

Une étude



pour



Les « Gilets jaunes »

Comment les Français perçoivent-ils la couverture médiatique du mouvement ?

Décembre 2018

Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Politique – Opinion

Gaspard Lancrey-Javal, Chef de groupe au Département Politique – Opinion

Pierre-Hadrien Bartoli, Chef de groupe au Département Politique – Opinion

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** les **3 et 4 décembre 2018**.



Échantillon de **1 050** personnes, représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e)**.



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 points).

Que retenir de cette étude ?



L'étude s'inscrit dans un **contexte** où les Français sont critiques à l'égard des journalistes de manière générale et des experts d'une manière plus particulière. À écouter les parties prenantes au débat, les journalistes ont été perçus soit comme étant trop favorables aux gilets jaunes soit trop critiques à l'égard de cette mobilisation.

Dans un contexte où l'on a pu voir des journalistes se faire molester par des manifestants, **Harris Interactive** a réalisé une enquête afin de **voir la nature de la relation des Français aux différents supports dans le cadre de la couverture de cette mobilisation**. Une enquête d'opinion doit être prise pour ce qu'elle est : une mesure de jugements pas forcément des comportements.

Que peut-on en retenir ?

- Une **majorité de Français estime que la couverture médiatique par les chaînes de télévisions du mouvement des Gilets Jaunes a eu pour effet d'augmenter l'ampleur du mouvement** (59%) et plus encore qu'elle **a pu contribuer à augmenter le niveau de violence en marge des manifestations** (64%). Notons que seuls 5% d'entre eux estiment que les chaînes ont permis de réduire le niveau de violence. Les Français affichant leur soutien aux Gilets jaunes ont aussi le sentiment que les chaînes de télévision portent une part de responsabilité, dans des proportions similaires à celles observées chez le grand public.
- Néanmoins, **les Français indiquent majoritairement avoir confiance dans les médias pour s'informer sur ce mouvement**, notamment en ce qui concerne les **supports traditionnels** (radios 68%, presse écrite 67%, chaînes de télévisions 58%). Les canaux numériques, qu'il s'agisse d'**Internet** d'une manière générale ou des **réseaux sociaux** en particulier, suscitent moins la confiance des Français (respectivement 52% et 36%). Notons également que ce niveau de confiance, y compris pour les médias traditionnels, s'avère néanmoins fragile : la proportion de Français indiquant leur faire « plutôt confiance » étant très supérieure à ceux affirmant faire « tout à fait confiance » (pour les chaînes de télévision par exemple : 45% « plutôt confiance » contre seulement 13% « tout à fait confiance »). Par ailleurs, les Français soutenant les Gilets jaunes affichent des niveaux de confiance dans les différents médias assez proches de ceux exprimés par le grand public, avec toutefois une confiance dans les canaux numériques (Internet et réseaux sociaux) supérieure de 5 points à ces derniers.

- Dans le détail, **les Français indiquent majoritairement avoir confiance dans les différentes chaînes de télévision testées pour s'informer sur le mouvement.** Cet indicateur, nécessairement corrélé à l'usage et à l'image générale que l'on en a, met en évidence l'existence d'une différence de perception entre d'une part les **chaînes publiques** (72% France 3 ; 71% Franceinfo ; 68% France 2) et d'autre part les **chaînes privées** (61% M6 ; 60% LCI ; 58% CNews ; 57% TF1 ; 52% BFM TV). Notons qu'aucune différence de ce type ne permet de distinguer les **chaînes généralistes** des **chaînes d'information en continu**. Une fois encore, les soutiens des Gilets jaunes, quant à eux, affichent des niveaux de confiance dans ces différentes chaînes de télévisions proches de ceux exprimés par le grand public.

