

La confiance dans les médias se détériore depuis 10 ans

Résumé :

Près d'un Européen sur trois déclarait avoir confiance dans les médias (radio, presse écrite et télévision) en 2017, contre 43 % en 2007. La confiance dans les médias dépend des caractéristiques des individus : les hommes, les jeunes et les personnes moins éduquées déclarent une plus grande méfiance envers les médias. C'est dans la radio que les Européens ont le plus confiance, suivie par la télévision puis la presse. L'influence du pouvoir politique et de l'organisation des médias sur les journalistes apparaît faible.

Le rôle des journalistes, et plus globalement des médias, fait régulièrement l'œuvre de critiques. Leurs détracteurs avancent l'idée que les médias ne rapportent pas correctement l'information, voire qu'ils la manipulent pour répondre aux demandes du pouvoir politique ou de personnes influentes. Pour autant, les Européens ont-ils toujours confiance dans les médias ? Les journalistes ont-ils la possibilité d'exercer leur métier librement et sans pression extérieure ?

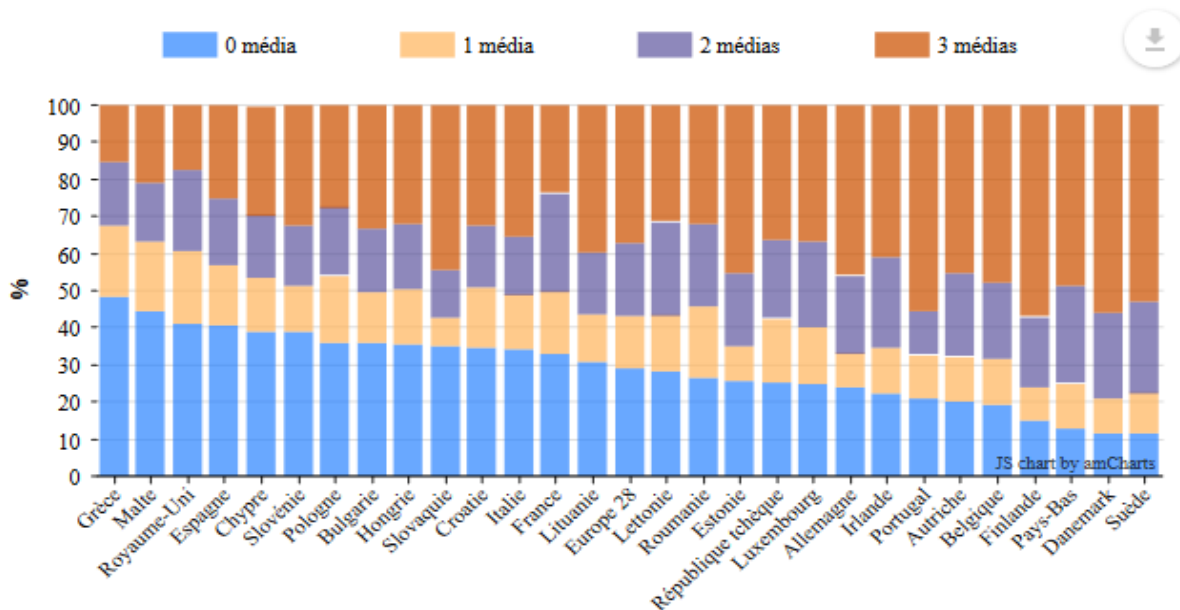
I. Une confiance envers les médias qui s'érode depuis 10 ans

Une personne sur trois a confiance en même temps dans les informations diffusées à la radio, la télévision et la presse écrite en Europe en 2017 (Graphique 1 Partie A). Ce groupe représente une part plus importante par rapport à celui dont les personnes n'ont confiance en aucun média (29,1 %) ou dans un ou deux médias (respectivement 14,0 % et 19,7 %). Les pays nordiques (Finlande, Danemark et Suède), auxquels s'ajoute le Portugal, ont les résultats les plus élevés avec plus de 50 % de la population déclarant avoir confiance dans les trois médias simultanément. Le taux de confiance dans la radio, la télévision et la presse pris conjointement est en revanche particulièrement faible en Grèce (15,4 %), au Royaume-Uni (17,5 %), à Malte (21,1 %) et en France (23,7 %). Enfin, dans 11 pays, la part des personnes déclarant n'avoir confiance dans aucun média est plus élevée que celle des individus ayant confiance dans les trois médias : Grèce, Royaume-Uni, Malte, France, Espagne, Pologne, Chypre, Lettonie, Hongrie, Roumanie, Croatie, Slovaquie et Bulgarie.

