

Comment les Français se repèrent-ils face à la désinformation ?

Une étude de la Fondation Descartes et de De Facto
Septembre 2026

Étude conçue et réalisée par Laurent Cordonier & Arnaud Mercier

FONDS DE DOTATION POUR LA CRÉATION DE LA

**FONDATION
DESCARTES** 
Information. Confiance. Démocratie

 **DE FACTO**
Des clés pour mieux s'informer



Cofinancé par
l'Union européenne

Table des matières

RÉSUMÉ.....	2
OBJECTIF ET MÉTHODE	3
RÉSULTATS	4
I. DES FRANÇAIS TRÈS RÉGULIÈREMENT EN CONTACT AVEC L'ACTUALITÉ	4
II. LES MÉDIAS TRADITIONNELS DEMEURENT LE PREMIER REPÈRE SUR L'ACTUALITÉ DES FRANÇAIS	6
III. UN CLIVAGE GÉNÉRATIONNEL MARQUÉ DANS LES PRATIQUES D'INFORMATION	7
IV. LES MÉDIAS TRADITIONNELS CONSERVENT UNE FORTE CRÉDIBILITÉ AUX YEUX DE LA POPULATION.....	9
V. UNE EXPOSITION À LA DÉSINFORMATION PERÇUE COMME FRÉQUENTE	13
VI. LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT FORTEMENT ASSOCIÉS À LA DÉSINFORMATION	14
VII. UNE CONFIANCE VARIABLE DANS SA CAPACITÉ À REPÉRER LES CONTENUS PRODUITS OU MANIPULÉS PAR INTELLIGENCE ARTIFICIELLE	17
VIII. LES STRATÉGIES DE VÉRIFICATION DE L'INFORMATION DES FRANÇAIS.....	20
IX. UN LARGE SOUTIEN DE LA POPULATION À L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION	23
DISCUSSION	26
AUTEURS DE L'ÉTUDE	28
NOTES.....	29

Pour citer cette étude :

Cordonier, L. & Mercier, A. (2026). *Comment les Français se repèrent-ils face à la désinformation ?*
Fondation Descartes et De Facto. <https://www.fondationdescartes.org/2026/09/comment-les-francais-se-reperent-ils-face-a-la-desinformation/>

Résumé

Cette étude, réalisée auprès d'un panel représentatif de 4 000 personnes âgées de 16 ans et plus, analyse la manière dont les Français s'informent sur l'actualité et se repèrent face à la désinformation.

L'enquête montre d'abord que 70,3 % des Français se déclarent très ou assez intéressés par l'actualité et que 83,6 % disent la consulter au moins plusieurs fois par semaine. Parmi les différents canaux d'information, les médias traditionnels restent de loin les plus utilisés : 81 % des Français y ont régulièrement recours, contre 43,4 % pour les réseaux sociaux, 39,9 % pour les médias dits « alternatifs » et 12,5 % pour les outils d'intelligence artificielle (IA).

Les pratiques d'information varient cependant fortement selon l'âge. Parmi les moins de 25 ans, les réseaux sociaux sont utilisés plus régulièrement que les médias traditionnels pour suivre l'actualité, même si ces derniers sont toujours régulièrement consultés par environ six jeunes sur dix. Le recours à l'IA est lui aussi nettement plus fréquent chez les plus jeunes : plus d'un quart des 18-34 ans déclarent l'utiliser régulièrement pour s'informer.

Les médias traditionnels bénéficient du niveau de confiance le plus élevé au sein de la population : 67 % des répondants disent leur faire confiance pour leur fournir une information fiable et de qualité sur l'actualité, contre 29,4 % pour les médias « alternatifs », 17,2 % pour les outils d'IA et 17 % pour les réseaux sociaux. Les réseaux sociaux sont par ailleurs le canal le plus souvent associé à la diffusion de désinformation : 77,7 % des personnes interrogées estiment qu'ils en diffusent très ou assez souvent, contre 57,9 % pour les médias « alternatifs », 46,8 % pour les outils d'IA et 35,9 % pour les médias traditionnels.

Face à une information jugée douteuse ou fausse, 67,5 % des répondants déclarent multiplier les sources pour la vérifier, tandis que près de la moitié consultent au moins occasionnellement des contenus de vérification des faits (« fact-checking ») proposés par les médias traditionnels. Ces pratiques sont sensiblement plus fréquentes parmi les personnes les plus diplômées.

Une part importante des Français estime être en mesure de repérer les contenus produits ou manipulés par IA. Ainsi, 46 % des répondants pensent pouvoir identifier une vidéo truquée ou réalisée par IA, 44,8 % une image de ce type et 32,4 % un faux article écrit par IA. Les 18-34 ans se déclarent nettement plus confiants que les personnes plus âgées dans leur capacité à identifier de tels contenus.

Enfin, 64,6 % des Français estiment que l'éducation aux médias et à l'information devrait être promue auprès de l'ensemble de la population, mais seuls 16,7 % déclarent souhaiter personnellement suivre une telle formation.

Objectif et méthode

Cette étude vise à documenter le rapport des Français à l'actualité et à la désinformation. Elle s'intéresse à la manière dont ils s'informent et évaluent la fiabilité de différents canaux d'information, à la fréquence à laquelle ils pensent être exposés à de la désinformation, mais aussi à leur sentiment d'être ou non capables d'identifier des contenus produits ou manipulés par intelligence artificielle ainsi qu'aux moyens qu'ils utilisent pour vérifier une information douteuse. Elle examine enfin dans quelle mesure ils jugent nécessaire de promouvoir l'éducation aux médias et à l'information.

L'étude repose sur un questionnaire que nous avons élaboré et auquel 4 000 personnes ont répondu en ligne entre le 12 et le 22 septembre 2025. Ces répondants composent un panel représentatif de la population française âgée de 16 ans et plus. La représentativité du panel porte sur le genre, l'âge, le statut d'activité, la taille d'agglomération et la région de résidence. L'institut Viavoice ¹ a constitué le panel et lui a adressé notre questionnaire.

Nous avons procédé à l'analyse des données brutes issues du questionnaire à l'aide du langage de programmation statistique R, dans l'environnement RStudio. Les pourcentages présentés dans ce rapport ont été calculés après redressement du panel selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus. Tous les tests statistiques que nous avons effectués tiennent également compte de ce redressement.

Cette étude a été financée par la Fondation Descartes ² et De Facto ³, un consortium de journalistes, de chercheurs et de professionnels de l'éducation aux médias et à l'information. De Facto est porté scientifiquement par le CARISM ⁴, laboratoire de recherche en information-communication de l'université Paris-Panthéon-Assas, et est cofinancé par l'Union européenne dans le cadre du contrat 101158653.

Résultats

I. Des Français très régulièrement en contact avec l’actualité

Les Français manifestent dans l’ensemble un vif intérêt pour l’actualité. Comme le montre la **Figure 1**, sept répondants sur dix se déclarent très ou assez intéressés par l’information sur l’actualité. Ce niveau est très proche de celui mesuré dans l’édition 2026 du Baromètre du journal La Croix sur la confiance des Français dans les médias.⁵

L’intérêt des Français pour l’actualité n’est toutefois pas également réparti au sein de la population. Comme nous le constatons dans notre enquête, il est particulièrement élevé parmi les personnes âgées de 65 ans et plus ainsi que parmi les plus diplômées. Les hommes déclarent également plus souvent que les femmes être très ou assez intéressés par l’actualité (**Tableau 1**).

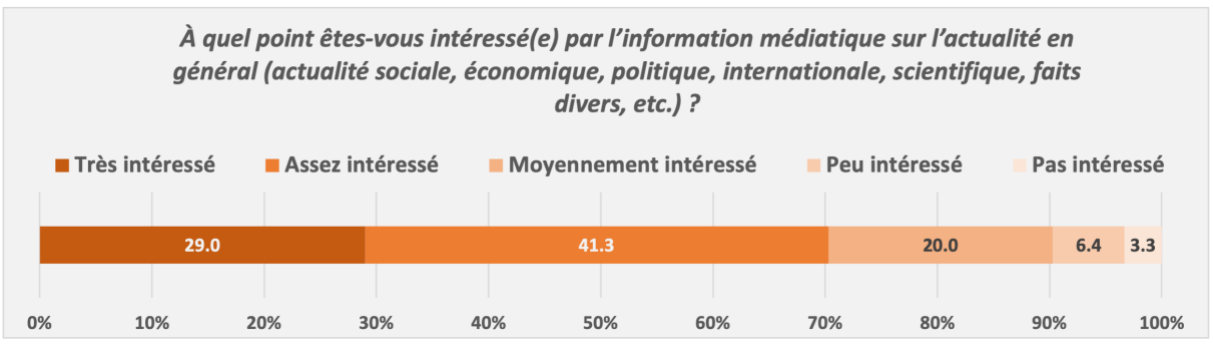


FIGURE 1 – Intérêt des Français pour l’information

Note. Pourcentages calculés sur l’échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

TABLEAU 1 – Intérêt pour l’information selon l’âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Très ou assez intéressé (%)
Ensemble	4000	70,3
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	58,0
18-24 ans	410	65,3
25-34 ans	593	68,1
35-49 ans	917	67,2
50-64 ans	964	67,9
65 ans et plus	1023	79,6 ↑***
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	62,7 ↓***
Bac	1027	66,2 ↓**
Bac +2/+3	1218	73,5 ↑**
Bac +4/+5 ou supérieur	745	81,4 ↑***

Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	77,8 ↑***
Femmes	2109	63,4 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

Cet intérêt s'accompagne d'une consultation très régulière de l'information. Plus de huit répondants sur dix déclarent ainsi consulter l'actualité au moins plusieurs fois par semaine, et environ 60 % du panel affirme même le faire tous les jours ou presque (**Figure 2**).

