

Le manque d'intérêt pour l'information : un autre défi à relever pour les journalistes

Description

Un tiers (33 %) des personnes interrogées dans huit pays européens déclarent éviter résolument les informations « parfois ou souvent », contre un quart (24 %) en 2017, selon le Digital News Report 2022. Face à l'abondance des contenus accessibles en ligne, certaines personnes décrochent complètement.

Au défaut de crédibilité accordée aux médias, et sans doute pour partie en conséquence, s'ajoute un manque d'intérêt pour l'actualité qui s'exprime en Europe comme ailleurs. Toutes les tranches d'âge sont concernées, les jeunes davantage encore. L'évolution est plus ou moins marquée d'un pays à l'autre, mais le phénomène est mondial : l'intérêt pour l'actualité a fortement chuté en cinq ans dans quarante-six pays, passant des deux tiers (63 %) de la population en 2017 à la moitié (51 %) en 2022, selon le Digital News Report 2022 du Reuters Institute.

« Le défi crucial auquel sont confrontés les médias d'information aujourd'hui est de parvenir à établir une relation avec des personnes qui ont accès à une quantité de contenus en ligne sans précédent, afin de les convaincre de prêter attention aux informations », constatent les auteurs du Digital News Report 2022.

En Europe, deux pays enregistrent un déclin très marqué : l'Espagne, où 85 % des personnes interrogées se déclaraient « très ou extrêmement intéressées » par les informations en 2015, contre seulement 55 % en 2022, et, d'autre part, le Royaume-Uni, où elles étaient 70 % en 2015 contre 43 % en 2022. En Allemagne, la part des personnes fâchées d'informations est tombée de 74 % en 2015 à 57 % en 2022. Le déclin est beaucoup moins marqué en Suède (56 % en 2016 contre 51 % en 2022) ou aux Pays-Bas (57 % en 2015 contre 55 % en 2022) et même absent en Finlande (64 % en 2015 contre 67 % en 2022). Le Reuters Institute note qu'il s'agit là des « pays les plus riches d'Europe occidentale ayant connu moins de troubles politiques et économiques au cours des dernières années ».

La baisse continue et générale de l'audience des médias traditionnels « presse écrite, radio et télévision » n'est pas totalement compensée par la consommation des contenus en ligne. En outre, l'abondance offerte par les médias numériques et les médias sociaux peut être ressentie comme « la fois accablante » et « déconcertante », au point d'entraîner un désintérêt progressif pour l'information. Ce mouvement de

désintéressé se traduit par deux attitudes distinctes, l'une que le Reuters Institute appelle «*l'objectif des nouvelles*», et l'autre, «*la déconnexion*». Dans le premier cas, il s'agit de limiter le temps consacré à l'information ou de sélectionner les nouvelles auxquelles on accepte d'être exposé. En Europe, c'est au Royaume-Uni que l'on rencontre la plus forte proportion de personnes qui déclarent éviter de s'exposer à l'actualité «*parfois ou souvent*» : 46 % en 2022 contre 24 % en 2017. Le Danemark et la Finlande enregistrent, quant à eux, le taux d'évitement le plus faible avec 20 % en 2022.

Part des personnes interrogées qui évitent résolument les informations « parfois ou souvent »

	2017	2022
Royaume-Uni	24%	46%
Irlande	30%	41%
France	29%	36%
Espagne	26%	35%
Italie	28%	34%
Allemagne	24%	29%
Danemark	14%	20%
Finlande	18%	20%

Source : d'après Digital News Report 2022.

À

Pour l'ensemble des pays étudiés (46) par le Reuters Institute, les principales raisons de cet évitement de l'actualité sont la surabondance des sujets politiques et de ceux concernant l'épidémie de Covid-19 (46 % des personnes interrogées) ; l'effet négatif sur leur humeur

(36 % en moyenne et jusqu'à 55 % au R.-U.) ; la fatigue due à une trop grande quantité d'informations (29 %) et le manque de confiance (29 %).