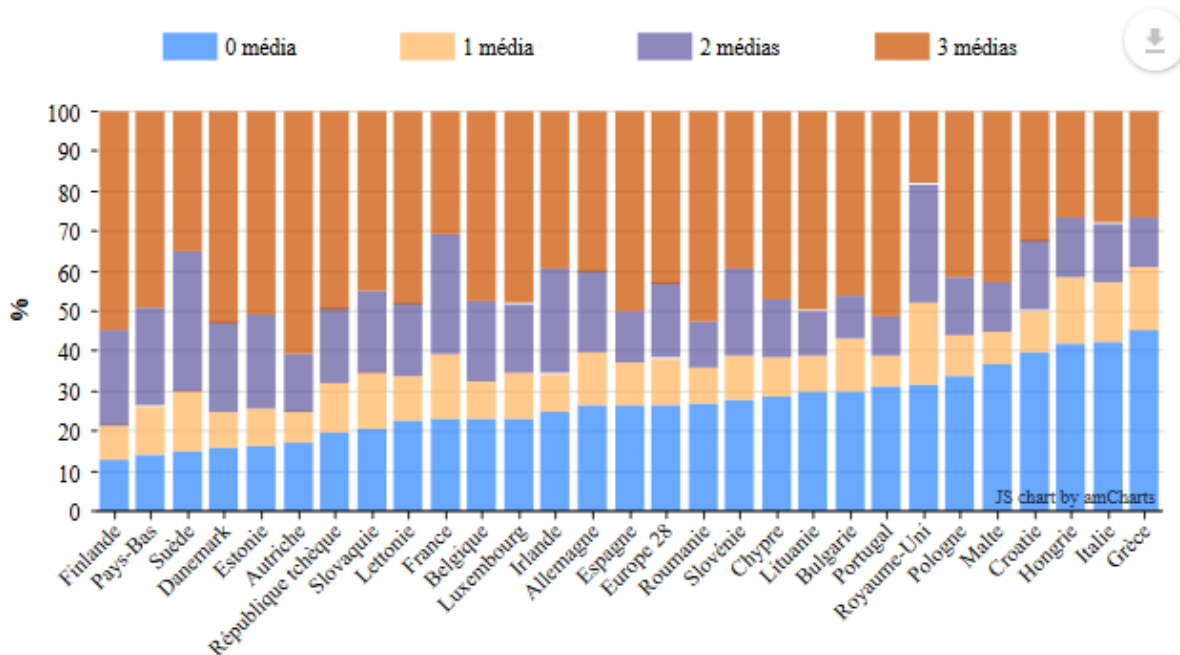
La comparaison des résultats de 2007 (Graphique 1 Partie B) avec ceux de 2017 (Graphique 1 Partie A) montre que la confiance dans les médias s'est fortement dégradée avec le temps. En 2007 en moyenne 43,0 % des Européens déclaraient avoir confiance dans la radio, la télévision et la presse, soit 5,7 points de pourcentage (pp.) de plus qu'en 2017. Ce délitement s'observe dans 18 pays et il se fait pour 8 d'entre eux principalement en faveur des personnes n'ayant confiance en aucun média (Royaume-Uni, France, Espagne, Chypre, Slovaquie, République tchèque, Slovaquie et Estonie). À l'inverse, pour 9 pays, la part des personnes n'ayant confiance dans aucun média se réduit et pour 6 d'entre eux cela se fait avant tout au profit des personnes ayant confiance dans les 3 médias simultanément (Hongrie, Italie, Allemagne, Belgique, Suède, Portugal et Danemark). Pour les trois pays restants (Croatie, Irlande et Belgique), ce déplacement se fait en faveur des personnes ayant confiance dans 1 ou 2 médias. La Finlande est dans une situation atypique puisque la part des personnes n'ayant confiance dans aucun média progresse tout comme celle des personnes ayant confiance dans les 3 médias. Il y a une polarisation de la société qui s'opère pour ce pays.

Graphique 1 : Un tiers des Européens ont confiance dans les 3 médias (radio, télévision et presse)

Partie A : Part des personnes âgées de 15 ans et plus déclarant avoir confiance dans 0, 1, 2 ou 3 médias, 2017



Partie B : Part des personnes âgées de 15 ans et plus déclarant avoir confiance dans 0, 1, 2 ou 3 médias, 2007



Note : Le graphique représente la part de la population âgée de 15 ans et plus ayant répondu « avoir confiance » à la question suivante : « En ce qui concerne l'institution suivante, merci de me dire si vous avez tendance à lui faire confiance ou non : 1) la presse, 2) la radio et 3) la télévision ». Europe 28 représente la moyenne arithmétique simple.

Lecture : En 2017 en France, 23,7 % des personnes âgées de 15 ans et plus déclaraient avoir confiance dans les trois médias (presse, radio et télévision), 26,7 % dans deux médias, 16,9 % dans un média et 32,7 % dans 0 média.

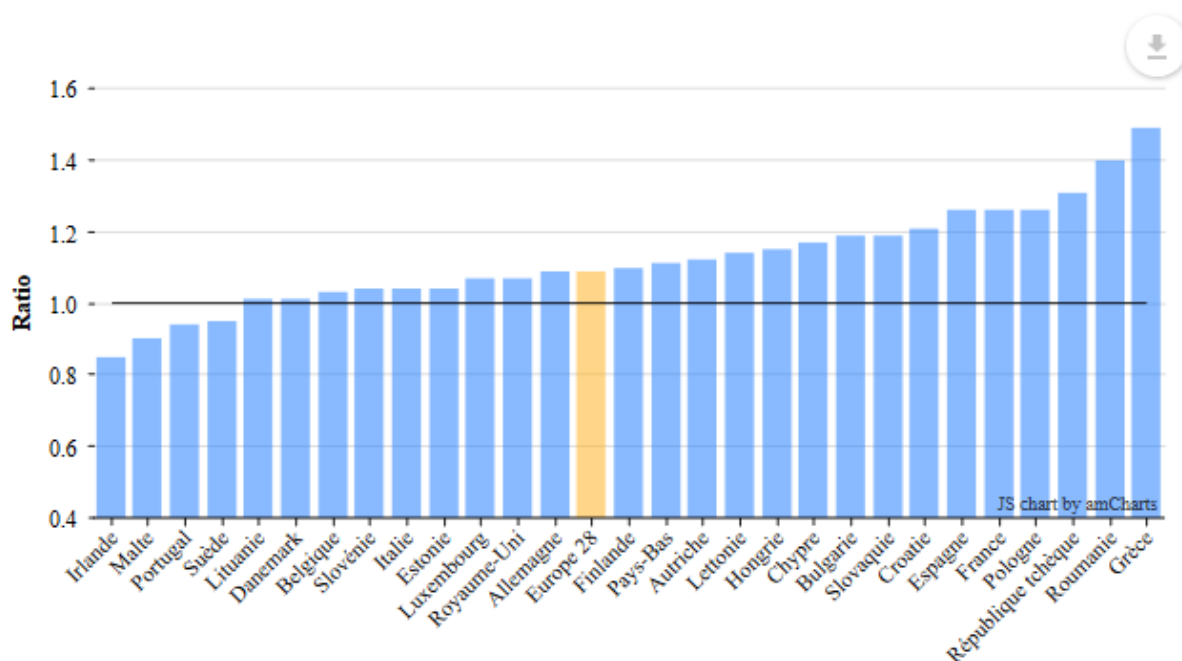
Source : European DataLab, Eurobarometer 68.1 (partie B) et 88.3 (partie A).