Ici encore, l'âge distingue nettement les pratiques. La consultation régulière de l'information augmente avec l'âge. Ainsi, 95 % des 65 ans et plus déclarent consulter l'actualité au moins plusieurs fois par semaine, soit près de vingt-cinq points de pourcentage de plus que les 16-17 ans et les 18-24 ans. La consultation de l'information est également plus fréquente parmi les personnes les plus diplômées et parmi les hommes (**Tableau 2**). Ces différences sociodémographiques rejoignent celles observées dans d'autres enquêtes menées en France.⁶

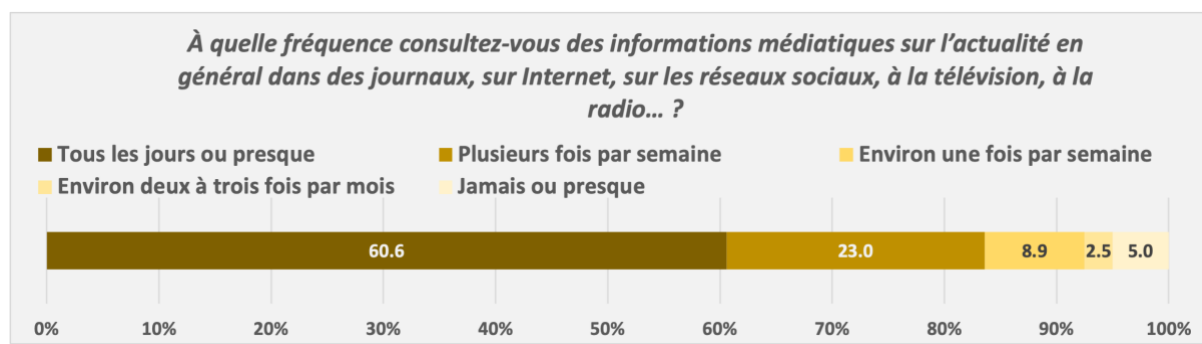


FIGURE 2 – Fréquence de consultation de l'information

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

TABEAU 2 – Fréquence de consultation de l'information selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Au moins plusieurs fois par semaine (%)
Ensemble	4000	83,6
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	70,6 ↓*
18-24 ans	410	70,6 ↓***
25-34 ans	593	77,2 ↓***
35-49 ans	917	79,1 ↓***
50-64 ans	964	86,2 ↑*
65 ans et plus	1023	95,0 ↑***
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	79,8 ↓**
Bac	1027	80,4 ↓**
Bac +2/+3	1218	86,0 ↑**
Bac +4/+5 ou supérieur	745	89,4 ↑***

Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	88,1 ↑***
Femmes	2109	79,4 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

II. Les médias traditionnels demeurent le premier repère sur l'actualité des Français

Les différents canaux disponibles pour s'informer n'occupent pas la même place dans les pratiques des Français. Comme le montre la **Figure 3**, les médias traditionnels⁷ restent de loin les plus utilisés : 81 % des répondants disent les consulter au moins plusieurs fois par semaine. Les réseaux sociaux et les médias « alternatifs »⁸ arrivent loin derrière, avec respectivement 43,4 % et 39,9 % d'utilisateurs réguliers.

Les intelligences artificielles (IA) demeurent, à ce stade, un canal d'information beaucoup plus marginal : seuls 12,5 % des répondants déclarent les utiliser au moins plusieurs fois par semaine pour s'informer sur l'actualité.

Leur usage pourrait néanmoins augmenter rapidement, compte tenu de l'intégration croissante de fonctions d'IA générative dans les moteurs de recherche et les plateformes numériques. Cette évolution est susceptible de modifier la manière dont les internautes accèdent à l'information, en leur fournissant directement des réponses qui peuvent les dispenser de consulter les sites vers lesquels ils se seraient auparavant tournés.

Aux États-Unis, une étude du *Pew Research Center* a ainsi montré que, lorsqu'un résumé généré par IA apparaît dans les résultats d'une recherche Google, les utilisateurs cliquent presque deux fois moins souvent sur les liens vers des sites web proposés par le moteur de recherche.⁹

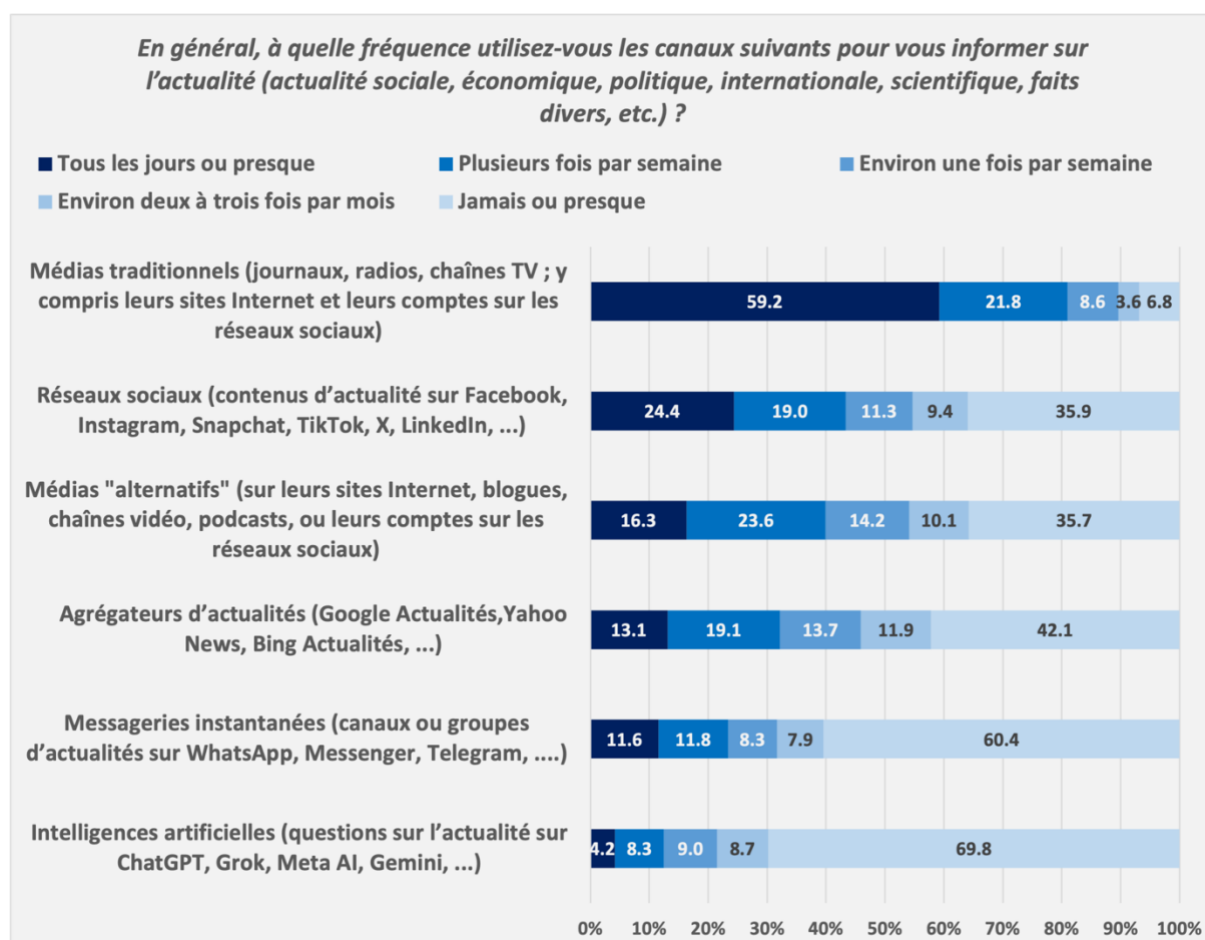


FIGURE 3 – Canaux utilisés pour s'informer

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

III. Un clivage générationnel marqué dans les pratiques d'information

Les pratiques d'information des Français présentent de fortes différences générationnelles. L'utilisation régulière des médias traditionnels augmente ainsi fortement avec l'âge. Elle concerne près de 95 % des 65 ans et plus, contre environ 60 % des moins de 25 ans (**Tableau 3**).

Le rapport s'inverse pour les réseaux sociaux. Si ceux-ci sont utilisés régulièrement pour s'informer par environ deux tiers des moins de 25 ans, ils ne le sont que par un peu plus d'un quart des 65 ans et plus (**Tableau 4**).