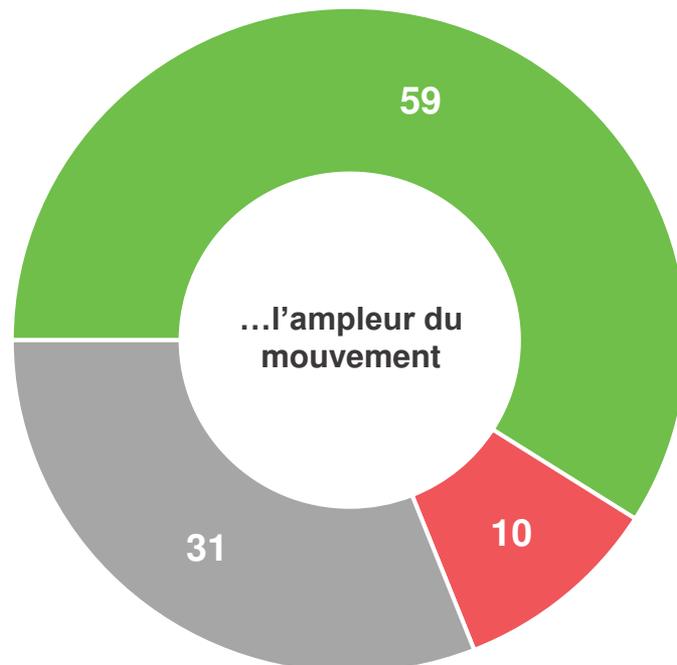
Résultats de l'étude



Près de 6 Français sur 10 estiment que la couverture médiatique par les chaînes de télévisions du mouvement des Gilets Jaunes a eu pour effet d'augmenter l'ampleur du mouvement, mais également le niveau de violence en marge des manifestations...

Diriez-vous que la couverture médiatique par les chaînes de télévisions du mouvement des Gilets jaunes au cours de ces derniers jours a eu pour effet d'augmenter, de réduire ou ni l'un ni l'autre... ?

- À tous, en % -



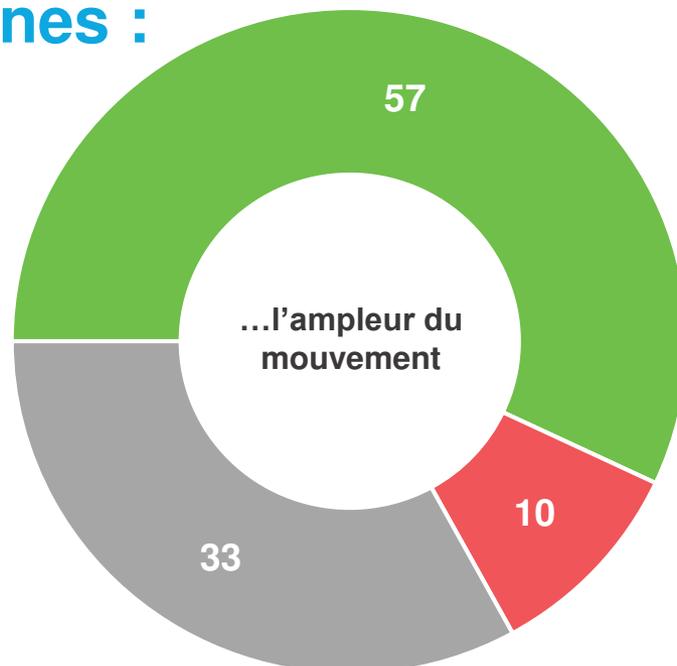
- D'augmenter
- De réduire
- Ni l'un ni l'autre

...un constat partagé dans les mêmes proportions par les personnes affichant leur soutien au mouvement des Gilets jaunes

Diriez-vous que la couverture médiatique par les chaînes de télévisions du mouvement des Gilets jaunes au cours de ces derniers jours a eu pour effet d'augmenter, de réduire ou ni l'un ni l'autre... ?

- Aux soutiens des Gilets jaunes, en % -

Auprès des soutiens des Gilets jaunes :