II. Les hommes, les jeunes et les personnes moins éduquées ont moins confiance dans les médias

Le sexe influence la probabilité d'avoir confiance conjointement dans les informations diffusées à la radio, la télévision et la presse écrite : en moyenne en Europe, les femmes sont 1,09 fois plus enclines à déclarer avoir confiance dans ces médias que les hommes (graphique 2). Cette tendance se retrouve dans 24 des pays européens étudiés et elle est particulièrement forte en Grèce, en Roumanie, en République tchèque, en Pologne, en Espagne et en France. Toutefois, la situation inverse existe également puisque les hommes ont une probabilité plus grande d'avoir confiance dans les médias que les femmes en Irlande, à Malte, au Portugal et en Suède.

Graphique 2 : Les femmes ont plus confiance dans les médias

Ratio de la part des femmes déclarant avoir confiance dans les 3 médias (radio, télévision et presse) sur celle des hommes, 2017



Note : Le graphique représente le ratio de la part des femmes sur celle des hommes ayant répondu « avoir confiance » à la question suivante : « En ce qui concerne l'institution suivante, merci de me dire si vous avez tendance à lui faire confiance ou non : 1) la presse, 2) la radio et 3) la télévision ». Le champ couvre les personnes âgées de 15 ans et plus. Europe 28 est la moyenne arithmétique simple. La ligne noire est fixée à 1, soit la valeur pour laquelle la probabilité de d'avoir confiance dans les médias est identiques pour les différents groupes.

Lecture : En 2017 en France, les femmes ont 1,26 fois plus de chance de déclarer avoir confiance dans la radio, la télévision et la presse que les hommes.

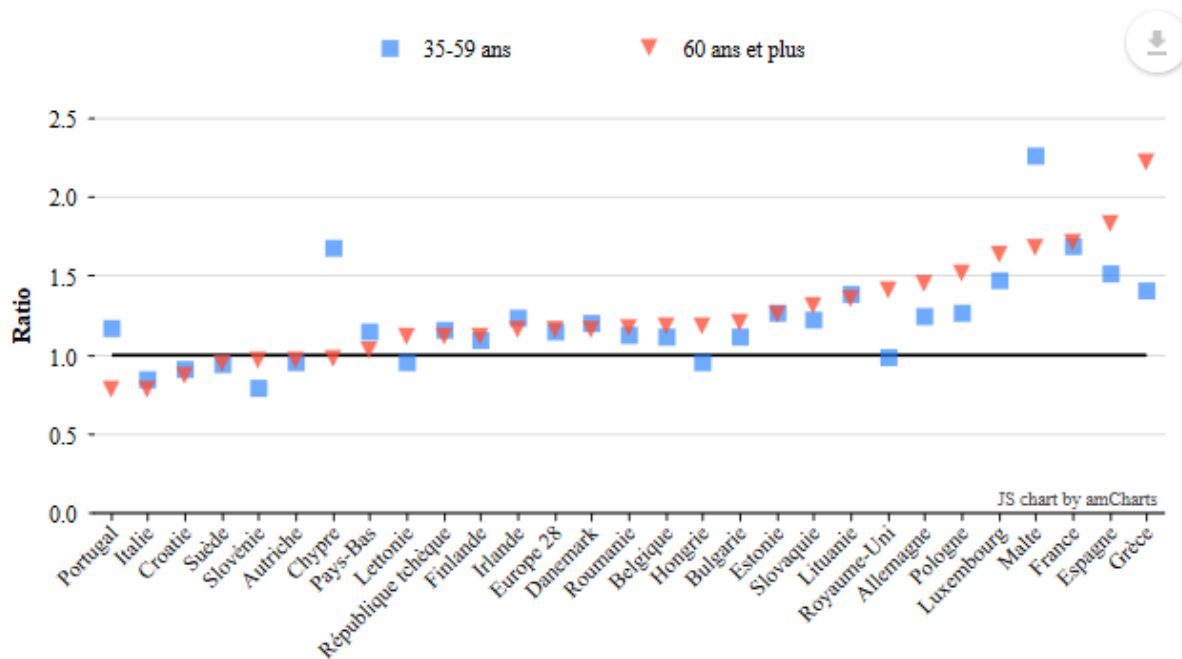
Source : European DataLab, Eurobarometer 88.3.

La confiance est également liée à l'âge puisque celle-ci a tendance à croître à mesure que les personnes vieillissent. À l'échelle de l'Europe, les 35-59 ans et les 60 ans et plus déclarent plus souvent avoir confiance dans les médias (respectivement 1,15 et 1,16 fois plus) que les 15-34 ans (graphique 3). Ce schéma est vrai pour 17 pays européens, et dans 11 cas ce sont les 60 ans et plus qui ont la plus haute confiance dans les médias. À l'inverse, les jeunes ont une probabilité plus importante de déclarer avoir

confiance dans les médias que les deux autres groupes en Italie, en Croatie, en Suède, en Slovénie et en Autriche. Les écarts de confiance dans les médias sont les plus importants en Grèce, en Espagne, en France et à Malte. L'âge a peu d'effet sur la confiance dans les médias en Autriche et en Suède.