Le même contraste apparaît pour les outils d'intelligence artificielle : leur usage régulier pour s'informer sur l'actualité concerne plus d'un quart des 18-34 ans, contre 3 % environ des 65 ans et plus (**Tableau 5**).

TABEAU 3 – Utilisation régulière (au moins plusieurs fois par semaine) des médias traditionnels selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Utilise régulièrement les médias traditionnels (%)
Ensemble	4000	81,0
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	60,8 ↓***
18-24 ans	410	59,8 ↓***
25-34 ans	593	70,3 ↓***
35-49 ans	917	78,1 ↓*
50-64 ans	964	86,8 ↑***
65 ans et plus	1023	94,6 ↑***
Diplôme (p = 0,019)		
Inférieur au bac	1010	79,3
Bac	1027	78,9
Bac +2/+3	1218	83,1
Bac +4/+5 ou supérieur	745	83,0
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	84,6 ↑***
Femmes	2109	77,8 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABEAU 4 – Utilisation régulière (au moins plusieurs fois par semaine) des réseaux sociaux pour s'informer selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Utilise régulièrement les réseaux sociaux pour s'informer (%)
Ensemble	4000	43,4
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	66,0 ↑***
18-24 ans	410	68,0 ↑***
25-34 ans	593	61,5 ↑***
35-49 ans	917	45,3
50-64 ans	964	35,6 ↓***
65 ans et plus	1023	26,8 ↓***
Diplôme (p = 0,731)		
Inférieur au bac	1010	43,8
Bac	1027	42,1
Bac +2/+3	1218	43,3
Bac +4/+5 ou supérieur	745	44,7
Genre (p = 0,039)		
Hommes	1891	41,7 ↓*
Femmes	2109	44,9 ↑*

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABEAU 5 – Utilisation régulière (au moins plusieurs fois par semaine) des intelligences artificielles pour s’informer selon l’âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Utilise régulièrement les IA pour s’informer (%)
Ensemble	4000	12,5
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	20,7
18-24 ans	410	26,6 ↑***
25-34 ans	593	26,9 ↑***
35-49 ans	917	13,4
50-64 ans	964	6,4 ↓***
65 ans et plus	1023	3,2 ↓***
Diplôme (p = 0,002)		
Inférieur au bac	1010	10,2 ↓*
Bac	1027	12,4
Bac +2/+3	1218	12,1
Bac +4/+5 ou supérieur	745	16,5 ↑**
Genre (p = 0,004)		
Hommes	1891	14,1 ↑**
Femmes	2109	11,1 ↓**

Note. Les pourcentages sont calculés sur l’échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d’indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l’existence d’une différence globale selon l’âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

IV. Les médias traditionnels conservent une forte crédibilité aux yeux de la population

Après avoir examiné les canaux utilisés par les répondants pour s’informer, nous leur avons demandé dans quelle mesure ils faisaient confiance à chacun d’entre eux pour leur fournir une information fiable et de qualité sur l’actualité.

Comme le montre la **Figure 4**, 67 % des répondants déclarent faire confiance aux médias traditionnels, contre 29,4 % aux médias « alternatifs », 17,2 % aux outils d’intelligence artificielle et 17 % aux réseaux sociaux. Les médias traditionnels bénéficient ainsi de la confiance de plus de deux tiers de la population, tandis que les autres canaux inspirent une confiance beaucoup plus faible.

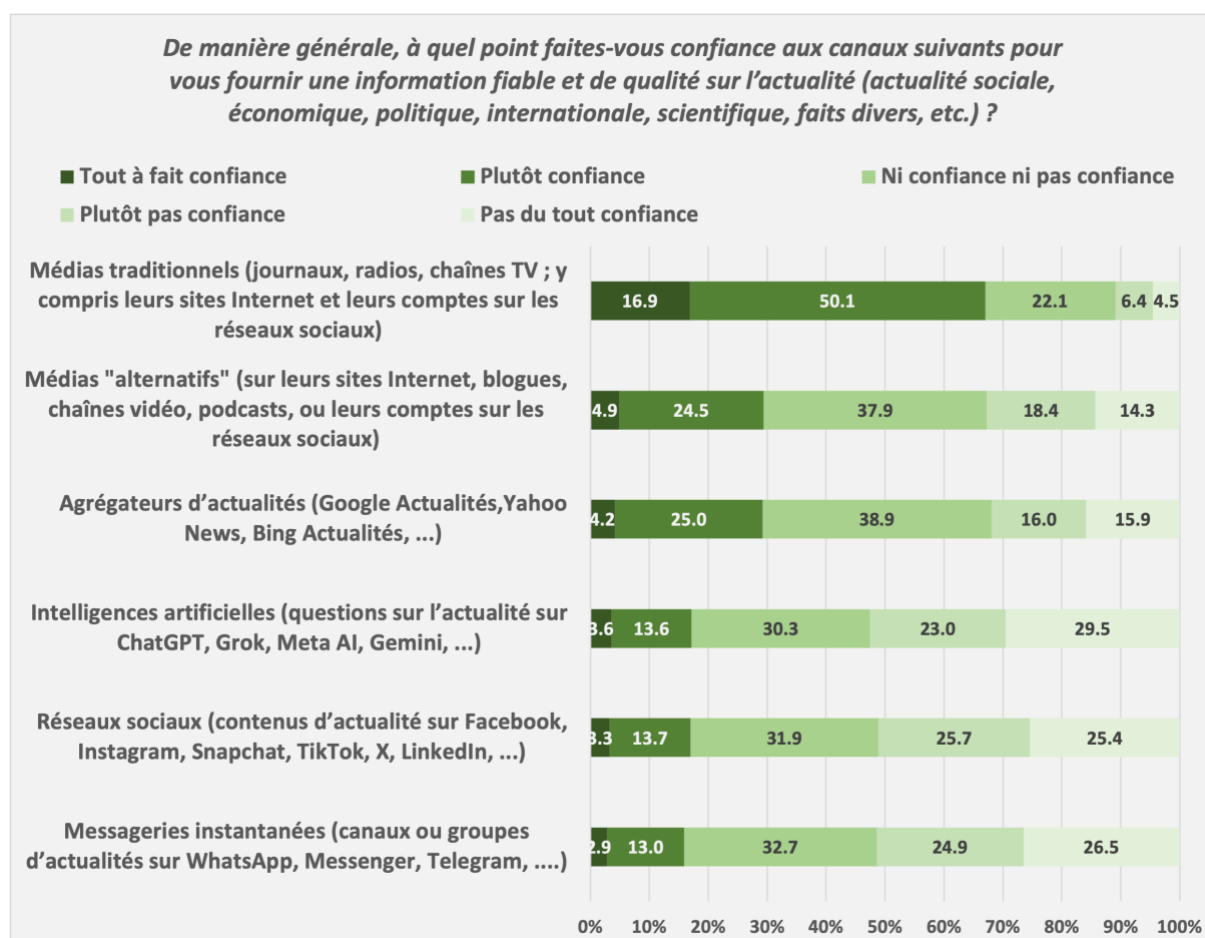


FIGURE 4 – Confiance dans les canaux d'information

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

La confiance accordée aux médias traditionnels varie sensiblement selon l'âge (**Tableau 6**). Elle est la plus faible chez les 25-34 ans (58,7 %) et la plus élevée chez les 65 ans et plus (75,8 %). Elle demeure toutefois largement majoritaire dans toutes les classes d'âge.

Pour les réseaux sociaux comme pour les outils d'intelligence artificielle, la confiance de la population est nettement plus élevée parmi les moins de 35 ans et chute fortement à partir de 50 ans. Elle reste néanmoins très inférieure à celle accordée aux médias traditionnels dans toutes les classes d'âge (**Tableaux 7 et 8**).

TABEAU 6 – Confiance dans les médias traditionnels selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Fait confiance aux médias traditionnels (%)
Ensemble	4000	67,0
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	71,7
18-24 ans	410	63,4
25-34 ans	593	58,7 ↓***
35-49 ans	917	64,2
50-64 ans	964	66,1
65 ans et plus	1023	75,8 ↑***

Diplôme (p = 0,126)		
Inférieur au bac	1010	65,8
Bac	1027	65,7
Bac +2/+3	1218	66,9
Bac +4/+5 ou supérieur	745	70,6
Genre (p = 0,005)		
Hommes	1891	69,2 ↑**
Femmes	2109	65,0 ↓**

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABEAU 7 – Confiance dans les réseaux sociaux selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Fait confiance aux réseaux sociaux (%)
Ensemble	4000	17,0
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	28,8 ↑*
18-24 ans	410	34,7 ↑***
25-34 ans	593	30,9 ↑***
35-49 ans	917	19,6 ↑*
50-64 ans	964	9,7 ↓***
65 ans et plus	1023	5,7 ↓***
Diplôme (p = 0,799)		
Inférieur au bac	1010	16,0
Bac	1027	17,6
Bac +2/+3	1218	17,3
Bac +4/+5 ou supérieur	745	17,0
Genre (p = 0,212)		
Hommes	1891	17,8
Femmes	2109	16,3

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABEAU 8 – Confiance dans les intelligences artificielles selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Fait confiance aux intelligences artificielles (%)
Ensemble	4000	17,2
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	28,4 ↑*
18-24 ans	410	35,0 ↑***
25-34 ans	593	31,3 ↑***
35-49 ans	917	20,8 ↑**
50-64 ans	964	8,2 ↓***
65 ans et plus	1023	6,3 ↓***
Diplôme (p = 0,079)		
Inférieur au bac	1010	15,1

Bac	1027	18,3
Bac +2/+3	1218	16,5
Bac +4/+5 ou supérieur	745	19,5
Genre (p = 0,218)		
Hommes	1891	18,0
Femmes	2109	16,5

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

Afin de compléter cette mesure générale de la confiance, nous avons également demandé aux répondants quels canaux ils considéraient comme les plus appropriés pour obtenir une information fiable et de qualité, en opposant directement les médias traditionnels aux médias « alternatifs » et aux réseaux sociaux. Dans les deux cas, les médias traditionnels sont très largement privilégiés : 66,7 % des répondants les choisissent face aux médias « alternatifs » (**Figure 5**) et 71,3 % face aux réseaux sociaux (**Figure 6**).

