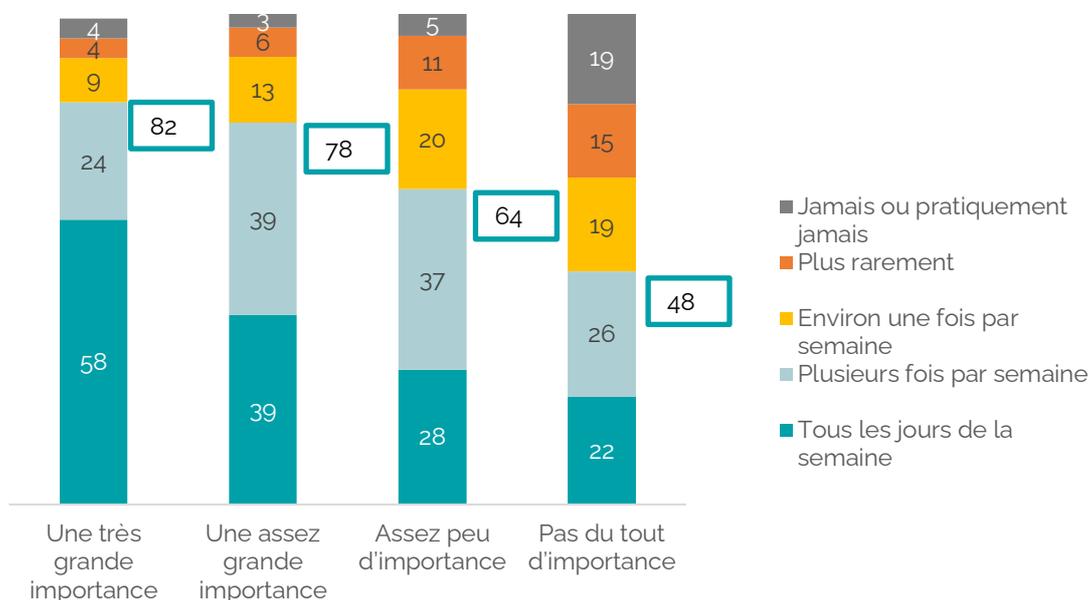
¹⁹ « Tous les jours de la semaine » ou « une fois par semaine » ou « environ une fois par semaine ».

²⁰ Communes comptant moins de 2 000 habitants.

²¹ Bourdieu P., 1979, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit.

GRAPHIQUE 3. FRÉQUENCE DU SUIVI DE L'ACTUALITÉ SELON L'IMPORTANCE ACCORDÉE À L'ACTUALITÉ PENDANT L'ENFANCE ET L'ADOLESCENCE AU SEIN DE LA FAMILLE (OU DU FOYER) [EN %]

Au cours des douze derniers mois, à quelle fréquence vous êtes-vous tenu(e) informé(e) de l'actualité...



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

Champ : Ensemble des jeunes âgés de 15 à 30 ans.

Lecture : Début 2024, 58 % des jeunes qui estiment que l'actualité avait une très grande importance dans la famille ou dans le foyer dans lequel ils ont grandi ont suivi l'actualité tous les jours de la semaine, au cours des douze derniers mois.

Note : La question de l'importance accordée à l'actualité pendant l'enfance ou l'adolescence était posée de la façon suivante : « Pendant votre enfance et votre adolescence, quelle importance accordait-on à l'actualité dans votre famille (ou dans votre foyer) ? Une très grande importance, une assez grande importance, assez peu d'importance, pas du tout d'importance ».

S'informer d'abord par « curiosité, pour apprendre des choses et comprendre le monde »

Que l'on ait entre 15 et 30 ans ou plus de 30 ans, suivre l'actualité permet essentiellement de satisfaire sa curiosité et de s'instruire. En effet, à la question « Pour quelles raisons principales suivez-vous l'actualité ? », 64 % des jeunes âgés de 15 à 30 ans et 76 % des personnes âgées de 31 ans et plus déclarent, en premier ou en second choix, suivre l'actualité « par curiosité, pour apprendre des choses et comprendre le monde qui les entoure ». Le fait de « **pouvoir discuter et débattre avec son entourage** » est le deuxième motif le plus souvent cité, tant chez les 15-30 ans que chez les plus de 30 ans : pour 39 % des jeunes et 46 % de leurs aînés, ce motif fait partie des deux principales raisons du suivi de l'actualité, parmi la liste proposée.

Si les jeunes et leurs aînés se rejoignent sur ces deux motivations principales, les jeunes considèrent davantage l'actualité comme un moyen de se « **divertir et passer le temps** » que leurs aînés (37 % des 15-30 ans mentionnent ce motif en premier ou en second choix, contre 22 % des 31 ans et plus). Cela pourrait être lié en partie à leur utilisation plus fréquente des réseaux sociaux, où se mêlent actualités et contenus plus légers. En revanche, les plus de 30 ans perçoivent davantage l'actualité comme un outil essentiel « **pour prendre des décisions éclairées** » en tant que citoyen ou citoyenne (43 % des 31 ans et plus, contre 30 % des 15-30 ans). Soulignons que parmi les 31 ans et plus, celles et ceux qui suivent

l'actualité relative à la politique internationale, à la politique nationale et à l'économie rapportent le plus fréquemment cette motivation (respectivement 54 %, 53 % et 50 %).

Enfin, l'actualité est plus rarement perçue comme « utile pour les études ou le travail », mais cette perception est plus fréquente chez les jeunes que chez leurs aînés (27 % des 15-30 ans ont mentionné ce motif en premier ou en second choix, contre 12 % des 31 ans et plus), en raison de la forte proportion d'étudiants et d'élèves dans cette tranche d'âge.

TABLEAU 2. PRINCIPALES RAISONS DU SUIVI DE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Pour quelles raisons principales suivez-vous l'actualité ? En premier, en deuxième.

	15-30 ans			31 ans et plus		
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	Cumul (1 ^{er} et 2 ^e choix)	1 ^{er} choix	2 ^e choix	Cumul (1 ^{er} et 2 ^e choix)
Par curiosité, pour apprendre des choses et comprendre le monde qui vous entoure	38	26	64	50	25	76
Pour pouvoir discuter et débattre avec votre entourage	17	22	39	17	29	46
Pour vous divertir, passer le temps	19	18	37	9	13	22
Pour prendre des décisions éclairées en tant que citoyen(ne)	12	18	30	18	25	43
Cela vous est utile dans vos études ou dans votre travail	12	15	27	4	8	12
Autres	2	0	2	1	1	2
Non-réponse	-	1	-	-	-	-

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans déclarant avoir suivi l'actualité (N = 4 251), au cours des douze derniers mois. Et personnes âgées de 31 ans et plus déclarant avoir suivi l'actualité, au cours des douze derniers mois (N = 1030).

Lecture : Début 2024, 64 % des jeunes âgés de 15 à 30 ans déclarent suivre l'actualité par curiosité, pour apprendre des choses et comprendre le monde qui les entoure. Il s'agit du premier motif pour 38 % d'entre eux et du second pour 26 %.

Les jeunes femmes sont, en outre, particulièrement motivées par la volonté de satisfaire leur curiosité et d'enrichir leur compréhension du monde (68 % citent ce motif en premier ou en second choix, contre 59 % des jeunes hommes). Les jeunes hommes sont, de leur côté, proportionnellement plus nombreux à percevoir l'actualité comme une source de divertissement (41 % contre 34 % des jeunes femmes).

Il existe également un lien étroit entre le rapport à l'actualité et le niveau de diplôme. Les 25-30 ans disposant d'un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat sont particulièrement nombreux en proportion à considérer l'information comme un divertissement et un moyen de passer le temps (40 % déclarent cette raison en premier ou en second choix, contre 29 % des diplômés de l'enseignement supérieur). Quant aux diplômés de l'enseignement supérieur (25-30 ans), elles et ils sont de leur côté plus nombreux en proportion à estimer que suivre l'actualité leur permet de prendre des décisions éclairées en tant que citoyens et citoyennes (39 %, contre 30 % des titulaires d'un diplôme de niveau baccalauréat ou inférieur).

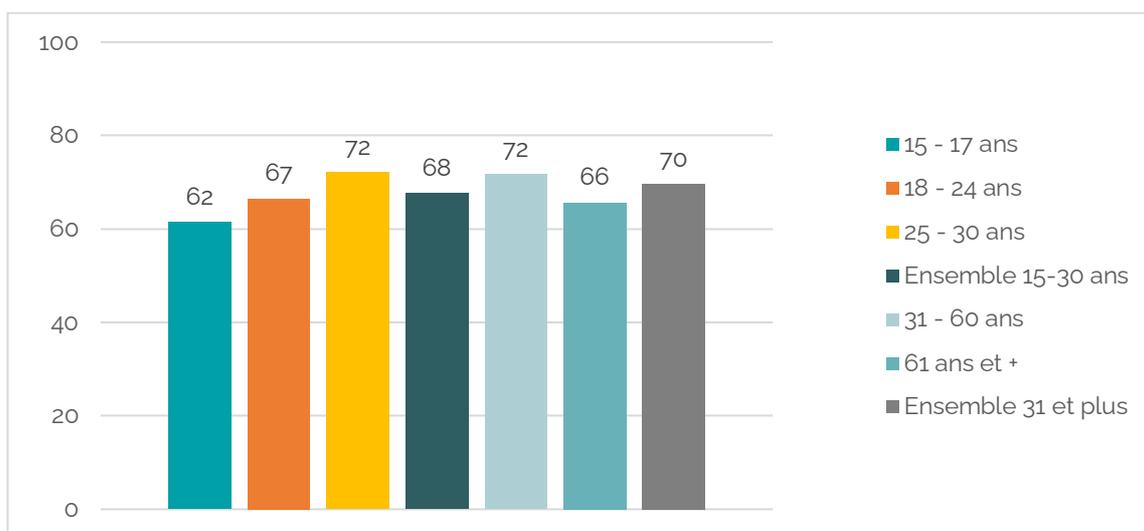
Ajoutons que **les jeunes étudiants et élèves sans activité professionnelle sont plus enclins à suivre l'actualité pour se divertir et passer le temps** (39 %, contre 34 % des jeunes en emploi²²). À l'inverse, les motivations liées à la citoyenneté (prendre des décisions éclairées en tant que citoyen/citoyenne) progressent après 25 ans : 35 % des 25-30 ans choisissent ce motif, contre 28 % des 18-24 ans et 25 % des 15-17 ans. La fin des études, l'accès à un premier emploi pourraient donc être synonymes d'un plus grand investissement dans la vie citoyenne.

Le sentiment de « lassitude » à l'égard de l'actualité concerne sept jeunes sur dix

Il est courant que les jeunes et leurs aînés éprouvent, au moins occasionnellement, de la « lassitude » à l'égard de l'actualité. Selon le baromètre, ce sentiment concerne 68 % des jeunes âgés de 15-30 ans et 70 % des personnes âgées de 31 ans et plus. Soulignons que jusqu'à 30 ans, la prédominance de ce sentiment augmente avec l'avancée en âge. Cette corrélation est à mettre en lien avec la fréquence de consultation de l'actualité qui s'accroît également avec l'âge, jusqu'à 30 ans.

GRAPHIQUE 4. SENTIMENT DE LASSITUDE À L'ÉGARD DE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE DÉTAILLÉE (EN %)

Certaines personnes peuvent parfois ressentir de la lassitude par rapport à l'actualité. Vous, personnellement, est-ce que cela vous est arrivé au cours des douze derniers mois ?



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

Champ : Ensemble de la population âgée de 15 ans et plus.

Lecture : Début 2024, 62 % des jeunes âgés de 15-17 ans indiquent qu'ils ont pu ressentir de la lassitude par rapport à l'actualité, au cours des douze derniers mois.

Cette lassitude affecte légèrement plus les jeunes femmes que les jeunes hommes, avec 70 % des jeunes femmes exprimant ce ressenti contre 65 % des jeunes hommes. Cette tendance se creuse après l'âge de 30 ans, la lassitude atteignant 76 % chez les femmes contre 61 % chez les hommes.

Les sources utilisées pour suivre l'actualité ne semblent pas être significativement corrélées à ce sentiment de lassitude. Les jeunes qui consultent principalement les médias 100 % en ligne expriment

²² Y compris étudiants ayant une activité professionnelle (dont alternants).

toutefois un peu plus de lassitude à l'égard de l'actualité : 71 % d'entre eux se déclarent lassés par l'actualité, soit une proportion très légèrement supérieure à la moyenne observée chez les jeunes (68 %). Le fait de suivre l'actualité quotidiennement n'est pas non plus associé à un sentiment de lassitude plus fort : les taux sont comparables parmi les jeunes suivant l'actualité tous les jours (68 % de lassitude), plusieurs fois par semaine (70 %) et environ une fois par semaine (68 %). **Seuls les jeunes consultant l'actualité moins d'une fois par semaine sont moins sujets à la « lassitude informationnelle » (58 %).**

La principale raison qui explique ce sentiment de lassitude est **le manque de diversité dans les sujets traités par les médias**, mentionné par la moitié des jeunes et par plus de la moitié de leurs aînés concernés par la lassitude informationnelle (respectivement 52 % et 57 %). Dans une moindre mesure, **le sentiment d'angoisse ou d'impuissance à l'égard de l'actualité** est également cité, en particulier chez les plus de 31 ans, qui sont près d'un tiers (30 %) à mentionner ce motif, tandis que 25 % des jeunes y font référence. **Les femmes sont notamment plus susceptibles de se sentir angoissées ou impuissantes** face aux informations, tant chez les 15-30 ans que chez les plus de 30 ans : 29 % des jeunes femmes concernées par la lassitude informationnelle disent ressentir de l'angoisse ou de l'impuissance devant les informations, contre 23 % des jeunes hommes lassés par l'actualité ; et 38 % des femmes âgées de 31 ans et plus disent éprouver de l'angoisse ou de l'impuissance devant les informations, contre 18 % des hommes de 31 ans et plus lassés par l'actualité.

Les jeunes sont enfin plus enclins que leurs aînés à lier leur lassitude à une **surabondance d'informations** (21 % des 15-30 ans, sujets à la lassitude informationnelle, se sentent dépassés par la quantité d'informations, contre 11 % chez les 31 ans et plus). Cela pourrait être lié en partie à une différence dans la consommation ou le traitement de l'information entre les générations. Dans la seconde partie du cahier²³, les résultats du baromètre mettent en effet en exergue un recours plus massif des jeunes aux réseaux sociaux sur lesquels la diffusion de l'information est continue.

TABLEAU 3. PRINCIPALES RAISONS DE LA LASSITUDE À L'ÉGARD DE L'ACTUALITÉ (EN %)

Pour quelle raison principale [vous est-il arrivé de ressentir de la lassitude par rapport à l'actualité] ?

	15-30 ans	31 ans et plus
On parle toujours des mêmes sujets dans les médias	52	57
Vous vous sentez angoissé(e) ou impuissant(e) face aux informations	25	30
Vous êtes dépassé(e) par la quantité d'informations	21	11
Autres raisons	1	2

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant ressenti de la lassitude par rapport à l'actualité au cours des douze derniers mois (N = 2 969). Et personnes de 31 ans et plus ayant ressenti de la lassitude par rapport à l'actualité au cours des douze derniers mois (N = 739).

Lecture : Début 2024, 52 % des jeunes âgés de 15-30 ans déclarant avoir ressenti de la lassitude par rapport à l'actualité au cours de l'année écoulée attribuent principalement ce sentiment au fait que « l'on parle toujours des mêmes sujets dans les médias ».

La récurrence des sujets traités par les médias a déjà été pointée du doigt en 2022 par la Fondation Jean-Jaurès en collaboration avec l'ObSoCo et Arte²⁴ : leur enquête montre que 51 % des Français avaient régulièrement l'impression de voir tout le temps les mêmes informations dans une journée. En revanche,

²³ Voir la section « Un jeune sur deux utilise les réseaux sociaux pour suivre l'actualité, contre un quart des 31 ans et plus ».

²⁴ Gault G., Medioni D. (Fondation Jean-Jaurès, L'ObSoCo et Arte), 2022, *Les Français et la fatigue informationnelle : Mutations et tensions dans notre rapport à l'information*, Fondation Jean-Jaurès éditions [en ligne].

le sentiment d'un trop-plein d'informations est, comme dans le baromètre, moins fréquent et cité par 16 % des Français.

Les jeunes éloignés de l'actualité évoquent avant tout d'autres centres d'intérêt

Une minorité des 15-30 ans (4 %) déclarent à la fois ne s'être « jamais » ou « pratiquement jamais » tenus informés de l'actualité et n'avoir suivi aucun des 14 thèmes proposés au cours des douze derniers mois. De même, chez les plus de 30 ans, la part de celles et ceux qui se sont tenus à distance de l'actualité durant l'année écoulée est très faible (1 %) ²⁵.

Ni l'âge ni le sexe n'ont d'impact significatif sur la non-consommation d'actualité : 3 % de jeunes femmes et 4 % de jeunes hommes sont concernés, et 5 % des 15-17 ans, 4 % des 18-24 ans et 3 % des 25-30 ans. La situation vis-à-vis de l'emploi est également peu discriminante : 3 % des jeunes en emploi se tiennent éloignés de l'actualité, tout comme 4 % des étudiants ou élèves sans activité professionnelle et 5 % des jeunes au chômage ²⁶.