Graphique 3 : Une confiance qui croît avec l'âge

Ratio de la part des personnes âgées de 35 à 59 ans et de 60 ans et plus déclarant avoir confiance dans les 3 médias (radio, télévision et presse) sur celle des 15-39 ans, 2017



Note : Le graphique représente le ratio de la part des personnes âgées de 35 à 59 ans et de 60 ans et plus sur celle des 15-34 ans ayant répondu « avoir confiance » à la question suivante : « En ce qui concerne l'institution suivante, merci de me dire si vous avez tendance à lui faire confiance ou non : 1) la presse, 2) la radio et 3) la télévision ». Le champ couvre les personnes âgées de 15 ans et plus. Europe 28 est la moyenne arithmétique simple. Les pays sont classés par ordre croissant des résultats pour les personnes âgées de 60 ans et plus. La ligne noire est fixée à 1, soit la valeur pour laquelle la probabilité de d'avoir confiance dans les médias est identiques pour les différents groupes.

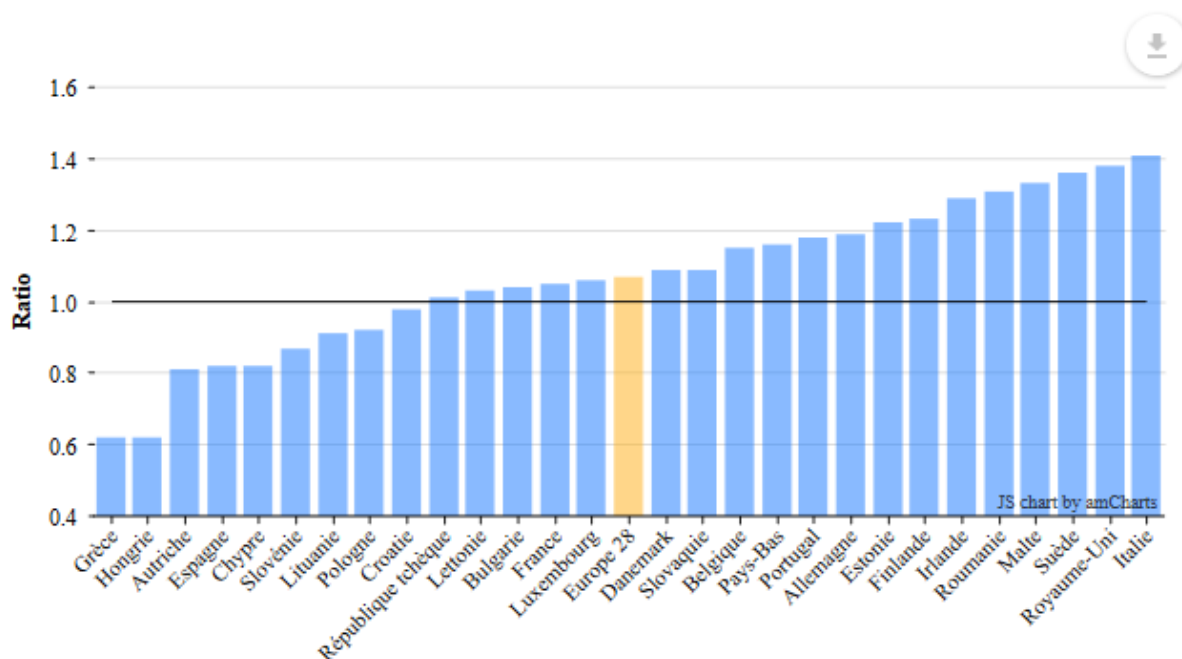
Lecture : En 2017 en France, les personnes âgées de 35 à 59 ont 1,69 fois plus de chance de déclarer avoir confiance dans la radio, la télévision et la presse que celles âgées de 15 à 34 ans. Les personnes de 60 ans et plus ont une probabilité 1,71 fois plus importante que les 15-34 ans de déclarer avoir confiance dans les médias.

Source : European DataLab, Eurobarometer 88.3.

Les Européens déclarent en moyenne une confiance plus élevée dans les médias à mesure que l'âge d'arrêt des études augmente. Les personnes qui ont fini leurs études à 19 ans ou plus sont plus enclines à avoir confiance dans les médias (1,07 fois plus de chance) que celles ayant arrêté leurs études à 18 ans ou moins (graphique 4). C'est en Italie, au Royaume-Uni, en Suède et à Malte que la probabilité d'avoir confiance dans les médias augmente le plus avec les études. À l'opposé, il existe 8 pays pour lesquels ce sont les personnes ayant fait moins d'étude qui déclarent plus fréquemment avoir confiance dans les médias. L'écart est particulièrement prononcé en Grèce et en Hongrie, alors que l'âge d'arrêt des études a peu d'effet en Croatie, en République tchèque, en Lettonie et en Bulgarie.

Graphique 4 : La confiance augmente avec le nombre d'années d'étude

Ratio de la part des personnes ayant fini leurs études à 19 ans ou plus et déclarant avoir confiance dans les 3 médias (radio, télévision et presse) sur celle des personnes ayant arrêté leurs études à 18 ans ou moins, 2017



Note : Le graphique représente le ratio de la part des personnes ayant fini leurs études à 19 ans ou plus sur celle des personnes ayant fait des études jusqu'à 18 ans ou moins et qui ont répondu « avoir confiance » à la question suivante : « En ce qui concerne l'institution suivante, merci de me dire si vous avez tendance à lui faire confiance ou non : 1) la presse, 2) la radio et 3) la télévision ». Le champ couvre les personnes âgées de 15 ans et plus qui ont fini leurs études. Europe 28 est la moyenne arithmétique simple. La ligne noire est fixée à 1, soit la valeur pour laquelle la probabilité de d'avoir confiance dans les médias est identiques pour les différents groupes.