Alors que l'offre d'information explose, notamment sur internet, le manque d'intérêt pour l'actualité touche particulièrement les jeunes : 40 % des 18-24 ans déclarent éviter de s'exposer à l'actualité «*parfois ou souvent*» en 2022, ainsi que 42 % des 25-34 ans. En même temps, seuls 37 % des moins de 35 ans disent avoir confiance dans les médias. Si les jeunes justifient leur «*évitement sélectif*» de l'information par une couverture médiatique excessive de la politique et du Covid-19 (39 %) ou par le besoin d'échapper à la négativité des nouvelles (34 % et jusqu'à 64 % au R.-U.), ils sont également sceptiques envers toute information quelle qu'elle soit et ils ne suivent pas systématiquement l'agenda médiatique. Ce qui signifie, d'une part, que «*les grands médias d'information ne sont pas, par nature, plus appréciés pour leur impartialité*», en conclut le Reuters Institute et, d'autre part, que la confiance des jeunes «*à l'égard des partis pris les pousse parfois à ne pas consommer certaines informations*». Selon le baromètre Kantar-La Croix sur la confiance des Français dans les médias, seuls 38 % des 18-24 ans suivent l'information avec un grand intérêt en 2022 ; ils étaient 63 % en 2017.

Il ne concerne encore qu'un faible pourcentage de la population, le phénomène de désconnexion est pourtant l'autre signal important relevé par l'enquête du Reuters Institute. En Europe, la part de la population qui déclare n'avoir recouru, durant la semaine écoulée, à aucune source d'information «*tous médias confondus, y compris les médias sociaux*» atteint même 9 % au Royaume-Uni en 2022, 8 % en France, 5 % en Allemagne (contre 1 % en 2013), 2 % au Portugal et en Finlande. Les États-Unis, pour leur part, totalisent le plus grand nombre de ces personnes connectées de l'information, passant de 3 % en 2013 à 15 % en 2022.

Ceci pouvant expliquer cela : «*l'information est trop difficile à comprendre pour beaucoup de gens*» observe le rapport de Reuters Institute, désignant à la fois les jeunes et les personnes moins instruites qui affirment avoir des difficultés «*à comprendre le journalisme tel qu'il est pratiqué actuellement*». Au-delà de la complexité du langage employé, ou des connaissances supposées acquises selon les journalistes, le fait de s'informer de façon fragmentée, par les médias sociaux ou le bouche-à-oreille, contribue sans aucun doute à accentuer la difficulté de compréhension d'une information sortie de son contexte «*contexte qui se trouverait en revanche mieux expliqué dans un média dit traditionnel*».

«*Les sujets que les journalistes considèrent comme les plus importants, tels que les crises politiques, les conflits internationaux, la pandémie, les catastrophes climatiques, semblent être ceux qui découragent certaines personnes de s'informer, notamment les plus jeunes et les personnes plus difficiles à atteindre*», constate le Reuters Institute. Sur des événements majeurs de l'actualité comme la pandémie ou la guerre en Ukraine, les médias d'information utilisent de nouveaux formats plus explicatifs, du type questions-réponses, sur leur site web et via les réseaux

sociaux afin d'atteindre le jeune public et les moins instruits. De même le journalisme de solution, qui rend compte de l'actualité à travers ce qui marche au lieu de donner la priorité aux risques et périls ([voir La rem n°32, p.58](#)), est un moyen d'expliquer les choses de manière positive et de donner, éventuellement, l'envie d'endosser ces informations.

Si certains médias sélectionnent davantage de sujets plus légers ou plus appropriés à la vie personnelle, « il y aura une limite à ce que les journalistes peuvent ou doivent faire afin de rendre l'information plus acceptable », conclut le Reuters Institute.

Part des personnes Interrogées pour lesquelles les Informations sont difficiles à comprendre parmi celles qui déclarent éviter les Informations, selon leur âge et en 2022

	Moins de 35 ans	35 ans et plus
France	11%	7%
Espagne	11%	6%
Danemark	11%	3%
Allemagne	10%	4%
Irlande	10%	4%
Finlande	8%	2%
Royaume-Uni	6%	2%
Italie	6%	6%

Source : d'après Digital News Report 2022.

Source :

- Digital News Report 2022, Nic Newman with Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Kirsten Eddy, and Rasmus Kleis Nielsen, Reuters Institute for the Study of Journalism, reutersinstitute.politics.ox.ac.uk, juin 2022.

Categorie

1. Usages

date de publication

22 décembre 2022

Auteur

françoise