



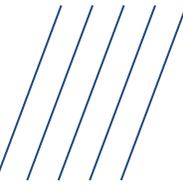
# USAGES, INFORMATION ET RÉGULATION DE L'ACCÈS DES JEUNES AUX RÉSEAUX SOCIAUX

Etude IFOP pour la fondation Reboot

22 février 2023



# SOMMAIRE



5

## - A - LES FRANÇAIS SOUHAITENT-ILS MIEUX RÉGULER L'ACCÈS DES MINEURS AUX PLATEFORMES NUMÉRIQUES ?

- 6 L'adhésion à différentes mesures de régulation de l'accès des mineurs aux plateformes numériques
- 10 L'adhésion à différentes actions des pouvoirs publics pour lutter contre les fausses informations sur les réseaux sociaux
- 14 Focus sur l'adhésion des parents d'enfants de 13 à 15 ans au rehaussement de l'âge minimal pour s'inscrire et utiliser les réseaux sociaux

15

## - B - QUELLE EST L'AMPLEUR DE L'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX PAR LES JEUNES ?

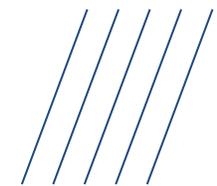
- 16 La fréquence de consultation des grands types de médias et réseaux sociaux chez les jeunes
- 18 La fréquence de consultation des réseaux sociaux chez les jeunes
- 21 Le temps passé en moyenne par les jeunes sur certains réseaux sociaux
- 23 La majorité des tiktokeurs utilise TikTok comme moteur de recherche

25

## - C - LE DEGRE DE CONFIANCE DES JEUNES DANS LES RESEAUX SOCIAUX ET DANS LES INFORMATIONS VEHICULEES PAR LES CREATEURS DE CONTENU

- 26 La crédibilité des informations présentes sur les grands canaux d'informations
- 28 La crédibilité des créateurs de contenus présents sur les réseaux sociaux
- 31 L'absence de vérification des informations sur les réseaux de partage de photos/vidéos
- 33 Les convergences des médias/réseaux utilisés pour s'informer
- 34 La perception de TikTok comme source d'informations fiables

# MÉTHODOLOGIE : LES CONDITIONS DE RÉALISATION DE L'ENQUÊTE



Etude réalisée par **l'Ifop** pour



## Echantillon

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **2 003** personnes, représentatif de la population âgée de 11 à 24 ans vivant en France métropolitaine dont :

- 1 061 jeunes de 11 à 17 ans
- 942 jeunes de 18 à 24 ans



## Méthodologie

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas au regard de **critères démographiques** (sexe, âge), **socio-culturels** (statut de scolarisation, niveau de diplôme), **professionnels** (situation en matière d'emploi, catégorie socioprofessionnelle de la personne interrogée) et **géographiques** (région, catégorie d'agglomération).

*Les variables de quotas et de redressement ont été fixées à partir des données les plus récentes de l'INSEE (Recensement Principal 2018) pour la population des jeunes de 11 à 24 ans vivant en France métropolitaine en ménages ordinaires.*



*Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop qui respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Comme toute étude publiée à caractère politique, la notice de cette enquête est consultable sur le site de la **Commission des Sondages**.*



## Mode de recueil

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du **28 octobre au 7 novembre 2022**.

*La **partie A** de l'étude a été menée auprès d'un échantillon de **1 008 personnes**, représentatif de la population française âgée de **18 ans et plus**, interrogées par questionnaire auto-administré en ligne du **14 au 15 février 2023**.*

# MÉTHODOLOGIE : LA STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON



Champ de l'enquête : jeunes âgés de 11 à 24 ans  
Population de référence : 10 799 010 individus en 2018 (INSEE RP 2018)

		Données Brutes		Données redressées				Données Brutes		Données redressées			
SEXE DE L'INTERVIEWÉ(E)		Effec.	%	Effec.	%	PROFESSION DE L'INTERVIEWÉ(E)		Effec.	%	Effec.	%		
	Hommes	1030	51,4	1023	51,1		Actif	483	24,1	523	26,1		
	Femmes	973	48,6	980	48,9		. Catégorie supérieure	51	2,5	42	2,1		
<b>AGE DE L'INTERVIEWE</b>								. Profession intermédiaire	119	5,9	112	5,6	
	11-14 ans	604	30,2	591	29,5			. Catégorie populaire	313	15,6	369	18,4	
	15-17 ans	457	22,8	447	22,3			.. Employés	200	10,0	202	10,1	
	18-24 ans	942	47,0	965	48,2			.. Ouvriers	113	5,6	166	8,3	
<b>STATUT DE SCOLARISATION</b>								Inactif	1520	75,9	1480	73,9	
<b>SCOLARISES</b>		1532	76,5	1516	75,7			<b>RÉGION</b>					
<b>NON SCOLARISES</b>		471	23,5	487	24,3				Île-de-France	346	17,3	401	20,0
SANS - DIPLOME		29	1,4	30	1,4				Province	1657	82,7	1602	80,0
BEPC - CAP-BEP		85	4,3	88	4,4	<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>							
	NIVEAU BAC	165	8,2	189	9,4	Unité urbaine de Paris		299	14,9	355	17,7		
	SUPERIEUR COURT	143	7,1	134	6,7	Unité urbaine de 100 000 à 1 999 999 hab.		698	34,8	684	34,1		
	SUPERIEUR LONG	49	2,4	47	2,4	Unité urbaine de 20 000 à 99 999 hab.		270	13,5	267	13,3		
							Unité urbaine de 2 000 à 19 999 hab.		353	17,6	331	16,5	
							Commune rurale		383	19,1	366	18,3	



A

LES FRANÇAIS SOUHAITENT-ILS MIEUX  
RÉGULER L'ACCÈS DES MINEURS AUX  
PLATEFORMES NUMÉRIQUES ?

# L'ADHÉSION À DIFFÉRENTES MESURES DE RÉGULATION DE L'ACCÈS DES MINEURS AUX PLATEFORMES NUMÉRIQUES

Q : Vous personnellement, êtes-vous favorable ou opposé à chacune des mesures suivantes ?

Base : ensemble des Français



Taux d'adhésion chez l'ensemble des Français  
14-15 Février 2023

Proportion de personnes « Favorables » à une mesure visant à...

Interdire aux plateformes numériques de faire de la publicité pour des sites véhiculant des fausses informations (ex : fake news) **87**

Interdire aux plateformes numériques de faire de la publicité visant les jeunes âgés de moins de 15 ans **86**

Elever à 15 ans (contre 13 ans actuellement) l'âge à partir duquel un enfant a le droit de s'inscrire et d'utiliser les réseaux sociaux **77**

Interdire aux plateformes numériques de recommander à leurs utilisateurs des contenus (ou de comptes spécifiques) proposés en fonction de leur profil et/ou de leurs recherches passées **75**



TAUX D'ADHÉSION SELON L'ÂGE



TAUX D'ADHÉSION SELON LA PARENTALITÉ D'ENFANT DE 13 À 15 ANS



# FOCUS sur le profil des personnes favorables à une mesure visant à « Interdire aux plateformes numériques de faire de la publicité pour des sites véhiculant des fausses informations (ex : fake news) »

Note de lecture : 92% des 65 ans et plus sont dans cette situation

**MOYENNE** 87

## Sexe



## Age



## Catégorie socioprofessionnelle



## Statut professionnel



## Niveau de diplôme



## Revenu mensuel net par U.C.



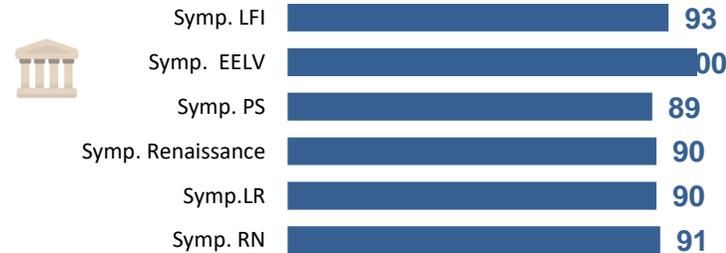
## Catégorie d'agglomération



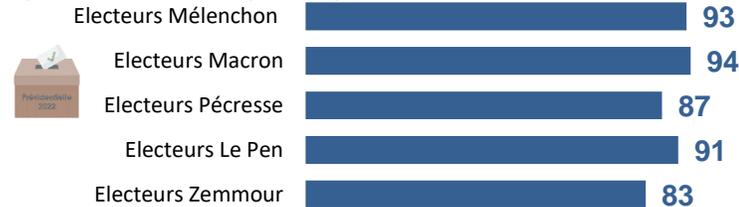
## Région



## Proximité partisane



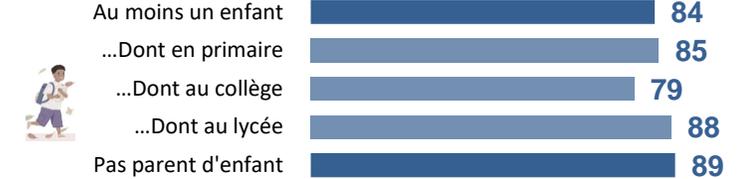
## Vote à la présidentielle 2022 (1<sup>er</sup> tour)



## Affiliation religieuse



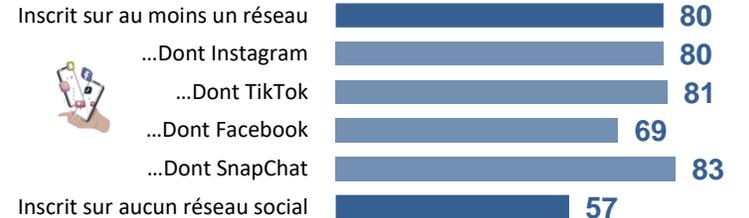
## Parents d'enfants scolarisés



## Parents d'enfants de 13 à 15 ans



## Réseaux sociaux des enfants de 13 à 15 ans





# sur le profil des personnes favorables à une mesure visant à « Elever à 15 ans (contre 13 ans actuellement) l'âge à partir duquel un enfant a le droit de s'inscrire et d'utiliser les réseaux sociaux »

Note de lecture : 90% des sympathisants EELV sont dans cette situation

**MOYENNE** 77

### Sexe



Hommes 77

Femmes 76

### Age



18 à 24 ans 67

25 à 34 ans 72

35 à 49 ans 79

50 à 64 ans 75

65 ans et plus 81

### Catégorie socioprofessionnelle

Cadres et profession intel. sup. 78

Professions intermédiaires 82



Employé(e)s 69

Ouvrier(e)s 68

### Statut professionnel

Dirigeant(e)s d'entreprise 83

Salarié(e)s 74

Chômeurs 74

### Niveau de diplôme



Supérieur au BAC 82

Niveau BAC 79

Inférieur au BAC 71

### Revenu mensuel net par U.C.

Cat. aisée (plus de 2 500 €) 79

Classe moy. sup. (1 900 à 2 500 €) 79

Classe moy. inf. (1 300 à 1 900 €) 82

Cat. modeste (900 à 1 300 €) 72

Cat. pauvre (moins de 900 €) 72

### Catégorie d'agglomération



Agglo. parisienne 71

Com. urbaines de province 76

Communes rurales 83



### Région

Ile-de-France 72

Province 78

### Proximité partisane



Symp. LFI 80

Symp. EELV 90

Symp. PS 74

Symp. Renaissance 69

Symp. LR 79

Symp. RN 74

### Vote à la présidentielle 2022 (1<sup>er</sup> tour)



Electeurs Mélenchon 78

Electeurs Macron 77

Electeurs Pécresse 81

Electeurs Le Pen 78

Electeurs Zemmour 67

### Affiliation religieuse



AUTRES RELIGIONS 79

RELIGION CATHOLIQUE 76

... Catho. non pratiquants 75

... Catho. pratiquants 78

SANS RELIGION 80

### Parents d'enfants scolarisés



Au moins un enfant 75

...Dont en primaire 76

...Dont au collège 76

...Dont au lycée 72

Pas parent d'enfant 77

### Parents d'enfants de 13 à 15 ans

Parents d'au moins un enfant 75

...Dont plusieurs 86

...Dont un seul 74

Non parents 77

### Réseaux sociaux des enfants de 13 à 15 ans



Inscrit sur au moins un réseau 75

...Dont Instagram 69

...Dont TikTok 74

...Dont Facebook 59

...Dont SnapChat 74

Inscrit sur aucun réseau social 80

# FOCUS sur le profil des personnes favorables à une mesure visant à « Interdire aux plateformes numériques de recommander à leurs utilisateurs des contenus (ou de comptes spécifiques) proposés en fonction de leur profil et/ou de leurs recherches passées »