Lecture : En 2017 en France, les personnes ayant arrêté leurs études après l'âge de 19 ans ont 1,05 fois plus de chance de déclarer avoir confiance dans les médias que celles ayant arrêté leurs études à 18 ans ou moins.

Source : European DataLab, Eurobarometer 88.3.

Afin de comparer les effets de chacune de ces caractéristiques, il est nécessaire d'utiliser des outils économétriques permettant de faire une analyse en *toute chose égale par ailleurs*. L'application d'un modèle *probit* mesure l'effet des caractéristiques des personnes sur la confiance dans les médias lorsque toutes ces caractéristiques sont prises en compte simultanément. Cette analyse confirme les précédents résultats et conclut que les écarts sont statistiquement significatifs entre les différents groupes étudiés. Ainsi, l'âge est la variable dont l'effet sur la probabilité d'avoir confiance dans les médias est le plus important, suivi par l'âge d'arrêt des études et, enfin, le sexe. La confiance dans les médias augmente à mesure que l'âge des personnes croît. Il en va de même pour l'âge d'arrêt des études, alors que la probabilité d'avoir confiance dans les médias est plus faible pour les hommes.

III. Les Européens ont d'abord confiance dans la radio, suivie par la télévision puis la presse

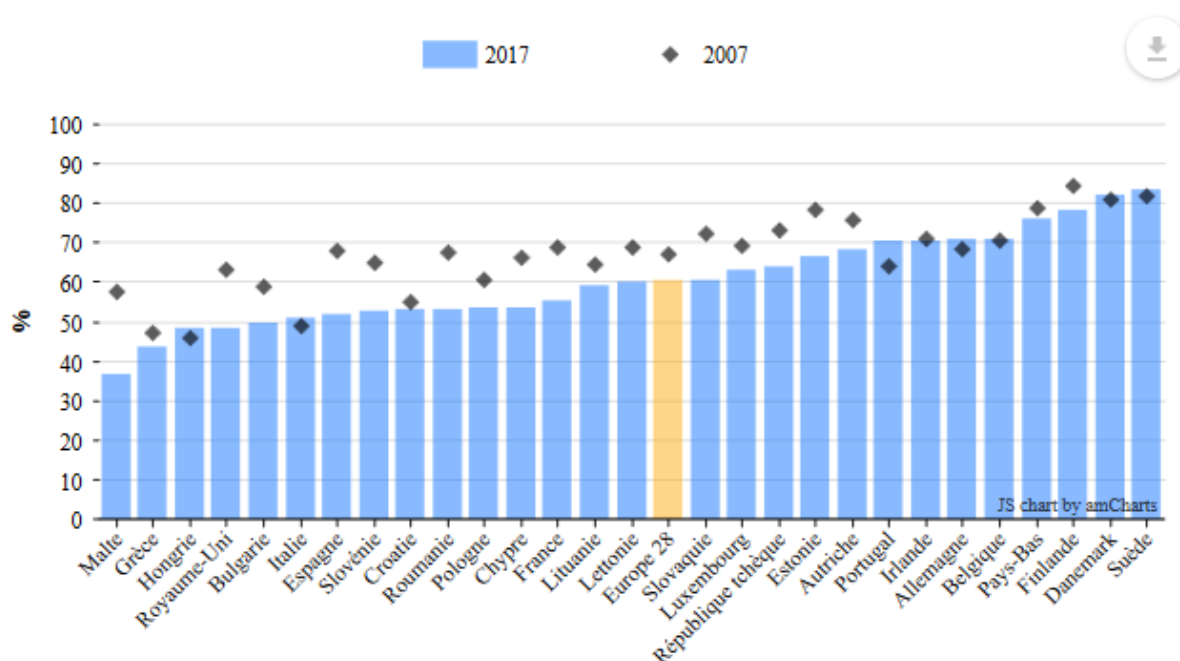
En moyenne en 2017, six personnes sur dix déclaraient avoir confiance dans les informations diffusées à la radio (graphique 5). Ce sentiment est particulièrement élevé aux Pays-Bas, en Finlande, au Danemark et en Suède où environ 80 % de la population déclare avoir confiance en ce média. C'est à

Malte et en Grèce où la défiance est la plus importante avec respectivement 36,8 % et 43,6 % des personnes déclarant lui faire confiance. Le Royaume-Uni connaît également un important scepticisme puisque moins d'une personne sur deux a confiance en ce média.

La période 2007-2017 est marquée par une défiance grandissante envers la radio : le taux de confiance a diminué de 6,3 pp. pour la moyenne européenne (67,0 % en 2007 contre 60,7 % en 2017). Cette tendance est généralisée et se retrouve dans 21 des 28 pays considérés. Elle est particulièrement forte à Malte où la part des personnes ayant confiance dans la radio est passée de 57,5 % en 2007 à 36,8 % en 2017. La situation s'est également dégradée en Espagne, au Royaume-Uni, en Roumanie et en France (baisse de respectivement -16,1 pp., -14,4 pp., -14,3 pp. et -13,2 pp.). Inversement, la confiance dans ce média a nettement progressé au Portugal (+6,5 pp.) et, dans une moindre mesure, en Hongrie (+2,4 pp.), Italie (+2,4 pp.), Allemagne (+2,3 pp.), Suède (+1,9 pp.), Danemark (+1,2 pp.) et Belgique (+0,3 pp.).

Graphique 5 : Six Européens sur dix ont confiance dans la radio

Part des personnes âgées de 15 ans et plus déclarant avoir confiance dans la radio, 2007 et 2017



Note : Le graphique représente la part de la population âgée de 15 ans et plus ayant répondu « avoir confiance » à la question suivante : « En ce qui concerne la radio, merci de me dire si vous avez tendance à lui faire confiance ou non ». Europe 28 représente la moyenne arithmétique simple.

