



Les électeurs français et l'information télévisée

Thierry Vedel

► To cite this version:

| Thierry Vedel. Les électeurs français et l'information télévisée. 2006. hal-00973002

HAL Id: hal-00973002

<https://sciencespo.hal.science/hal-00973002>

Submitted on 3 Apr 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le Baromètre Politique Français (2006-2007) CEVIPOF - Ministère de l'Intérieur

1^{ère} vague – Printemps 2006

Les électeurs français et l'information télévisée

Thierry Vedel



Centre de Recherches Politiques de Sciences Po



MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR
ET DE L'AMÉNAGEMENT
DU TERRITOIRE

Enquête réalisée par :



Les données du BPF 2006-2007 ont été produites par le CEVIPOF avec le soutien du Ministère de l'Intérieur et de l'Aménagement du Territoire. Le BPF 2006-2007 se déroule en quatre vagues de mars 2006 à janvier 2007, réalisées par l'IFOP.

Les données seront également déposées au Centre de données socio-politiques de Sciences Po au printemps 2007.

Citation du Baromètre Politique Français

Pour toute utilisation du Baromètre Politique Français ou de ses résultats, il convient d'utiliser la citation suivante :

- « Baromètre Politique Français (2006-2007) CEVIPOF-Ministère de l'Intérieur».

Un acronyme peut-être utilisé :

- « BPF (2006-2007) CEVIPOF-Ministère de l'Intérieur ».

Il convient d'accompagner toute citation d'une note de bas de page indiquant:

- "Les données du BPF 2006-2007 ont été produites par le CEVIPOF avec le soutien du Ministère de l'Intérieur et de l'Aménagement du Territoire. Le BPF 2006-2007 se déroule en quatre vagues de mars 2006 à janvier 2007 réalisées par l'IFOP. Les données seront également déposées et disponibles auprès du Centre de données socio-politiques de Sciences Po au printemps 2007".

Pour plus d'informations, contactez : viviane.lehay@sciences-po.fr

LES ÉLECTEURS FRANÇAIS ET L'INFORMATION TÉLÉVISÉE

Une première analyse du baromètre politique français

Les principaux enseignements.....	3
1) La télévision est la première source d'information politique et celle en laquelle les électeurs ont dans leur ensemble le plus confiance.	3
2) L'écoute du journal télévisé (JT) est extrêmement concentrée sur quelques chaînes: quatre JT représentent les ¾ de l'audience des JT.....	3
3) La fréquence d'écoute des informations télévisées et le choix du JT sont d'abord conditionnés par les facteurs socio-démographiques.....	3
4) Les préférences politiques ne jouent pas de façon univoque sur les comportements d'écoute des JT.....	3
5) Les auditoires des JT sont diversement typés tant sur le plan sociologique que sur le plan politique.	4
Introduction : l'intérêt du baromètre pour étudier les rapports des Français à l'information télévisée.....	5
La télévision : la source d'information politique la plus utilisée et jugée la plus fiable	5
La confiance dans les médias	7
Intérêt pour la politique et confiance dans les médias	8
Qui regarde quoi : le choix du JT qu'on regarde	9
Variables socio-démographiques et écoute des JT.....	9
Orientations politiques et choix du JT.....	11
Les personnalités dont on se sent proche et le choix des JT.....	12
Les auditoires des JT.....	13
Le profil sociologique des auditoires des JT	13
Le profil politique des auditoires des JT.....	14
Le vote des téléspectateurs des JT.....	15
Les personnalités préférées des auditoires des JT	16
Ecoute du JT et opinions sur la société française	16
Les auditoires des JT et la sécurité.....	18
Les auditoires des JT et l'immigration.....	18
Les auditoires des JT et l'économie	19
Les valeurs des auditoires des JT	19
Conclusion : questions à approfondir et Propositions pour le prochain barometre.....	20
Questions à ajouter et à supprimer :	20

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

1) La télévision est la première source d'information politique et celle en laquelle les électeurs ont dans leur ensemble le plus confiance.