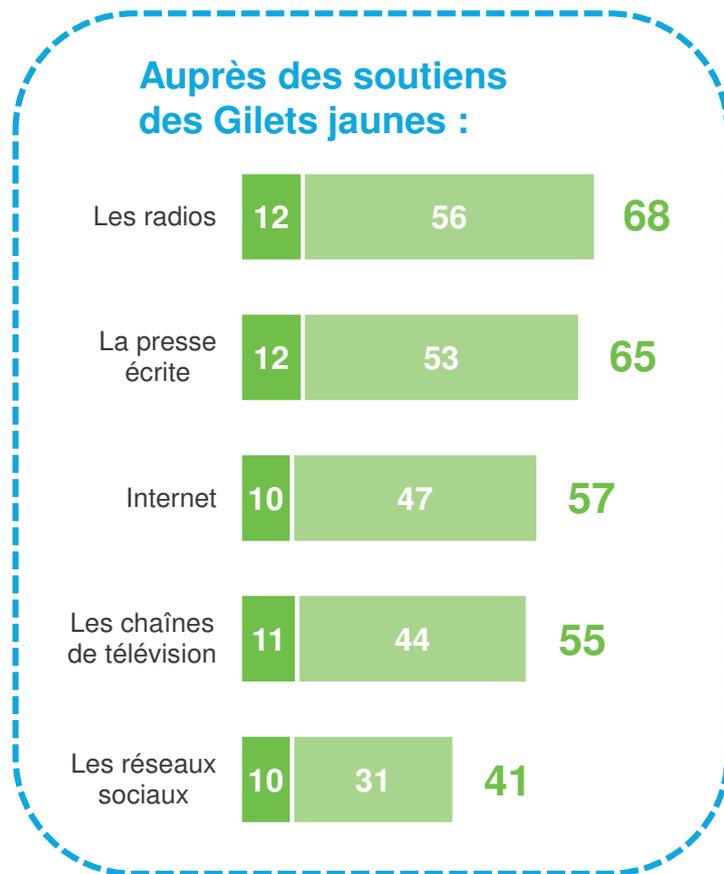
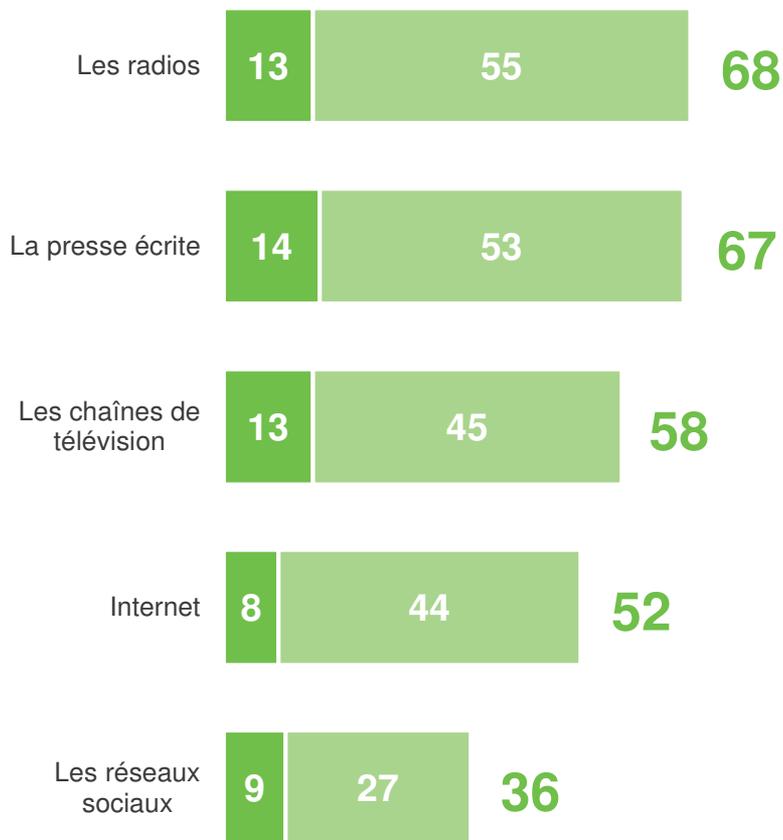


- D'augmenter
- De réduire
- Ni l'un ni l'autre

Pour s'informer sur les Gilets jaunes, les Français (et notamment ceux soutenant le mouvement) indiquent faire davantage confiance aux médias traditionnels (radio, presse écrite, télévision) qu'aux médias numériques (Internet, réseaux sociaux). Notons que ce niveau de confiance s'avère néanmoins fragile (part importante de réponses « plutôt confiance »)

Faites-vous confiance ou non à chacun des médias suivants pour vous informer sur le mouvement des Gilets jaunes ?