Note de lecture : 95% des sympathisants EELV sont dans cette situation

**MOYENNE** 75

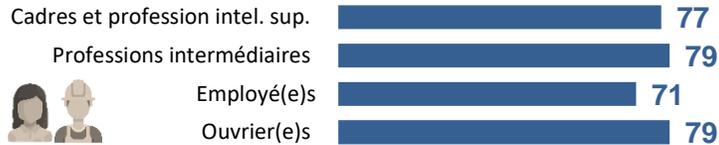
## Sexe



## Age



## Catégorie socioprofessionnelle



## Statut professionnel



## Niveau de diplôme



## Revenu mensuel net par U.C.



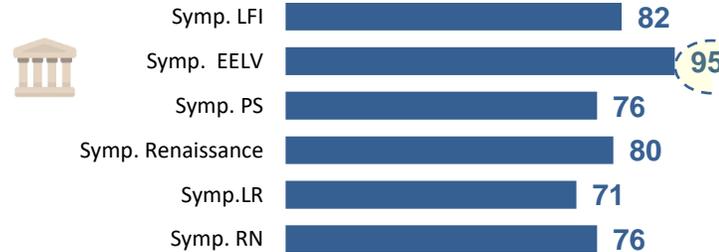
## Catégorie d'agglomération



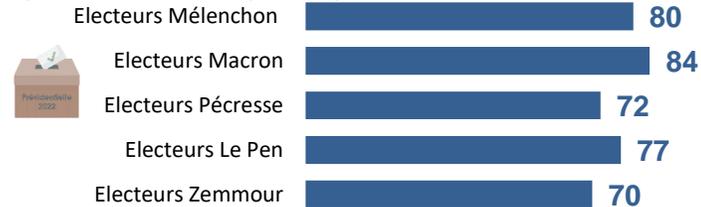
## Région



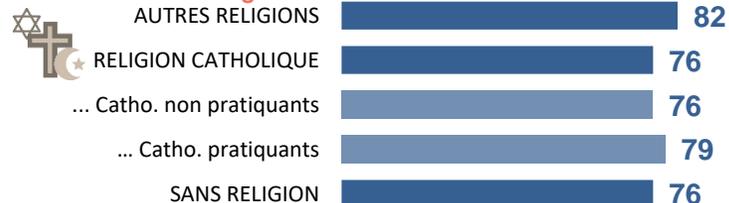
## Proximité partisane



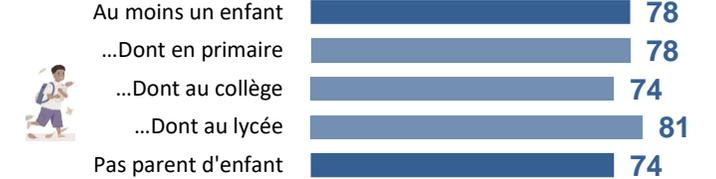
## Vote à la présidentielle 2022 (1<sup>er</sup> tour)



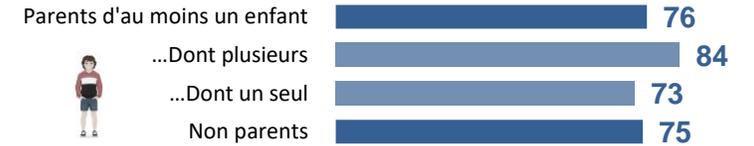
## Affiliation religieuse



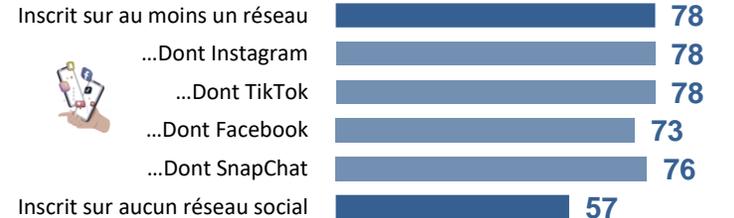
## Parents d'enfants scolarisés



## Parents d'enfants de 13 à 15 ans



## Réseaux sociaux des enfants de 13 à 15 ans



# L'ADHÉSION À DIFFÉRENTES ACTIONS DES POUVOIRS PUBLICS POUR LUTTER CONTRE LES FAUSSES INFORMATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : Et êtes-vous favorable ou opposé à ce que les pouvoirs publics en France... ?

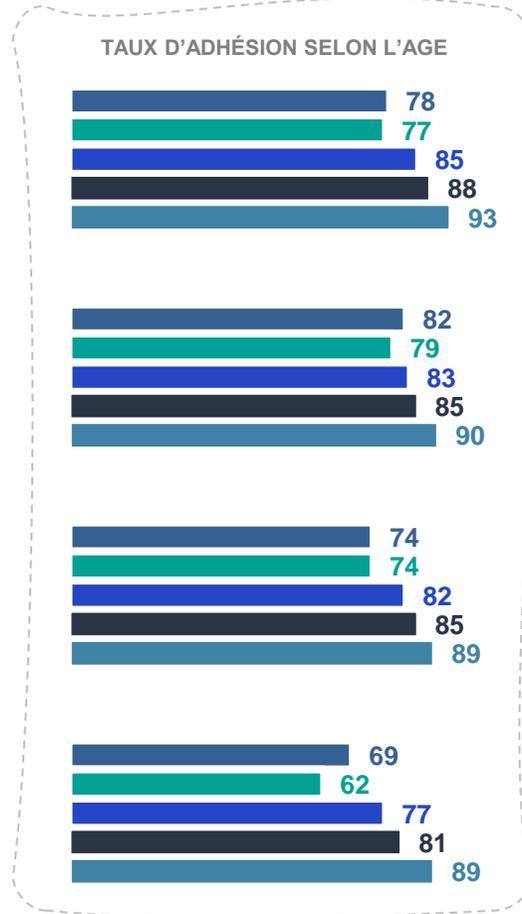
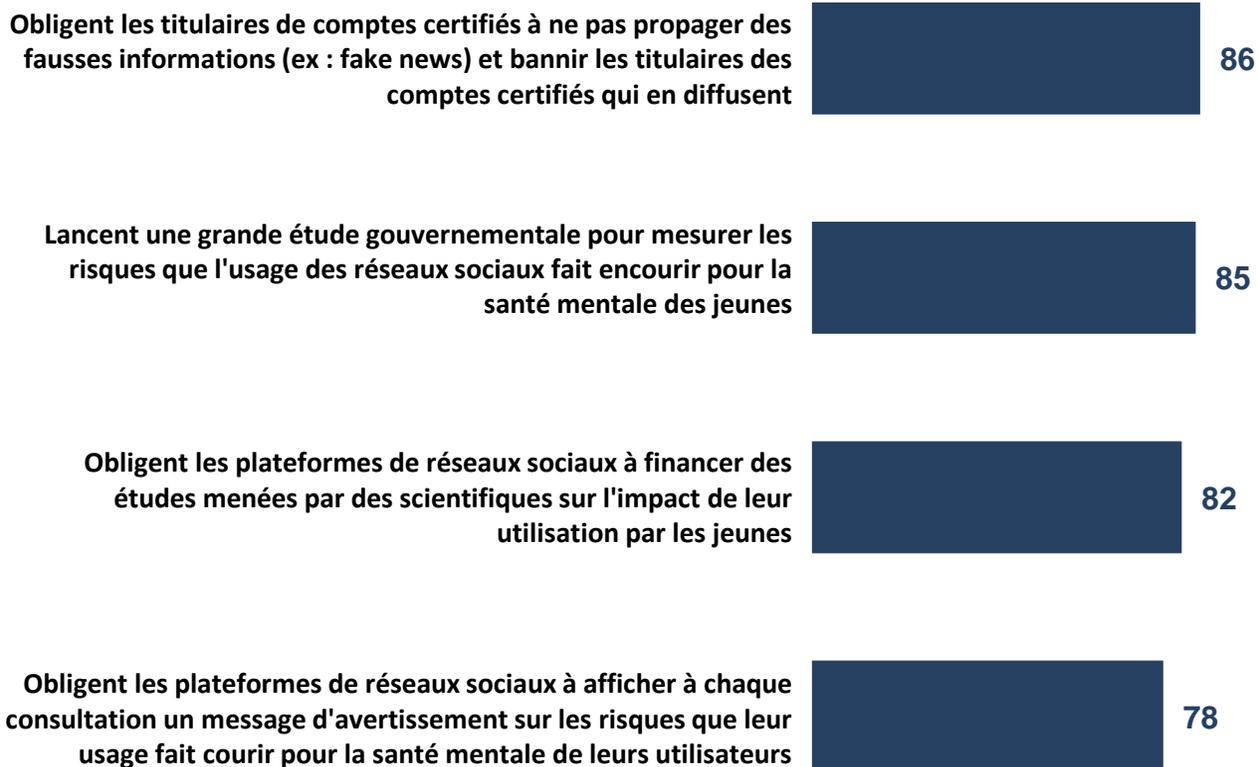
Base : ensemble des Français



**Taux d'adhésion chez l'ensemble des Français**  
14-15 Février 2023



Proportion de personnes « Favorables » à ce que les pouvoirs publics...