- *Près de trois électeurs sur quatre regardent un journal télévisé régulièrement (au moins 5 jours par semaine) et plus de la moitié chaque jour.*
- *65 % des personnes interrogées déclarent que c'est le moyen d'information politique auquel elles font le plus confiance en premier ou en second. La presse écrite et la radio viennent ensuite (38% et 39% des personnes interrogées). L'internet n'est en revanche pas considéré comme un moyen d'information fiable (12% de personnes lui font confiance en 1^{er} ou en second).*
- *Le niveau d'études et l'intérêt pour la politique affectent significativement le type de média qu'on privilégie comme première source d'information. Plus on s'intéresse à la politique et plus on fait d'études, plus on tend à avoir confiance dans la PQN et accessoirement dans la radio, moins on a confiance dans la télévision.*

2) L'écoute du journal télévisé (JT) est extrêmement concentrée sur quelques chaînes: quatre JT représentent les ¾ de l'audience des JT.

- *Un électeur sur trois regarde régulièrement le 20h de TF1 et près d'un sur cinq celui de France 2.*
- Cette concentration sur quelques chaînes est d'autant plus forte qu'on regarde fréquemment les informations télévisées.

3) La fréquence d'écoute des informations télévisées et le choix du JT sont d'abord conditionnés par les facteurs socio-démographiques

- *L'effet du niveau du diplôme est le plus net et le plus fort. D'une part, plus on a fait d'études, moins on tend à regarder fréquemment le JT, plus on se tourne vers le 20 h de France 2 (mais pas celui de France 3). Ceux qui ont un niveau d'études primaire et secondaire regardent plus fréquemment les informations télévisées et s'informent d'abord auprès des JT de TF1.*
- *Les jeunes téléspectateurs regardent moins fréquemment les informations télévisées : environ 60% des 18-35 ans regardent un JT au moins cinq jours par semaine alors que c'est le cas de près de 85% des téléspectateurs de plus de 50 ans. En dehors du 20h de TF1 (que plus d'un tiers des moins de 35 ans regarde), ils sont les seuls à se tourner significativement vers les "petits JT" (et notamment le 6 minutes de M6) : environ 20% les écoutent le plus régulièrement.*
- *Les ouvriers, les employés préfèrent majoritairement les JT de TF1 au contraire des enseignants qui, eux, privilégient majoritairement le 20h de F2 et délaissent nettement les JT de TF1.*

4) Les préférences politiques ne jouent pas de façon univoque sur les comportements d'écoute des JT.

- *Grossièrement, on peut dire que les électeurs de gauche s'orientent assez nettement vers les JT des chaînes publiques (et surtout celui de F2), et les électeurs de droite tendent (mais moins nettement) à davantage regarder les JT de TF1. Mais suivant l'indicateur de préférence politique qu'on prend en considération, cette propension apparaît plus ou moins fortement.*
- *Les électeurs se sentant proches du FN ou du mouvement CPNT s'orientent très majoritairement vers les JT de TF1 et semblent éprouver une véritable aversion pour le 20h de F2.*
- *Les électeurs proches d'un parti de l'extrême gauche ont une nette préférence pour les JT de TF. Ceci est lié à la composition sociologique de l'électorat de l'extrême-gauche.*
- *Plus généralement, les préférences politiques ne jouent pas systématiquement comme un filtre qui oriente le choix du JT. Dans certains cas, c'est l'appartenance socio-professionnelle qui prime.*
- Enfin, on notera que certaines personnalités de gauche (Laguiller, Jospin, mais aussi Bové et Besancenot) ont intérêt à apparaître plutôt dans le 20h de TF1 que dans celui de F2,

pourtant le JT préféré des électeurs de gauche, si elles veulent toucher le plus grand nombre de leurs sympathisants personnels.

5) Les auditoires des JT sont diversement typés tant sur le plan sociologique que sur le plan politique.

Passer au JT, c'est s'adresser à des auditoires plus ou moins typés aussi bien sociologiquement que politiquement.

- *L'auditoire du 20h de F2 est celui qui est le plus typé tant sociologiquement que politiquement* : c'est le public le moins ouvrier de tous les grands JT, sensiblement plus diplômé que les autres auditoires (un quart de téléspectateurs a un niveau égal ou supérieur à Bac +2 , mais il n'en reste pas moins que la moitié de son public n'a pas un niveau équivalent au Bac).