Lecture : En 2017 en France, 55,6 % des personnes âgées de 15 ans et plus déclaraient avoir confiance dans la radio. Ils étaient 68,8 % en 2007.

Source : European DataLab, Eurobarometer 68.1 et 88.3

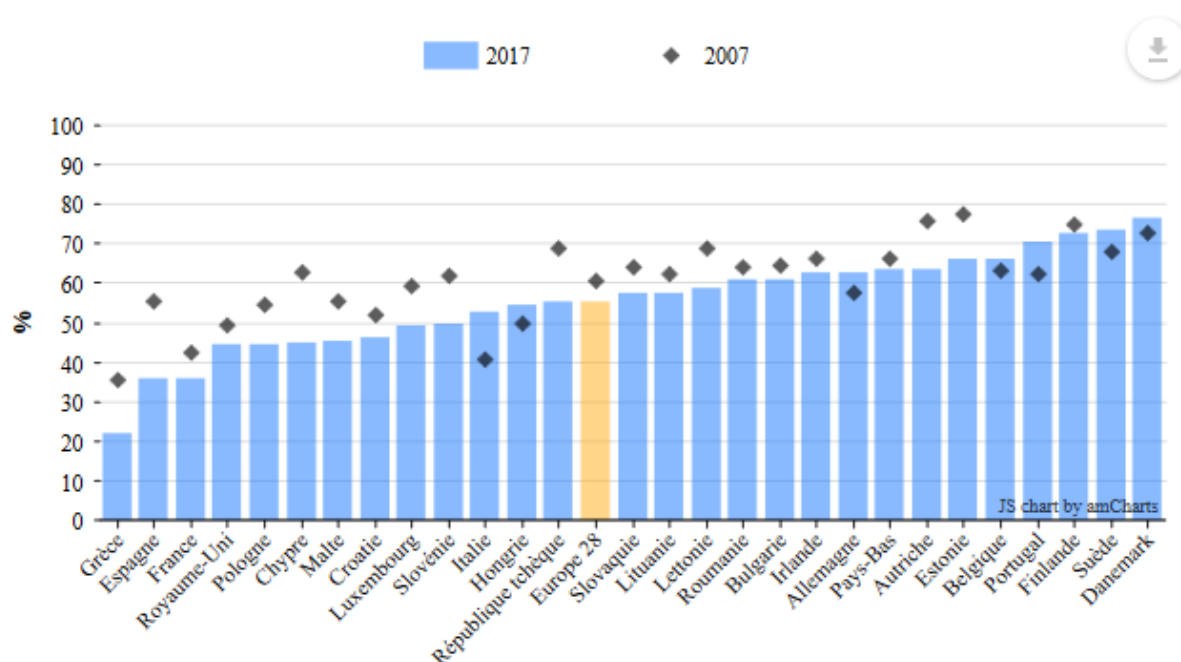
Les Européens ont moins confiance dans la télévision que la radio. À l'échelle de l'Europe, 55,6 % de la population avait confiance dans les informations diffusées à la télévision en 2017 (graphique 6). La confiance dans ce média est particulièrement élevée en Finlande, Suède et Danemark (respectivement 72,7 %, 73,7 % et 76,7 %), pays qui avaient également de bons résultats pour la radio. De l'autre côté du spectre, seulement une personne sur cinq a confiance dans la télévision en Grèce. L'Espagne et la

France connaissent également une défiance importante envers ce média avec un taux de confiance de respectivement 35,8 % et 35,9 %. Plus globalement, dans 10 pays européens sur 28, moins d'une personne sur deux a confiance dans la télévision.

La méfiance envers la télévision s'est accrue depuis 2007 : le taux de confiance a diminué de -5,0 pp. en moyenne en Europe. La baisse de confiance dans ce média se retrouve dans trois pays européens sur quatre. Elle est particulièrement forte en Espagne, suivi par Chypre, la Grèce et la République tchèque (respectivement -19,5 pp., -17,4 pp., -13,6 pp. et -13,2 pp.). Au contraire, la confiance dans ce média a progressé pour sept pays : Belgique (+3,2 pp.), Danemark (+3,9 pp.), Hongrie (+5,0 pp.), Allemagne (+5,0 pp.), Suède (+5,7 pp.), Portugal (+8,1 pp.) et Italie (+12,3 pp.).

Graphique 6 : Plus d'un Européen sur deux a confiance dans la télévision

Part des personnes âgées de 15 ans et plus déclarant avoir confiance dans la télévision, 2007 et 2017



Note : Le graphique représente la part de la population âgée de 15 ans et plus ayant répondu « avoir confiance » à la question suivante : « En ce qui concerne la télévision, merci de me dire si vous avez tendance à lui faire confiance ou non ». Europe 28 représente la moyenne arithmétique simple.

Lecture : En 2017 en France, 35,9 % des personnes âgées de 15 ans et plus déclaraient avoir confiance dans la télévision. Ils étaient 42,3 % en 2007.