# sur le profil des personnes favorables à ce que les pouvoirs publics « Obligent les titulaires de comptes certifiés à ne pas propager des fausses informations (ex : fake news) et bannir les titulaires des comptes certifiés qui en diffusent »

Note de lecture : 97% des sympathisants LR sont dans cette situation

**MOYENNE** 86

### Sexe



Hommes 86

Femmes 86

### Age



18 à 24 ans 78

25 à 34 ans 77

35 à 49 ans 85

50 à 64 ans 88

65 ans et plus 93

### Catégorie socioprofessionnelle

Cadres et profession intel. sup. 88

Professions intermédiaires 90

Employé(e)s 79

Ouvrier(e)s 86



### Statut professionnel

Dirigeant(e)s d'entreprise 87

Salarié(e)s 85

Chômeurs 83



### Niveau de diplôme

Supérieur au BAC 87

Niveau BAC 85

Inférieur au BAC 86



### Revenu mensuel net par U.C.

Cat. aisée (plus de 2 500 €) 93

Classe moy. sup. (1 900 à 2 500 €) 86

Classe moy. inf. (1 300 à 1 900 €) 91

Cat. modeste (900 à 1 300 €) 86

Cat. pauvre (moins de 900 €) 79



### Catégorie d'agglomération



Agglo. parisienne 87

Com. urbaines de province 86

Communes rurales 85



### Région

Ile-de-France 88

Province 85

### Proximité partisane



Symp. LFI 86

Symp. EELV 93

Symp. PS 83

Symp. Renaissance 90

Symp. LR 97

Symp. RN 88

### Vote à la présidentielle 2022 (1<sup>er</sup> tour)



Electeurs Mélenchon 83

Electeurs Macron 93

Electeurs Pécresse 95

Electeurs Le Pen 88

Electeurs Zemmour 83

### Affiliation religieuse



AUTRES RELIGIONS 88

RELIGION CATHOLIQUE 89

... Catho. non pratiquants 90

... Catho. pratiquants 80

SANS RELIGION 86

### Parents d'enfants scolarisés



Au moins un enfant 84

...Dont en primaire 83

...Dont au collège 84

...Dont au lycée 87

Pas parent d'enfant 86

### Parents d'enfants de 13 à 15 ans



Parents d'au moins un enfant 78

...Dont plusieurs 81

...Dont un seul 78

Non parents 87

### Réseaux sociaux des enfants de 13 à 15 ans



Inscrit sur au moins un réseau 81

...Dont Instagram 84

...Dont TikTok 78

...Dont Facebook 66

...Dont SnapChat 81

Inscrit sur aucun réseau social 55

# FOCUS sur le profil des personnes favorables à ce que les pouvoirs publics « Obligent les plateformes de réseaux sociaux à financer des études menées par des scientifiques sur l'impact de leur utilisation par les jeunes »

Note de lecture : 93% des sympathisants EELV sont dans cette situation

**MOYENNE** 82

## Sexe



## Age



## Catégorie socioprofessionnelle



## Statut professionnel



## Niveau de diplôme



## Revenu mensuel net par U.C.



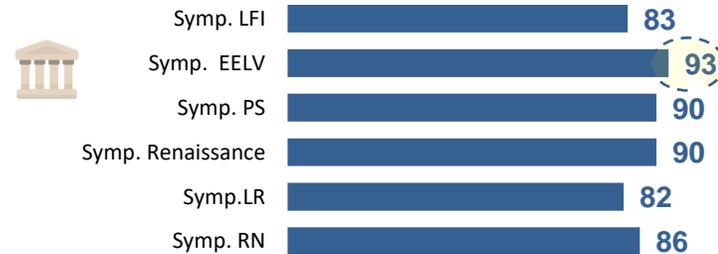
## Catégorie d'agglomération



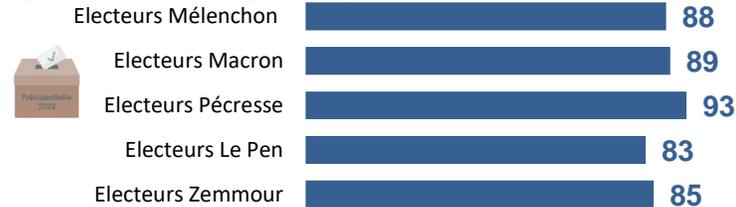
## Région



## Proximité partisane



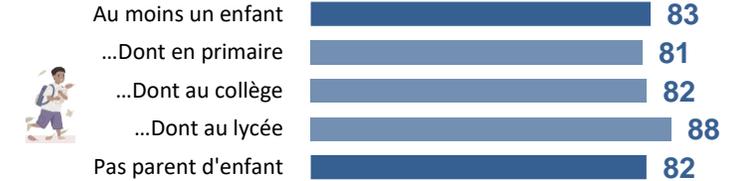
## Vote à la présidentielle 2022 (1<sup>er</sup> tour)



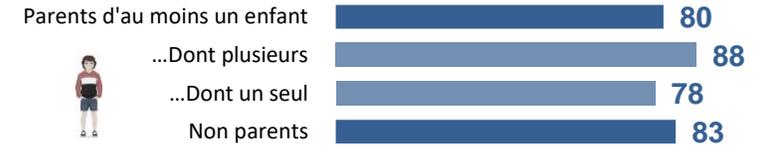
## Affiliation religieuse



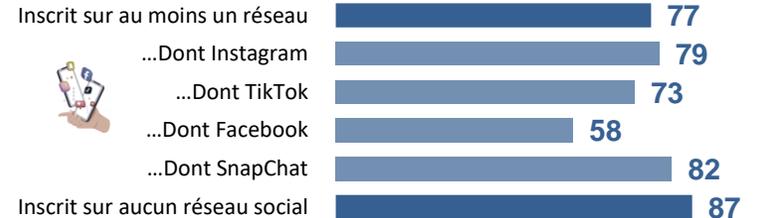
## Parents d'enfants scolarisés



## Parents d'enfants de 13 à 15 ans



## Réseaux sociaux des enfants de 13 à 15 ans



# FOCUS sur le profil des personnes favorables à ce que les pouvoirs publics « Obligent les plateformes de réseaux sociaux à afficher à chaque consultation un message d'avertissement sur les risques que leur usage fait courir pour la santé mentale de leurs utilisateurs »

Note de lecture : 89% des 65 ans et plus sont dans cette situation

**MOYENNE** 78

### Sexe



### Age



### Catégorie socioprofessionnelle



### Statut professionnel



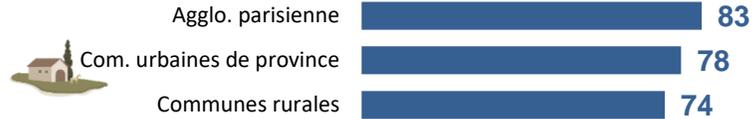
### Niveau de diplôme



### Revenu mensuel net par U.C.



### Catégorie d'agglomération



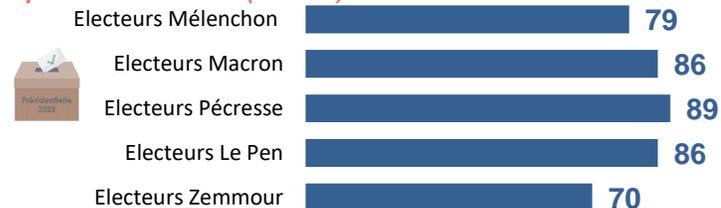
### Région



### Proximité partisane



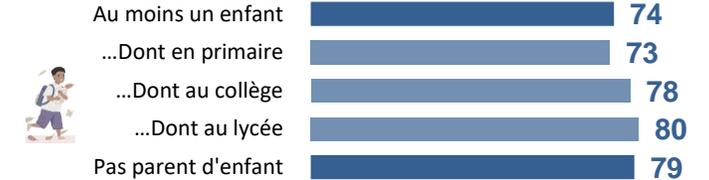
### Vote à la présidentielle 2022 (1er tour)



### Affiliation religieuse



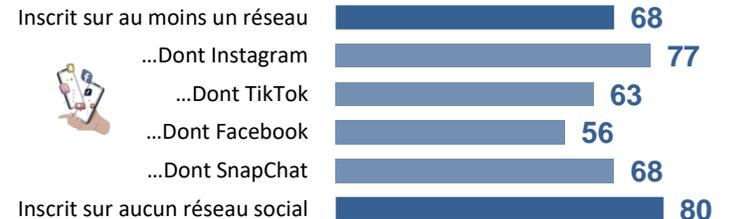
### Parents d'enfants scolarisés



### Parents d'enfants de 13 à 15 ans



### Réseaux sociaux des enfants de 13 à 15 ans

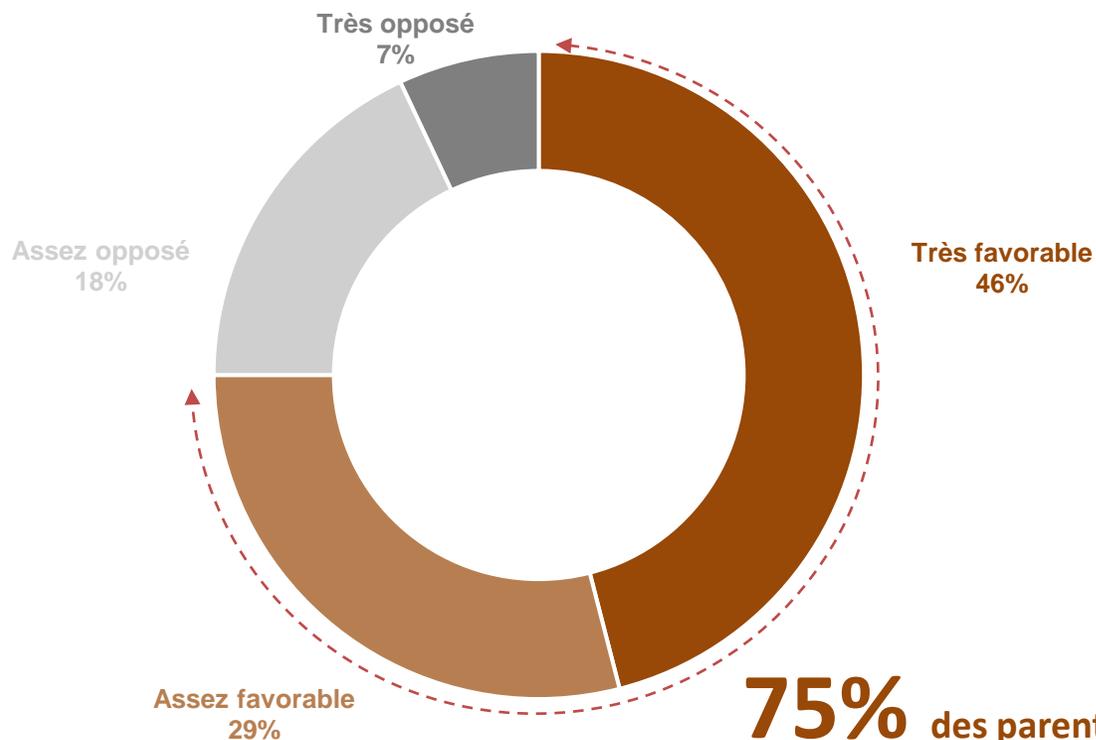


# FOCUS SUR L'ADHÉSION DES PARENTS D'ENFANTS DE 13 À 15 ANS AUREHAUSSEMENT DE L'ÂGE MINIMAL POUR S'INSCRIRE ET UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : Vous personnellement, êtes-vous favorable ou opposé à :  
Elever à 15 ans (contre 13 ans actuellement) l'âge à partir duquel  
un enfant a le droit de s'inscrire et d'utiliser les réseaux sociaux ?



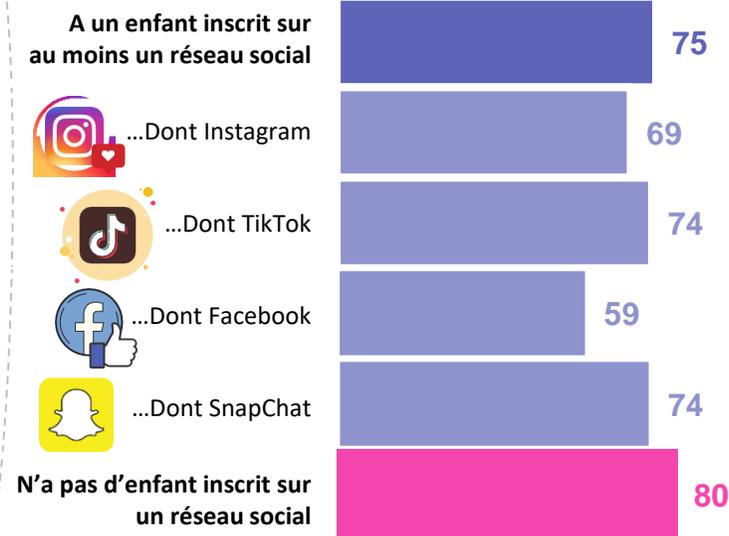
Base : Parents d'enfants de 13 à 15 ans



**75%** des parents d'enfants de 13 à 15 ans sont favorables au rehaussement de l'âge minimal pour s'inscrire et utiliser les réseaux sociaux



TAUX DE D'ADHÉSION SELON LES RÉSEAUX SOCIAUX DES ENFANTS DE 13 À 15 ANS





B

QUELLE EST L'AMPLEUR DE L'UTILISATION  
DES RÉSEAUX SOCIAUX PAR LES JEUNES ?