De la même façon, le lieu de résidence ou l'autonomie résidentielle (vivre ou non chez ses parents) ont peu d'impact sur le suivi de l'actualité. Un léger écart lié à la socialisation familiale à l'actualité au cours de l'enfance est en revanche observé : 8 % des jeunes ayant grandi dans une famille (ou foyer) où l'actualité avait « assez peu » ou « pas du tout d'importance » ne suivent pas l'actualité, contre 3 % de ceux dont la famille accordait une « très » ou « assez grande importance » à l'actualité. Du point de vue de la configuration familiale, les familles monoparentales sont aussi plus souvent éloignées de l'actualité (9 %, contre 4 % en moyenne).

TABLEAU 4. PRINCIPALES RAISONS DU NON-SUIVI DE L'ACTUALITÉ (EN %)

Pour quelles raisons principales ne suivez-vous pas l'actualité ? En premier, en deuxième.

	15-30 ans		
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	Cumul (1 ^{er} et 2 ^e choix)
Vous préférez consacrer votre temps libre à d'autres activités ou centres d'intérêt	29	23	53
L'actualité ne vous est pas utile dans votre vie quotidienne	22	19	41
Vous n'avez pas confiance dans les médias qui traitent de l'actualité	18	23	41
Vous êtes dépassé(e) par la quantité d'informations	12	16	28
Vous vous sentez angoissé(e) ou impuissant(e) face aux informations	10	13	24
Autres	8	1	9
Non-réponse	-	4	-

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans n'ayant jamais ou pratiquement jamais suivi l'actualité et n'ayant suivi aucun des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 254).

Lecture : Début 2024, 53 % des jeunes âgés de 15-30 ans déclarant n'avoir « jamais ou pratiquement jamais » suivi l'actualité au cours des douze derniers mois et n'avoir suivi aucun des thèmes proposés ne l'ont pas fait, car ils préfèrent consacrer leur temps libre à d'autres activités ou d'autres centres d'intérêt. Il s'agit de la première raison pour 29 % d'entre eux et de la seconde pour 23 %.

²⁵ En raison du faible effectif des 31 ans et plus ne suivant jamais ou presque jamais l'actualité, seuls les résultats sur les 15-30 ans sont présentés dans la suite de sous-section.

²⁶ Notons que l'effet du niveau de diplôme ne peut pas être étudié ici, car l'effectif des 25-30 ans qui ne suivent jamais ou presque l'actualité au cours des douze derniers mois est trop faible.

La principale raison pour laquelle ces jeunes se tiennent éloignés de l'actualité est le manque d'intérêt pour celle-ci : 53 % déclarent, en premier ou en second choix, préférer se consacrer à d'autres activités ou centres d'intérêt sur leur temps libre. **L'inutilité de l'actualité dans la vie quotidienne** est également citée, en premier ou en second choix, par 41 % des jeunes qui ne s'informent jamais ou pratiquement jamais, et en particulier par les plus jeunes (54 % parmi les 15-17 ans qui ne consultent jamais ou pratiquement jamais l'actualité). **La méfiance à l'égard des médias** est aussi rapportée par 41 % des jeunes (en premier ou second choix).

Enfin, 28 % des jeunes qui se tiennent à distance de l'actualité le font au motif qu'ils et elles **se sentent dépassés par la quantité d'information** (premier ou second choix cité) ; et 24 % au motif qu'elles et ils **se sentent angoissés ou impuissants** face aux informations, un ressenti qui est en moyenne plus fréquent chez les jeunes femmes (31 %, contre 16 % des jeunes hommes).

Le sport et les faits divers, en tête des sujets d'actualité suivis par les jeunes

Des thèmes de prédilection liés à l'âge et aux sources d'actualité consultées

Pour mieux connaître le centre d'intérêt des personnes interrogées en matière d'actualité, une liste détaillée de thèmes était proposée aux répondants et aux répondantes.

Les thèmes les plus suivis diffèrent en fonction de la tranche d'âge. Les jeunes se démarquent en effet par un tropisme particulièrement marqué pour **l'actualité sportive** : 45 % des 15-30 ans disent suivre le sport, en particulier les plus jeunes (50 % des 15-17 ans).

L'intérêt des jeunes pour l'actualité sportive pourrait être lié à leur pratique sportive plus élevée²⁷, voire peut-être à un investissement bénévole dans les associations sportives plus fort que leurs aînés (31 ans et plus)²⁸. Une autre explication pourrait être leur plus grande exposition aux médias numériques (réseaux sociaux, sites web et applications mobiles) où les actualités sportives sont fréquemment mises en avant. Le baromètre de l'Autorité de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) de la consommation de programmes sportifs, publié en mai 2024, indique une multiplication de la consommation de programmes périphériques (résumés et extraits de matchs, documentaires, interviews d'athlètes, etc.), disponibles en particulier sur les médias algorithmiques : 33 % des Français accèdent à ces contenus sur les réseaux sociaux, une proportion qui atteint 63 % chez les 15-24 ans²⁹.

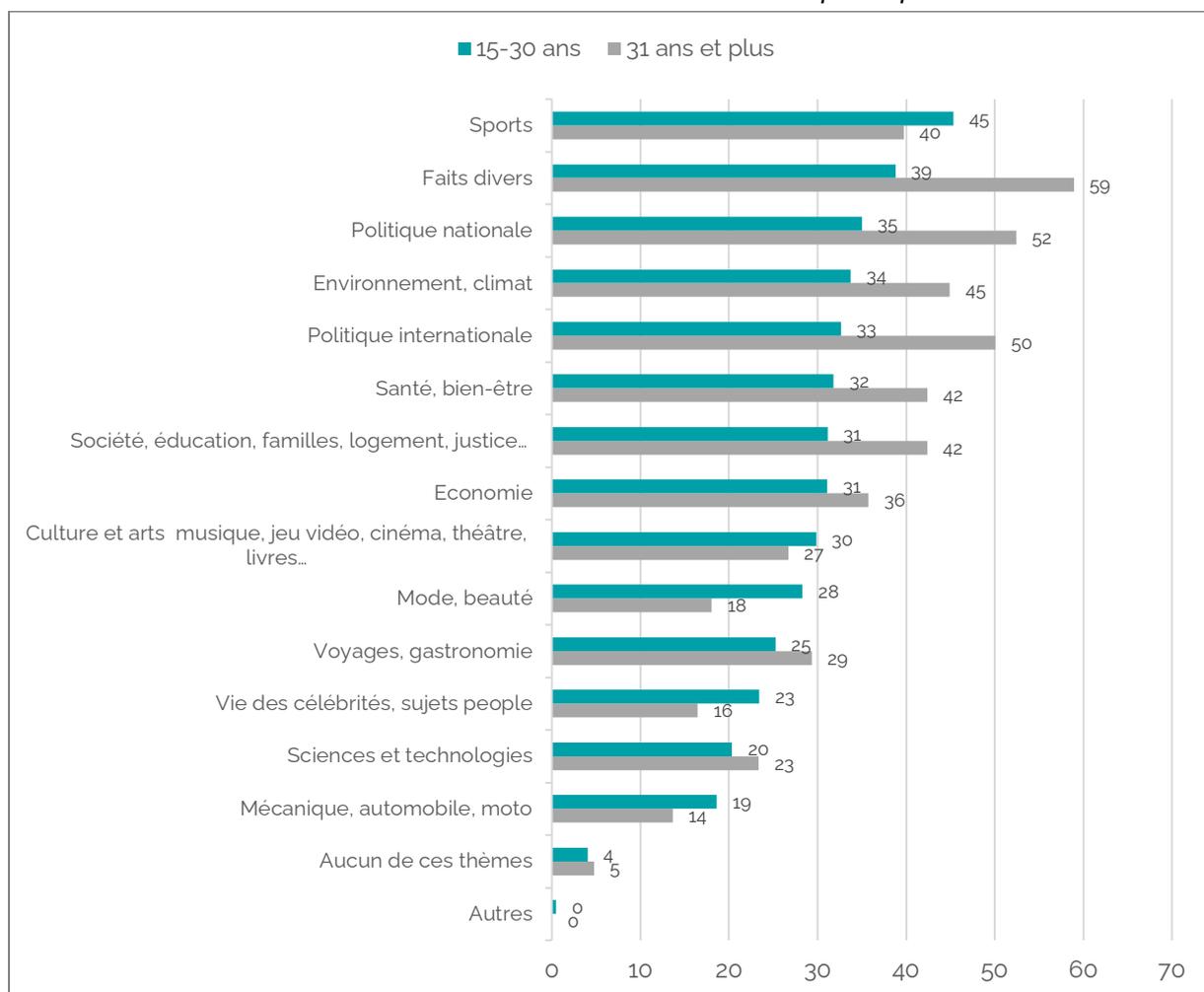
²⁷ Selon le baromètre 2023 des pratiques sportives, 71 % des 15-24 ans pratiquent régulièrement une activité sportive, contre 59 % de l'ensemble de la population. Voir Müller J., 2023, *Baromètre des pratiques sportives 2023*, INJEP Notes & rapports.

²⁸ 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.

²⁹ ARCOM, 2024, *Baromètre de la consommation de programmes sportifs* [\[en ligne\]](#).

GRAPHIQUE 5. THÈMES DE L'ACTUALITÉ SUIVIS SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

L'actualité aborde une grande diversité de thématiques. Parmi les thèmes suivants, quels sont ceux dont vous avez suivi l'actualité au cours des 12 derniers mois ? (Plusieurs réponses possibles.)



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

Champ : Ensemble de la population âgée de 15 ans et plus.

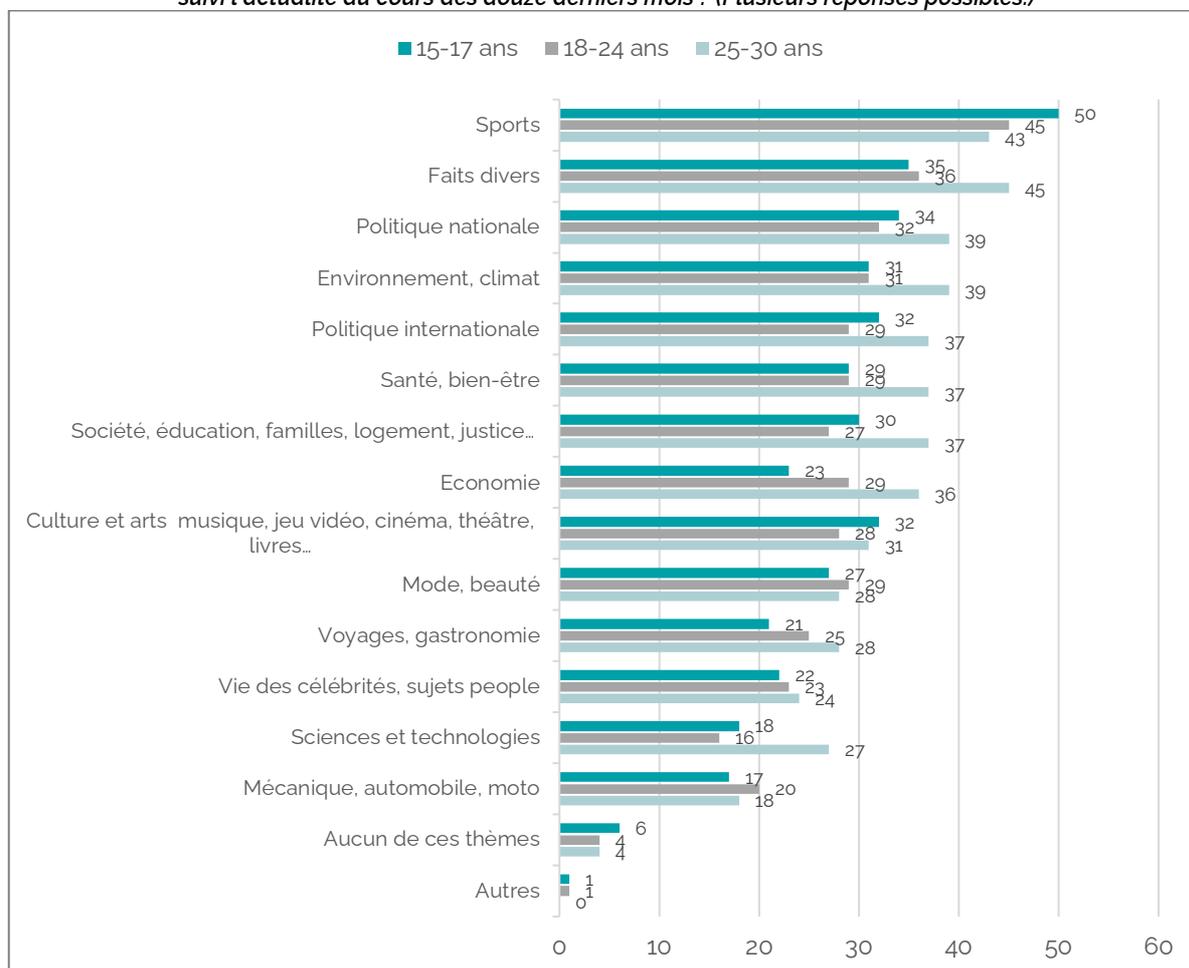
Lecture : Début 2024, 45 % des jeunes âgés de 15-30 ans déclarent avoir suivi l'actualité liée aux sports, au cours des douze derniers mois.

Mais les jeunes ne se limitent pas à l'actualité sportive, leurs centres d'intérêt apparaissent éclectiques et semblent se diversifier avec l'avancée en âge. Ils et elles suivent – notamment les 25-30 ans – une variété de sujets d'actualité tels que les faits divers (45 % des 25-30 ans, contre 39 % des 15-30 ans en moyenne), la politique nationale (39 %, contre 35 %), l'environnement et le climat (39 %, contre 34 %), l'économie (36 %, contre 31 %), la politique internationale (37 %, contre 32 %), la santé et le bien-être (37 %, contre 32 %), les sujets de société (37 %, contre 31 %) ou encore les sciences et technologies (27 %, contre 20 %).

En revanche, chez **les plus de 30 ans, cet éclectisme semble moins prononcé.** Ils et elles se disent le plus fréquemment intéressés par les faits divers (59 %), la politique nationale (52 %), la politique internationale (50 %), l'environnement et le climat (45 %), la santé et le bien-être (42 %), les sujets de société (42 %), le sport (40 %) ou l'économie (36 %).

GRAPHIQUE 6. THÈMES DE L'ACTUALITÉ SUIVIS SELON LA TRANCHE D'ÂGE DÉTAILLÉE (EN %)

L'actualité aborde une grande diversité de thématiques. Parmi les thèmes suivants, quels sont ceux dont vous avez suivi l'actualité au cours des douze derniers mois ? (Plusieurs réponses possibles.)



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

Champ : Ensemble de la population âgée de 15 à 30 ans.

Lecture : Début 2024, 50 % des jeunes âgés de 15-17 ans déclarent avoir suivi l'actualité liée aux sports, au cours des douze derniers mois.

En dehors du sport, trois thèmes sont plus investis par les jeunes que par leurs aînés : la mode et la beauté (28 % des 15-30 ans, contre 18 % des 31 ans et plus), la vie des célébrités et les sujets *people* (23 %, contre 16 %) et la mécanique, l'automobile et la moto (19 %, contre 14 %). Ces spécificités pourraient témoigner d'une acception plus extensive de l'actualité chez les jeunes, ainsi que d'une approche de l'information davantage axée sur le divertissement, comme en témoignent les motivations citées par les jeunes pour suivre l'actualité³⁰.

En outre, il existe un lien entre les sources d'information privilégiées et les sujets d'actualité suivis.

Les amateurs de sport sont plus représentés chez les jeunes qui suivent les journaux télévisés de 13h ou 20h (51 %, contre 45 % en moyenne). Les jeunes qui suivent l'actualité *via* la presse et les magazines en ligne sont plus souvent intéressés par les faits divers (46 %, contre 39 % en moyenne), la politique nationale (44 %, contre 35 % en moyenne) et internationale (42 %, contre 33 %), l'environnement (41 %,

³⁰ Voir la section « S'informer, d'abord par "curiosité, pour apprendre des choses et comprendre le monde" ».

contre 34 %), les sujets de société (42%, contre 31%), l'économie (37%, contre 31 %), les actualités culturelles (36 %, contre 30 %), et les sciences et technologies (26 %, contre 20 %). Quant aux jeunes qui consultent en priorité des médias 100 % vidéo, ils s'intéressent plus aux voyages et à la gastronomie (30 %, contre 25 %) ainsi qu'à la vie des célébrités et aux sujets *people* (30 %, contre 23 %). Enfin, les jeunes s'intéressant aux sujets de santé et de bien-être et aux sujets relatifs à la mécanique, l'automobile et la moto sont davantage représentés parmi ceux qui ont recours aux moteurs de recherche et portails d'actualité (37 % contre 32 % en moyenne pour les sujets de santé, et 23 % contre 19 % pour les sujets relatifs à la mécanique, l'automobile et la moto).

Des centres d'intérêt qui varient selon le sexe

Parmi les jeunes, l'information sportive suscite davantage d'intérêt chez les hommes (54 %, contre 37 % des jeunes femmes). Les jeunes femmes sont de leur côté plus attirées par les faits divers (45 %, contre 33 % des jeunes hommes), la mode et la beauté (43 %, contre 14 % des hommes), la santé et le bien-être (40 %, contre 23 %), l'environnement et le climat (38 %, contre 29 %) et les sujets de société (38 %, contre 24 %). Elles manifestent également moins d'intérêt que les jeunes hommes pour les sciences et les technologies (16 %, contre 25 % des hommes) ainsi que pour la mécanique, l'automobile et la moto (12 %, contre 25 %).

