Augmentation de la confiance des Français à l'égard des médias après un changement de méthodologie et la modification de la question

25/01/2023 à 11h41



Le 36e baromètre de confiance dans les médias va **à contre-courant** de ses prédécesseurs récents. Les Français s'intéressent davantage à l'actualité et font de plus en plus confiance aux différents médias (télévision, radio, presse écrite, Internet). Chaque année depuis 1987, un panel représentatif de Français est interrogé sur leur attachement à l'information, la crédibilité qu'ils accordent aux différents médias, mais aussi leur perception de l'indépendance des journalistes. Le dernier d'entre eux, réalisé par l'institut de sondage Kantar Public (ex-TNS Sofres) pour La Croix, en partenariat avec Onepoint, publié lundi 23 janvier, pointe un regain d'intérêt des Français pour l'actualité.

[…]

Aussi, pour son édition 2023, l'institut de sondage a modifié

la formulation de sa question principale et son mode de recueil des réponses – 1 300 Français ont été consultés par Internet et 200 autres par téléphone, tandis que 1 000 personnes environ étaient écoutées en face-à-face les années précédentes -, ce qui amène à rester prudent sur l'étendue de cette hausse. Kantar Public se défend en assurant avoir fait des tests en 2022 pour vérifier que l'écart n'était pas trop important entre les deux méthodologies.

[…]

Après avoir atteint son point le plus bas au moment de la crise des « gilets jaunes », la crédibilité des différents médias est à nouveau en hausse. **La radio et la télévision gagnent cinq points (respectivement 54 % et 49 %), tandis que les journaux papier engrangent trois points (52 %). En termes de crédibilité, Internet reste en retrait même s'il grimpe de neuf points (33 %).** Aussi, le journal télévisé garde sa centralité, toutes catégories d'âge confondues, dans la confiance accordée par les Français, autant que dans leurs habitudes.

Pour autant, le rapport entre les Français, leur consommation de l'actualité et leur perception des journalistes est loin d'être idéal. 83 % des personnes interrogées disent ressentir de la fatigue ou de la lassitude par rapport aux informations et à l'actualité avec l'impression récurrente « qu'on parle toujours des mêmes sujets dans les médias » (pour 45 % d'entre eux). **Aussi, l'échantillon interrogé de la population reste une minorité à trouver les journalistes indépendants à l'égard des pressions du pouvoir, des responsables politiques (26 %) ou de l'argent (24 %), soit des chiffres signifiant un manque de confiance récurrent puisqu'ils sont tristement stables depuis bientôt cinq ans.**

[…]

Le Monde