C'est l'auditoire qui s'intéresse le plus fortement à la politique et dans lequel on compte la plus forte proportion d'électeurs de Jospin en 2002 (mais, numériquement, il y a davantage d'électeurs de Jospin qui regardent le 20h de TF1).

Les téléspectateurs du 20h de F2 sont ceux qui se distinguent le plus nettement par leurs opinions : les plus européens, les plus ouverts à la mondialisation, à l'immigration et à la diversité culturelle, les plus libéraux sur le plan moral mais pas forcément sur le plan économique

- *L'auditoire du 13 heures de TF1 est le plus nettement typé quant à sa composition socio-démographique* : c'est un public qui est plutôt féminin, âgé, peu ou pas diplômé et composé pour plus de la moitié d'employés et d'ouvriers.

C'est d'autre part le public qui, dans son ensemble, est le plus conservateur sur le plan moral, le plus attaché à l'initiative individuelle et le plus hostile à une intervention de l'Etat, le moins favorable à l'ouverture de l'économie.

- *Les auditoires du 20h de TF1 et du 19-20 de F3 sont plus mélangés et sont relativement similaires.*

Le premier est celui qui reproduit le plus fidèlement les structures socio-démographiques de la France. C'est un public assez peu politisé. Tout en penchant légèrement à droite, il tend également à reproduire les opinions de l'ensemble des Français.

Le public du 19-20 de F3 est un peu plus diplômé et plus âgé que celui du 20h de TF1 et l'on y compte moins d'employés. C'est celui qui est le plus hétérogène en termes d'opinions sur la société. Tout en penchant globalement à gauche, il comprend visiblement des téléspectateurs aux préférences politiques très diverses.

- *Enfin, le public des petits JT (M6, canal Plus) ou des chaînes d'information continue est un public assez homogène : avant tout très jeune* (la moitié au moins des téléspectateurs ont moins de 35 ans) majoritairement composé d'ouvriers, d'employés et de professions intermédiaires (les 2/3 de l'auditoire du 6 minutes de M6), enfin celui qui compte la plus grande proportion d'étudiants (en moyenne 15%).

Dans l'ensemble, cette première analyse rappelle combien les relations entre médias et politique sont complexes. En effet, si les préférences politiques orientent légèrement le choix du JT, elles ne l'expliquent pas entièrement. D'autre part, les JT ont des publics qui, certes, sont légèrement typés (surtout sociologiquement) mais qui restent hétérogènes sur le plan politique.

INTRODUCTION : L'INTÉRÊT DU BAROMÈTRE POUR ÉTUDIER LES RAPPORTS DES FRANÇAIS À L'INFORMATION TÉLÉVISÉE

Le baromètre politique français du Cevipof présente deux caractéristiques intéressantes pour étudier la manière dont les Français s'informent en matière politique.

En premier lieu, la taille de l'échantillon permet une analyse approfondie de la principale pratique d'information politique des Français (l'écoute des JT), notamment en permettant la prise en compte de chaînes ou JT à faible audience (qui n'aurait pu être mesurée de façon significative avec un échantillon de plus petite taille) ou l'étude des pratiques d'information de groupes d'électeurs (par exemple ceux des « petits candidats » à l'élection présidentielle) qui, dans les sondages habituels, ont des effectifs trop peu nombreux pour donner lieu à des analyses valides sur le plan statistique. En cela, le baromètre Cevipof est complémentaire des études audiométriques réalisées par Médiamétrie¹.

Le second et principal intérêt du baromètre du Cevipof est de permettre de lier les pratiques médiatiques aux comportements, attitudes et opinions politiques, et ainsi d'explorer, certes avec prudence, la manière dont les unes et les autres peuvent mutuellement s'influencer. Ici le baromètre apporte des informations inédites aussi bien par rapport aux enquêtes d'audience de Médiamétrie, qui s'intéressent principalement aux caractéristiques socio-démographiques des auditoires de la télévision qu'aux sondages politiques habituels, qui ne comprennent en général pas de questions sur les pratiques d'information. Le recours au déclaratif, qui peut-être perçu comme une faiblesse lorsqu'il s'agit des comportements d'usage des médias, devient alors une richesse : la précision perdue du fait des déclarations parfois approximatives que les individus peuvent faire quant à leur écoute effective de la télévision est largement compensée par les croisements multiples qui peuvent être réalisés entre vision du politique et manières de s'informer.