Ces écarts importants témoignent de la **persistance d'une répartition fortement genrée des centres d'intérêt**, qui se reflète par exemple dans le choix des filières éducatives. Selon l'INSEE, en 2021, les jeunes filles inscrites dans l'enseignement supérieur sont davantage représentées dans les formations paramédicales et sociales (86 % d'étudiantes), les sciences humaines et les lettres (70 %) et le domaine médical (66 %) ³¹. Elles sont en revanche moins représentées que les garçons dans les filières scientifiques et techniques (29 % dans les formations d'ingénieur, 41 % dans les filières scientifiques et STAPS ³²).

Les contenus partagés sur les réseaux sociaux, auxquels les jeunes sont particulièrement exposés ³³, pourraient maintenir, voire accentuer ces divergences. Dans un rapport sur les relations entre genre et numérique ³⁴ publié fin 2023, le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes (HCE) signale la forte présence de stéréotypes de genre sur les principales plateformes.

Ces différences persistent, voire s'accroissent **chez les 31 ans et plus** selon les sujets consultés. L'intérêt pour le sport demeure très genré : 57 % des hommes de plus de 30 ans suivent l'actualité sportive, contre 25 % des femmes de cette tranche d'âge. De manière générale, l'intérêt pour les faits divers est plus fort après 30 ans quel que soit le sexe, mais les femmes restent plus informées sur le sujet : 63 %, contre 54 % des hommes. La mode et la beauté, comme la santé et le bien-être restent aussi des thèmes plus investis par les femmes après 30 ans (49 % des femmes de 31 ans et plus suivent l'actualité liée à la santé et au bien-être contre 34 % des hommes du même âge, et 27 % des femmes de 31 ans et plus suivent l'actualité liée à la mode et à la beauté contre 7 % de leurs pairs masculins).

³¹ INSEE, 2022, *Femmes et hommes, l'égalité en question, édition 2022 (enseignement supérieur)*, INSEE Références [\[en ligne\]](#).

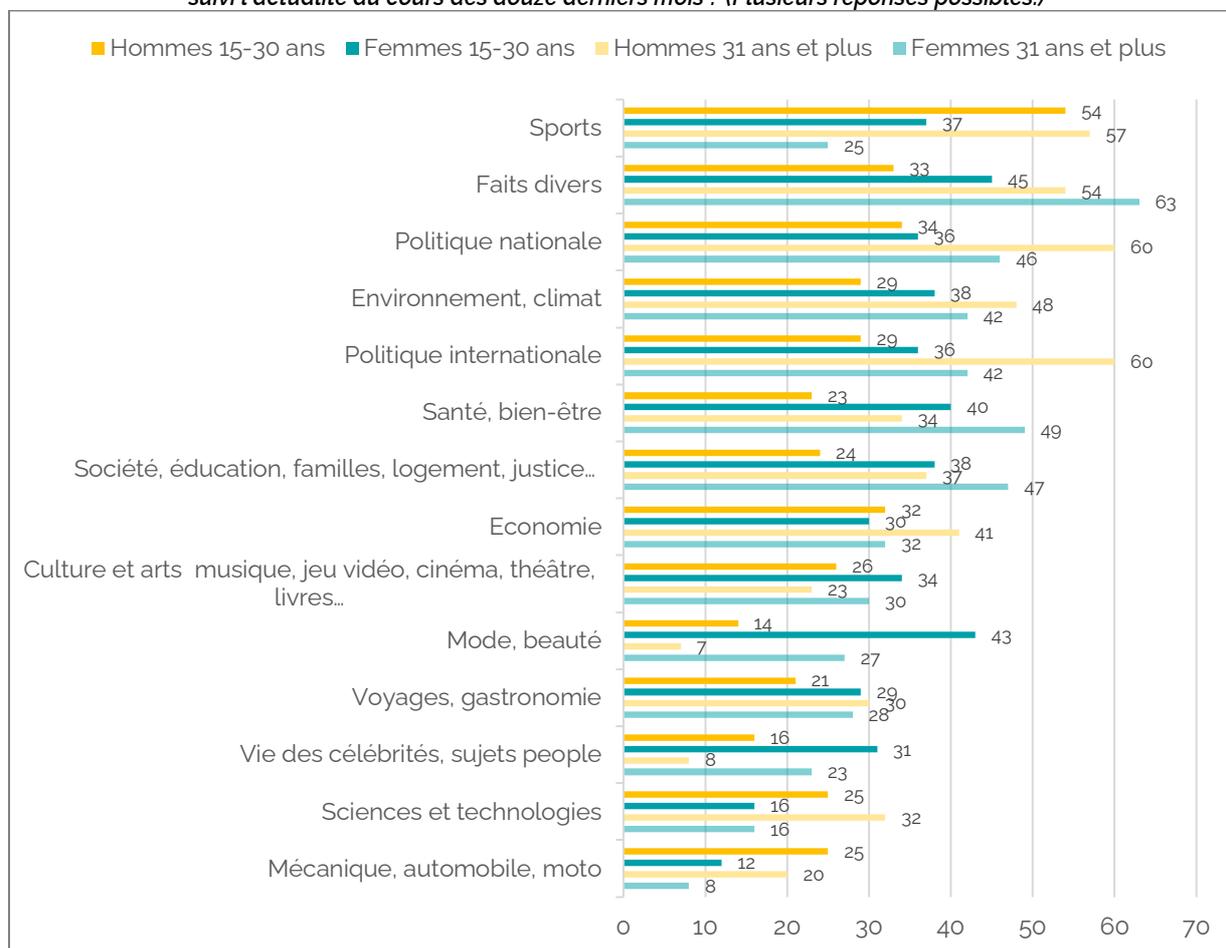
³² Sciences et techniques des activités physiques et sportives.

³³ Voir la section « Un jeune sur deux utilise les réseaux sociaux pour suivre l'actualité, contre un quart des 31 ans et plus ».

³⁴ HCE, 2023, *La femme invisible dans le numérique : le cercle vicieux du sexisme* [\[en ligne\]](#).

GRAPHIQUE 7. THÈMES DE L'ACTUALITÉ SUIVIS SELON LE SEXE ET LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

L'actualité aborde une grande diversité de thématiques. Parmi les thèmes suivants, quels sont ceux dont vous avez suivi l'actualité au cours des douze derniers mois ? (Plusieurs réponses possibles.)



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

Champ : Ensemble de la population âgée de 15 ans et plus.

Lecture : Début 2024, 54 % des jeunes hommes âgés de 15-30 ans déclarent avoir suivi l'actualité liée aux sports, au cours des douze derniers mois.

À l'inverse, certains sujets plus appréciés par les jeunes femmes sont davantage prisés par les hommes après 30 ans. C'est le cas de la politique internationale (60 % des hommes, contre 42 % des femmes de 31 ans et plus) et de l'environnement et du climat (48 % des hommes, contre 42 % des femmes). Enfin, si les sujets de politique nationale intéressent davantage les plus de 30 ans que les jeunes, la progression est nettement plus marquée chez les hommes : 60 % d'entre eux déclarent s'y intéresser, contre 46 % des femmes.

Politique, environnement, économie et société : des thèmes prisés par les jeunes diplômés et les jeunes cadres

Les 25-30 ans **diplômés de l'enseignement supérieur** se distinguent par un intérêt plus marqué pour la politique nationale (47 %, contre 32 % des 25-30 ans ayant obtenu un diplôme de niveau inférieur ou égal au baccalauréat) et internationale (45 %, contre 30 %). Ils sont également plus attirés par les questions environnementales (46 %, contre 32 %) et les sujets de société (44 %, contre 31 %). L'économie est

également un thème plus prisé chez les plus diplômés (44 %, contre 32 %), tout comme la culture et les arts (38 % contre 25 %), les sciences et technologies (34 %, contre 20 %), la santé et le bien-être (41 %, contre 33 %) et la vie des célébrités (28 %, contre 20 %).

De manière liée, les jeunes **cadres et les professions intellectuelles supérieures** (15-30 ans) sont particulièrement intéressés par la politique nationale (44 %, contre 35 % en moyenne) et internationale (41 %, contre 33 %), et par l'économie (42 %, contre 31 %). Ils et elles se distinguent par ailleurs par un intérêt particulièrement marqué pour la culture et les arts (37 %, contre 30 % en moyenne), les voyages et la gastronomie (32 %, contre 25 %), mais aussi la vie des célébrités et les sujets *people* (27 % contre 23 %). L'intérêt de cette catégorie professionnelle pour les actualités culturelles ou de loisirs reflète un mode de vie plus aisé – avec un accès à des expériences de loisirs diversifiées – que celui de la moyenne des jeunes, qu'ils soient en emploi ou étudiants. Les sujets de société et environnementaux intéressent également les jeunes cadres, mais aussi les professions intermédiaires (généralement diplômées du supérieur), dans des proportions comparables (respectivement 36 % et 38 %, contre 31 % en moyenne pour les sujets de société, et 40 % et 39 % pour l'environnement, contre 34 %). Ce résultat témoigne possiblement d'une sensibilité particulière des professions intermédiaires pour ces sujets, parmi lesquelles les métiers de la santé, de l'éducation et du social sont surreprésentés³⁵.

Ajoutons que la **socialisation familiale à l'actualité** dans l'enfance – c'est-à-dire lorsque l'actualité occupait une « très grande » ou « assez grande importance » dans la famille ou le foyer – favorise le suivi des thèmes d'actualité au sens traditionnel chez les jeunes : politique nationale et internationale (respectivement 39 % et 37 %), société (35 %), économie (36 %), environnement et climat (38 %), mais aussi sports (49 %).

³⁵ Forment V., Vidalenc J. (INSEE), 2020, « Des professions intermédiaires de plus en plus nombreuses et féminisées », *INSEE Focus*, n° 185 [en ligne](#). La note mentionne qu'en 2018, les professions intermédiaires de la santé et du travail social représentent 22,7 % des professions intermédiaires et que les professeurs des écoles, instituteurs et assimilés représentent 14,4 % de cette catégorie.

TABLEAU 5. CATÉGORIES SOCIODÉMOGRAPHIQUES LES PLUS REPRÉSENTÉES POUR CHAQUE THÈME D'ACTUALITÉ SUIVI AU COURS DES DOUZE DERNIERS MOIS

Thèmes d'actualité suivis au cours des douze derniers mois	Caractéristiques sociodémographiques
Sports (45 %)	Les jeunes hommes (54 %, contre 37 % des jeunes femmes) Les 15-17 ans (50 %) Les étudiants ou élèves sans activité professionnelle (50 %) Les jeunes qui utilisent les journaux télévisés de 13h ou 20h (51 %) pour suivre l'actualité Les jeunes socialisés à l'actualité dans l'enfance (49 %)
Faits divers (39 %)	Les jeunes femmes (45 %, contre 33 % des jeunes hommes) Les 25 – 30 ans (45 %) Les jeunes employés (47 %) et professions intermédiaires (44 %) Les jeunes en couple sans enfants (43 %) Les jeunes qui utilisent la presse en ligne, les magazines en ligne (46 %) pour suivre l'actualité
Politique nationale (35 %)	Les 25 – 30 ans (39 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (47 %, contre 32 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les jeunes en emploi (39 %) Les jeunes cadres (44 %) Les jeunes qui utilisent la presse ou les magazines en ligne (44 %) pour suivre l'actualité Les jeunes socialisés à l'actualité dans l'enfance (39 %)
Environnement, climat (34 %)	Les jeunes femmes (38 %, contre 29 % des jeunes hommes) Les 25 – 30 ans (39 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (46 %, contre 32 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les jeunes cadres (40 %) et professions intermédiaires (39 %) Les jeunes qui utilisent la presse ou les magazines en ligne (41 %) pour suivre l'actualité Les jeunes socialisés à l'actualité dans l'enfance (38 %)
Politique internationale (33 %)	Les jeunes femmes (36 %, contre 29 % des jeunes hommes) Les 25 – 30 ans (37 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (45 %, contre 30 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les cadres (41 %) Les jeunes vivant dans de grandes agglomérations* (38 %) Les jeunes qui utilisent la presse ou les magazines en ligne (42 %) pour suivre l'actualité Les jeunes socialisés à l'actualité dans l'enfance (37 %)
Santé, bien-être (32 %)	Les jeunes femmes (40 %, contre 23 % des jeunes hommes) Les 25 – 30 ans (37 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (41 %, contre 33 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les jeunes en emploi (38 %) Les jeunes qui utilisent les moteurs de recherche et portails d'actualité (37 %) pour suivre l'actualité
Société (éducation, familles, logement, justice...) (31 %)	Les jeunes femmes (38 %, contre 24 % des jeunes hommes) Les 25 – 30 ans (37 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (44 %, contre 31 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les jeunes employés (39 %), professions intermédiaires (38 %) et cadres (36 %) Les jeunes qui utilisent la presse ou les magazines en ligne (42 %) pour suivre l'actualité Les jeunes socialisés à l'actualité dans l'enfance (35 %)
Économie (31 %)	Les 25 – 30 ans (38 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (44 %, contre 32 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les jeunes en emploi (38 %) Les jeunes cadres (42 %) Les jeunes qui utilisent la presse ou les magazines en ligne (37 %) pour suivre l'actualité Les jeunes socialisés à l'actualité dans l'enfance (36 %)

<p>Culture et arts (musique, jeu vidéo, cinéma, théâtre, livres...) (30 %)</p>	<p>Les jeunes femmes (34 %, contre 26 % des jeunes hommes) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (38 %, contre 25 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les jeunes cadres (37 %) Les jeunes vivant dans de grandes agglomérations (34 %) Les jeunes qui utilisent la presse ou les magazines en ligne (36 %) pour suivre l'actualité</p>
<p>Mode, beauté (28 %)</p>	<p>Les jeunes femmes (43 %, contre 14 % des jeunes hommes) Les jeunes cadres (34 %) et employés (34 %) Les jeunes en couple sans enfants (34 %) Les jeunes qui utilisent le bouche-à-oreille, les discussions avec leur entourage (34 %) pour suivre l'actualité</p>
<p>Voyages, gastronomie (25 %)</p>	<p>Les jeunes femmes (29 %, contre 21 % des jeunes hommes) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (31 %, contre 26 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les jeunes cadres (32 %) Les jeunes qui utilisent les médias 100 % vidéos (30 %) pour suivre l'actualité</p>
<p>Vie des célébrités, sujets people (23 %)</p>	<p>Les jeunes femmes (31 %, contre 16 % des jeunes hommes) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (28 %, contre 20 % des 25-30 ans des non-diplômés du supérieur) Les étudiants ou élèves sans activité professionnelle (27 %) Les jeunes cadres (27 %) Les jeunes qui utilisent les médias 100 % vidéos (30 %) pour suivre l'actualité</p>
<p>Sciences et technologies (20 %)</p>	<p>Les jeunes hommes (25 %, contre 16 % des jeunes femmes) Les 25-30 ans (27 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (34 %, contre 20 % des 25-30 ans titulaires des non-diplômés du supérieur) Les jeunes cadres (31 %) Les jeunes qui utilisent la presse ou les magazines en ligne (26 %) pour suivre l'actualité Les jeunes socialisés à l'actualité dans l'enfance (24 %)</p>
<p>Mécanique, automobile, moto (19 %)</p>	<p>Les jeunes hommes (25 %, contre 12 % des jeunes femmes) Les ouvriers (23 %) Les jeunes qui utilisent les moteurs de recherche et portails d'actualité (23 %) pour suivre l'actualité</p>
<p>Aucun de ces thèmes (4 %)</p>	<p>Les jeunes chômeurs (8 %) Les 25-30 ans titulaires d'un diplôme inférieur ou égal au bac (6 %)</p>

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

Champ : Ensemble des jeunes âgés de 15 à 30 ans.

Lecture : Début 2024, 45 % des jeunes âgés de 15 à 30 ans déclarent avoir suivi l'actualité du sport, au cours des douze derniers mois. C'est notamment le cas des jeunes hommes (54 %).

* Agglomérations de 200 000 habitants ou plus.

Parmi les principaux sujets couverts par les médias, les jeunes ont particulièrement suivi les conflits internationaux

Pour compléter l'approche par thème d'actualité (sports, faits divers, politique nationale...), une liste de sujets couverts par les médias durant l'année écoulée a été soumise aux répondantes et répondants.

Entre mars-avril 2023 et mars-avril 2024, deux guerres ont particulièrement marqué l'actualité. La **guerre entre Israël et le Hamas et celle entre l'Ukraine et la Russie** font partie des quatre sujets les plus couverts par les médias, avec les manifestations contre la réforme des retraites et les révoltes urbaines qui ont suivi la mort du jeune Nahel en juin 2023³⁶. Il n'est donc pas étonnant de retrouver **ces deux événements en tête des actualités suivies par les 15-30 ans** comme de leurs aînés. Ainsi, 40 % des jeunes et 57 % des plus de 30 ans ont déclaré, en premier, deuxième ou troisième choix, avoir suivi la guerre entre la Russie et l'Ukraine. L'écart générationnel est moins important en ce qui concerne la guerre entre Israël et le Hamas, mentionnée par 29 % des 15-30 ans et 33 % des 31 ans et plus.