# LA FRÉQUENCE DE CONSULTATION DES GRANDS TYPES DE MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX CHEZ LES JEUNES

Q : Au cours du dernier mois, à quelle fréquence, en moyenne, avez-vous consulté... ?



Base : jeunes de 11 à 24 ans

Proportion de jeunes utilisant quotidiennement.....



**Les réseaux sociaux de partage de photos et de vidéos**  
(ex : Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat...)



**Les moteurs de recherche en ligne**  
(ex : Google, Bing, Yahoo, Qwant...)



**Les services de vidéos en ligne**  
(ex : Youtube, Dalymotion, Twitch)



**Les applications de messagerie**  
(ex : WhatsApp, Telegram, Messenger...)



**Les réseaux sociaux de microblogging**  
(ex : Twitter, Tumblr, Mastodon...)



**Les journaux d'information des grandes chaînes de télévision**  
(ex : 13h ou 20h de TF1/France 2/M6...)



**Les sites internet ou applications mobiles des chaînes de télévision ou des stations de radio**



**Les journaux /émissions des chaînes d'information en continu**  
(ex : BFMTV, LCI, CNews...)



**Les émissions de débat ou d'information à la télévision**  
(ex : TPMP, Quotidien, C dans l'Air, On en est direct)



**Les sites d'information de médias présents uniquement sur Internet**  
(ex : Actu orange, Médiapart...)



**Les sites internet ou applications mobiles des titres de la presse écrite**  
(ex : Le Monde, Ouest France...)



Réponses de  
l'ensemble des 11-24 ans



TAUX DE CONSULTATION SELON L'ÂGE





# sur le profil des jeunes qui consultent quotidiennement les réseaux sociaux de partage de photos et de vidéos (ex : Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat...)

Note de lecture : 76% des femmes sont dans cette situation

MOYENNE **69**

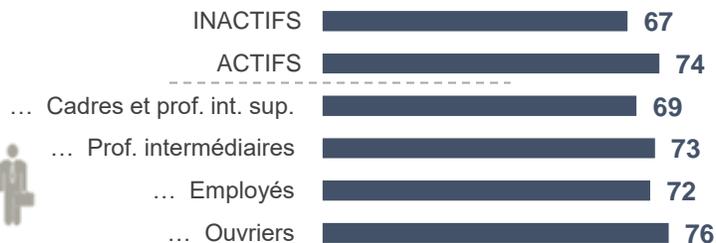
## Sexe



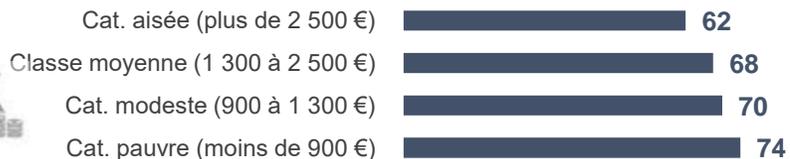
## Age



## Statut d'emploi et CSP



## Revenu mensuel net par U.C.



## Région



## Catégorie d'agglomération



## Affiliation religieuse



## Rapport à la religion



## Niveau de scolarisation



## Education prioritaire



## Niveau perçu de l'établissement



## Proximité partisane actuelle



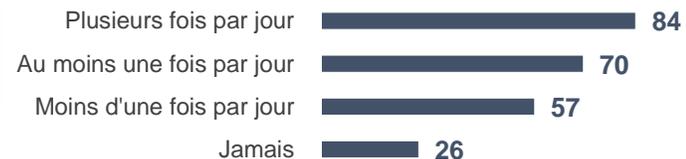
## ...des réseaux soc. de microblogging



## ... des appli. de messagerie



## ... de Youtube



## ... d'Instagram



## ... de TikTok



## ... de TikTok comme moteur de recherche

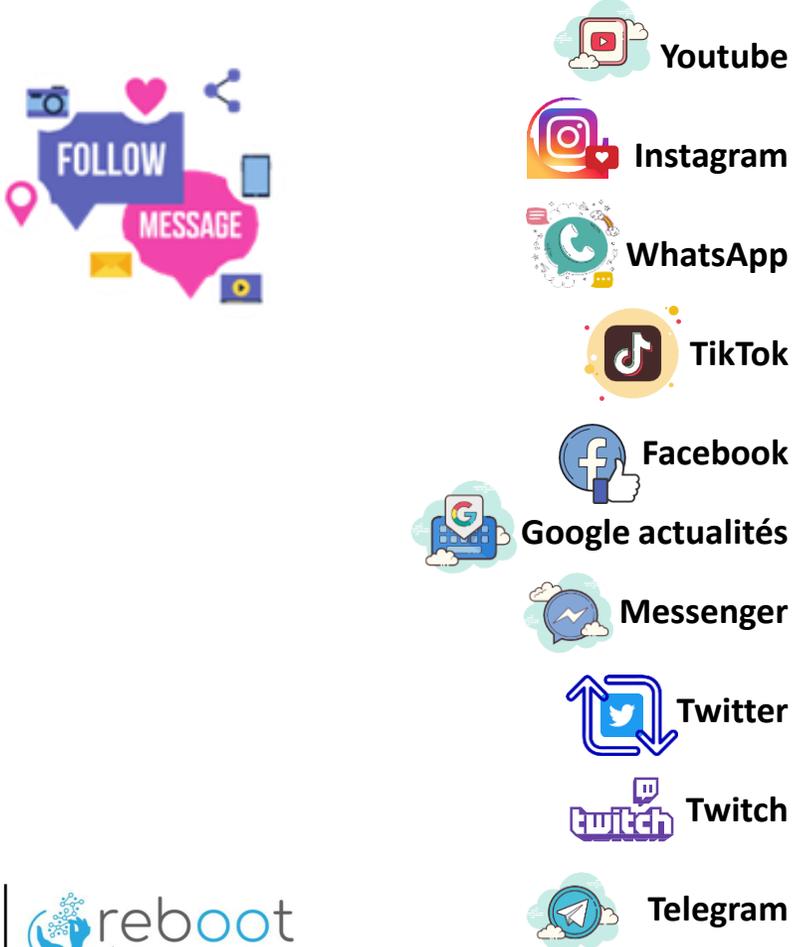


# LA FRÉQUENCE DE CONSULTATION DES RÉSEAUX SOCIAUX CHEZ LES JEUNES

Q : Au cours du dernier mois, à quelle fréquence, en moyenne, avez-vous consulté...?

Base : jeunes de 11 à 24 ans

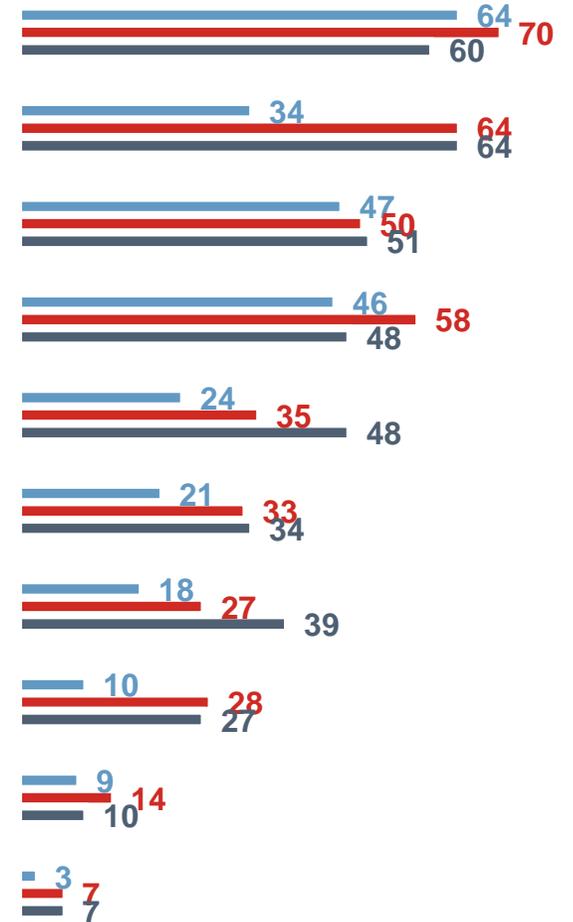
Proportion de jeunes consultant quotidiennement...