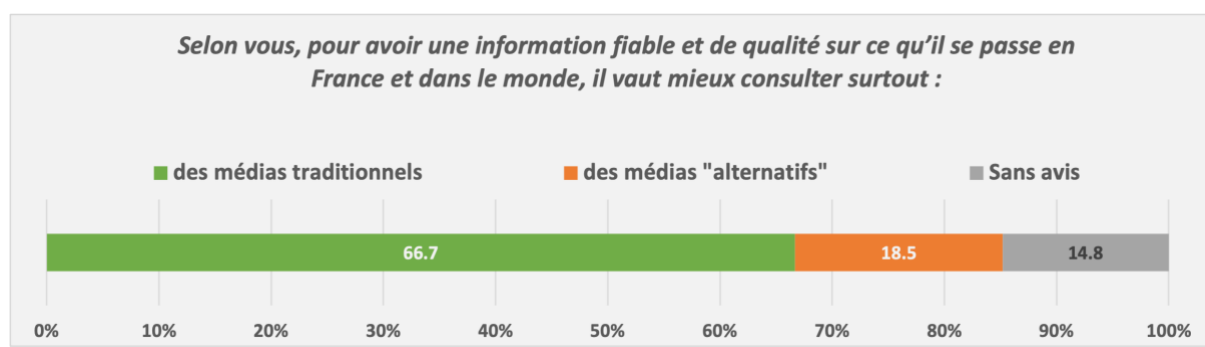


FIGURE 5 – Fiabilité des médias traditionnels versus « alternatifs »

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

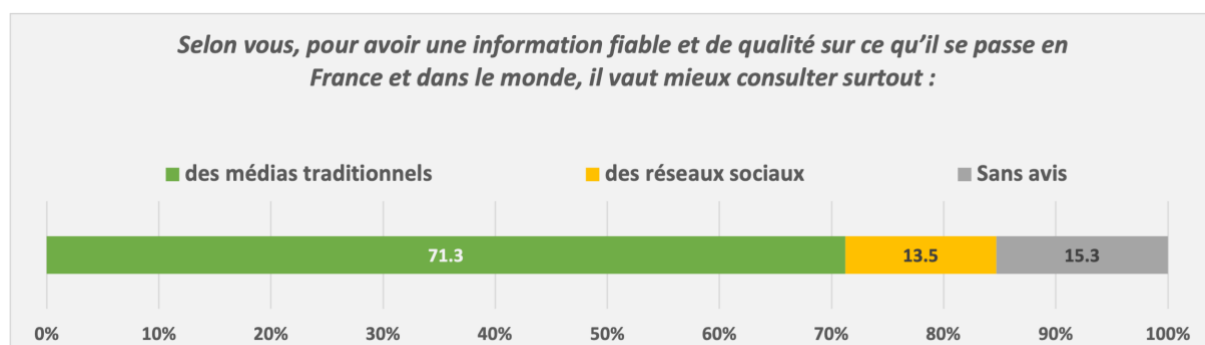


FIGURE 6 – Fiabilité des médias traditionnels versus des réseaux sociaux

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

Les médias traditionnels apparaissent ainsi comme le principal repère informationnel des Français. En effet, ils restent le canal le plus fréquemment utilisé, bénéficiant de loin du niveau

de confiance le plus élevé et sont nettement privilégiés lorsqu'ils sont directement mis en concurrence avec d'autres sources pour obtenir une information fiable et de qualité.

Cela n'empêche toutefois pas plus d'un tiers des Français d'estimer que les médias traditionnels diffusent assez ou très souvent de la désinformation, comme nous le verrons plus loin dans l'étude (**Figure 8**).

V. Une exposition à la désinformation perçue comme fréquente

Le sentiment d'être exposé à de la désinformation est répandu au sein de la population. Près de la moitié des répondants (47,7 %) estime y être confrontée au moins plusieurs fois par semaine et 61,4 % pensent en rencontrer au moins une fois par semaine (**Figure 7**). Seuls 8,1 % déclarent n'y être jamais ou presque exposés.

Cette forte perception de l'exposition à la désinformation n'est pas nouvelle. En 2018, un Eurobaromètre indiquait déjà que 75 % des Français estimaient rencontrer au moins une fois par semaine des informations qu'ils jugeaient fausses ou déformant la réalité.¹⁰

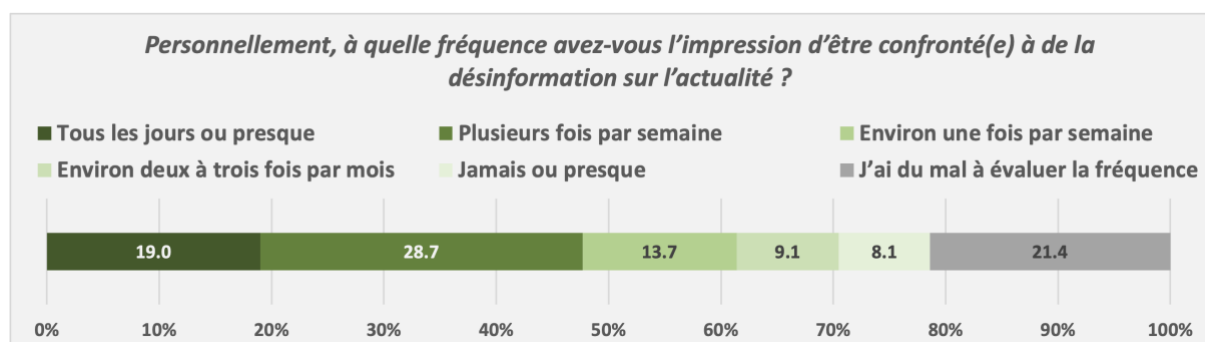


FIGURE 7 – Fréquence perçue d'exposition à de la désinformation

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

L'impression d'exposition à la désinformation varie au sein de la population. Elle est particulièrement forte chez les 25-34 ans, parmi les personnes ayant suivi des études supérieures et parmi les hommes (**Tableau 9**). Soulignons qu'il s'agit uniquement là de différences de perception. L'enquête mesure la fréquence à laquelle les répondants pensent rencontrer de la désinformation, et non leur exposition effective à des contenus qui auraient été objectivement identifiés comme faux ou trompeurs.

La **Figure 7** met d'ailleurs en évidence une autre dimension importante. Plus d'un répondant sur cinq (21,4 %) déclare avoir du mal à évaluer la fréquence à laquelle il rencontre de la désinformation. Une forte perception du phénomène coexiste donc avec une incertitude non négligeable quant à la fréquence de cette exposition.

TABEAU 9 – Impression d’être fréquemment confronté à la désinformation selon l’âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Confronté à la désinformation au moins plusieurs fois par semaine (%)
Ensemble	4000	47,7
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	42,1
18-24 ans	410	47,9
25-34 ans	593	55,6 ↑***
35-49 ans	917	48,9
50-64 ans	964	46,4
65 ans et plus	1023	43,9 ↓*
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	42,8 ↓**
Bac	1027	45,3
Bac +2/+3	1218	51,5 ↑**
Bac +4/+5 ou supérieur	745	51,4
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	52,2 ↑***
Femmes	2109	43,5 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l’échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d’indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l’existence d’une différence globale selon l’âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

VI. Les réseaux sociaux sont fortement associés à la désinformation

Les Français ne considèrent pas que tous les canaux contribuent de la même manière à la diffusion de désinformation. La hiérarchie qui ressort de la **Figure 8** est très nette. Les réseaux sociaux arrivent largement en tête : 77,7 % des personnes interrogées estiment qu’ils diffusent très ou assez souvent de la désinformation. Ils sont suivis des médias « alternatifs » (57,9 %), puis des intelligences artificielles (46,8 %).

Les médias traditionnels sont les moins souvent associés à la diffusion de désinformation. Il reste toutefois notable que plus d’un tiers des répondants (35,9 %) estiment qu’ils en diffusent très ou assez souvent, alors qu’ils sont par ailleurs largement privilégiés lorsqu’il s’agit d’obtenir une information jugée fiable.