Pour d'autres sujets d'actualité, l'attention portée par les jeunes diffère nettement de celle de leurs aînés. Les **jeunes apparaissent effectivement bien moins intéressés par la mobilisation des agriculteurs et agricultrices** en France que les plus de 30 ans (25 % ont cité ce sujet en premier, deuxième ou troisième choix, contre 52 % des 31 ans et plus). *A contrario*, **l'actualité sportive mobilise davantage les jeunes**, qu'il s'agisse du départ de Kylian Mbappé du PSG (21 %, contre 5 % des 31 ans et plus) ou des Jeux olympiques et paralympiques de 2024 (26 %, contre 15 % des 31 ans et plus).

De manière moins tranchée, des différences générationnelles sont observées en ce qui concerne l'intérêt pour l'actualité concernant **la loi immigration**, davantage suivie par les plus de 30 ans (25 %, contre 18 % des 15-30 ans). À l'inverse, **le décès de Nahel et les révoltes urbaines** qui ont suivi ont davantage intéressé les jeunes (16 %, contre 9 % des 31 ans et plus).

S'agissant des autres sujets proposés, les réponses fournies par les jeunes et leurs aînés ne divergent pas nettement. Par exemple, 15 % des 15-30 ans et 12 % des 31 ans et plus ont suivi les manifestations de défense de l'environnement en France, et 22 % des 15-30 ans et des 31 ans et plus se sont intéressés à l'inscription de l'IVG dans la Constitution.

Le classement de ces différents sujets d'actualité peut paraître surprenant par rapport à l'ordonnement des thèmes d'actualité suivis par les jeunes au cours des douze derniers mois³⁷. Par exemple, les conflits internationaux dominent le classement des sujets d'actualité les plus suivis par les jeunes, alors que ces derniers déclarent principalement consulter les informations sportives durant l'année écoulée (45 % des 15-30 ans). Cette apparente contradiction tient vraisemblablement au fait que les sujets d'actualité abordés dans le baromètre ne sont pas représentatifs du contenu médiatique de l'année écoulée, et au caractère particulièrement marquant de ces sujets proposés aux répondants et répondantes.

³⁶ Selon le baromètre de l'actualité UBM : Top des sujets les plus médiatisés en 2023, développé par le cabinet Onclusive.

³⁷ Voir la section « Des thèmes de prédilection liés à l'âge et aux sources d'actualité consultées ».

TABLEAU 6. SUJETS D'ACTUALITÉ SUIVIS SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Voici une liste de sujets d'actualité. Quels sont les trois principaux sujets d'actualité que vous suivez ou que vous avez suivis ? En premier, en deuxième, en troisième.

	15-30 ans				31 ans et plus			
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)
La guerre entre l'Ukraine et la Russie	16	13	11	40	25	18	13	57
La guerre entre Israël et le Hamas	9	10	9	29	11	13	9	33
Les Jeux olympiques et paralympiques 2024	8	9	9	26	5	4	5	15
La mobilisation des agriculteurs et agricultrices en France	8	9	8	25	21	16	14	52
Le projet d'inscription de l'IVG dans la Constitution	9	7	6	22	8	7	7	22
Le départ de Kylian Mbappé du PSG	8	6	7	21	1	3	1	5
Les révélations de violences sexuelles (par exemple dans le cinéma français)	6	7	6	19	5	5	7	17
Le développement de l'intelligence artificielle	7	6	5	18	3	5	4	13
La loi immigration	6	6	5	18	7	10	8	25
La mort de Nahel et les révoltes urbaines qui ont suivi	6	5	5	16	2	4	3	9
Les élections européennes 2024	5	6	5	16	6	4	7	17
Les manifestations de défense de l'environnement en France (contre les mégabassines, l'A69, les forages pétroliers, etc.)	6	5	4	15	3	4	5	12
La conférence de Dubaï sur les changements climatiques	4	3	2	9	1	2	1	4
Autres	1	0	0	2	1	0	0	2
Aucun autre sujet	-	1	1	-	-	1	2	-
Non-réponse	-	6	17	-	-	3	13	-

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 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 (N = 1 030).

Lecture : Début 2024, 40 % des 15-30 ans ayant suivi l'actualité au cours des douze derniers mois déclarent avoir suivi en priorité l'actualité de la guerre entre la Russie et l'Ukraine, parmi les 13 sujets proposés. Il s'agit du premier thème suivi pour 16 % d'entre eux, du deuxième pour 13 % et du troisième pour 11 %.

La répartition genrée des thématiques générales d'intérêt se manifeste également dans le choix de certains des sujets d'actualité. Ainsi, **les jeunes femmes**, plus attirées par les questions de société, ont plus souvent suivi les débats portant sur l'inscription de l'IVG dans la Constitution (32 % ont dit s'y intéresser en premier, deuxième ou troisième choix, contre 12 % des jeunes hommes) ainsi que les actualités relatives aux révélations de violences sexuelles (25 %, contre 13 % des jeunes hommes). Au-delà de leur attachement aux sujets de société, les jeunes femmes s'identifient sans doute plus facilement que les jeunes hommes à ces sujets qui s'inscrivent plus largement dans les luttes pour les droits des femmes et contre les violences sexuelles.

TABLEAU 7. SUJETS D'ACTUALITÉ SUIVIS SELON LE SEXE (EN %)

Voici une liste de sujets d'actualité. Quels sont les 3 principaux sujets d'actualité que vous suivez ou que vous avez suivis ? En premier, en deuxième, en troisième.

	Femmes 15-30 ans				Hommes 15-30 ans			
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)
La guerre entre l'Ukraine et la Russie	16	12	11	40	15	14	11	40
Le projet d'inscription de l'IVG dans la Constitution	12	11	9	32	5	4	3	12
La guerre entre Israël et le Hamas	11	10	8	29	8	11	9	29
La mobilisation des agriculteurs et agricultrices en France	10	10	9	28	8	8	7	22
Les révélations de violences sexuelles (par ex. dans le cinéma français)	8	9	8	25	5	4	5	13
Les Jeux olympiques et paralympiques 2024	8	8	8	24	9	10	10	29
La loi immigration	6	6	5	17	7	6	5	18
La mort de Nahel et les révoltes urbaines qui ont suivi	6	5	5	16	6	6	4	16
Le développement de l'intelligence artificielle	5	5	5	15	9	7	5	21
Le départ de Kylian Mbappé du PSG	5	4	5	14	11	9	8	28
Les élections européennes 2024	5	6	4	14	5	6	5	17
Les manifestations de défense de l'environnement en France (contre les mégabassines, l'A69, les forages pétroliers...)	6	5	4	14	6	5	4	15
La conférence de Dubaï sur les changements climatiques	3	3	2	8	4	4	3	11
Autres	1	0	0	2	1	0	1	2
Non-réponse	-	6	19	-	-	5	16	-

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 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 (N = 1 030).

Lecture : Début 2024, 40 % des jeunes femmes ayant suivi l'actualité se sont intéressées, en priorité, à la guerre entre l'Ukraine et la Russie, parmi 13 sujets proposés. Il s'agit du premier sujet suivi pour 16 % d'entre elles, du deuxième pour 12 %, et du troisième pour 11 %.

Quant aux **jeunes hommes**, plus tournés vers les actualités sportives et technologiques, ils montrent effectivement un intérêt plus marqué pour le départ de Kylian Mbappé du PSG (28 %, contre 14 % des jeunes femmes), et les avancées technologiques, comme le développement de l'intelligence artificielle (21 %, contre 15 % des jeunes femmes). En revanche, pour d'autres sujets, comme les guerres, la loi immigration, le décès de Nahel, les élections européennes ou les manifestations de défense de l'environnement, les différences entre les sexes sont faibles.

Par ailleurs, l'intérêt marqué des **professions intermédiaires** pour les sujets de société, montré précédemment, se confirme par un intérêt plus marqué de ces catégories professionnelles pour l'inscription de l'IVG dans la Constitution et les mobilisations des agriculteurs et agricultrices en France. De leur côté, les jeunes cadres et professions intellectuelles supérieures se sont un peu plus intéressés

à l'actualité autour de la loi immigration : 22 %, contre 18 % en moyenne, un résultat qui confirme leur tropisme pour la politique nationale.

Les sources privilégiées pour s'informer sont aussi à relier aux sujets d'actualité les plus suivis. Ainsi, les jeunes s'informent en priorité *via* les chaînes télévisées d'information en continu sont proportionnellement plus nombreux à avoir suivi l'actualité des guerres (45 % ont suivi la guerre entre l'Ukraine et la Russie contre 40 % en moyenne, 34 % se sont intéressés à la guerre entre Israël et le Hamas, contre 29 % en moyenne). Quant aux jeunes qui suivent l'actualité au travers des journaux télévisés de 13 h ou 20 h, ils ont plus fréquemment suivi la mobilisation des agriculteurs et des agricultrices en France (30 %, contre 25 % en moyenne). Enfin, l'inscription de l'IVG dans la Constitution est davantage citée par les jeunes qui s'informent grâce à la presse en ligne (25 %, contre 22 % en moyenne).

TABLEAU 8. CATÉGORIES SOCIODÉMOGRAPHIQUES LES PLUS REPRÉSENTÉES POUR CHAQUE SUJET D'ACTUALITÉ SUIVI AU COURS DES DOUZE DERNIERS MOIS

Sujets d'actualité suivis	Caractéristiques sociodémographiques
La guerre entre l'Ukraine et la Russie (40 %)	Les 25-30 ans titulaires d'un diplôme inférieur ou égal au bac (45 %) Les jeunes employés (44 %) et professions intermédiaires (45 %) Les jeunes qui ont suivi l'actualité liée à la politique internationale au cours des 12 derniers mois (47 %) Les jeunes qui mobilisent les chaînes d'information en continu (45 %) pour s'informer
La guerre entre Israël et le Hamas (29 %)	Les jeunes des grandes agglomérations* (33 %) Les jeunes qui ont suivi l'actualité liée à la politique internationale au cours des 12 derniers mois (39 %) Les jeunes qui mobilisent les chaînes d'information en continu (34 %) pour s'informer
Les Jeux olympiques et paralympiques 2024 (26 %)	Les 15-17 ans (31 %) Les étudiants ou élèves sans activité professionnelle (30 %) Les jeunes qui ont suivi l'actualité liée aux sports au cours des 12 derniers mois (35 %)
La mobilisation des agriculteurs et agricultrices en France (25 %)	Les jeunes femmes (28 %, contre 22 % des jeunes hommes) Les jeunes exerçant des professions intermédiaires (30 %) Les jeunes des communes rurales** (31 %) Les jeunes qui ont suivi l'actualité liée à l'environnement et au climat au cours des 12 derniers mois (29 %) Les jeunes qui mobilisent les journaux télévisés de 13h ou 20h (30 %) pour s'informer
Le projet d'inscription de l'IVG dans la Constitution (22 %)	Les jeunes femmes (32 %, contre 12 % des jeunes hommes) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (24 %, contre 16 % des non-diplômés du supérieur) Les jeunes exerçant des professions intermédiaires (26 %) Les jeunes qui ont suivi l'actualité liée aux questions de société au cours des 12 derniers mois (29 %) Les jeunes qui mobilisent la presse en ligne (25 %) pour s'informer
Le départ de Kylian Mbappé du PSG (21 %)	Les jeunes hommes (27 %, contre 14 % des jeunes femmes) Les 15-17 ans (24 %) Les jeunes ouvriers (26 %) Les jeunes qui ont suivi l'actualité liée aux sports au cours des 12 derniers mois (27 %) Les jeunes qui mobilisent la radio (24 %) pour s'informer
Les révélations de violences sexuelles (19 %)	Les jeunes femmes (25 %, contre 13 % des jeunes hommes)

Le développement de l'IA (18 %)	Les jeunes hommes (21 %, contre 15 % des jeunes femmes) Les jeunes qui ont suivi l'actualité liée aux sciences et technologies au cours des 12 derniers mois (26 %)
La loi immigration (18 %)	Les jeunes cadres (22 %)
La mort de Nahel et les révoltes urbaines (16 %)	<i>Pas de différences significatives selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants</i>
Les élections européennes de 2024 (16 %)	Les jeunes qui mobilisent la radio (21 %) pour s'informer
Les manifestations de défense de l'environnement en France (15 %)	Les jeunes qui mobilisent les blogs et les forums (23 %) pour s'informer
La conférence de Dubaï sur les changements climatiques (COP28) (9 %)	<i>Pas de différences significatives selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants</i>

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4441).

Lecture : Début 2024, 40 % des jeunes déclarent avoir suivi la guerre entre l'Ukraine et la Russie. C'est notamment le cas des 25-30 ans non titulaires du bac (45 %).

* Agglomération de 200 000 habitants et plus.

** Communes de moins de 2 000 habitants.

Neuf jeunes sur dix ont recherché de l'information pour des démarches de la vie quotidienne

Au-delà des sujets d'actualité, le baromètre sur la jeunesse documente les pratiques des jeunes et de leurs aînés en matière de recherche d'information sur la **vie quotidienne** : emploi, formation, logement, santé, mobilité, loisirs... Ainsi, au cours des douze derniers mois, **91 % des 15-30 ans déclarent avoir recherché des informations relatives à au moins un des domaines proposés**, contre 80 % des personnes âgées de 31 ans et plus. Dans le détail, les recherches concernent surtout les 18-30 ans : 93 % des 18-24 ans et 92 % des 25-30 ans sont concernés, contre 86 % des 15-17 ans, mais aussi 86 % des 31-60 ans et 71 % des 61 ans et plus.

Les jeunes qui n'ont pas cherché d'information sur des sujets relatifs à la vie quotidienne – plus souvent âgés de 15 à 17 ans (14 % des 15-17 ans, contre 9 % des 15-30 ans en moyenne) – estiment très largement « que cela ne leur était pas utile » (66 % des 15-30 ans ont cité cette raison en premier ou en deuxième choix)³⁸. 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 %).

³⁸ Réponses obtenues à la question : « Pour quelles raisons principales n'avez-vous pas recherché d'information sur la vie quotidienne ? En premier, en deuxième. »

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

Les priorités des 15-30 ans reflètent les étapes clés de leur parcours de vie. Ainsi, la recherche d'emploi est l'une des principales informations recherchées (25 % ont cité ce thème en premier, deuxième ou troisième choix). Les loisirs occupent également une place importante dans les recherches des jeunes : un quart (26 %) ont mentionné avoir cherché des informations pour organiser des vacances en France ou à l'étranger et 21 % pour accéder à des activités sportives ou culturelles, au cours des douze derniers mois. L'orientation scolaire (21 %) et professionnelle (21 %) ainsi que la santé et la sexualité³⁹ (22 %) sont également des thèmes qui les préoccupent. Toutefois, les recherches effectuées pour se loger ou pour partir étudier ou travailler à l'étranger concernent une part un peu plus réduite de jeunes (16 % et 15 % respectivement).

TABLEAU 9. PRINCIPALES INFORMATIONS RECHERCHÉES SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Certaines démarches ou activités de la vie quotidienne nécessitent de rechercher de l'information (soit sur Internet, soit auprès de votre entourage ou d'autres personnes). Au cours des 12 derniers mois, avez-vous principalement recherché de l'information pour... ? En premier, en deuxième, en troisième.

	15-30 ans				31 ans et plus			
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)
Organiser des vacances en France ou à l'étranger	10	9	7	26	14	10	7	31
Rechercher un emploi	11	8	7	25	8	6	3	18
Votre santé, ou sur la sexualité	8	8	6	22	12	9	7	28
Vous déplacer au quotidien	9	7	6	22	8	7	4	19
Accéder à des activités sportives, culturelles	8	7	6	21	6	5	6	17
Votre orientation professionnelle	10	7	5	21	2	3	4	8
Votre orientation scolaire ou celle de vos enfants	9	7	5	21	3	4	3	10
Effectuer des démarches administratives	6	7	5	18	15	16	10	42
Vous loger	6	6	4	16	3	4	3	10
Partir à l'étranger pour vos études ou le travail	5	6	4	15	3	3	1	7
Accéder à des aides sociales, des dispositifs d'aides publiques	5	5	4	14	4	6	6	16
Vous engager (association, syndicat, parti politique, service civique, etc.)	5	4	3	12	3	1	1	4
Autres	0	0	0	1	0	0	0	1
Aucun de ces thèmes	9	-	-	9	19	-	-	19
Non-réponse	-	20	35	-	-	27	43	-

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

Champ : Ensemble de la population âgée de 15 ans et plus.

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 douze 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 %.

³⁹ Contraception, accès à l'interruption volontaire de grossesse, etc.

Toujours chez les 15-30 ans, **l'âge et le statut vis-à-vis de l'emploi sont aussi corrélés au type d'information recherchée**. Les jeunes adultes (25-30 ans) sont ainsi plus préoccupés par des sujets tels que la recherche d'emploi (31 %, contre 25 % en moyenne) et de logement (20 %, contre 16 % en moyenne), en lien avec leur transition vers la vie « active » et l'autonomie résidentielle. Les 15-17 ans sont de leur côté particulièrement intéressés par les questions d'orientation scolaire et professionnelle (33 % et 29 % respectivement, contre 21 % en moyenne). Quant aux jeunes chômeurs, ils sont, sans surprise, particulièrement nombreux en proportion à avoir cherché des informations sur les opportunités d'emploi (48 %, contre 25 % en moyenne) ainsi que sur les aides sociales ou publiques (17 % d'entre eux, contre 14 % en moyenne), témoignant de leur besoin de soutien dans cette étape de leur vie.