LA TÉLÉVISION : LA SOURCE D'INFORMATION POLITIQUE LA PLUS UTILISÉE ET JUGÉE LA PLUS FIABLE

Près de trois électeurs sur quatre regardent un journal télévisé régulièrement (au moins 5 jours par semaine) et plus de la moitié chaque jour.

Ce premier résultat du baromètre Cevipof est peu surprenant. Il confirme aussi bien les données des enquêtes audiométriques sur les audiences de la télévision que les enquêtes réalisées à l'occasion de précédentes campagnes électorales (qui indiquent que la télévision est la principale source d'information utilisée par les électeurs pour décider de leur vote). La primauté de la télévision est à rapprocher des données dont on dispose par ailleurs sur la lecture de la presse écrite: environ un tiers des Français lit chaque jour (et environ 45% plusieurs fois par semaines) un quotidien qu'il soit national ou régional.

Si la télévision est la première source d'information politique, on doit en outre remarquer que **l'écoute du journal télévisé (JT) est extrêmement concentrée sur quelques chaînes: un électeur sur trois regarde régulièrement le 20h de TF1 et près d'un sur cinq celui de France 2. Au total, quatre JT représentent les ¾ de l'audience des JT, et cette concentration sur quelques chaînes est d'autant plus forte qu'on regarde fréquemment les informations télévisées** (tableau 1). Cette donnée singularise la France par rapport à d'autres pays européens ou aux Etats-Unis, où d'une part l'audience des chaînes hertziennes tend à

¹ Et d'ailleurs les résultats du baromètre CEVIPOF, pour ce qui concerne l'écoute des JT, sont très proches de ceux des enquêtes Médiamétrie.

s'éroder et d'autre part l'écoute des informations télévisées se répartit sur un plus grand nombre de JT.

Tableau 1 : Les JT les plus régulièrement regardés

JT le plus régulièrement regardé	Part d'audience de chaque JT en %	% cumulé tous téléspectateurs	% cumulé chez téléspectateurs assidus (tous les jours) N = 2890
20h TF1	33,5	33,5	34
20h F2	18,2	51,7	52,5
13h TF1	13,5	64,9	68,2
19-20 F3	10,7	75,6	78,6
13h F2	4,5	81,1	84,6

Si la télévision est la principale source d'information, néanmoins 12,8% des électeurs ne regardent jamais ou seulement rarement (moins de 3 jours par semaine) les informations télévisées. Qui sont ces individus ?

En première analyse, il s'agit de personnes plus diplômées, plus jeunes et plus urbaines que la moyenne (tableau 2). Assez logiquement, elles ont une faible confiance dans la télévision : seulement 22,5% citent ce moyen d'information comme celui en lequel elles ont confiance en premier.

Tableau 2 : Profil de ceux qui regardent rarement ou pas du tout les informations télévisées

	Part dans l'effectif (%)	Variation par rapport à la moyenne
Confiance dans la télévision	22,5	- 19,5
Bac +2 ou plus	34,7	+14,9
Confiance dans la presse écrite nationale	29,9	+9,1
35-49 ans	37,2	+8,7
25-34 ans	24,6	+7,1
Ile-de-France	22,9	+7,7
Profession libérale	14,3	+5,6

Mais en approfondissant l'analyse, on s'aperçoit que les 698 personnes de notre échantillon qui regardent très peu ou pas du tout les informations télévisées se répartissent en deux groupes assez distincts : d'une part, un premier groupe de personnes s'intéressant peu ou pas du tout à la politique (237 individus soit 1/3 de l'effectif), peu diplômées (moins que le bac) et qui tendent à avoir relativement confiance en la télévision ; d'autre part, un autre groupe de personnes qui au contraire s'intéressent assez ou beaucoup à la politique (148 personnes soit un peu moins que le quart de l'effectif) et est très majoritairement composé de personnes diplômées de l'enseignement supérieur (le DEUG ou plus) et qui ont une très faible confiance dans la télévision, mais en revanche une très forte confiance dans la presse écrite nationale (supérieure de plus de 20 points à la moyenne nationale).