L’intelligence artificielle se distingue par l’incertitude qu’elle suscite. Près d’un tiers des répondants ne sait pas évaluer la fréquence à laquelle les IA diffusent de la désinformation, une proportion nettement supérieure à celle observée pour les autres canaux. L’IA apparaît ainsi comme un objet associé au risque de désinformation, mais encore difficile à situer pour une partie importante du public.

Cette question revêt d'autant plus d'importance que des tentatives visant à manipuler les réponses des grands modèles de langage ont déjà été documentées. L'*American Sunlight Project* désigne sous le terme de « LLM grooming » la production et la duplication massives de contenus trompeurs en ligne dans le but d'influencer les réponses générées par les intelligences artificielles. L'organisation prend notamment pour exemple le réseau pro-russe Pravda, qui publie plusieurs millions de contenus par an et dont certains ont ensuite été repris ou cités dans des réponses générées par des outils d'intelligence artificielle.¹¹

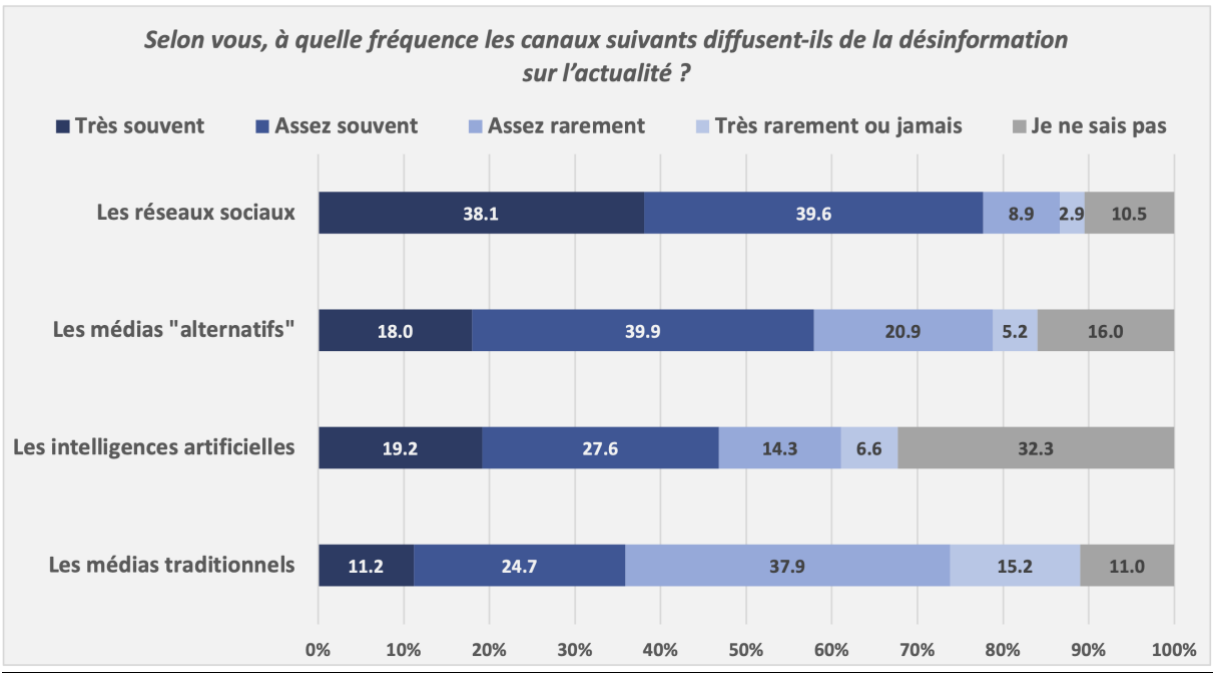


FIGURE 8 – Perception de la diffusion de désinformation par différents canaux

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

Le sentiment selon lequel les réseaux sociaux diffusent fréquemment de la désinformation varie peu selon l'âge (**Tableau 10**). Il est en revanche plus répandu parmi les personnes les plus diplômées. Une tendance similaire apparaît pour l'intelligence artificielle (**Tableau 11**). Pour les médias traditionnels, les écarts sont surtout générationnels : les 25-34 ans leur attribuent plus fréquemment la diffusion de désinformation, à l'inverse des 65 ans et plus (**Tableau 12**).

TABLEAU 10 – Perception de la diffusion de désinformation par les réseaux sociaux selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Estime que les réseaux sociaux diffusent souvent de la désinformation (%)
Ensemble	4000	77,7
Âge (p = 0,422)		
16-17 ans	93	82,0
18-24 ans	410	76,0
25-34 ans	593	80,0

35-49 ans	917	76,0
50-64 ans	964	77,5
65 ans et plus	1023	78,2
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	69,2 ↓***
Bac	1027	75,4
Bac +2/+3	1218	82,3 ↑***
Bac +4/+5 ou supérieur	745	85,0 ↑***
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	80,7 ↑***
Femmes	2109	74,9 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABEAU 11 – Perception de la diffusion de désinformation par les intelligences artificielles selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Estime que les IA diffusent souvent de la désinformation (%)
Ensemble	4000	46,8
Âge (p = 0,321)		
16-17 ans	93	49,3
18-24 ans	410	52,0
25-34 ans	593	45,5
35-49 ans	917	46,9
50-64 ans	964	46,7
65 ans et plus	1023	45,1
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	42,5 ↓**
Bac	1027	43,6 ↓*
Bac +2/+3	1218	49,4 ↑*
Bac +4/+5 ou supérieur	745	52,7 ↑**
Genre (p = 0,268)		
Hommes	1891	47,7
Femmes	2109	45,9

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABEAU 12 – Perception de la diffusion de désinformation par les médias traditionnels selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Estime que les médias traditionnels diffusent souvent de la désinformation (%)
Ensemble	4000	35,9
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	29,1

18-24 ans	410	41,0
25-34 ans	593	45,6 ↑***
35-49 ans	917	38,4
50-64 ans	964	34,3
65 ans et plus	1023	28,6 ↓***
Diplôme (p = 0,047)		
Inférieur au bac	1010	35,8
Bac	1027	36,8
Bac +2/+3	1218	37,8
Bac +4/+5 ou supérieur	745	31,6 ↓*
Genre (p = 0,274)		
Hommes	1891	36,7
Femmes	2109	35,1

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

VII. Une confiance variable dans sa capacité à repérer les contenus produits ou manipulés par intelligence artificielle

Dans notre enquête, nous avons également demandé aux répondants d'estimer leur capacité à détecter différents types de contenus produits ou manipulés par intelligence artificielle (IA). Comme le montre la **Figure 9**, moins de la moitié d'entre eux se dit tout à fait ou plutôt capable de repérer une vidéo truquée ou réalisée par IA (46,0 %) ou une image de ce type (44,8 %). Le sentiment de compétence est encore plus faible pour les faux articles écrits par IA, qu'un tiers seulement (32,4 %) des répondants pense pouvoir détecter.

Les écarts selon l'âge sont ici particulièrement importants. Pour les vidéos comme pour les images, les 18-34 ans déclarent nettement plus souvent se sentir capables de détecter des contenus produits ou manipulés par IA que les personnes plus âgées (**Tableaux 13 et 14**).

Une tendance comparable apparaît pour les articles générés par IA, même si les niveaux de confiance sont plus faibles dans toutes les classes d'âge (**Tableau 15**).

Les hommes se déclarent par ailleurs systématiquement plus confiants que les femmes dans leur capacité à détecter des contenus générés ou manipulés par IA. Des différences selon le diplôme apparaissent également, mais elles sont moins marquées que les écarts d'âge (**Tableaux 13 à 15**).

Ces résultats doivent être interprétés avec prudence : ils mesurent un sentiment de compétence, et non la capacité effective des répondants à identifier des contenus produits ou manipulés par IA. Une confiance élevée dans ses propres capacités pourrait d'ailleurs, dans

certains cas, constituer un facteur de vulnérabilité si elle conduit à relâcher sa vigilance ou à moins recourir à des moyens de vérification.