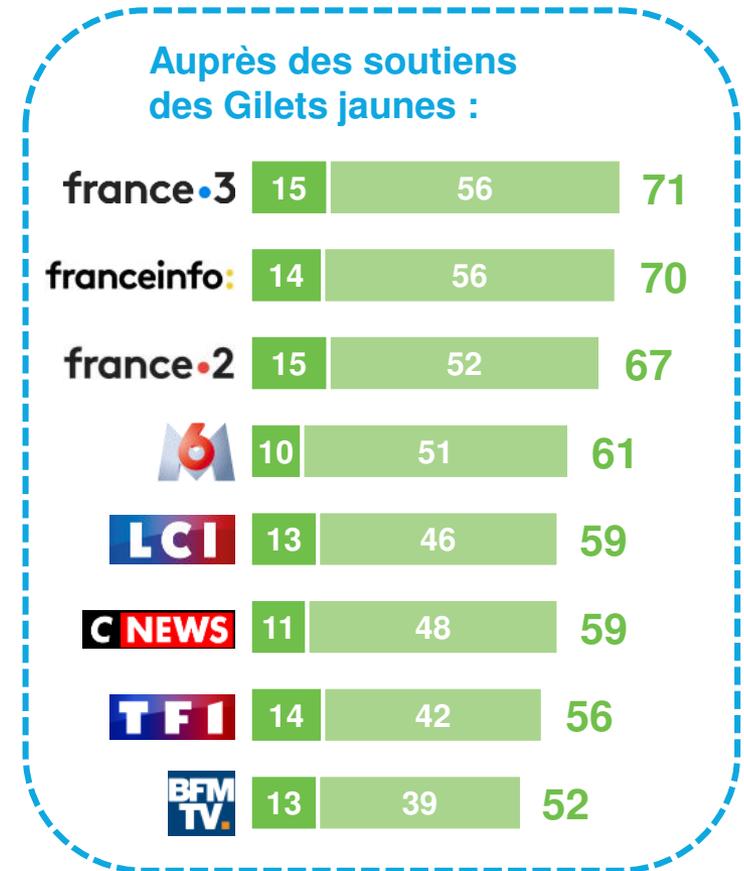
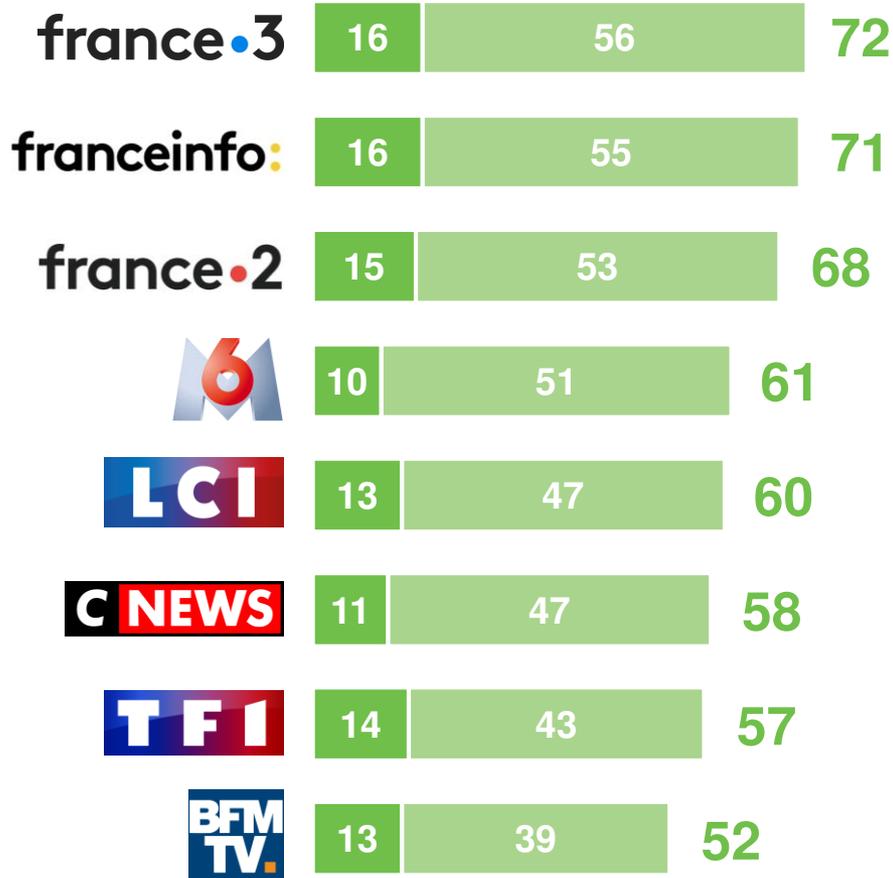
- À tous, en % de réponses « **Confiance** » -



Dans le détail, les Français indiquent majoritairement avoir confiance dans les différentes chaînes de télévision testées, sans différence nette entre chaînes généralistes et chaînes d'information en continu, mais avec un niveau de confiance plus important attribué aux chaînes publiques qu'aux chaînes privées

Et plus précisément, faites-vous confiance ou non à chacune des chaînes de télévision suivantes pour vous informer sur le mouvement des Gilets jaunes ?

- À tous, en % de réponses « Confiance » -



Contacts

Merci de noter que toute **diffusion de ces résultats** doit être accompagnée des éléments techniques suivants :
le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire de l'étude**,
la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive)



[Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive)



[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive)

Contacts Harris Interactive en France :

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr

Laurence Lavernhe – Responsable de la communication - 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

ahead of what's next