TABLEAU 10. CATÉGORIES SOCIODÉMOGRAPHIQUES LES PLUS REPRÉSENTÉES POUR CHAQUE DÉMARCHE OU ACTIVITÉ DE LA VIE QUOTIDIENNE RECHERCHÉE AU COURS DES DOUZE DERNIERS MOIS

Démarches ou activités de la vie quotidienne	Caractéristiques sociodémographiques
Organiser des vacances en France ou à l'étranger (26 %)	Les jeunes femmes (29 %) Les jeunes en emploi (30 %) Les jeunes cadres (34 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (33 %, contre 22 % des non-diplômés du supérieur)
Rechercher un emploi (25 %)	Les 25-30 ans (31 %) Les 25-30 ans non diplômés du supérieur (35 %, contre 26 % des diplômés de l'enseignement supérieur) Les jeunes chômeurs (48 %) Les jeunes employés (37 %), ouvriers (31 %) et professions intermédiaires (30 %)
Santé ou sexualité (22 %)	Les jeunes femmes (25 %) Les jeunes exerçant des professions intermédiaires (27 %) Les jeunes en couple sans enfants (27 %)
Se déplacer au quotidien (22 %)	<i>Pas de différences significatives selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants</i>
Accéder à des activités sportives, culturelles (21 %)	<i>Pas de différences significatives selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants</i>
Orientation professionnelle (21 %)	Les 15-17 ans (29 %) Les jeunes étudiants ou élèves sans activité professionnelle (27 %)
Orientation scolaire ou celle de vos enfants (21 %)	Les 15-17 ans (33 %) Les jeunes étudiants ou élèves sans activité professionnelle (33 %)
Effectuer des démarches administratives (18 %)	Les 25-30 ans (29 %) Les jeunes en emploi (26 %) Les jeunes qui ne vivent pas chez leurs parents (27 %)
Se loger (16 %)	Les 25-30 ans (20 %) Les jeunes en emploi (21 %) Les jeunes employés (20 %) et ouvriers (21 %) Les jeunes qui ne vivent pas chez leurs parents (20 %)
Partir à l'étranger pour les études ou le travail (15 %)	Les jeunes cadres (21 %) Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (17 %, contre 9 % des 25-30 ans non diplômés du supérieur)
Accéder à des aides sociales, dispositifs d'aides publiques (14 %)	Les 25-30 ans (18 %) Les jeunes chômeurs (17 %)
S'engager (12 %)	Les jeunes exerçant des professions intermédiaires (16 %) Les jeunes parents (17 %)

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

Champ : Ensemble des jeunes âgés de 15 à 30 ans.

Lecture : Début 2024, 26 % des jeunes déclarent avoir recherché des informations pour organiser des vacances en France ou à l'étranger, au cours des douze derniers mois. C'est notamment le cas jeunes femmes (29 %).

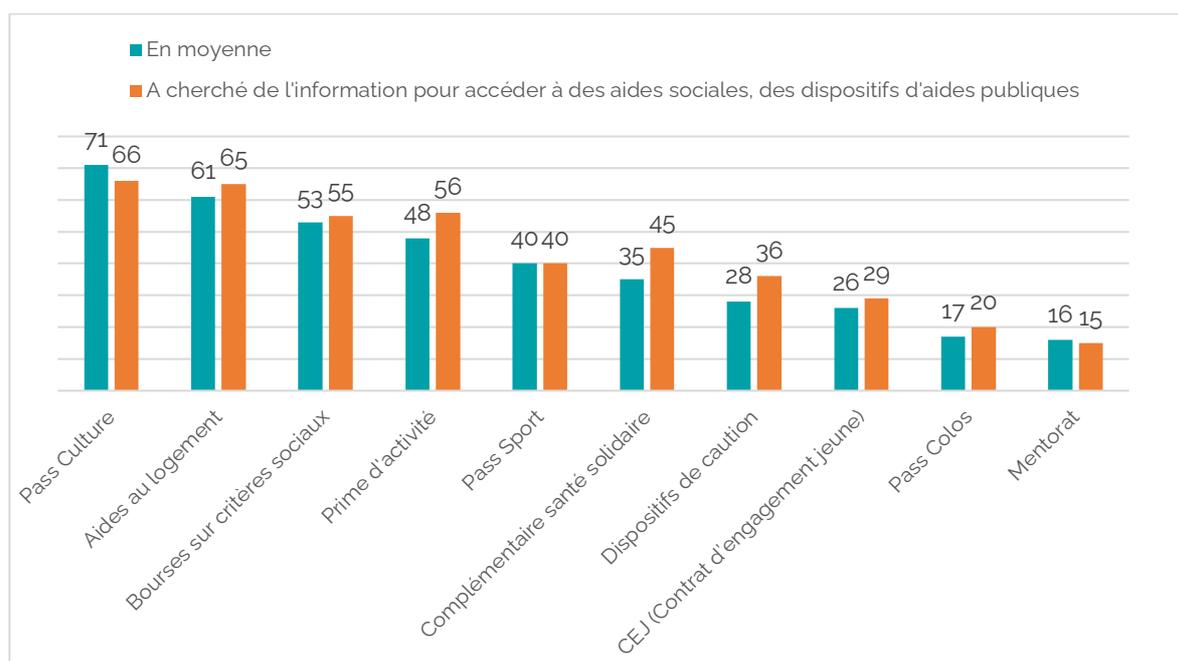
En ce qui concerne **les plus de 30 ans**, leurs recherches se concentrent surtout sur les démarches administratives⁴⁰ (42 %), et dans une moindre mesure sur l'organisation de vacances (31 %) et les questions de santé ou de sexualité (28 %). Les domaines de recherches apparaissent donc moins diversifiés dans cette tranche d'âge, moins concernée par l'orientation scolaire ou professionnelle, la recherche d'un logement ou d'un emploi. Une part non négligeable de l'échantillon des plus de 30 ans est en effet à la retraite (32 % parmi les 31 ans et plus).

Les jeunes qui ont cherché des informations sur les aides sociales et publiques semblent un peu mieux connaître certains dispositifs qui leur sont destinés

Les jeunes qui ont indiqué avoir recherché, durant l'année écoulée, des informations relatives aux aides sociales et publiques⁴¹ semblent avoir une meilleure connaissance de certaines prestations ou dispositifs qui leur sont destinés⁴², notamment ceux attribués sous conditions de ressources. Il en va ainsi pour **les aides au logement** (65 %, contre 61 % en moyenne), **la prime d'activité** (56 %, contre 48 %), **la complémentaire santé solidaire** (45 %, contre 35 %) et **les dispositifs de caution** (36 %, contre 28 %).

GRAPHIQUE 8. CONNAISSANCE DES PRESTATIONS ET DES DISPOSITIFS SELON LA RECHERCHE D'INFORMATION SUR LES AIDES SOCIALES ET PUBLIQUES (EN %)

Connaissez-vous ou avez-vous entendu parler des prestations et dispositifs suivants ?



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

Champ : Ensemble des jeunes âgés de 15 à 30 ans.

Lecture : Début 2024, 71 % des jeunes âgés de 15-30 ans connaissent le Pass Culture. Cette proportion est de 66 % chez les jeunes qui ont cherché de l'information sur les aides sociales et publiques, au cours des douze derniers mois.

⁴⁰ Obtention ou renouvellement de la pièce d'identité, du passeport, inscription sur une liste électorale, etc.

⁴¹ 613 jeunes âgés de 15 à 30 ans (14 %) ont déclaré avoir recherché des informations relatives aux aides sociales, aux dispositifs d'aides publiques, au cours des douze derniers mois.

⁴² Un module du questionnaire « Aides et prestations sociales » est consacré à la connaissance des prestations et dispositifs destinés aux jeunes, et aux principaux domaines dans lesquels les répondants souhaiteraient que les pouvoirs publics les aident davantage (paiement du loyer, des soins médicaux, accès à un logement, un emploi, etc.).

En revanche, ce n'est pas le cas pour le **Pass Culture** (66 % des 15-30 ans ayant recherché des informations sur les aides sociales et publiques durant l'année écoulée le connaissent, contre 71 % en moyenne), un dispositif accessible à tous les jeunes de 15 à 18 ans, et le plus connu des jeunes parmi l'ensemble des dispositifs sondés. Toutefois, le Pass Culture semble légèrement mieux connu des jeunes qui ont cherché des informations au cours des douze derniers mois pour accéder à des activités sportives ou culturelles⁴³ (74 %, contre 71 % en moyenne).

Quant au **Pass Sport**, il est autant connu des jeunes qui ont cherché des informations sur les aides sociales et publiques (40 %) que de l'ensemble des 15-30 ans (40 %). En revanche, il est légèrement mieux connu des jeunes qui ont cherché des informations relatives aux activités sportives ou culturelles (43 %, contre 40 % en moyenne).

S'agissant enfin du **service national universel (SNU)** – dont la notoriété est aussi mesurée dans le baromètre, tout comme celle du service civique – il semble un peu mieux connu des jeunes qui ont cherché des informations durant l'année écoulée pour s'engager⁴⁴ (49 %, contre 46 % en moyenne). À l'inverse, le fait d'avoir cherché de l'information pour s'engager ne semble pas associé à une meilleure connaissance du **service civique**. En effet, celui-ci est connu par 57 % des jeunes en moyenne, mais seulement par 50 % des jeunes qui ont recherché des informations pour s'engager.

⁴³ 919 jeunes âgés de 15 à 30 ans (21 %) ont déclaré avoir recherché des informations pour accéder à des activités sportives ou culturelles, au cours des douze derniers mois.

⁴⁴ 509 jeunes âgés de 15 à 30 ans (12 %) ont déclaré avoir recherché des informations pour s'engager, au cours des douze derniers mois.

SOURCES D'INFORMATION PRIVILÉGIÉES

Les réseaux sociaux : première source mobilisée par les jeunes pour suivre l'actualité

Un jeune sur deux utilise les réseaux sociaux pour suivre l'actualité, et quatre jeunes sur dix les journaux télévisés

D'importantes différences de pratiques distinguent les jeunes de leurs aînés dans la mobilisation des sources d'information pour suivre l'actualité.

Les **réseaux sociaux** constituent la principale source d'information des 15-30 ans : 53 % disent les consulter pour s'informer sur l'actualité, en premier, deuxième ou troisième choix. En revanche, ils ne constituent une source prioritaire d'information que pour un quart des 31 ans et plus (26 %), au même niveau que la radio en direct ou les moteurs de recherche et les portails d'actualité. Précisons que **les 15-17 ans sont particulièrement adeptes des réseaux sociaux** (58 %), une plateforme qui correspond à leur familiarité avec les technologies numériques et leur besoin de rester connectés avec leurs pairs.

La **télévision** se positionne en seconde position chez les jeunes, après les réseaux sociaux : 37 % des 15-30 ans déclarent (en premier, deuxième ou troisième choix) se tenir principalement informés par l'intermédiaire des journaux télévisés de 13h ou 20h et 26 % par l'intermédiaire des chaînes d'information en continu. Ces résultats sont cohérents avec le baromètre Kantar Public/*La Croix* de 2022 portant sur la confiance envers les médias qui indique que 42 % des 18-24 ans regardent un journal télévisé tous les jours (contre 56 % en moyenne)⁴⁵. Mais la télévision joue surtout un rôle central dans les pratiques informationnelles des plus de 30 ans : d'après le Baromètre sur la jeunesse, 61 % suivent l'actualité *via* les journaux télévisés et 38 % regardent les programmes des chaînes d'information en continu. En revanche, les émissions télévisées de débat et d'enquête – telles que « C dans l'air », « Complément d'enquête », « TPMP » ou « Quotidien » par exemple – sont moins prisées : 24 % des 31 ans et plus les ont regardées pour suivre l'actualité, contre 13 % des jeunes.

Les jeunes se montrent également plus intéressés que leurs aînés par **les médias 100 % en ligne** (Brut, Konbini, Loopsider...) qui constituent l'une des principales sources d'information pour 23 % d'entre eux, contre seulement 8 % des plus de 30 ans. *A contrario*, 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**, écoutée par 14 % des 15-30 ans et par 27 % des 31 ans et plus. **La presse et les magazines**, en version papier ou numérique, sont également relativement peu consultés par les jeunes : respectivement 8 % et 16 % des 15-30 ans. Toutefois, les plus de 30 ans mobilisent un peu plus souvent ces dernières sources : 15 % des 31 ans et plus lisent la presse et les magazines papier et 21 % la presse et les magazines en ligne.

⁴⁵ KANTAR Public onepoint, 2023, *La confiance des Français dans les médias*, Résultats de la 37^e édition du baromètre La Croix / Kantar Public onepoint.

TABLEAU 11. PRINCIPALES SOURCES MOBILISÉES POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Quels moyens utilisez-vous principalement pour vous tenir informé(e) sur le ou les sujet(s) dont vous suivez l'actualité ? En premier, en deuxième, en troisième.

	15-30 ans				31 ans et plus			
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)	1 ^{er} choix	2 ^e choix	3 ^e choix	Cumul (1 ^{er} au 3 ^e choix)
Réseaux sociaux, sites de partage de vidéos (YouTube, Twitch, X, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, etc.), influenceurs/influenceuses	26	16	12	53	9	10	7	26
Journaux télévisés de 13h ou 20h (TF1, France 2, France 3, M6, Arte Journal, etc.)	16	13	9	37	32	20	10	61
Moteurs de recherche (Google, Safari Bing, Qwant, etc.), portails d'actualité (Google actualités, Orange Actu, Yahoo Actualités, etc.)	10	10	7	27	7	11	8	26
Chaînes d'information en continu (BFM TV, CNews, FranceInfo, LCI, France24, Euronews, etc.)	10	9	7	26	18	12	8	38
Médias 100 % vidéos (Brut, Konbini, Loopsider, Melty, etc.)	9	8	6	23	3	3	2	8
Bouche-à-oreille, discussion avec l'entourage	6	7	7	19	3	4	5	12
Presse, magazines en ligne	7	6	4	16	7	7	7	21
Radio en direct	5	5	4	14	9	11	6	27
Autres émissions télévisées (« C dans l'air », « Complément d'enquête », « Cash investigation », « TPMP », « Quotidien », etc.)	3	5	5	13	5	10	10	24
Presse, magazines papier	3	3	3	8	5	5	5	15
Podcasts	3	3	2	8	1	1	1	3
Blogs, forums	3	2	2	6	1	1	1	3
Autres	1	0	0	1	1	0	0	1
Non-réponse	-	14	33	-	-	6	28	-

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 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 (N= 1 030).

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 12 catégories proposées. Il s'agit de la première source pour 26 % d'entre eux, de la deuxième pour 16 % et de la troisième pour 12 %.

Les jeunes femmes se tournent par ailleurs plus fréquemment vers les réseaux sociaux pour s'informer sur l'actualité (57 % mentionnent les réseaux sociaux en premier, deuxième ou troisième choix, contre 48 % des jeunes hommes), mais aussi vers les journaux télévisés (40 %, contre 33 % des jeunes hommes). Notons que l'édition 2023 du baromètre du numérique⁴⁶ montre que, de manière générale, les femmes sont légèrement plus présentes que les hommes sur les réseaux sociaux et les plateformes vidéo (46 % des femmes internautes les consultent plusieurs fois par jour, contre 41 % des hommes internautes, toutes tranches d'âge confondues).

La situation vis-à-vis de l'emploi, comme la catégorie professionnelle, est aussi déterminante : les jeunes chômeurs, les jeunes ouvriers ou employés s'informent plus souvent *via* les moteurs de recherche ou les portails d'actualité (respectivement 36 %, 31 % et 31 %, contre 27 % en moyenne). Les jeunes ouvriers sont plus enclins à suivre l'actualité *via* les chaînes d'information en continu (30 %, contre 25 % en moyenne). À l'inverse, la presse ou les magazines papier sont plus mobilisés par les jeunes cadres et professions intellectuelles supérieures (12 %, contre 8 % en moyenne). Enfin, les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur se tournent plus fréquemment vers la presse ou les magazines en ligne (23 %, contre 14 % des 25-30 ans ayant un niveau de diplôme inférieur ou égal au baccalauréat).

Une corrélation est enfin observée entre les thématiques d'intérêt et les sources d'information. Les jeunes qui s'intéressent à la vie des célébrités et aux sujets *people*, à la culture et à l'art, à l'environnement et au climat mobilisent plus fréquemment les réseaux sociaux (65 % et 63 % respectivement). En revanche, les jeunes qui suivent l'actualité politique et économique se dirigent plutôt vers les journaux télévisés et les chaînes d'information en continu. Par ailleurs, les jeunes intéressés par les sciences et la technologie, la mécanique, l'automobile et la moto, la santé et le bien-être, ou encore les faits divers s'informent plus souvent qu'en moyenne *via* les moteurs de recherche et les portails d'actualité. Enfin, les jeunes suivant l'actualité culturelle et artistique, ainsi que celle qui liee à la mode et à la beauté privilégient plus souvent le bouche-à-oreille et les discussions avec leur entourage.

⁴⁶ Baromètre du numérique 2023 - CRÉDOC pour l'ARCEP, l'ARCOM, le CGE, l'ANCT.