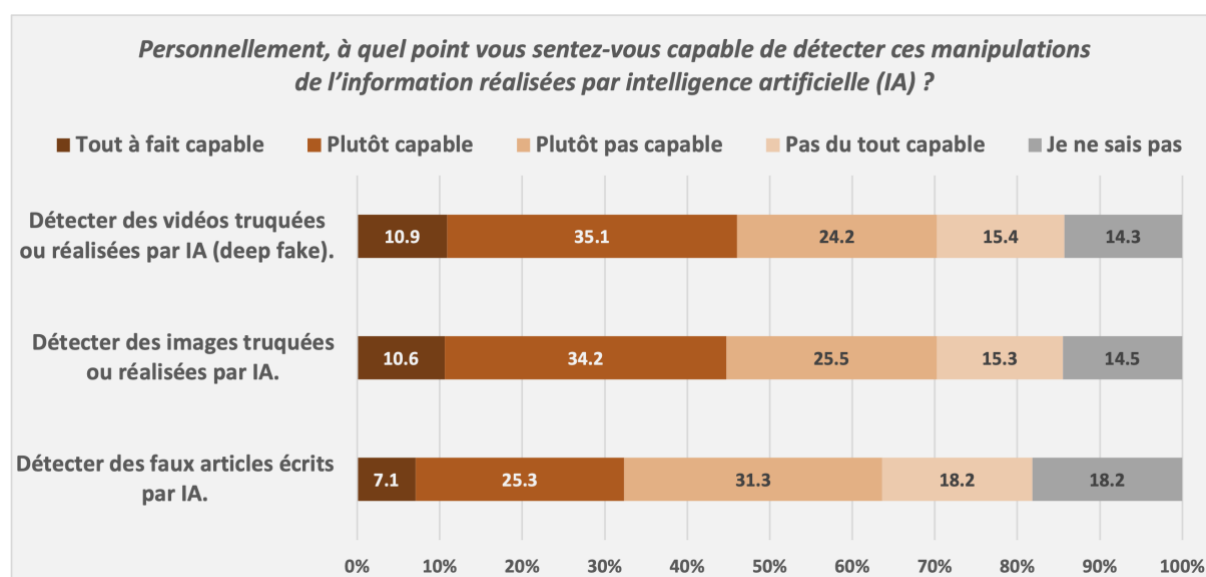


FIGURE 9 – Capacité déclarée à détecter des manipulations de l'information réalisées par intelligence artificielle (IA)

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

TABLEAU 13 – Capacité déclarée à détecter des vidéos truquées ou réalisées par IA selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Se sent capable de détecter des vidéos truquées ou réalisées par IA (%)
Ensemble	4000	46,0
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	60,6 ↑**
18-24 ans	410	69,5 ↑***
25-34 ans	593	61,6 ↑***
35-49 ans	917	51,9 ↑***
50-64 ans	964	40,6 ↓***
65 ans et plus	1023	26,6 ↓***
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	41,0 ↓***
Bac	1027	44,3
Bac +2/+3	1218	49,4 ↑*
Bac +4/+5 ou supérieur	745	49,9 ↑*
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	51,7 ↑***
Femmes	2109	40,8 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. La modalité « Je ne sais pas » est conservée dans le dénominateur. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABEAU 14 – Capacité déclarée à détecter des images truquées ou réalisées par IA selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Se sent capable de détecter des images truquées ou réalisées par IA (%)
Ensemble	4000	44,8
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	55,9 ↑*
18-24 ans	410	65,2 ↑***
25-34 ans	593	63,0 ↑***
35-49 ans	917	51,3 ↑***
50-64 ans	964	38,3 ↓***
65 ans et plus	1023	25,6 ↓***
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	38,3 ↓***
Bac	1027	44,6
Bac +2/+3	1218	47,8 ↑*
Bac +4/+5 ou supérieur	745	48,8 ↑*
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	48,7 ↑***
Femmes	2109	41,1 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. La modalité « Je ne sais pas » est conservée dans le dénominateur. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABEAU 15 – Capacité déclarée à détecter des faux articles écrits par IA selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Se sent capable de détecter les faux articles écrits par IA (%)
Ensemble	4000	32,4
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	36,6
18-24 ans	410	38,9 ↑*
25-34 ans	593	42,9 ↑***
35-49 ans	917	37,3 ↑**
50-64 ans	964	31,3
65 ans et plus	1023	20,3 ↓***
Diplôme (p = 0,008)		
Inférieur au bac	1010	29,0 ↓*
Bac	1027	31,0
Bac +2/+3	1218	34,8
Bac +4/+5 ou supérieur	745	35,1
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	38,5 ↑***
Femmes	2109	26,8 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. La modalité « Je ne sais pas » est conservée dans le dénominateur. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test

d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

VIII. Les stratégies de vérification de l'information des Français

Face à une information considérée comme douteuse ou fausse, le réflexe le plus fréquent des Français consiste à multiplier les sources pour la vérifier. Environ deux tiers des répondants déclarent le faire souvent ou parfois (**Figure 10**). La deuxième démarche la plus répandue consiste à solliciter l'avis de proches de confiance, ce que près de deux tiers des répondants affirment également faire au moins parfois.

Les médias traditionnels occupent une place particulière dans les pratiques de vérification de l'information. Plus de la moitié des répondants (56,3 %) déclarent vérifier souvent ou parfois dans des médias traditionnels une information rencontrée dans un média « alternatif ». Près de la moitié consulte également, au moins parfois, des contenus de vérification des faits (« fact-checking ») proposés par des médias traditionnels.

Certaines méthodes de vérification sont moins fréquemment utilisées : 31 % des répondants déclarent recourir au moins parfois à la recherche inversée d'images et 20 % à une IA pour vérifier une information.

Le recours à l'IA comme outil de vérification est d'ailleurs très fortement lié à l'âge. Il concerne environ 40 % des 18-24 ans, contre seulement 6 % des 65 ans et plus (**Tableau 18**).

Les pratiques plus classiques de vérification, comme la multiplication des sources ou la consultation des contenus de fact-checking, sont nettement plus répandues parmi les personnes les plus diplômées (**Tableaux 16 et 17**). Par exemple, la consultation régulière ou occasionnelle de contenus de fact-checking passe de 40,5 % parmi les personnes ayant un niveau de diplôme inférieur au baccalauréat à 61,1 % parmi celles disposant d'un diplôme de niveau bac +4/+5 ou supérieur.

Les hommes déclarent également plus souvent que les femmes recourir à la multiplication des sources, au fact-checking et à l'IA comme outil de vérification.

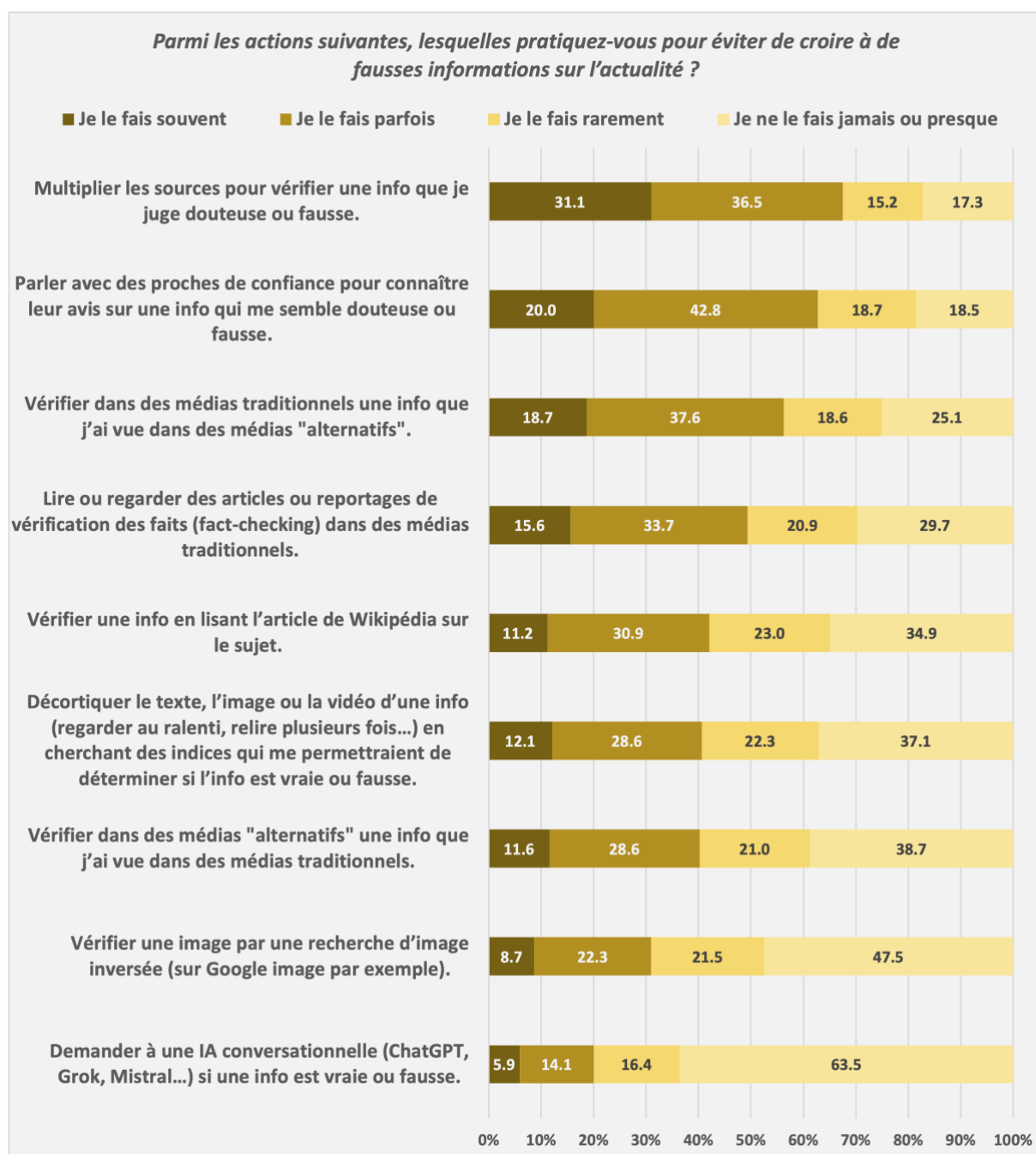


FIGURE 10 – Actions déclarées pour éviter de croire à de fausses informations sur l'actualité