Réponses de l'ensemble des 11-24 ans



TAUX DE CONSULTATION SELON L'ÂGE





# FOCUS sur le profil des jeunes qui consultent quotidiennement Youtube



Note de lecture : 77% des musulmans sont dans cette situation

MOYENNE **63**

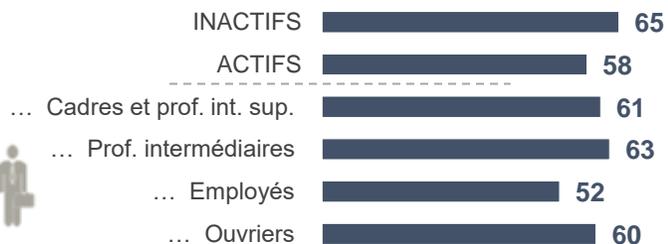
## Sexe



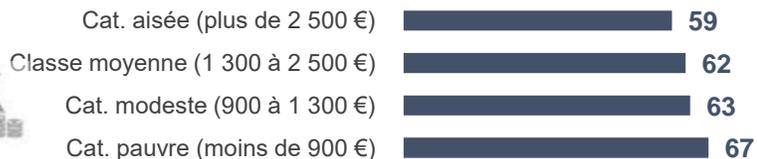
## Age



## Statut d'emploi et CSP



## Revenu mensuel net par U.C.



## Région



## Catégorie d'agglomération



## Affiliation religieuse



## Rapport à la religion



## Niveau de scolarisation



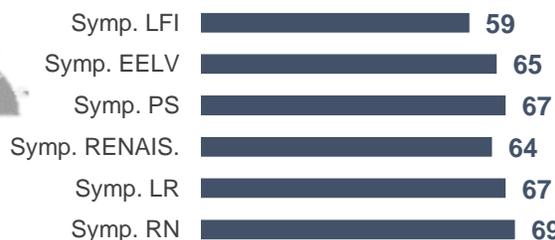
## Education prioritaire



## Niveau perçu de l'établissement



## Proximité partisane actuelle



## ...des réseaux soc. de microblogging



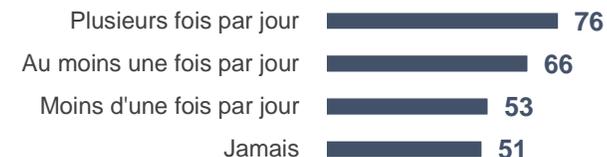
## ... des appli. de messagerie



## ... de Youtube



## ... d'Instagram



## ... de TikTok



## ... de TikTok comme moteur de recherche





# FOCUS sur le profil des jeunes qui consultent quotidiennement TikTok

Note de lecture : 56% des femmes sont dans cette situation

MOYENNE **49**

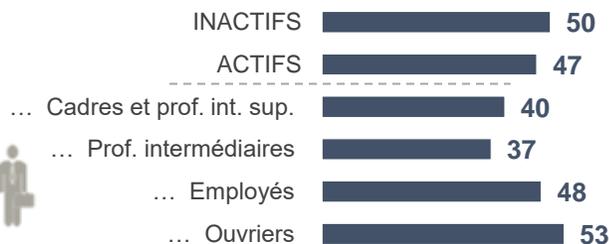
## Sexe



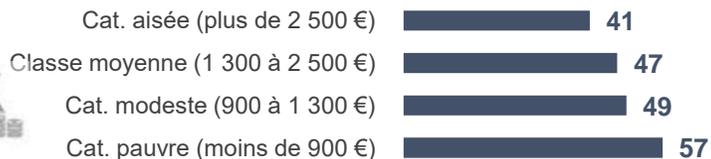
## Age



## Statut d'emploi et CSP



## Revenu mensuel net par U.C.



## Région



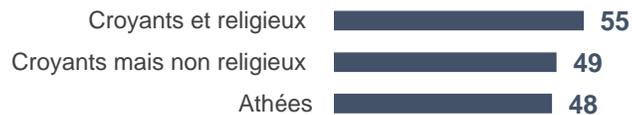
## Catégorie d'agglomération



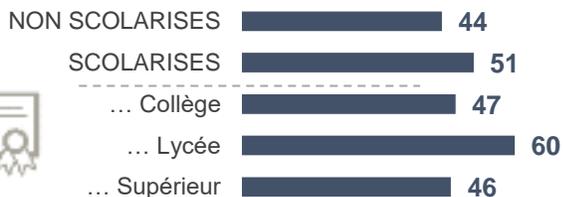
## Affiliation religieuse



## Rapport à la religion



## Niveau de scolarisation



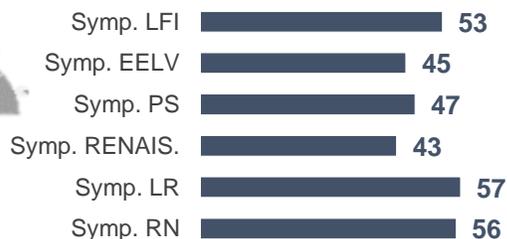
## Education prioritaire



## Niveau perçu de l'établissement



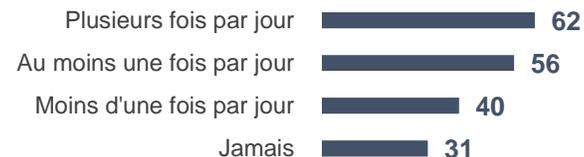
## Proximité partisane actuelle



## ...des réseaux soc. de microblogging



## ... des appli. de messagerie



## ... de Youtube



## ... d'Instagram



## ... de TikTok



## ... de TikTok comme moteur de recherche



# LE TEMPS PASSÉ EN MOYENNE PAR LES JEUNES SUR CERTAINS RÉSEAUX SOCIAUX

Q : Au cours du dernier mois, combien d'heures avez-vous passé, en moyenne, chaque jour sur les réseaux sociaux ou applications suivantes ?

 Base : jeunes de 11 à 24 ans utilisant ces plateformes

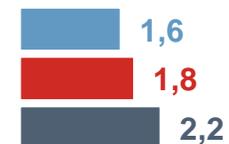
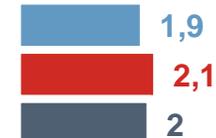
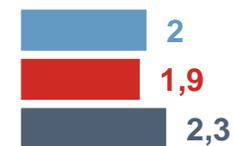


Réponses  
des utilisateurs

Temps passé en moyenne par jour sur...



TEMPS PASSÉ MOYEN PAR JOUR  
SELON L'ÂGE





# FOCUS sur le profil des jeunes qui passent « 3 heures et plus » par jour sur TikTok



Note de lecture : 30% des pauvres sont dans cette situation

MOYENNE **20**

## Sexe



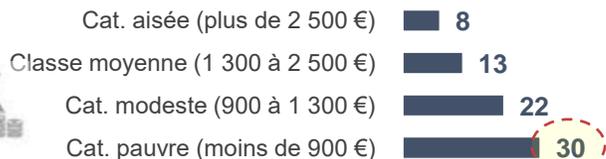
## Age



## Statut d'emploi et CSP



## Revenu mensuel net par U.C.



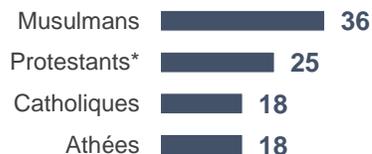
## Région



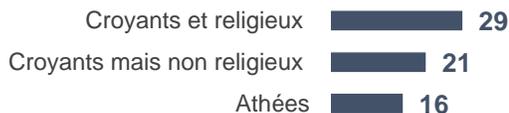
## Catégorie d'agglomération



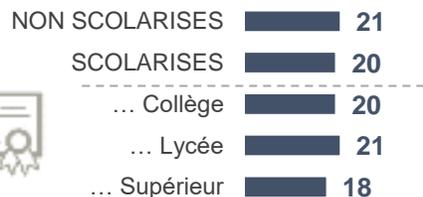
## Affiliation religieuse



## Rapport à la religion



## Niveau de scolarisation



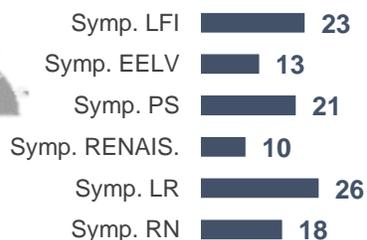
## Education prioritaire



## Niveau perçu de l'établissement



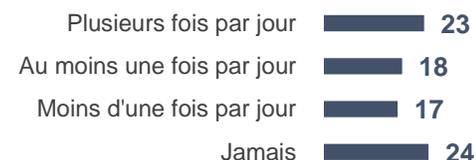
## Proximité partisane actuelle



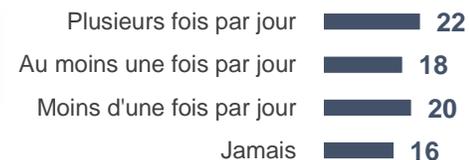
## ...des réseaux soc. de microblogging



## ... des appli. de messagerie



## ... de Youtube



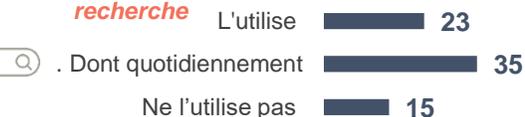
## ... d'Instagram



## ... de TikTok



## ... de TikTok comme moteur de recherche



# LA MAJORITE DES TIKTOKEURS UTILISE TIKTOK COMME MOTEUR DE RECHERCHE



Q : Aujourd'hui, des personnes utilisent TikTok comme source d'information pour toutes sortes de choses. Par exemple, des idées de fitness, des inspirations de mode, des choses à faire, des endroits à visiter, des voyages, des recommandations de nourriture, des recettes ou des sujets d'actualité.

Au cours du dernier mois, à quelle fréquence, en moyenne, vous est-il arrivé d'utiliser TikTok comme un moteur de recherche ?

Base : aux 11-24 ans utilisant TikTok



**TOTAL** Au cours du dernier mois **59**

Plusieurs fois par jour **12**

Au moins une fois par jour **16**

Pas tous les jours, mais au moins une fois par semaine **19**

Pas toutes les semaines mais au moins une fois au cours du mois **12**

**Vous ne l'avez pas utilisé à cette fin 41**

UTILISATION COMME MOTEUR DE RECHERCHE SELON L'AGE





# FOCUS sur le profil des jeunes qui ont utilisé TikTok comme moteur de recherche quotidiennement



Note de lecture : 33% des 11-14 ans sont dans cette situation

MOYENNE **28**

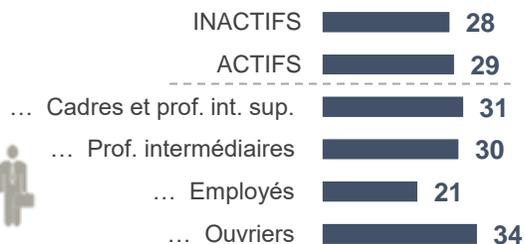
## Sexe



## Age



## Statut d'emploi et CSP



## Revenu mensuel net par U.C.



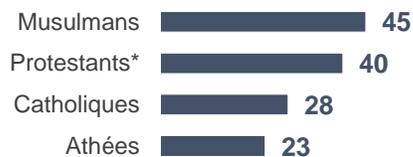
## Région



## Catégorie d'agglomération



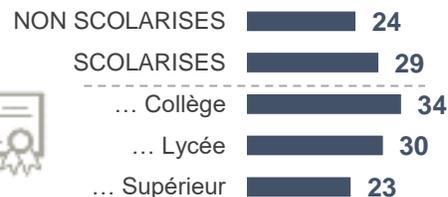
## Affiliation religieuse



## Rapport à la religion



## Niveau de scolarisation



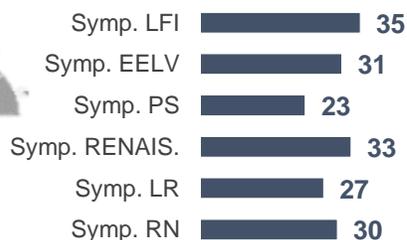
## Education prioritaire



## Niveau perçu de l'établissement



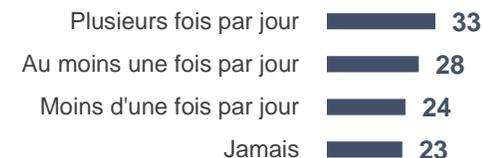
## Proximité partisane actuelle



## ...des réseaux soc. de microblogging



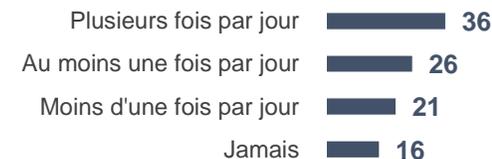
## ... des appli. de messagerie



## ... de Youtube



## ... d'Instagram



## ... de TikTok



## ... de TikTok comme moteur de recherche

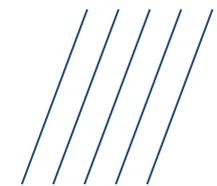




C

LE DEGRE DE CONFIANCE DES JEUNES  
DANS LES RESEAUX SOCIAUX ET DANS LES  
INFORMATIONS VEHICULEES PAR LES  
CREATEURS DE CONTENU

# LA CRÉDIBILITÉ DES INFORMATIONS PRÉSENTES SUR LES GRANDS CANAUX D'INFORMATIONS



Q : Personnellement, avez-vous confiance dans la fiabilité des informations sur les questions d'actualité et de société lorsque vous les entendez/consultez sur... ?