TABLEAU 12. CATÉGORIES SOCIODÉMOGRAPHIQUES LES PLUS REPRÉSENTÉES POUR CHAQUE SOURCE D'INFORMATION MOBILISÉE

Sources d'information utilisées	Caractéristiques sociodémographiques
Réseaux sociaux (53 %)	Les jeunes femmes (57 %, contre 48 % des jeunes hommes) Les 15-17 ans (58 %) Les étudiants et élèves sans activité professionnelle (59 % versus 49 % des actifs) Les jeunes qui suivent l'actualité liée à la vie des célébrités, aux sujets people (65 %), à la culture et l'art (63 %), à l'environnement et au climat (61 %)
Journaux télévisés de 13h ou 20h (37 %)	Les jeunes femmes (40 %, contre 33 % des jeunes hommes) Les jeunes actifs (40 %) Les jeunes vivant dans des communes rurales (41 %) Les jeunes qui suivent l'actualité liée à la politique internationale (45 %) et à la politique nationale (44 %)
Moteurs de recherche, portails d'actualité (27 %)	Les jeunes au chômage (36 %) Les jeunes employés (31 %) et ouvriers (31 %) Les jeunes qui suivent l'actualité liée aux sciences et technologies (33 %), à la mécanique, l'automobile, la moto (32 %), à la santé, le bien-être (31 %), aux faits divers (31 %)
Chaînes d'information en continu (25 %)	Les 25-30 ans (28 %) Les jeunes actifs (28 %) Les jeunes ouvriers (30 %) Les jeunes qui suivent l'actualité liée à la politique nationale (31 %) et à l'économie (30 %)
Médias 100 % vidéos (22 %)	Les jeunes qui suivent l'actualité liée à la vie des célébrités et aux sujets people (29 %), aux voyages et à la gastronomie (27 %), à la politique internationale (27 %)
Bouche-à-oreille, discussions avec l'entourage (19 %)	Les 15-17 ans (22 %) Les jeunes employés (23 %) Les 25-30 ans non diplômés de l'enseignement supérieur (21 %, contre 14 % des diplômés du supérieur) Les jeunes qui suivent l'actualité liée à la culture et l'art (22 %), à la mode et la beauté (23 %)
Presse en ligne, magazines en ligne (16 %)	Les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (23 %, contre 14 % des non-diplômés du supérieur) Les jeunes exerçant des professions intermédiaires (20 %) Les jeunes qui suivent l'actualité liée à la politique internationale (21 %), aux questions de société (22 %)
Radio en direct (14 %)	<i>Pas de différences significatives selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants</i>
Autres émissions télévisées (13 %)	<i>Pas de différences significatives selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants</i>
Presse papier, magazines papier (8 %)	Les jeunes cadres (12 %)
Podcasts (8 %)	<i>Pas de différences significatives selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants</i>
Blogs et forums (6 %)	Les jeunes parents (10 %)

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

Champ : Ensemble des jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441).

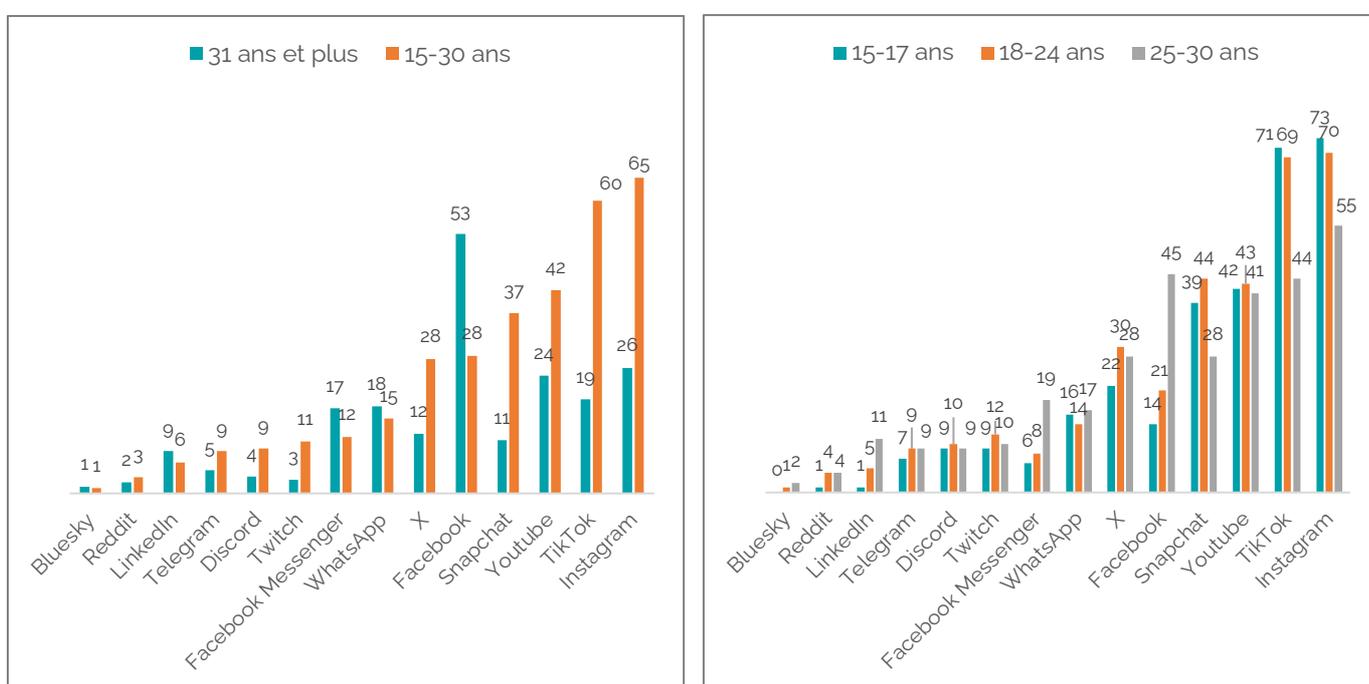
Lecture : Début 2024, 57 % des jeunes femmes et 48 % des jeunes hommes qui suivent les actualités le font par l'intermédiaire des réseaux sociaux (versus 53 % en moyenne).

Instagram et TikTok plébiscités par les jeunes, avec une utilisation différenciée selon l'âge et le sexe

Chez les 15-30 ans, les réseaux sociaux apparaissent incontournables pour se tenir informés de l'actualité : 96 % d'entre eux en utilisent au moins un dans ce contexte, parmi 14 proposés. C'est aussi le cas chez les 31 ans et plus, mais dans une moindre mesure : 75 % d'entre eux indiquent s'informer *via* un ou plusieurs réseaux sociaux.

GRAPHIQUE 9. PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX MOBILISÉS POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Parmi les réseaux sociaux et autres sites de partage de vidéos suivants, lesquels utilisez-vous principalement pour suivre l'actualité ? (Plusieurs réponses possibles.)



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

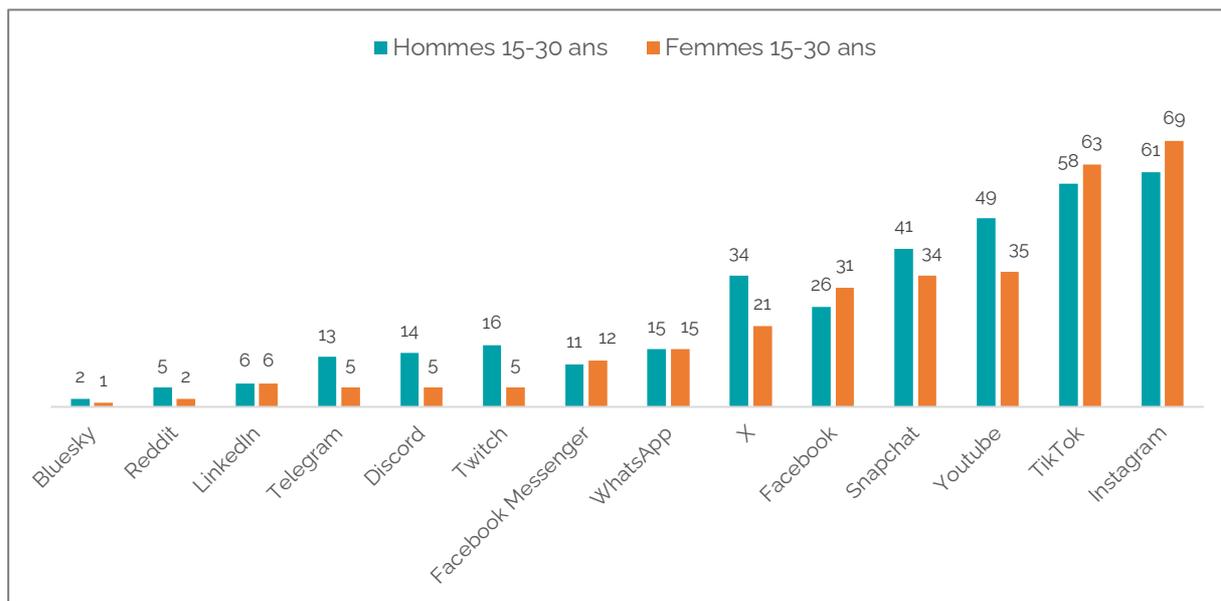
Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 ans et plus ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 1 030).

Lecture : Début 2024, 65 % des jeunes âgés de 15 à 30 ans utilisent Instagram pour suivre l'actualité.

Plus précisément, **près de deux tiers des jeunes de 15-30 ans (65 %) s'informent sur l'actualité *via* Instagram et six sur dix (60 %) *via* TikTok**. Ces plateformes arrivent en tête des réseaux sociaux les plus consultés par les jeunes pour suivre l'actualité, suivis par YouTube, Snapchat puis Facebook. **Instagram et TikTok sont particulièrement utilisés par les adolescents (15-17 ans) et les jeunes adultes (18-24 ans)**, avec une utilisation avoisinant les 70 % dans ces tranches d'âge. Après 25 ans, ces réseaux sont moins mobilisés, tandis que Facebook l'est davantage. En effet, la moitié des plus de 30 ans qui suivent l'actualité *via* les réseaux sociaux privilégient Facebook, contre seulement un peu plus d'un quart des 15-30 ans.

La plus forte utilisation de certains réseaux (comme Instagram et TikTok) traduit les préférences des jeunes pour des plateformes plus visuelles et dynamiques, au détriment de certains réseaux « historiques » (comme Facebook), perçus par les jeunes comme destinés à des générations plus âgées.

GRAPHIQUE 10. PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX MOBILISÉS POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ SELON LE SEXE (EN %)
Parmi les réseaux sociaux et autres sites de partage de vidéos suivants, lesquels utilisez-vous principalement pour suivre l'actualité ? (Plusieurs réponses possibles.)



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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 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 (N = 1 030).

Lecture : Début 2024, 69 % des jeunes femmes âgées de 15 à 30 ans utilisent Instagram pour suivre l'actualité.

Des différences sont également visibles en fonction du sexe. Les jeunes femmes utilisent davantage Instagram, TikTok et Facebook que les jeunes hommes, avec un écart de 8 points pour l'utilisation d'Instagram, et de 5 points pour TikTok et Facebook respectivement. De leur côté, les jeunes hommes sont plus présents que leurs homologues féminines sur X (anciennement Twitter), YouTube, Snapchat et Twitch, avec des écarts supérieurs à 10 points pour l'utilisation de X, YouTube, Twitch.

Les spécificités des différents réseaux en termes de contenu, mais aussi de fonctionnalités pourraient expliquer ces écarts entre les sexes. Les contenus relatifs à la technologie, aux jeux vidéo, à l'eSport et les tutoriels techniques sont en effet particulièrement présents sur YouTube et Twitch, tandis qu'Instagram est plus orienté vers des sujets relatifs à la mode, la beauté, la décoration et le « lifestyle », des domaines traditionnellement genrés. Par ailleurs, Facebook et Instagram proposent des fonctionnalités permettant de maintenir des liens sociaux et de partager des aspects personnels de sa vie qui sont plus valorisées dans les interactions sociales féminines⁴⁷.

⁴⁷ INSEE, 2020, *France, Portrait social, édition 2020 (les relations sociales)*, INSEE Références [\[en ligne\]](#). Cette publication montre que les femmes sont nettement plus nombreuses à communiquer (par téléphone, SMS, Internet, courrier, vidéo) au moins une fois par semaine avec leur famille et leurs amis que les hommes.

Enfin, **une relation est observée entre les centres d'intérêt et les réseaux sociaux privilégiés**. Les jeunes intéressés par la mode et la beauté sont particulièrement nombreux en proportion à consulter *Instagram* et TikTok (77 % et 71 % respectivement, contre 65 % et 60 % en moyenne). Les jeunes intéressés par la mécanique, l'automobile et la moto sont plus souvent adeptes de YouTube (53 %, contre 42 % en moyenne) et de TikTok (69 %, contre 60 % en moyenne). Quant aux jeunes friands d'actualité scientifique et technique, ils sont également plus représentés sur YouTube (52 %, contre 42 % en moyenne).

« Hugo Décrypte » : principal « influenceur actualité » selon les jeunes

Le développement des réseaux sociaux et leur large audience, notamment parmi les jeunes, ont favorisé l'émergence d'une prise de parole en dehors des médias traditionnels, incarnée par les créateurs et créatrices de contenu ainsi que les influenceurs et influenceuses.

À la question « Pouvez-vous citer les influenceurs/influenceuses⁴⁸ que vous suivez en priorité pour vous tenir informé(e) sur l'actualité (3 au maximum) ? », le nom d'un journaliste et vidéaste a fréquemment été mentionné par les jeunes. Il s'agit d'« **Hugo Décrypte** », présent notamment sur YouTube, Instagram, TikTok et Snapchat, et cité par 33 % des 15-30 ans comme personnalité suivie sur les réseaux sociaux. Ce sont principalement les plus jeunes (43 % des 15-17 ans) ainsi que les jeunes qui s'intéressent de près à l'actualité de la politique internationale, de l'environnement et de la politique nationale qui mentionnent le créateur de contenu français. En revanche, l'audience du vidéaste diminue nettement chez les plus de 30 ans qui ne sont que 6 % à déclarer le suivre.

Le *Digital News Report* publié en 2024 par le Reuters Institute a déjà mis en évidence le cas du vidéaste français, qui dépasse actuellement des médias traditionnels comme *Le Monde* ou BFM TV en termes de popularité⁴⁹. « Avec 2,6 millions d'abonnés sur sa chaîne YouTube et 5,7 millions sur TikTok, il est devenu une source majeure d'information pour les jeunes français ». L'étude souligne en outre que les abonnés à « Hugo Décrypte » ont 27 ans en moyenne, soit environ 20 ans de moins que le public de médias traditionnels comme *Le Monde* ou BFM TV (40 à 45 ans de moyenne d'âge).

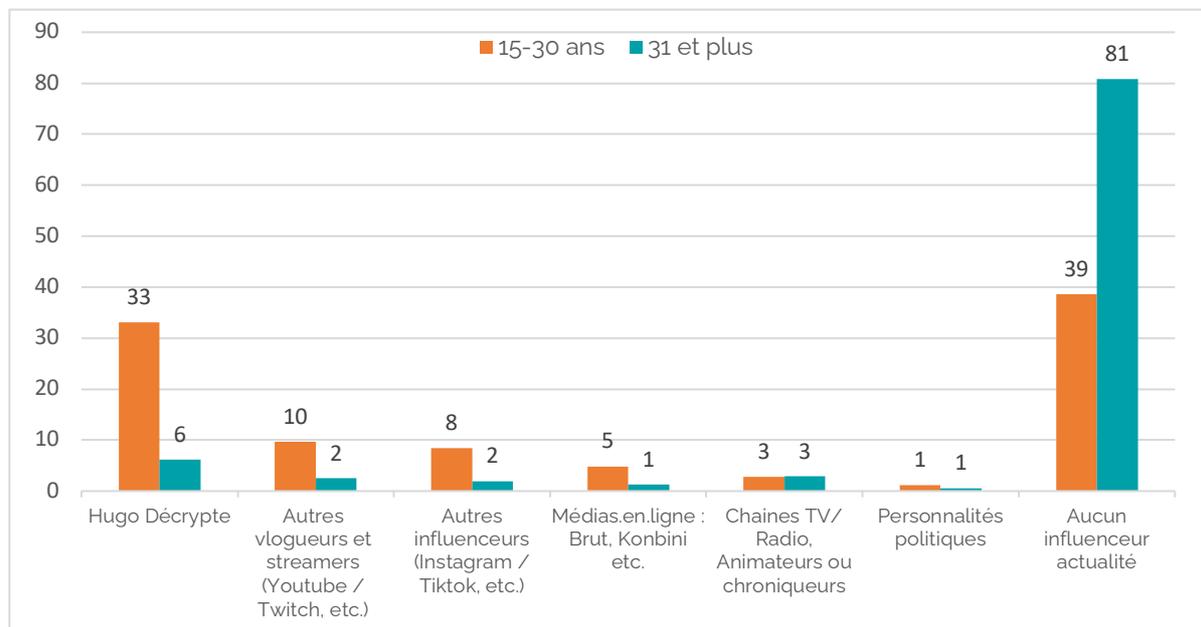
En dehors de ce phénomène, les réponses sont assez disparates ce qui signifie que le terme « influenceur/influenceuse » a été entendu dans un sens très large : 10 % des jeunes citent des *blogueurs* et *streamers* moins directement identifiés à l'actualité au sens traditionnel, tels Inoxtag (jeux vidéo), Squeezie, Michou (divertissement et jeux vidéo), Léna situations (mode, lifestyle), Amixem (divertissement) ou Dr Nozman (vulgarisation scientifique). Une autre catégorie, représentée par 8 % des jeunes, regroupe des personnalités issues de la télé-réalité ou du sport (Kylian Mbappé, Maeva Ghennam, Julien Tanti). Les journalistes ou animateurs exerçant à la télévision et les personnalités politiques sont peu fréquemment cités, respectivement par 3 % et 1 % des jeunes.