Note. Pourcentages calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

TABLEAU 16 – Multiplication des sources pour vérifier une information jugée douteuse ou fausse selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Multiplie souvent ou parfois les sources (%)
Ensemble	4000	67,5
Âge (p = 0,002)		
16-17 ans	93	72,1
18-24 ans	410	68,5
25-34 ans	593	73,9 ↑**
35-49 ans	917	68,7
50-64 ans	964	64,4

65 ans et plus	1023	65,0
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	57,0 ↓***
Bac	1027	64,0 ↓**
Bac +2/+3	1218	72,8 ↑***
Bac +4/+5 ou supérieur	745	78,6 ↑***
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	72,4 ↑***
Femmes	2109	63,1 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABLEAU 17 – Consultation de contenus de vérification des faits dans les médias traditionnels selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Consulte souvent ou parfois des contenus de vérification des faits dans les médias traditionnels (%)
Ensemble	4000	49,3
Âge (p = 0,002)		
16-17 ans	93	53,8
18-24 ans	410	52,2
25-34 ans	593	56,6 ↑***
35-49 ans	917	48,8
50-64 ans	964	47,0
65 ans et plus	1023	46,3
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	40,5 ↓***
Bac	1027	44,3 ↓***
Bac +2/+3	1218	54,0 ↑***
Bac +4/+5 ou supérieur	745	61,1 ↑***
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	54,8 ↑***
Femmes	2109	44,3 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABLEAU 18 – Recours à une IA conversationnelle pour vérifier une information selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Demande souvent ou parfois à une IA de vérifier une information (%)
Ensemble	4000	20,0
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	34,5 ↑**
18-24 ans	410	40,2 ↑***
25-34 ans	593	35,7 ↑***

35-49 ans	917	22,1
50-64 ans	964	13,9 ↓***
65 ans et plus	1023	6,0 ↓***
Diplôme (p = 0,111)		
Inférieur au bac	1010	17,5
Bac	1027	21,7
Bac +2/+3	1218	20,6
Bac +4/+5 ou supérieur	745	20,4
Genre (p < 0,001)		
Hommes	1891	22,5 ↑***
Femmes	2109	17,8 ↓***

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

IX. Un large soutien de la population à l'éducation aux médias et à l'information

Nous avons finalement demandé aux répondants s'ils jugeaient nécessaire de promouvoir l'éducation aux médias et à l'information afin de mieux armer la population contre les risques de désinformation.

Comme le montre la **Figure 11**, 64,6 % des répondants estiment que l'éducation aux médias et à l'information devrait être promue pour tout le monde. Une part plus réduite des répondants juge qu'elle est particulièrement nécessaire pour les jeunes (29,5 %) ou pour les seniors (18,6 %).

À l'inverse, peu de répondants remettent en cause le principe même d'une telle éducation : 9,7 % estiment qu'elle comporte un risque d'influence ou d'orientation de la part des formateurs, 8 % pensent qu'elle ne sert à rien et 2,8 % considèrent que la désinformation n'est pas un problème suffisamment grave pour justifier une éducation aux médias et à l'information.

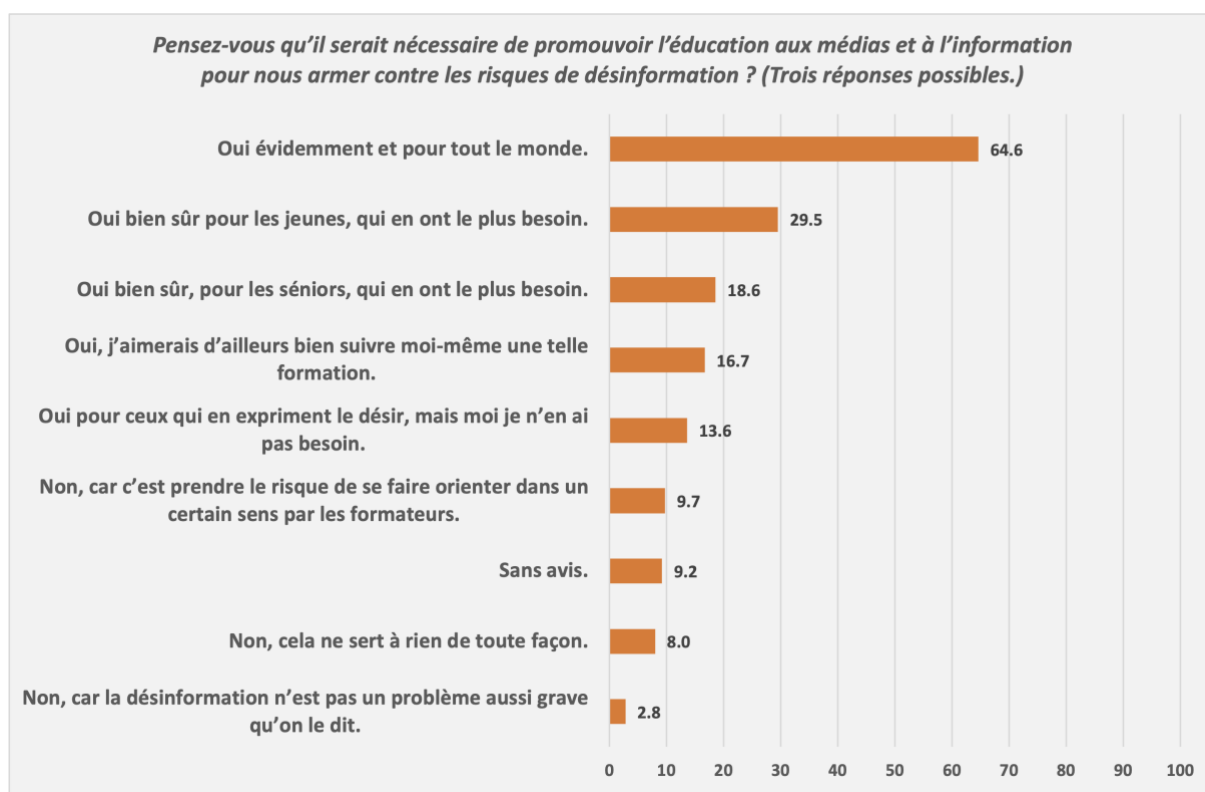


FIGURE 11 – Soutien à la promotion de l'éducation aux médias et à l'information

Note. Chaque répondant pouvait sélectionner jusqu'à trois réponses. Le total des pourcentages est donc supérieur à 100 %. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus.

Le soutien à une éducation aux médias et à l'information destinée à tous augmente avec le niveau de diplôme : il passe de 57,2 % parmi les personnes ayant un niveau inférieur au baccalauréat à 73,1 % parmi celles ayant un diplôme de niveau bac +4/+5 ou supérieur (**Tableau 19**).

Le souhait de suivre soi-même une telle formation est beaucoup moins fréquemment exprimé. Seuls 16,7 % des répondants indiquent qu'ils aimeraient personnellement en suivre une (**Figure 11**). Cette proportion est plus élevée chez les 18-24 ans (23,8 %) et plus faible parmi les personnes ayant un niveau de diplôme inférieur au baccalauréat (12,4 %) (**Tableau 20**).

TABLEAU 19 – Soutien à la promotion de l'éducation aux médias et à l'information pour tous selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Estime que l'éducation aux médias devrait être promue pour tout le monde (%)
Ensemble	4000	64,6
Âge (p < 0,001)		
16-17 ans	93	74,0
18-24 ans	410	61,6
25-34 ans	593	62,8
35-49 ans	917	59,5 ↓**

50-64 ans	964	66,4
65 ans et plus	1023	68,4 ↑*
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	57,2 ↓***
Bac	1027	60,9 ↓**
Bac +2/+3	1218	68,7 ↑***
Bac +4/+5 ou supérieur	745	73,1 ↑***
Genre (p = 0,905)		
Hommes	1891	64,6
Femmes	2109	64,5

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. La question autorisait jusqu'à trois réponses : le pourcentage présenté correspond à la proportion de répondants ayant sélectionné « Oui évidemment et pour tout le monde ». Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

TABLEAU 20 – Souhait personnel de suivre une formation à l'éducation aux médias et à l'information selon l'âge, le diplôme et le genre

Catégorie	N	Souhaite personnellement suivre une formation à l'éducation aux médias et à l'information (%)
Ensemble	4000	16,7
Âge (p = 0,002)		
16-17 ans	93	16,7
18-24 ans	410	23,8 ↑**
25-34 ans	593	17,8
35-49 ans	917	17,5
50-64 ans	964	14,6
65 ans et plus	1023	14,7
Diplôme (p < 0,001)		
Inférieur au bac	1010	12,4 ↓***
Bac	1027	18,1
Bac +2/+3	1218	17,6
Bac +4/+5 ou supérieur	745	19,5
Genre (p = 0,021)		
Hommes	1891	18,2 ↑*
Femmes	2109	15,4 ↓*

Note. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon redressé selon la structure de la population française âgée de 16 ans et plus ; les tests statistiques tiennent compte de ce redressement. Les N correspondent aux effectifs non pondérés. La question autorisait jusqu'à trois réponses : le pourcentage présenté correspond à la proportion de répondants ayant sélectionné « Oui, j'aimerais d'ailleurs bien suivre moi-même une telle formation ». Pour chaque bloc, le p indiqué correspond à un test d'indépendance de Rao-Scott avec approximation en F, qui teste l'existence d'une différence globale selon l'âge, le diplôme ou le genre. ↑ / ↓ : proportion significativement supérieure / inférieure à celle observée dans les autres catégories du même bloc réunies. Ces comparaisons reposent sur des tests t pondérés, avec correction de Holm pour comparaisons multiples. * p < 0,05 ; ** p < 0,01 ; *** p < 0,001.