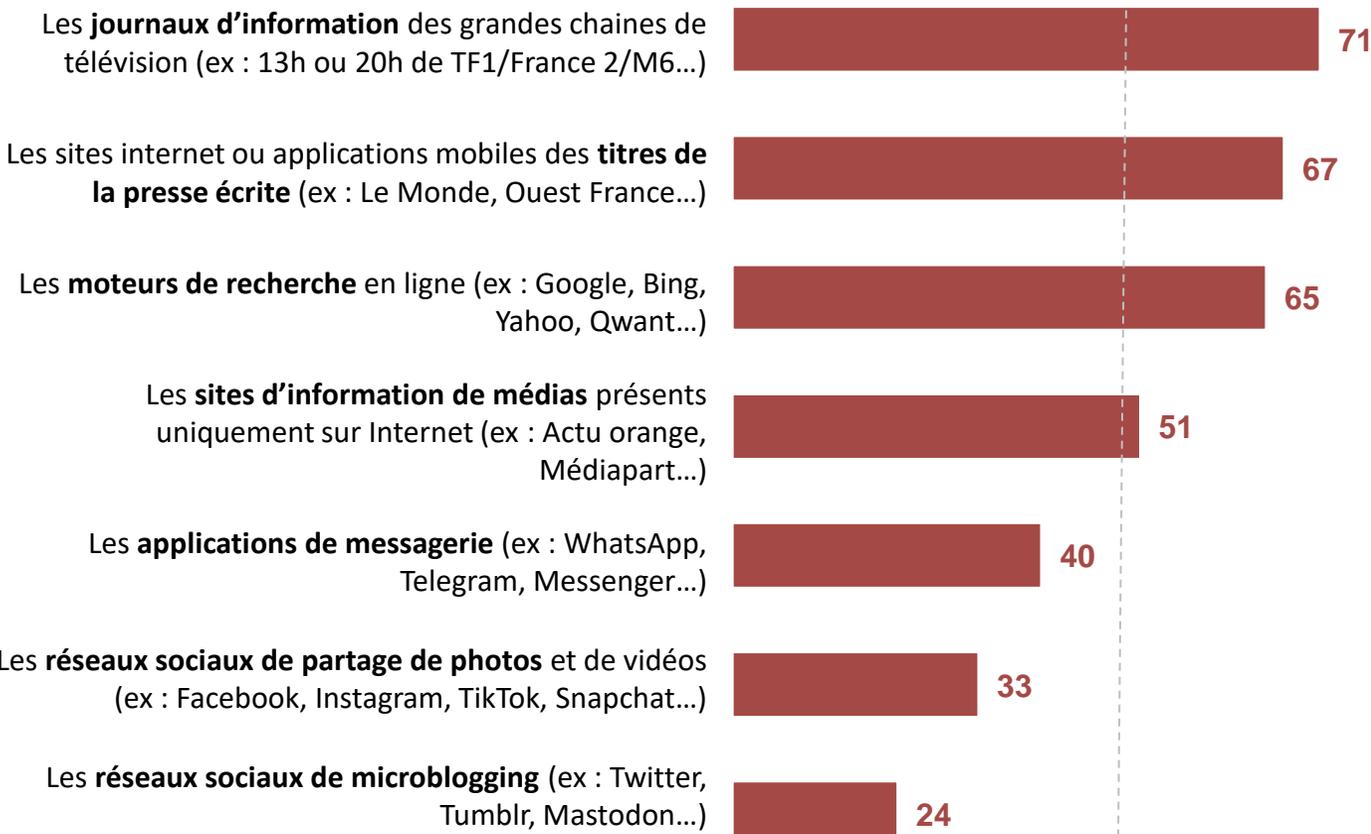


Base : jeunes de 11 à 24 ans



Réponses de l'ensemble des 11-24 ans

## Taux de confiance de jeunes dans...



11-14 ANS

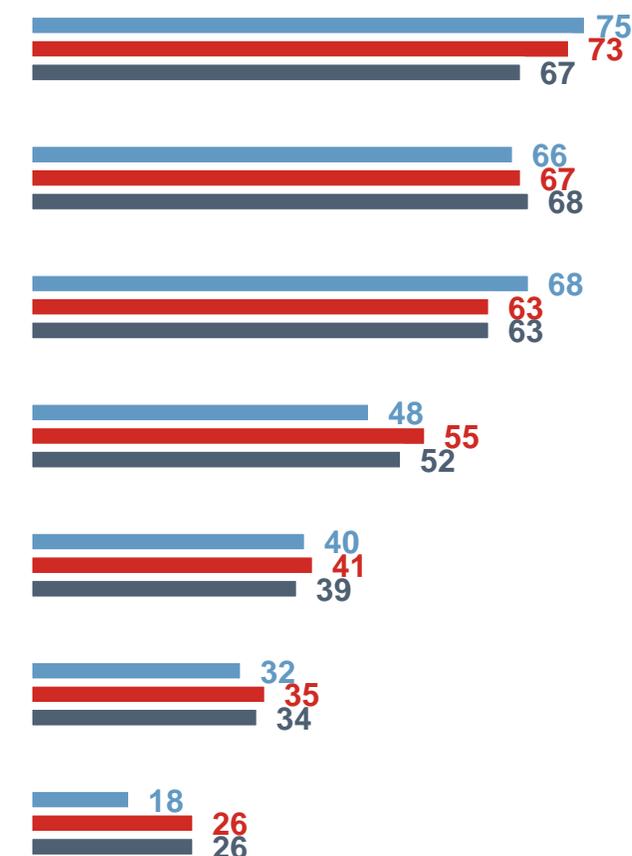


15-17 ANS



18-24 ANS

## TAUX DE CONFIANCE SELON L'ÂGE



Seuil des 50%



# sur le profil des jeunes qui ont confiance dans la fiabilité des informations sur les réseaux sociaux de partage de photos et de vidéos (ex : Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat...)

Note de lecture : 42% des ouvriers sont dans cette situation

MOYENNE **33**

## Sexe



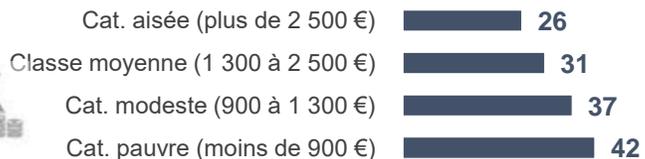
## Age



## Statut d'emploi et CSP



## Revenu mensuel net par U.C.



## Région



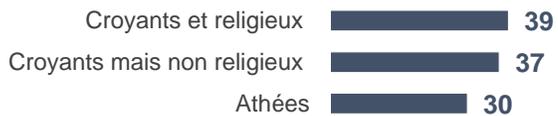
## Catégorie d'agglomération



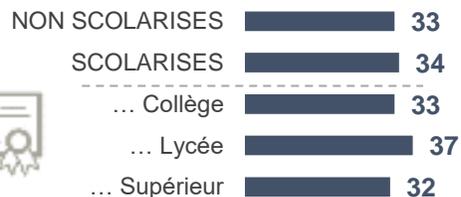
## Affiliation religieuse



## Rapport à la religion



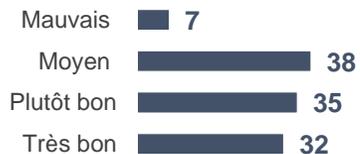
## Niveau de scolarisation



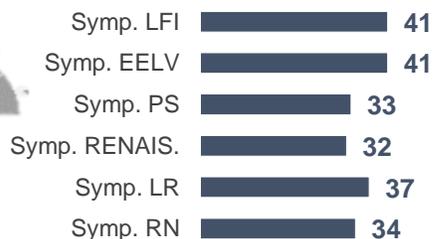
## Education prioritaire



## Niveau perçu de l'établissement



## Proximité partisane actuelle



## ...des réseaux soc. de microblogging



## ... des appli. de messagerie



## ... de Youtube



## ... d'Instagram



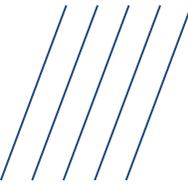
## ... de TikTok



## ... de TikTok comme moteur de recherche



# LA CRÉDIBILITÉ DES CREATEURS DE CONTENUS PRÉSENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

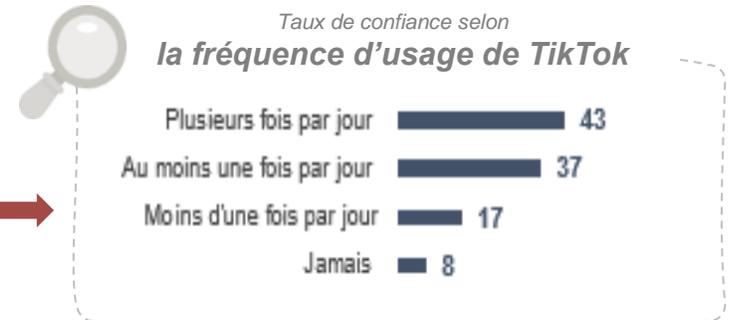
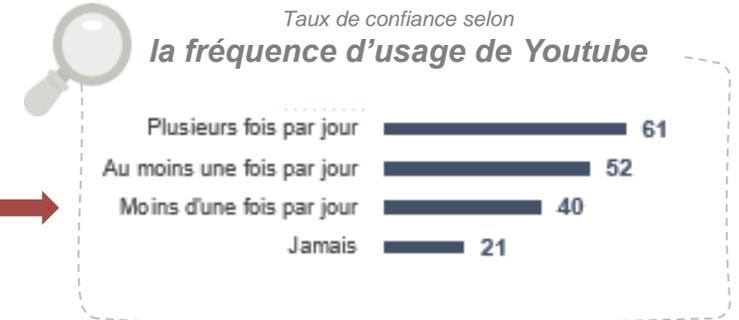
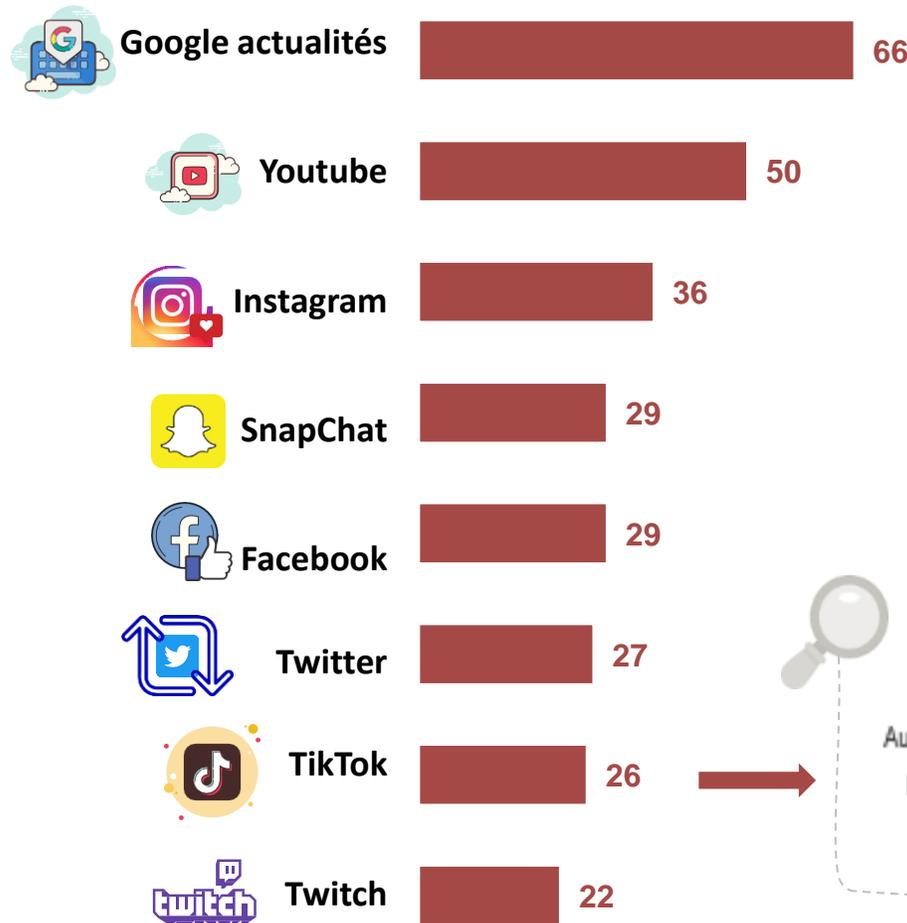


Q : Personnellement, avez-vous confiance dans la fiabilité des informations véhiculées par les organisations et créateurs de contenu présents sur... ?