⁴⁸ Dans le questionnaire, le terme « influenceur » est laissé à la libre interprétation des personnes interrogées.

⁴⁹ Reuters Institute, *Digital News Report 2024* [\[en ligne\]](#).

GRAPHIQUE 11. PRINCIPAUX INFLUENCEURS ET INFLUENCEUSES SUIVIS POUR SE TENIR INFORMÉ SUR L'ACTUALITÉ (EN %)

Pouvez-vous citer les influenceurs et influenceuses que vous suivez en priorité pour vous tenir informé(e) sur l'actualité (3 au maximum) ?



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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 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 (N= 1 030).

Lecture : Début 2024, 33 % des jeunes âgés de 15-30 ans mentionnent *Hugo Décrypte* parmi les influenceurs qu'ils suivent en priorité pour s'informer de l'actualité.

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

Pour chercher de l'information sur la vie quotidienne (se loger, se déplacer, trouver un emploi, etc.), **les 15-30 ans font également largement usage du numérique**. Quels que soient les domaines sur lesquels portent leurs recherches, les ressources numériques arrivent largement en tête des moyens mobilisés, qu'il s'agisse de sites ou applications spécialisés, des réseaux sociaux ou de moteurs de recherche⁵⁰.

S'agissant plus spécifiquement des **réseaux sociaux**, ceux-ci apparaissent parmi les trois principales sources consultées par les jeunes ayant recherché de l'information dans les différents domaines de la vie quotidienne proposés, à l'exception des démarches administratives. Les réseaux sociaux sont notamment mobilisés 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 %) ou l'organisation de vacances en France ou à l'étranger (39 %).

Les **sites et applications spécialisés** sont également consultés en priorité dans le cadre de la plupart de ces recherches, en particulier pour chercher un emploi (42 %), effectuer des démarches

⁵⁰ Les sources d'information mobilisées peuvent varier selon le type de recherche (se loger, se déplacer, trouver un emploi, etc.). Afin de ne pas allonger le questionnaire de manière excessive et de préserver la qualité des réponses, les répondants n'ont été interrogés que sur deux types de recherche au maximum. Si un participant a cherché de l'information dans plus de deux domaines, seules les deux recherches les plus récentes ont été prises en compte.

administratives (42 %), se loger (39 %), chercher de l'information sur l'orientation scolaire (38 %), se déplacer au quotidien (35 %) ou accéder à des aides sociales ou des dispositifs d'aides publiques (34 %). Enfin, **les moteurs de recherche** arrivent en tête lorsqu'il s'agit d'organiser des vacances (43 %) ou de se renseigner sur son orientation professionnelle (37 %).

L'accueil physique (en mairie, préfecture, dans les caisses d'allocations familiales [CAF], à Pôle emploi...) apparaît systématiquement en retrait par rapport aux différentes ressources numériques. Environ un jeune concerné sur cinq y a toutefois 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, soit moitié moins que les sites internet ou applications spécialisés).

La situation n'est pas très différente **chez les plus de 30 ans**, qui se tournent également en priorité vers le numérique (sites ou applications, moteurs de recherche et réseaux sociaux). Mais ils ont un peu plus souvent recours à l'accueil physique que leurs cadets pour obtenir des informations sur l'orientation scolaire ou celle de leurs enfants (23 % pour l'accueil physique, contre 44 % pour les sites internet spécialisés), rechercher un emploi (15 %, contre 71 %), réaliser des démarches administratives (19 %, contre 48 %) ou accéder à des aides sociales ou dispositifs d'aides publiques (20 %, contre 57 %).

Ces chiffres traduisent donc **l'ancrage des équipements et usages numériques** dans le quotidien de la population. À ce titre, soulignons que selon le baromètre du numérique 2024, neuf personnes sur dix sont internautes, et 82 % de la population âgée de 12 ans et plus résidant en France métropolitaine se connectent tous les jours à Internet⁵¹.

Toutefois, 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, citées par environ trois jeunes sur dix concernés. C'est un peu moins le cas chez les plus âgés (31 ans et plus), ce qui pourrait témoigner de l'importance du rôle de conseil de l'entourage familial et amical chez les jeunes.

⁵¹ Baromètre du numérique 2024 – CRÉDOC pour l'ARCEP, l'ARCOM, le CGE, l'ANCT.

TABLEAU 13. TOP 5 DES SOURCES MOBILISÉES POUR S'INFORMER SUR LA VIE QUOTIDIENNE

Thématiques de la vie quotidienne	15-30 ans	31 ans et plus
Se loger	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (39 %) 2 Réseaux sociaux (29 %) 3 Moteurs de recherche (28 %) 4 Discussions avec l'entourage (21 %) 5 Accueil physique (19 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (58 %) 2 Moteurs de recherche (31 %) 3 Discussions avec l'entourage (24 %) 4 Sites internet ou applications généralistes (20 %) 5 Réseaux sociaux (16 %)
Se déplacer au quotidien	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (35 %) 2 Réseaux sociaux (33 %) 3 Moteurs de recherche (30 %) 4 Discussions avec l'entourage (26 %) 5 Émissions télévisées (16 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Moteurs de recherche (48 %) 2 Sites internet ou applications spécialisés (35 %) 3 Émissions télévisées (22 %) 4 Sites internet ou applications généralistes (19 %) et réseaux sociaux (19 %)
Santé et sexualité	<ol style="list-style-type: none"> 1 Réseaux sociaux (42 %) 2 Moteurs de recherche (36 %) 3 Sites internet ou applications spécialisés (30 %) 4 Discussions avec l'entourage (28 %) 5 Blogs et forums (13 %) et discussions en dehors de l'entourage (13 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Moteurs de recherche (48 %) 2 Sites internet ou applications spécialisés (40 %) 3 Émissions télévisées (27 %) 4 Réseaux sociaux (20 %) 5 Sites internet généralistes (18 %)
Orientation scolaire	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (38 %) 2 Moteurs de recherche (32 %) 3 Réseaux sociaux (31 %) 4 Discussions avec l'entourage (27 %) 5 Discussions hors entourage (17 %) et sites internet généralistes (17 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (44 %) 2 Moteurs de recherche (32 %) 3 Accueil physique (mairie, préfecture, CAF, Pôle Emploi (désormais France Travail), etc.) (23 %) 4 Structures d'information (22 %) et discussions avec l'entourage (22 %)
Orientation professionnelle	<ol style="list-style-type: none"> 1 Moteurs de recherche (37 %) 2 Réseaux sociaux (33 %) 3 Discussion avec l'entourage (31 %) 4 Sites internet ou applications spécialisés (29 %) 5 Discussions hors entourage (19 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Moteurs de recherche (39 %) 2 Sites internet ou applications spécialisés (31 %) 3 Sites internet ou applications généralistes (27 %) 4 Réseaux sociaux (23 %) 5 Discussions avec l'entourage (22 %)
Partir à l'étranger pour les études ou le travail	<ol style="list-style-type: none"> 1 Réseaux sociaux (43 %) 2 Moteurs de recherche (31 %) 3 Discussions avec l'entourage (30 %) 4 Sites internet ou applications spécialisés (19 %) 5 Livres, guides (18 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Réseaux sociaux (28 %) 2 Moteurs de recherche (27 %) 3 Blogs forums (25 %) 4 Discussions avec l'entourage (18 %) 5 Radio et podcasts (17 %)
Organiser des vacances en France ou à l'étranger	<ol style="list-style-type: none"> 1 Moteurs de recherche (43 %) 2 Réseaux sociaux (39 %) 3 Sites internet ou applications spécialisés (29 %) 4 Discussions avec l'entourage (26 %) 5 Blogs, forums (14 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Moteurs de recherche (54 %) 2 Sites internet ou applications spécialisés (43 %) 3 Discussions avec l'entourage (24 %) 4 Livres, guides (23 %) 5 Réseaux sociaux (16 %)
S'engager	<ol style="list-style-type: none"> 1 Réseaux sociaux (39 %) 2 Discussions avec l'entourage (23 %) 3 Émissions télévisées (22 %) 4 Radio et podcasts (20 %) 5 Moteurs de recherche (19 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Moteurs de recherche (51 %) 2 Réseaux sociaux (38 %) 3 Presse ou magazine en ligne (28 %) 4 Émissions télévisées (26 %) 5 Discussions avec l'entourage (23 %)
Rechercher un emploi	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (42 %) 2 Moteurs de recherche (31 %) 3 Réseaux sociaux (28 %) 4 Discussions avec l'entourage (19 %) et accueil physique (19 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (71 %) 2 Moteurs de recherche (29 %) 3 Réseaux sociaux (23 %) 4 Accueil physique (15 %) 5 Discussions avec l'entourage (13 %)
Accéder à des activités sportives ou culturelles	<ol style="list-style-type: none"> 1 Réseaux sociaux (50 %) 2 Moteurs de recherche (35 %) 3 Discussions avec l'entourage (31 %) 4 Sites internet ou applications spécialisés (20 %) 5 Émissions télévisées (15 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Moteurs de recherche (43 %) 2 Réseaux sociaux (34 %) 3 Sites internet ou applications spécialisés (29 %) 4 Réseaux sociaux (24 %) 5 Discussions avec l'entourage (23 %)
Réaliser des démarches administratives	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (42 %) 2 Moteurs de recherche (38 %) 3 Sites internet ou applications généralistes (28 %) 4 Accueil physique (23 %) 5 Réseaux sociaux (21 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (48 %) 2 Sites internet ou applications généralistes (46 %) 3 Moteurs de recherche (44 %) 4 Accueil physique (19 %) 5 Discussions avec l'entourage (15 %)
Accéder à des aides sociales ou dispositifs d'aides publiques	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (34 %) 2 Réseaux sociaux (31 %) 3 Moteurs de recherche (28 %) 4 Sites internet ou applications généralistes (21 %) 5 Structures d'information (17 %) 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Sites internet ou applications spécialisés (57 %) 2 Sites internet ou applications généralistes (39 %) 3 Moteurs de recherche (30 %) 4 Accueil physique (20 %) 5 Discussions avec l'entourage (15 %)

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

Champ : Ensemble des jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant cité au moins un domaine de recherche d'information relative aux démarches ou activités de la vie quotidienne (au cours de douze derniers mois). Et ensemble des 31 ans et plus ans ayant cité au moins un domaine de recherche d'information relative aux démarches ou activités de la vie quotidienne (au cours des douze derniers mois).

Lecture : Début 2024, 39 % des jeunes âgés de 15-30 ans qui ont recherché des informations sur le logement au cours des douze derniers mois déclarent utiliser principalement des sites internet ou des applications spécialisés pour ces recherches.

La télévision et la presse restent présentes dans le panorama informationnel des jeunes

Si les émissions télévisées et la presse ne font pas partie des sources d'information mobilisées prioritairement par les jeunes pour suivre l'actualité, cela ne signifie pas pour autant qu'elles et ils ne les consultent pas⁵². De ce fait, après avoir recueilli les trois principales sources d'information utilisées par les personnes interrogées pour suivre l'actualité, le baromètre explore les émissions quotidiennes regardées par les jeunes et leurs aînés puis les types de presse consultés.

Les jeunes suivent généralement les mêmes émissions quotidiennes d'actualité que leurs aînés

De manière générale, les jeunes et leurs aînés regardent les mêmes émissions quotidiennes (à la télévision, en ligne ou en *replay*), dans des proportions équivalentes. Il importe de préciser que **les résultats présentés ci-dessous ne prétendent aucunement estimer l'audience des émissions quotidiennes et sont à prendre avec précaution**. En effet, il se pourrait que les réponses obtenues à partir du baromètre reflètent la familiarité des personnes interrogées avec les chaînes plutôt que le véritable suivi de ces émissions télévisées. Il n'est pas non plus exclu que certaines personnes aient pu se sentir incitées à citer une émission (ou plusieurs), même si elles avaient la possibilité d'indiquer dans le questionnaire qu'elles ne regardaient aucune émission pour s'informer sur l'actualité.

Ces précautions rappelées, dans le baromètre, quelle que soit la tranche d'âge, « Première édition » (la matinale de BFM TV) est le programme le plus cité (38 % des 15-30 ans et 34 % des 31 ans et plus) suivi de plus loin par « Télématin » (France 2). Soulignons que le taux de personnes qui citent « Première édition » est particulièrement stable selon la tranche d'âge détaillée (respectivement 38 % des 15-17 ans, 18-24 ans et 25-30 ans ; 36 % des 31-60 ans), à l'exception des plus de 60 ans qui sont légèrement moins nombreux en proportion à se tourner vers ce programme (29 %).

Seules deux émissions intéressent davantage les plus de 30 ans : « L'Heure des Pros » (CNews) [22 % des 31 ans et plus, contre 15 % des 15-30 ans] et « C dans l'air » (France 5) [15 % des 31 ans et plus, contre 7 % des jeunes]. Cette dernière (« C dans l'air ») séduit d'ailleurs avant tout les plus âgés (20 % des 61 ans et plus, contre 12 % des 31-60 ans).

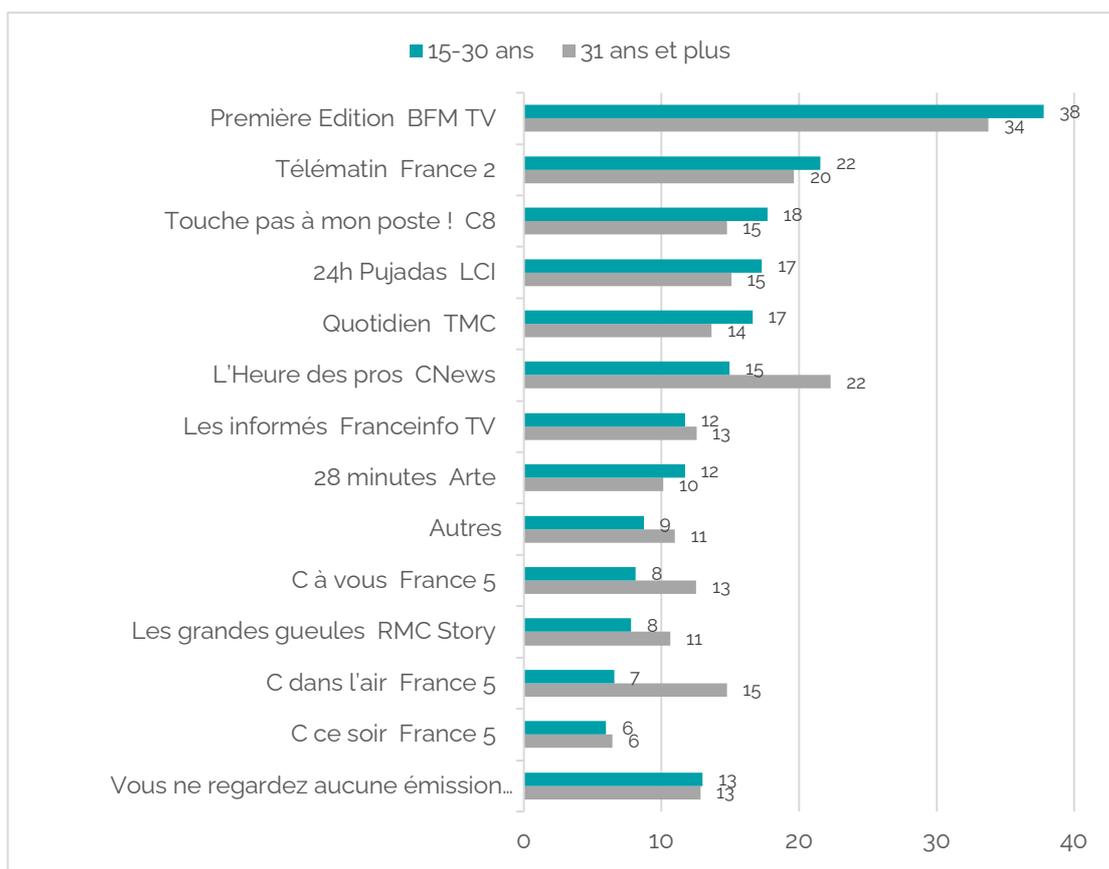
Au-delà de l'âge, **les préférences pour certaines émissions vont parfois de pair avec les professions exercées**. Ainsi, les jeunes ouvriers sont plus nombreux en proportion que les autres catégories professionnelles à s'informer *via* « Première édition » (44 %, contre 38 % en moyenne) ou *via* « Les grandes gueules » (12 %, contre 8 % en moyenne). De leur côté, les jeunes cadres et professions intellectuelles supérieures ont une préférence légèrement plus marquée pour « Télématin » (26 %, contre 22 % en moyenne), « L'Heure des Pros » (22 %, contre 15 % en moyenne), « C à vous » (13 %, contre 8 % en moyenne) et « C ce soir » (10 %, contre 6 % en moyenne). Les jeunes cadres et professions intermédiaires se rejoignent dans leur préférence pour « Quotidien » (respectivement 22 % et 21 %, contre 17 % en moyenne) et « 24h

⁵² Rappelons que, pour s'informer sur l'actualité, 13 % des 15-30 ans utilisent principalement des émissions télévisées (contre 24 % des 31 ans et plus), 16 % des 15-30 ans la presse ou les magazines en ligne (contre 21 % des 31 ans et plus) et 8 % la presse ou les magazines papier (contre 15 % des 31 ans et plus). Voir la section « Un jeune sur deux utilise les réseaux sociaux pour suivre l'actualité, contre un quart des 31 ans et plus ».