Discussion

Cette étude apporte quelques raisons de faire preuve d'optimisme dans un univers informationnel pourtant dérégulé, fragilisé et exposé à des manipulations susceptibles d'altérer la perception des faits. Plusieurs points de vigilance demeurent néanmoins.

Le niveau élevé d'intérêt des Français pour l'actualité constitue tout d'abord un élément positif, qui peut être vu comme un indicateur de vitalité démocratique. S'il est également positif de constater que les Français ont largement conscience de la circulation de contenus faux ou trompeurs, notamment sur les réseaux sociaux, cela ne garantit toutefois pas qu'ils soient en mesure de les reconnaître lorsqu'ils y sont confrontés.

Les pratiques de vérification des faits que les Français déclarent adopter sont à cet égard plutôt encourageantes. Une majorité d'entre eux affirment ainsi multiplier les sources lorsqu'ils sont confrontés à une information qu'ils jugent douteuse ou fausse. En outre, près des deux tiers des Français estiment que l'éducation aux médias et à l'information devrait être promue auprès de l'ensemble de la population. Le souhait de bénéficier personnellement d'une telle formation demeure pourtant beaucoup plus minoritaire. De nombreux Français semblent donc se considérer eux-mêmes suffisamment armés face aux risques de désinformation, tout en estimant que les autres auraient davantage besoin d'être formés.

Cette confiance des Français dans leurs propres capacités transparaît également dans les réponses relatives aux contenus produits ou manipulés par intelligence artificielle. Environ un tiers des Français pensent pouvoir détecter de faux articles écrits par IA et près de la moitié estiment être en mesure d'identifier des images truquées ou réalisées par IA. Ces résultats appellent toutefois à la prudence, puisqu'ils mesurent un sentiment de compétence et non des capacités attestées. Ils doivent en outre être replacés dans un contexte où les outils de génération de contenus synthétiques permettent de produire des images et des vidéos toujours plus réalistes. Une partie de la population pourrait ainsi surestimer sa capacité réelle à identifier de tels contenus.

Les résultats de cette étude confirment par ailleurs la place centrale qu'occupent encore les médias traditionnels dans les pratiques d'information. Ils demeurent de loin le canal le plus fréquemment utilisé par les Français. Ce constat vaut toutefois moins nettement pour les plus jeunes. Chez les moins de 25 ans, les réseaux sociaux sont consultés plus régulièrement que les médias traditionnels pour suivre l'actualité. Ces derniers n'en restent pas moins très présents dans leurs pratiques d'information, puisqu'ils sont encore utilisés régulièrement par environ six jeunes sur dix.

La position centrale des médias traditionnels tient aussi à la confiance dont ils bénéficient. Deux tiers des Français déclarent leur faire confiance pour leur fournir une information fiable

et de qualité, soit un niveau très supérieur à celui accordé aux autres canaux étudiés. Cette confiance est majoritaire dans toutes les classes d'âge et, dans chacune d'elles, elle demeure supérieure à celle accordée aux réseaux sociaux et aux outils d'intelligence artificielle.

Les médias traditionnels conservent en outre un rôle important dans les pratiques de vérification de l'information. Près de la moitié des Français déclarent ainsi consulter au moins occasionnellement des contenus de fact-checking qu'ils proposent. Cette pratique est toutefois davantage répandue parmi les personnes les plus diplômées, ce qui souligne que les ressources de vérification ne sont pas mobilisées de manière uniforme au sein de la population.

Les médias « alternatifs » occupent parallèlement une place non négligeable dans les pratiques d'information de la population. Près de quatre Français sur dix déclarent les consulter régulièrement. Ils constituent donc une composante à part entière de l'environnement informationnel, même s'ils restent moins utilisés que les médias traditionnels. La diversité des sources, des lignes éditoriales et des points de vue contribue au pluralisme de l'information. Cependant, tous les médias dits « alternatifs » ne se distinguent pas des médias traditionnels par leur seule orientation éditoriale. Certains d'entre eux diffusent également des contenus faux, trompeurs ou hyperpartisans. Ils peuvent alors contribuer à la désinformation tout en donnant l'impression de respecter les codes et les exigences de l'information journalistique.

Enfin, les différences liées à l'âge constituent l'un des enseignements les plus transversaux de cette étude. Elles concernent à la fois les sources utilisées pour s'informer, le recours aux nouveaux outils et certaines pratiques de vérification. Si ces écarts devaient s'accroître, ils pourraient contribuer à une fragmentation générationnelle du rapport au réel.

Auteurs de l'étude

Laurent Cordonier, docteur en sciences sociales, est directeur de la recherche de la Fondation Descartes et coordinateur de son conseil scientifique. Il est également chercheur associé au Groupe d'Étude des Méthodes de l'Analyse Sociologique de la Sorbonne (GEMASS), une unité mixte de recherche Sorbonne Université – CNRS (UMR 8598).

Contact : lc@fondationdescartes.org

ORCID : <https://orcid.org/0000-0003-4286-5152>

Arnaud Mercier, docteur en science politique, est professeur en information-communication à l'université Paris Panthéon-Assas et chercheur au CARISM. Il est coordinateur scientifique du programme de recherche De Facto 2, et aura la même fonction dans le programme De Facto 3 qui débutera à l'automne 2026 pour 18 mois.

Contact : arnaud.mercier@assas-universite.fr

ORCID : <https://orcid.org/0000-0001-5472-5208>

Notes

¹ <https://www.institut-viavoice.com/>

² <https://www.fondationdescartes.org/>

³ <https://defacto-observatoire.fr/A-propos/>

⁴ <https://carism.assas-universite.fr>

⁵ <https://www.veriangroup.com/hubfs/C121003251%20-%20La%20Croix%20-%20Barom%C3%A8tre%20M%C3%A9dias%202025%20-%20Rapport%20final-2.pdf>

⁶ Voir, par exemple, Hoibian, S., Millot, C., Müller, J., Nedjar Calvet, S., & Charruault, A. (2024). Le rapport des jeunes aux informations en 2024. Résultats du baromètre DJEPVA sur la jeunesse. *INJEP, Notes & rapports*. <https://injep.fr/publication/le-rapport-des-jeunes-aux-informations-en-2024/>

⁷ La définition suivante des « médias traditionnels » était donnée aux répondants : « Les médias traditionnels (privés ou publics) sont les chaînes de télévision, les radios et les journaux, y compris sur Internet, qui : emploient des journalistes professionnels possédant une carte de presse ; produisent de l'information sur l'actualité et la diffusent au grand public ; couvrent l'actualité (sociale, économique, politique, internationale, scientifique, faits divers, etc.) selon leurs choix éditoriaux. »

⁸ La définition suivante des « médias alternatifs » était donnée aux répondants : « Les médias "alternatifs" sont des sites Internet, des blogs, des podcasts, des comptes sur les réseaux sociaux ou des chaînes vidéo sur Internet, qui : parlent d'actualité ; se présentent comme des alternatives aux médias traditionnels ; n'emploient pas toujours des journalistes professionnels ; sont souvent très engagés politiquement, que ce soit à droite ou à gauche ; sont parfois centrés sur des thématiques particulières (santé, spiritualité, environnement, etc.), souvent traitées sous un angle engagé ou militant. Souvent, ces médias "alternatifs" : disent être plus libres et indépendants que les médias traditionnels ; affirment proposer des sujets ou des points de vue peu présents ou "censurés" dans les médias traditionnels ; reprochent aux médias traditionnels de défendre les intérêts des élites politiques ou économiques. »

⁹ Chapekis, A., & Lieb, A. (2025). Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/?p=270454>

¹⁰ European Commission (2018). *Flash Eurobarometer 464: Fake News and Disinformation Online*. Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. <https://doi.org/10.2759/559993>

¹¹ Freuden, S., Jankowicz, N., & Marcus, G. (2025). Bad Actors are Grooming LLMs to Produce Falsehoods. *The American Sunlight Project*. <https://americansunlight.substack.com/p/bad-actors-are-grooming-llms-to-produce>