 Base : jeunes de 11 à 24 ans



Réponses de  
l'ensemble des 11-24 ans





# FOCUS sur le profil des jeunes qui ont confiance dans la fiabilité des informations sur YouTube



Note de lecture : 71% des jeunes scolarisés en REP sont dans cette situation

MOYENNE **50**

## Sexe



Hommes **50**  
Femmes **51**

## Age



11-14 ans **49**  
15-17 ans **52**  
18-24 ans **50**

## Statut d'emploi et CSP

INACTIFS **50**  
ACTIFS **50**



... Cadres et prof. int. sup. **41**  
... Prof. intermédiaires **51**  
... Employés **46**  
... Ouvriers **55**

## Revenu mensuel net par U.C.



Cat. aisée (plus de 2 500 €) **43**  
Classe moyenne (1 300 à 2 500 €) **49**  
Cat. modeste (900 à 1 300 €) **52**  
Cat. pauvre (moins de 900 €) **53**

## Région



Franciliens **55**  
Provinciaux **49**

## Catégorie d'agglomération



Ville-centre **51**  
Banlieue 'aisée' **39**  
Banlieue 'populaire' **53**  
Commune rurales **52**

## Affiliation religieuse



Musulmans **56**  
Protestants\* **54**  
Catholiques **50**  
Athées **48**

## Rapport à la religion

Croyants et religieux **52**  
Croyants mais non religieux **52**  
Athées **48**

## Niveau de scolarisation



NON SCOLARISES **48**  
SCOLARISES **51**  
... Collège **48**  
... Lycée **55**  
... Supérieur **48**

## Education prioritaire

REP **71**  
Non REP **51**

## Niveau perçu de l'établissement



Mauvais **51**  
Moyen **48**  
Plutôt bon **53**  
Très bon **57**

## Proximité partisane actuelle



Symp. LFI **58**  
Symp. EELV **57**  
Symp. PS **42**  
Symp. RENAISS. **46**  
Symp. LR **47**  
Symp. RN **50**

## ...des réseaux soc. de microblogging



Plusieurs fois par jour **60**  
Au moins une fois par jour **59**  
Moins d'une fois par jour **56**  
Jamais **44**

## ... des appli. de messagerie



Plusieurs fois par jour **58**  
Au moins une fois par jour **51**  
Moins d'une fois par jour **45**  
Jamais **44**

## ... de Youtube



Plusieurs fois par jour **61**  
Au moins une fois par jour **52**  
Moins d'une fois par jour **40**  
Jamais **21**

## ... d'Instagram



Plusieurs fois par jour **55**  
Au moins une fois par jour **54**  
Moins d'une fois par jour **49**  
Jamais **42**

## ... de TikTok



Plusieurs fois par jour **60**  
Au moins une fois par jour **54**  
Moins d'une fois par jour **46**  
Jamais **41**

## ... de TikTok comme moteur de recherche



L'utilise **62**  
Dont quotidiennement **70**  
Ne l'utilise pas **44**



# FOCUS sur le profil des jeunes qui ont confiance dans la fiabilité des informations sur TikTok



Note de lecture : 36% des musulmans sont dans cette situation

MOYENNE **26**

## Sexe



## Age



## Statut d'emploi et CSP



... Cadres et prof. int. sup. **30**

... Prof. intermédiaires **22**

... Employés **25**

... Ouvriers **29**

## Revenu mensuel net par U.C.

Cat. aisée (plus de 2 500 €) **22**

Classe moyenne (1 300 à 2 500 €) **22**

Cat. modeste (900 à 1 300 €) **29**

Cat. pauvre (moins de 900 €) **33**

## Région

Franciliens **28**

Provinciaux **25**

## Catégorie d'agglomération

Ville-centre **27**

Banlieue 'aisée' **14**

Banlieue 'populaire' **24**

Commune rurales **26**

## Affiliation religieuse



Musulmans **36**

Protestants\* **29**

Catholiques **29**

Athées **21**

## Rapport à la religion

Croyants et religieux **32**

Croyants mais non religieux **28**

Athées **22**

## Niveau de scolarisation

NON SCOLARISES **24**

SCOLARISES **27**

... Collège **25**

... Lycée **30**

... Supérieur **24**

## Education prioritaire

REP **44**

Non REP **27**

## Niveau perçu de l'établissement

Mauvais **12**

Moyen **28**

Plutôt bon **28**

Très bon **29**

## Proximité partisane actuelle

Symp. LFI **34**

Symp. EELV **28**

Symp. PS **19**

Symp. RENAISS. **25**

Symp. LR **27**

Symp. RN **26**

## ...des réseaux soc. de microblogging



Plusieurs fois par jour **38**

Au moins une fois par jour **35**

Moins d'une fois par jour **33**

Jamais **20**

## ... des appli. de messagerie



Plusieurs fois par jour **32**

Au moins une fois par jour **27**

Moins d'une fois par jour **22**

Jamais **19**

## ... de Youtube



Plusieurs fois par jour **35**

Au moins une fois par jour **25**

Moins d'une fois par jour **19**

Jamais **13**

## ... d'Instagram



Plusieurs fois par jour **33**

Au moins une fois par jour **28**

Moins d'une fois par jour **25**

Jamais **15**

## ... de TikTok



Plusieurs fois par jour **43**

Au moins une fois par jour **37**

Moins d'une fois par jour **17**

Jamais **8**

## ... de TikTok comme moteur de recherche



L'utilise **43**

. Dont quotidiennement **56**

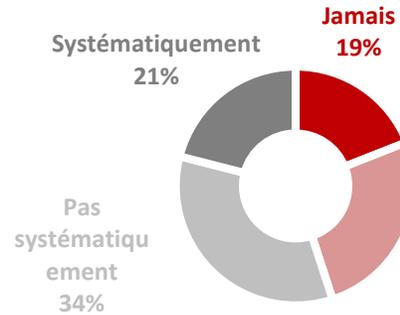
Ne l'utilise pas **22**

# L'ABSENCE DE VÉRIFICATION DES INFORMATIONS SUR LES RÉSEAUX DE PARTAGE DE PHOTOS/VIDÉOS



Q : Personnellement, vous arrive-t-il d'effectuer un travail de vérification supplémentaire après avoir vu / lu les informations d'influenceurs / créateurs de contenu présents sur... ?

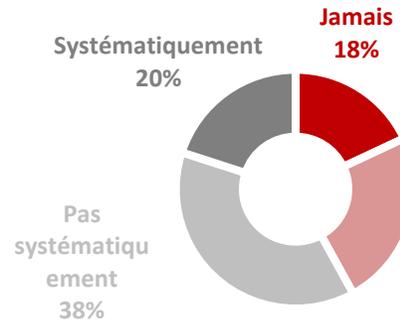
 Base : jeunes de 11 à 24 ans utilisant ces plateformes



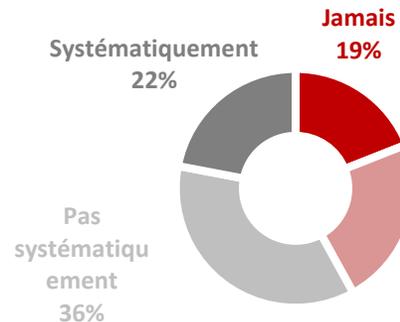
**45% ne vérifient pas les informations sur TikTok**



Taux d'absence de vérification selon la fréquence d'usage de TikTok



**42% ne vérifient pas les informations sur Instagram**



**42% ne vérifient pas les informations sur Facebook**



# FOCUS sur le profil des jeunes qui ne vérifient jamais ou rarement les informations sur TikTok



Note de lecture : 49% des jeunes hommes sont dans cette situation

MOYENNE **45**

## Sexe



Hommes **49**  
Femmes **40**

## Age



11-14 ans **49**  
15-17 ans **46**  
18-24 ans **41**

## Statut d'emploi et CSP



INACTIFS **44**  
ACTIFS **45**  
... Cadres et prof. int. sup. **44**  
... Prof. intermédiaires **40**  
... Employés **46**  
... Ouvriers **48**

## Revenu mensuel net par U.C.



Cat. aisée (plus de 2 500 €) **51**  
Classe moyenne (1 300 à 2 500 €) **45**  
Cat. modeste (900 à 1 300 €) **46**  
Cat. pauvre (moins de 900 €) **40**

## Région



Franciliens **40**  
Provinciaux **45**

## Catégorie d'agglomération



Ville-centre **43**  
Banlieue 'aisée' **46**  
Banlieue 'populaire' **52**  
Commune rurales **43**

## Affiliation religieuse



Musulmans **41**  
Protestants\* **50**  
Catholiques **46**  
Athées **45**

## Rapport à la religion

Croyants et religieux **38**  
Croyants mais non religieux **44**  
Athées **48**

## Niveau de scolarisation



NON SCOLARISES **46**  
SCOLARISES **44**  
... Collège **50**  
... Lycée **42**  
... Supérieur **38**

## Education prioritaire

REP **31**  
Non REP **49**

## Niveau perçu de l'établissement



Mauvais **46**  
Moyen **47**  
Plutôt bon **44**  
Très bon **52**

## Proximité partisane actuelle



Symp. LFI **46**  
Symp. EELV **37**  
Symp. PS **50**  
Symp. RENAISS. **38**  
Symp. LR **45**  
Symp. RN **46**

## ...des réseaux soc. de microblogging



Plusieurs fois par jour **28**  
Au moins une fois par jour **30**  
Moins d'une fois par jour **43**  
Jamais **55**

## ... des appli. de messagerie



Plusieurs fois par jour **36**  
Au moins une fois par jour **43**  
Moins d'une fois par jour **48**  
Jamais **67**

## ... de Youtube



Plusieurs fois par jour **42**  
Au moins une fois par jour **47**  
Moins d'une fois par jour **46**  
Jamais **56**

## ... d'Instagram



Plusieurs fois par jour **40**  
Au moins une fois par jour **43**  
Moins d'une fois par jour **51**  
Jamais **52**

## ... de TikTok



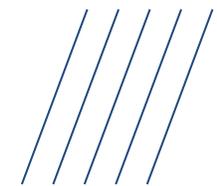
Plusieurs fois par jour **39**  
Au moins une fois par jour **47**  
Moins d'une fois par jour **52**  
Jamais **0**

## ... de TikTok comme moteur de recherche



L'utilise **35**  
Dont quotidiennement **30**  
Ne l'utilise pas **58**

# LES CONVERGENCES DES MÉDIAS/RÉSEAUX UTILISÉS POUR S'INFORMER



Q : Pour vous informer sur des QUESTIONS D'ACTUALITE, diriez-vous que les sources d'information suivantes que vous consultez... ?



Base : jeunes de 11 à 24 ans utilisant chacune des sources d'informations

Partagent votre point de vue

N'ont aucun point de vue en particulier

N'ont pas le même point de vue que vous



Réponses de

l'ensemble des 11-24 ans

Proportion de jeunes qui partagent le même point de vue que...