Pujadas » (également 22 % et 21 %, contre 17 % en moyenne). Précisons que pour les autres programmes étudiés, aucune différence significative n'est observée selon la profession exercée.

GRAPHIQUE 12. PRINCIPALES ÉMISSIONS QUOTIDIENNES REGARDÉES POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Parmi les émissions quotidiennes suivantes, lesquelles regardez-vous principalement pour suivre l'actualité (que cela soit à la télévision, en ligne ou en replay) ? Plusieurs réponses possibles.



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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 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 (N = 1 030).

Lecture : Début 2024, 38 % des jeunes âgés de 15-30 ans déclarent regarder l'émission « Première Édition » sur BFM TV pour s'informer de l'actualité.

Les jeunes au chômage regardent, en outre, un peu plus fréquemment « Touche pas à mon poste » (23 %, contre 18 % en moyenne). En revanche, pour les autres émissions, le statut vis-à-vis de l'emploi n'a pas d'influence significative sur les préférences des 15-30 ans.

Enfin, de manière générale, regarder des émissions télévisées d'actualité est lié, chez les 15-30 ans, à **l'importance accordée à l'actualité durant l'enfance et l'adolescence au sein de la famille** (ou du foyer). Plus l'actualité était valorisée durant cette période de la vie, plus les jeunes déclarent regarder au moins une des émissions proposées dans le questionnaire. En particulier, certaines émissions sont davantage suivies par les jeunes socialisés à l'actualité dans l'enfance⁵³ : « Première édition » (40 %,

⁵³ L'actualité avait une « très grande » ou « assez grande importance » dans la famille (ou le foyer) où les jeunes ont grandi.

contre 34 % des jeunes peu socialisés à l'actualité⁵⁴), « Télématin » (24 %, contre 17 %) et « L'Heure des pros » (17 % contre 10 %). Pour les autres émissions d'actualité étudiées, le critère de la socialisation précoce n'a pas ou très peu d'impact.

Les jeunes consultent davantage la presse que leurs aînés

Dans le baromètre, la part des jeunes ne consultant pas du tout la presse (en ligne, sur un site internet, une application) pour s'informer s'élève à 27 % parmi les 15-30 ans et à 38 % parmi les plus de 30 ans. La part des personnes qui consultent la presse, même très occasionnellement, est donc plus élevée chez les 15-30 ans que chez les plus de 30 ans. Ce résultat reflète possiblement la tendance des jeunes à s'informer sur Internet et à mobiliser une grande diversité de sources. Les contenus émanant de la presse peuvent par exemple être relayés sur les réseaux sociaux, incitant les jeunes à en prendre connaissance.

Les jeunes ne consultant pas du tout la presse sont plus souvent jeunes (35 % des 15-17 ans, contre 24 % des 18-24 ans et 25 % des 25-30 ans). Les jeunes au chômage sont aussi plus souvent dans cette situation (39 %), ainsi que les jeunes de 25-30 ans ayant un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat (32 %). Les jeunes n'ayant pas été socialisés⁵⁵ à l'actualité dans l'enfance ou leur adolescence ont également moins recours à la presse (29 %).

Plus précisément, par rapport aux plus de 30 ans, les jeunes déclarent plus souvent lire **la presse quotidienne nationale** (43 % des 15-30 ans ont cité ce type de presse en premier ou second choix, contre 29 % des plus de 30 ans), ainsi que **les médias en ligne indépendants** (30 %, contre 21 %) et la **presse news magazine** (23 %, contre 16 %). En revanche, ils sont autant lecteurs de la **presse quotidienne régionale** que leurs aînés (40 %, contre 41 % des 31 ans et plus).

Ajoutons que la lecture des quotidiens nationaux et régionaux est un peu plus répandue chez les **jeunes actifs en emploi** (47 % et 43 %), tout comme la consultation de la presse news magazine (26 %). Quant aux médias en ligne indépendants, ils semblent attirer des jeunes adeptes de sources d'information moins « grand public ». Ils sont notamment prisés par 41 % des jeunes qui privilégient les blogs ou les forums pour s'informer et par 37 % de ceux qui consultent des podcasts (contre 30 % des jeunes en moyenne).

Les 25-30 ans **diplômés de l'enseignement supérieur** sont également plus intéressés par la presse quotidienne nationale (55 %, contre 36 % des titulaires d'un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat) et par les médias indépendants en ligne (32 %, contre 25 %). Cependant, **le niveau de diplôme** a très peu d'impact sur la lecture de la presse news magazine et de la presse quotidienne régionale. **La socialisation précoce à l'actualité** est aussi associée à une consultation plus fréquente de la presse quotidienne nationale (47 %, contre 37 %). Enfin, **le genre** n'a guère d'influence sur la consultation des différents types de presse, exception faite d'une légère préférence des jeunes hommes pour la presse quotidienne régionale (26 %, contre 20 % des jeunes femmes).

⁵⁴ L'actualité avait « assez peu » ou « pas du tout d'importance » dans la famille (ou le foyer) où les jeunes ont grandi.

⁵⁵ Il s'agit des jeunes ayant grandi dans des familles où l'actualité avait « assez peu » ou « pas du tout d'importance ».

TABLEAU 14. PRINCIPAUX TYPES DE PRESSE CONSULTÉS POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Parmi les types de presse suivants, lesquels utilisez-vous principalement pour suivre l'actualité (que cela soit en version papier, sur un site internet ou une application) ? En premier, en deuxième.

	15-30 ans			31 ans et plus		
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	Cumul (1 ^{er} et 2 ^e choix)	1 ^{er} choix	2 ^e choix	Cumul (1 ^{er} et 2 ^e choix)
La presse quotidienne nationale (<i>Le Monde, Les Échos, Libération, Le Figaro, La Croix, etc.</i>)	23	20	43	14	16	29
La presse quotidienne régionale (<i>Ouest France, Le Parisien La voix du Nord, etc.</i>)	22	18	40	29	13	41
Les médias en ligne indépendants (<i>Médiapart, Reporterre, les Jours, The Conversation, Vakita, etc.</i>)	17	13	30	12	9	21
La presse news magazine (<i>L'Obs, L'Express, le Point, Slate, Valeurs actuelles, etc.</i>)	10	13	23	6	10	16
Autres	1	1	2	2	3	5
Non-réponse	-	28	-	-	38	-

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 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 (N = 1 030).

Lecture : Début 2024, 43 % des jeunes de 15-30 ans déclarent suivre la presse quotidienne nationale pour s'informer. Il s'agit de la première source « presse » pour 23 % d'entre eux, et de la deuxième source « presse » pour 20 %.

Les jeunes accordent plus d'importance aux actualités partagées sur les réseaux sociaux que leurs aînés

En cohérence avec leurs pratiques, une large majorité des jeunes considère que **les actualités qui circulent sur Internet et les réseaux sociaux sont aussi importantes que celles reprises par les médias « traditionnels »**. Cette opinion est partagée par sept jeunes sur dix (71 %) ⁵⁶, contre seulement la moitié de leurs aînés (52 %). Cette proportion est encore plus élevée chez les jeunes qui ont choisi les réseaux sociaux ou les médias 100 % en ligne pour s'informer de l'actualité (74 %). Cette opinion est aussi plus fréquente chez les jeunes cadres et professions intellectuelles supérieures (76 %) ainsi que chez les personnes socialisées à l'actualité dans l'enfance (75 %).

Pour autant, les jeunes se montrent tout aussi méfiants que leurs aînés quant à **la diffusion de fausses informations sur ces plateformes** : 75 % des 15-30 ans et 78 % des plus de 30 ans sont en accord avec l'affirmation suivante « les réseaux sociaux diffusent beaucoup plus de fausses informations que les autres médias ». Cette méfiance est toutefois un peu plus marquée chez les 15-30 ans et chez les plus de 30 ans qui s'informent *via* les chaînes d'information en continu ou les journaux télévisés de 13h ou 20h (80 % des jeunes et 82 % des plus de 30 ans qui s'informent par ce biais sont de cet avis). Par ailleurs, parmi les jeunes en emploi, les **professions intermédiaires** sont les plus convaincues que les réseaux sociaux véhiculent plus de fausses informations que les autres médias : 80 %, contre 75 % en moyenne. En revanche, les jeunes chômeurs sont plus souvent en désaccord avec cette opinion (35 % ne sont

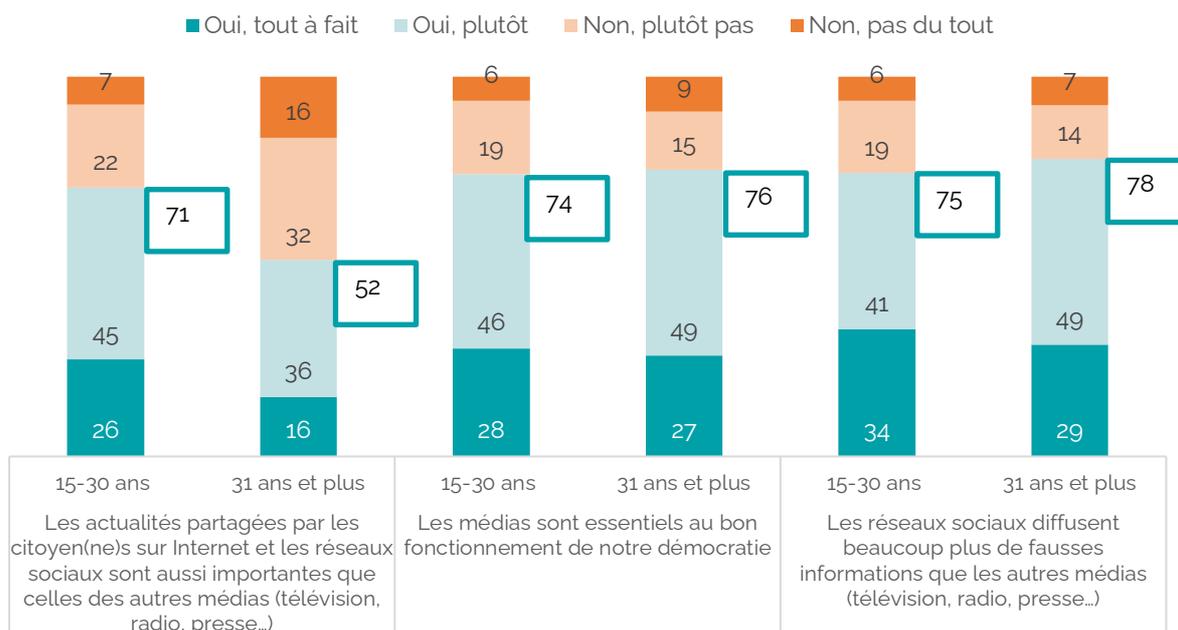
⁵⁶ Somme de « oui, tout à fait » et de « oui plutôt ».

« plutôt pas » ou « pas du tout d'accord » avec l'idée selon laquelle les réseaux diffusent beaucoup plus de fausses informations que les autres médias, contre 25 % en moyenne).

Enfin, comme leurs aînés, les 15-30 ans reconnaissent majoritairement le **rôle essentiel joué par les médias, de manière générale, dans le bon fonctionnement de la démocratie** : 74 % des 15-30 ans et 76 % des plus de 31 ans sont en accord avec l'affirmation suivante « les médias sont essentiels au bon fonctionnement de notre démocratie ». Les étudiants ou élèves sans activité professionnelle en sont particulièrement convaincus (78 %), tandis que les jeunes chômeurs se tiennent plus à distance de cette opinion (63 % la partagent). Les jeunes cadres sont également plus nombreux à partager cet avis (79 %), tout comme les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (79 %). L'effet de la socialisation familiale à l'actualité dans l'enfance est également visible : 81 % des jeunes ayant grandi dans une famille (ou un foyer) où l'actualité avait une « très grande » ou « assez grande importance » pensent que les médias jouent un rôle essentiel dans le fonctionnement de la démocratie. Cette opinion est en outre légèrement plus prononcée chez les jeunes qui utilisent les chaînes d'information en continu (80 %), les journaux télévisés (78 %) et la presse en ligne (78 %) pour s'informer.

GRAPHIQUE 13. OPINION À L'ÉGARD DU RÔLE DES MÉDIAS ET DES RÉSEAUX SOCIAUX SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?



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

Champ : Ensemble de la population âgée de 15 ans et plus.

Lecture : Début 2024, 26 % des jeunes âgés de 15-30 ans sont « tout à fait » d'accord avec l'idée selon laquelle les actualités partagées par les citoyens et les citoyennes sur Internet et les réseaux sociaux sont aussi importantes que celles des autres médias.

Sur les sujets qui font débat, les jeunes se forment une opinion d'abord grâce aux échanges avec autrui

Pour se forger une opinion sur un sujet débattu dans l'actualité, **les jeunes privilégient les échanges interpersonnels avec leur entourage (56 %) ou avec d'autres personnes** que ce soit sur Internet ou ailleurs (42 %). Les **discussions avec l'entourage** pour se faire une opinion sont plus fréquentes chez les 15-17 ans (59 %) et les jeunes femmes (58 %, contre 53 % des jeunes hommes). En revanche, **les discussions « hors entourage »** sont surtout pratiquées par les 18-24 ans (44 %), sans différence notable entre les sexes. Elles sont en outre plus fréquentes chez les jeunes pour qui l'actualité avait une « très grande » ou « assez grande importance » pendant l'enfance ou l'adolescence au sein de la famille (ou du foyer) [47 %].

Parmi les 15-30 ans, 42 % parviennent également à se faire une opinion **en confrontant ce que disent différents médias**, et 41 % **en s'appuyant sur un média** (télévision, radio, presse...) **qu'ils considèrent comme fiable**. L'attitude qui consiste à confronter plusieurs sources médiatiques est davantage répandue chez les 25-30 ans diplômés de l'enseignement supérieur (54 %, contre 43 % des titulaires d'un diplôme de niveau baccalauréat ou inférieur). Se fier à un média jugé fiable est une attitude un peu plus présente chez les jeunes hommes (44 %, contre 39 % des jeunes femmes), les jeunes en couple ayant des enfants (47 %) et les jeunes vivant dans des communes rurales (45 %).

Quant aux 31 ans et plus, elles et ils parviennent avant tout à se faire une opinion sur un sujet débattu dans la société, en confrontant ce que disent plusieurs médias (56 %), puis en discutant avec des personnes de leur entourage (51 %). L'attitude consistant à se fier à un média considéré comme fiable est aussi présente chez les 31 ans et plus (44 %) que chez les jeunes (42 %). En revanche, les plus de 30 ans discutent beaucoup plus rarement avec des personnes en dehors de leur entourage (27 %) afin de se forger un avis sur un sujet qui fait débat dans l'actualité.

Enfin, une faible part des personnes interrogées (8 % des 15-30 ans, 10 % des 31 ans et plus) déclare **ne pas parvenir à se faire une opinion** lorsqu'un sujet fait débat dans l'actualité. Précisons que le sentiment de ne pas parvenir à se faire une opinion est davantage partagé par les jeunes ayant grandi dans une famille (ou un foyer) où l'actualité avait « assez peu » ou « pas tout d'importante » (18 %).

TABLEAU 15. LA MANIÈRE DONT LES PERSONNES SE FORGENT UNE OPINION SUR L'ACTUALITÉ SELON LA TRANCHE D'ÂGE (EN %)

Lorsqu'un sujet ou un événement fait débat dans l'actualité, vous parvenez principalement à vous faire votre opinion... En premier, en deuxième.

	15-30 ans			31 ans et plus		
	1 ^{er} choix	2 ^e choix	Cumul (1 ^{er} et 2 ^e choix)	1 ^{er} choix	2 ^e choix	Cumul (1 ^{er} et 2 ^e choix)
En discutant avec votre entourage	32	24	56	23	29	51
En discutant avec des personnes en dehors de votre entourage (que ce soit sur Internet ou dans la vie)	18	24	42	10	17	27
En confrontant ce que disent plusieurs médias (télévision, radio, presse...) différents	22	20	42	34	22	56
Grâce à un média (télévision, radio, presse...) que vous considérez comme fiable	19	22	41	23	22	44
Vous ne parvenez pas à vous faire une opinion	8	0	8	10	0	10
Non-réponse	-	9	-	-	10	-

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

Champ : Jeunes âgés de 15 à 30 ans ayant suivi l'actualité ou ayant suivi au moins un des 14 thèmes d'actualité proposés, au cours des douze derniers mois (N = 4 441). Et personnes âgées de 31 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 (N = 1 030).

Lecture : Début 2024, 57 % des jeunes de 15-30 ans parviennent principalement à se faire une opinion sur un sujet ou un événement qui fait débat dans la société, en discutant avec leur entourage. Il s'agit du premier moyen utilisé pour 32 % d'entre eux, et du deuxième pour 24 %.

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).