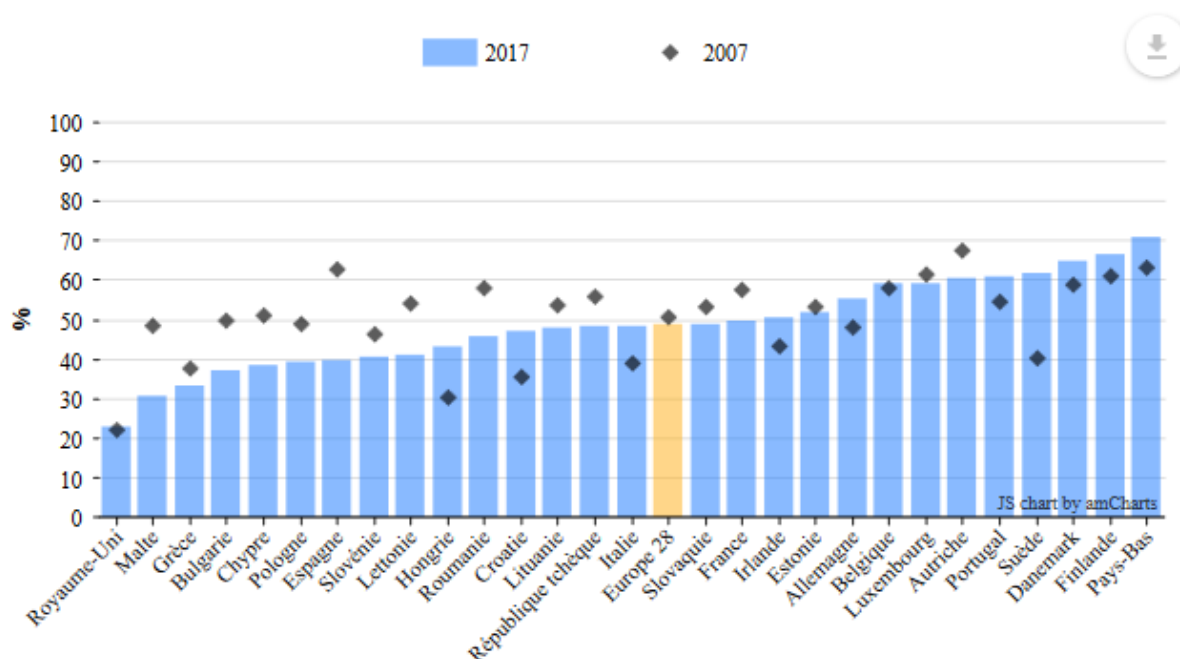
Source : European DataLab, Eurobarometer 68.1 et 88.3.

La presse écrite est le média dans lequel les Européens ont le moins confiance. Seuls 48,8 % des personnes déclaraient faire confiance à la presse en 2017 en Europe (graphique 7). Une nouvelle fois, ce sont la Suède, le Danemark, la Finlande et les Pays-Bas qui enregistrent les plus hauts taux de confiance avec respectivement 61,7 %, 64,9 %, 66,5 % et 71,0 %. Le Royaume-Uni enregistre la plus faible confiance dans la presse avec un taux atteignant 23,1 %. Il est précédé par Malte et la Grèce où seulement une personne sur trois déclare avoir confiance dans ce média.

La confiance dans la presse s'est légèrement délitée entre 2007 et 2017, puisqu'elle a diminué de -1,7 pp. en moyenne. La méfiance grandissante envers la presse touche 16 pays européens et elle est particulièrement forte en Espagne, à Malte, en Lettonie, à Chypre et en Bulgarie (baisse de respectivement -23,0 pp., -17,6 pp., -13,0 pp., -12,6 pp., -12,5 pp. et -12,4 pp.). Au contraire, la confiance a augmenté pour 12 pays européens et son appréciation est la plus forte en Croatie (+11,6 pp.), en Hongrie (+13,1 pp.) et en Suède (+21,3 pp.).

Graphique 7 : Moins d'un Européen sur deux a confiance dans la presse

Part des personnes âgées de 15 ans et plus déclarant avoir confiance dans la presse, 2007 et 2017



Note : Le graphique représente la part de la population âgée de 15 ans et plus ayant répondu « avoir confiance » à la question suivante : « En ce qui concerne la presse, merci de me dire si vous avez tendance à lui faire confiance ou non ». Europe 28 représente la moyenne arithmétique simple.

Lecture : En 2017 en France, 50,0 % des personnes âgées de 15 ans et plus déclaraient avoir confiance dans la presse. Ils étaient 57,6 % en 2007.

Source : European DataLab, Eurobarometer 68.1 et 88.3.

Comparer la confiance dans la radio, la télévision et la presse montre qu'il existe des similitudes fortes entre les pays européens. En moyenne, c'est dans la radio que les Européens ont le plus confiance, suivie par la télévision puis la presse. Ce schéma se retrouve dans une grande majorité de pays européens. Cependant, dans cinq États c'est la télévision qui arrive en tête de la confiance des personnes (Malte, Hongrie, Bulgarie, Italie et Roumanie) et pour cinq autres pays les individus ont davantage confiance dans la presse que la télévision (Grèce, Espagne, Croatie, France et Luxembourg).

Il existe une forte corrélation entre les niveaux de confiance dans les différents médias. Les pays qui obtiennent de bons résultats dans un média ont également une confiance élevée dans les deux autres médias et inversement. Il existe toutefois quelques exceptions. La population en Bulgarie a une confiance relativement élevée dans la télévision, alors qu'elle obtient de faibles résultats pour la radio

et la presse. Au Luxembourg, si la confiance dans la presse est assez élevée, celle dans la télévision est plutôt faible.

Globalement, la confiance dans les différents médias a évolué de manière identique au sein des pays entre 2007 et 2017. La défiance envers les trois médias a augmenté dans 16 pays européens. À l'inverse, 7 pays ont vu leur confiance dans la presse, la radio et la télévision s'améliorer simultanément : Hongrie, Portugal, Allemagne, Belgique, Danemark et Suède. Dans 5 pays, la confiance envers la radio et la télévision s'est réduite, alors qu'elle a progressé pour la presse (Royaume-Uni, Croatie, Irlande, Pays-Bas et Finlande).

IV. Une influence limitée du pouvoir politique sur les journalistes

Jusqu'à présent, la confiance dans les médias a été étudiée du point de vue des Européens. Cependant, une autre approche possible est d'étudier l'indépendance des journalistes vis-à-vis de différentes sources de pression. En effet, les détracteurs des médias mettent souvent en avant l'accointance qu'il peut exister entre les médias et le pouvoir politique pour justifier leur méfiance.