**Les journaux d'information des grandes chaînes de télévision** (ex : 13h ou 20h de TF1/France 2/M6...)

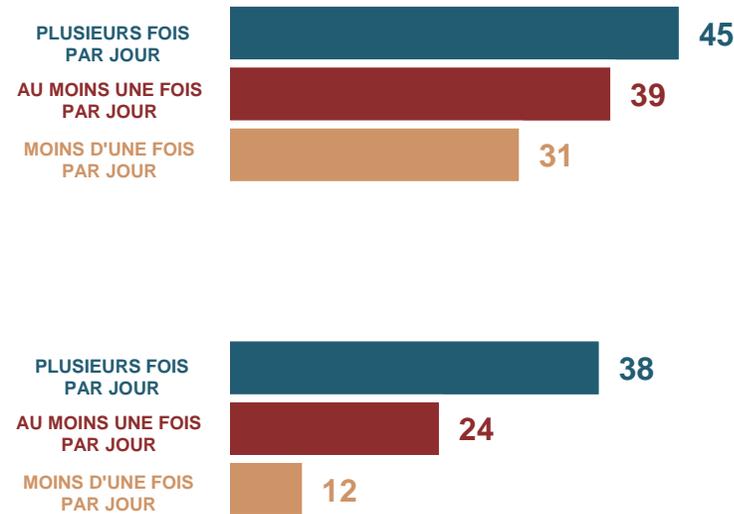
39



**Les réseaux sociaux de partage de photos et de vidéos** (ex : Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat...)

29

TAUX DE PARTAGE DU POINT DE VUE SELON L'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX DE PARTAGE DE PHOTOS ET DE VIDÉOS



# LA PERCEPTION DE TIKTOK COMME SOURCE D'INFORMATIONS FIABLES

Q : A propos de TikTok, êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout avec chacune des opinions suivantes ?

 Base : jeunes de 11 à 24 ans utilisant TikTok comme moteur de recherche



Réponses de **TikTokeurs**



TikTok est une plateforme d'apprentissage comme une autre



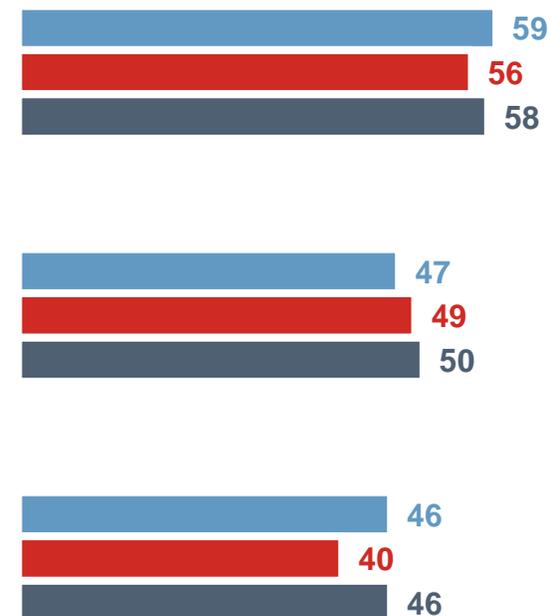
Lorsqu'un profil est certifié sur TikTok, cela ne signifie pas seulement que cette personne est bien qui elle prétend être mais aussi qu'elle est experte du sujet dont elle parle



La plateforme met en avant des ressources fiables via les différents tags qu'elle propose



TAUX D'ADHÉSION SELON L'AGE





# FOCUS sur le profil des jeunes qui estiment que TikTok est une plateforme d'apprentissage comme une autre



Note de lecture : 73% des jeunes scolarisés en REP sont dans cette situation

MOYENNE **58**

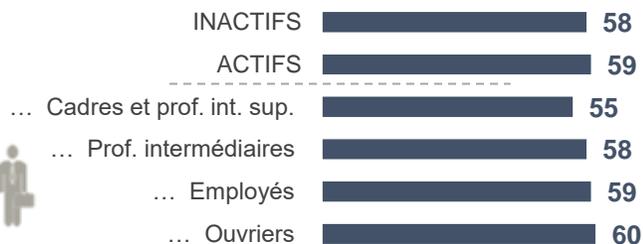
## Sexe



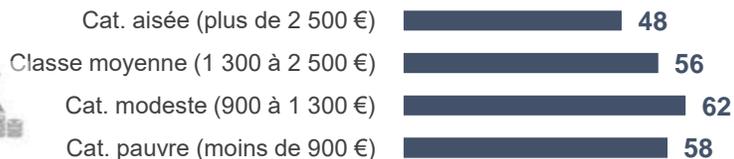
## Age



## Statut d'emploi et CSP



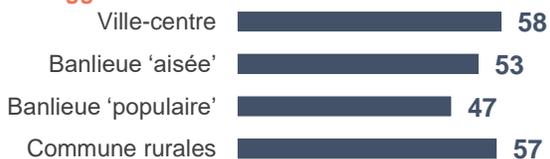
## Revenu mensuel net par U.C.



## Région



## Catégorie d'agglomération



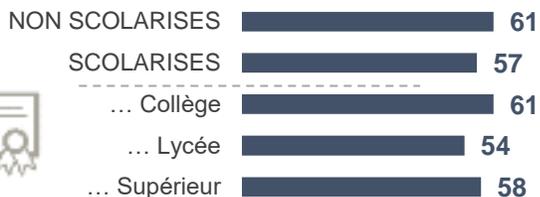
## Affiliation religieuse



## Rapport à la religion



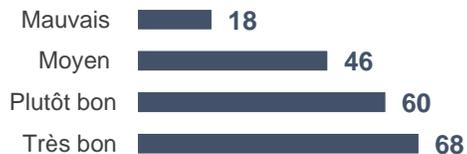
## Niveau de scolarisation



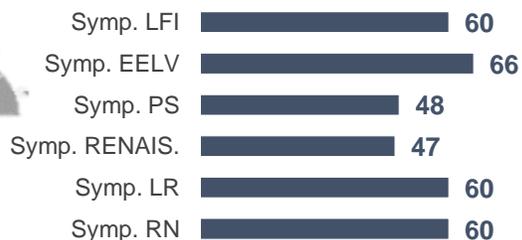
## Education prioritaire



## Niveau perçu de l'établissement



## Proximité partisane actuelle



## ...des réseaux soc. de microblogging



## ... des appli. de messagerie



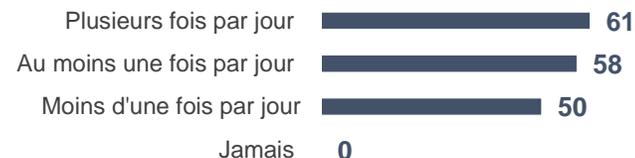
## ... de Youtube



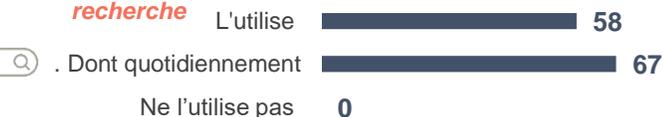
## ... d'Instagram



## ... de TikTok



## ... de TikTok comme moteur de recherche





# FOCUS sur le profil des jeunes qui estiment que la certification d'un compte Tiktok est gage d'expertise

Note de lecture : 59% des proches de La France Insoumise sont dans cette situation



MOYENNE **49**

## Sexe



Hommes **48**  
Femmes **49**

## Age



11-14 ans **47**  
15-17 ans **49**  
18-24 ans **50**

## Statut d'emploi et CSP



INACTIFS **47**  
ACTIFS **54**  
... Cadres et prof. int. sup. **55**  
... Prof. intermédiaires **56**  
... Employés **49**  
... Ouvriers **61**

## Revenu mensuel net par U.C.



Cat. aisée (plus de 2 500 €) **51**  
Classe moyenne (1 300 à 2 500 €) **49**  
Cat. modeste (900 à 1 300 €) **50**  
Cat. pauvre (moins de 900 €) **52**

## Région



Franciliens **57**  
Provinciaux **47**

## Catégorie d'agglomération



Ville-centre **47**  
Banlieue 'aisée' **63**  
Banlieue 'populaire' **46**  
Commune rurales **45**

## Affiliation religieuse



Musulmans **60**  
Protestants\* **50**  
Catholiques **55**  
Athées **42**

## Rapport à la religion

Croyants et religieux **62**  
Croyants mais non religieux **50**  
Athées **42**

## Niveau de scolarisation



NON SCOLARISES **48**  
SCOLARISES **49**  
... Collège **48**  
... Lycée **50**  
... Supérieur **48**

## Education prioritaire

REP **65**  
Non REP **47**

## Niveau perçu de l'établissement



Mauvais **18**  
Moyen **42**  
Plutôt bon **51**  
Très bon **59**

## Proximité partisane actuelle



Symp. LFI **59**  
Symp. EELV **46**  
Symp. PS **43**  
Symp. RENAISS. **49**  
Symp. LR **47**  
Symp. RN **58**

## ...des réseaux soc. de microblogging



Plusieurs fois par jour **51**  
Au moins une fois par jour **50**  
Moins d'une fois par jour **51**  
Jamais **45**

## ... des appli. de messagerie



Plusieurs fois par jour **54**  
Au moins une fois par jour **46**  
Moins d'une fois par jour **48**  
Jamais **37**

## ... de Youtube



Plusieurs fois par jour **50**  
Au moins une fois par jour **45**  
Moins d'une fois par jour **50**  
Jamais **51**

## ... d'Instagram



Plusieurs fois par jour **50**  
Au moins une fois par jour **49**  
Moins d'une fois par jour **53**  
Jamais **35**

## ... de TikTok



Plusieurs fois par jour **51**  
Au moins une fois par jour **54**  
Moins d'une fois par jour **39**  
Jamais **0**

## ... de TikTok comme moteur de recherche



L'utilise **49**  
Dont quotidiennement **61**  
Ne l'utilise pas **0**



# FOCUS sur le profil des jeunes qui estiment que TikTok met en avant des ressources fiables



Note de lecture : 53% des proches de La France Insoumise sont dans cette situation

MOYENNE **45**

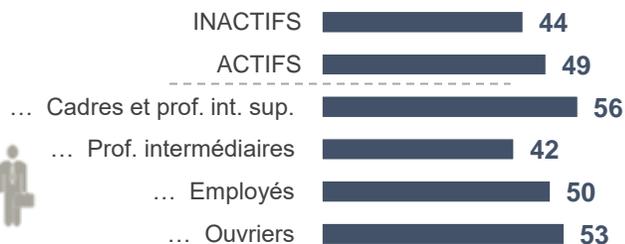
## Sexe



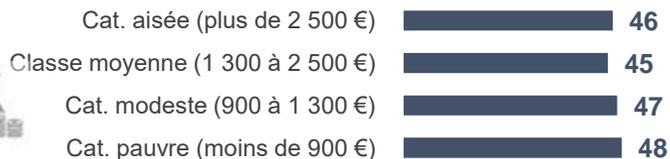
## Age



## Statut d'emploi et CSP



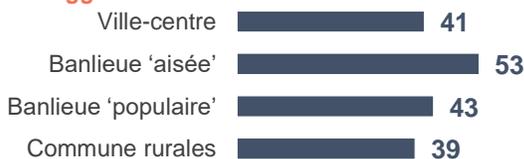
## Revenu mensuel net par U.C.



## Région



## Catégorie d'agglomération



## Affiliation religieuse



## Rapport à la religion



## Niveau de scolarisation



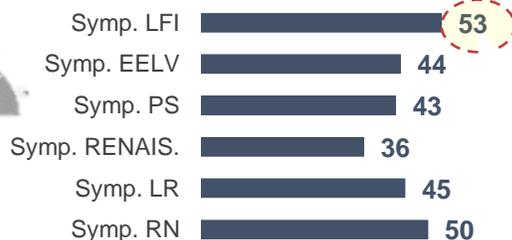
## Education prioritaire



## Niveau perçu de l'établissement



## Proximité partisane actuelle



## ...des réseaux soc. de microblogging



## ... des appli. de messagerie



## ... de Youtube



## ... d'Instagram



## ... de TikTok



## ... de TikTok comme moteur de recherche