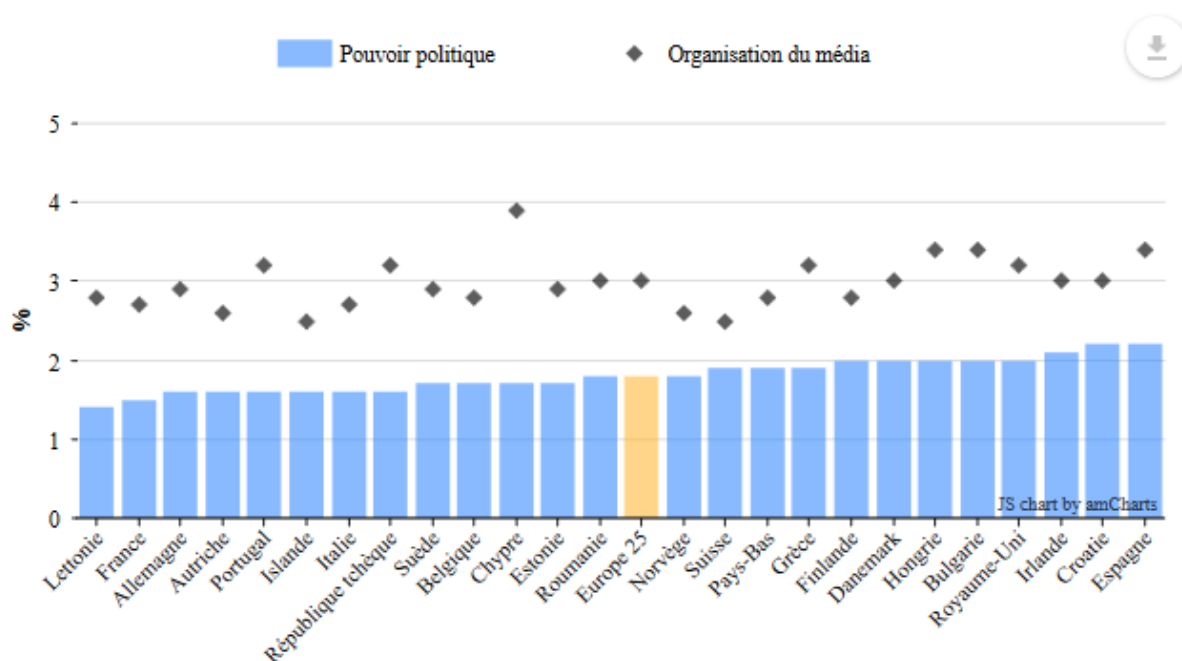
Une équipe de chercheurs s'est intéressée à ces questions à travers le projet *Worlds of Journalism study* dont l'objet est d'étudier les grandes évolutions du journalisme dans le monde. Entre 2012 et 2016, ils ont mené une enquête auprès de 27 000 journalistes présents dans 67 pays.

L'influence du pouvoir politique sur les journalistes apparaît faible en Europe (graphique 8). Seuls 8 pays atteignent un score de 2 ou plus sur une échelle allant de 1 (le pouvoir politique « n'est pas influent ») à 5 (le pouvoir politique « est extrêmement influent »). Avec un score de 2,2 points, c'est en Espagne et en Croatie que le pouvoir politique est le plus influent. Il est le moins influent en Lettonie et en France avec un score de respectivement 1,4 et 1,5 point. Il n'existe ainsi pas de relation entre ce score et la part des personnes ayant confiance dans les 3 médias précédemment étudiés (radio, télévision et presse).

L'organisation du média, c'est-à-dire son management ou sa politique éditoriale, a une influence plus importante que le pouvoir politique sur le travail des journalistes. Toujours sur une échelle allant de 1 (l'organisation du média « n'est pas influent ») à 5 (l'organisation du média « est extrêmement influent »), son influence atteint un score de 3 points au niveau de l'Europe signifiant qu'elle est « un peu influente ». L'organisation du média a une faible influence en Islande et en Suisse où le score atteint 2,5 points. Elle est importante à Chypre avec un score de 3,9 points.

Graphique 8 : L'organisation du média influence davantage le travail des journalistes que le pouvoir politique

Influence ressentie par les journalistes de la part du pouvoir politique et de l'organisation du média sur une échelle allant de 1 (pas d'influence) à 5 (très forte influence), 2012-2016



Note : Le graphique présente les résultats à la question suivante : « Voici une liste de sources d'influence potentielles. S'il vous plaît, évaluez l'influence de chacune des sources sur votre travail avec l'échelle suivante : 5) elle est extrêmement influente, 4) elle est très influente, 3) elle est un peu influente, 2) elle est peu influente et 1) elle n'est pas influente ». Le « pouvoir politique » est la moyenne pour les sources suivantes : politiciens, groupes de pression, gouvernement et hommes d'affaires. L'« organisation du média » est la moyenne pour les sources suivantes : managers, supérieurs éditoriaux, propriétaires du média et politique éditoriale. Le champ de l'enquête recouvre les journalistes travaillant pour les médias qui ont un service interne d'information sur l'actualité. Les médias peuvent être dans le secteur de la radio, de la télévision ou de la presse écrite et en ligne. Europe 25 est la moyenne arithmétique simple.

Lecture : En France, les journalistes estiment que le pouvoir politique a une influence de 1,5 point sur une échelle allant de 1 à 5. Concernant l'organisation du média, l'influence est de 2,7 points.

Source : European DataLab, [Worlds of Journalism Study 2012-2016](#).

Pour aller plus loin

- [European Commission \(2017\). Media use in the European Union. Standard Eurobarometer 88 – Wave EB88.3 – TNS opinion & social.](#)
- The Worlds of Journalism Study : <http://www.worldsofjournalism.org/>