Ainsi, **le fait de suivre très peu les informations télévisées semble résulter de deux logiques différentes. Pour certains individus, il procède non pas d'une défiance à l'égard de la télévision en tant que telle, mais essentiellement d'un désintérêt pour la politique** et plus généralement la vie de la cité. Il est probable que ces personnes regardent régulièrement d'autres émissions de télévision, et sans doute autant que l'ensemble des Français. **Pour le second**

groupe, le fait de ne pas regarder les informations télévisées résulte davantage d'une défiance à l'égard du médium télévision, non d'un désintérêt pour la politique, et ces personnes se tournent sans doute vers d'autres sources d'information qu'elles jugent plus fiables.

La confiance dans les médias

La télévision est nettement le média dans lequel les électeurs français dans leur ensemble ont le plus confiance. 65 % des personnes interrogées déclarent que c'est le moyen d'information auquel elles font le plus confiance en premier ou en second pour s'informer sur la politique². La presse écrite et la radio viennent ensuite (38% et 39% des personnes interrogées). L'internet n'est en revanche pas considéré comme un moyen d'information fiable puisque seulement 12% des personnes interrogées lui font confiance en premier ou second, avec comme on pouvait s'y attendre d'assez fortes disparités en fonction de l'âge (plus de 20% des 25-35 ans lui font confiance pour moins de 5% des plus de 50 ans), du niveau de diplôme (plus il est élevé plus on fait confiance à l'internet).

Toutefois, le degré de confiance dans la télévision n'est pas uniforme. Les enseignants, les professions libérales et les cadres supérieurs ont davantage confiance dans la presse écrite nationale, voire en la radio, comme premier moyen d'information.

La confiance dans les médias varie également en fonction du niveau d'étude comme le montre le tableau 3 dans lequel on a fait apparaître les deux sources d'information dans lesquelles les électeurs avaient confiance en premier ou en second. Les structures de confiance sont assez dissemblables et permettent de distinguer ceux qui ont un niveau d'études primaire ou secondaire – qui combinent la télévision avec une des trois sources suivantes : la radio, PQR et accessoirement la PQN – et les personnes ayant un niveau d'études supérieur qui, elles, valorisent moins la télévision et, pour celles ayant un niveau d'études supérieur à Bac +2, ont tendance à valoriser la PQN, combinée surtout à la radio.

Tableau 3 : Les deux médias dans lesquels on a le plus confiance suivant le niveau d'étude

	TV et radio	TV et PQR	TV et PQN	Radio et PQN	PQN et internet
Sans diplôme, certificat d'études	26,3	25,8	13,9		
BEPC, CAP, BEP	20,6	25,5	18,5		
Baccalauréat	15,2	17,1	18,9	13,2	
Niveau Bac+2	15,6	10,3	19,1	16,7	9,9
Diplôme de l'enseignement supérieur			12,6	37,7	13,2
Total échantillon	20,3	21,2	16,5	10,6	4,2

Ce tableau se lit ainsi : sur 100 personnes sans diplôme ou ayant le certificat d'études, 26,3% font confiance à la télévision et à la radio comme premier ou second moyen d'information politique.

De façon plus inattendue, le degré de confiance varie également en fonction du lieu d'habitation. Les habitants de l'Île de France sont plus méfiants à l'égard de la télévision que les provinciaux : moins d'un tiers a confiance dans la télévision en premier contre 43,4% dans l'ensemble, et corrélativement ils ont davantage confiance dans la presse écrite nationale (PQN).

² Ces résultats rejoignent les enquêtes annuelles réalisées sur la crédibilité des médias. En janvier 2006, la dernière enquête réalisée pour la Croix et le Point indiquait que 45% des personnes interrogées estimaient que les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme la télévision le montrait. Ce pourcentage tend à décliner lentement depuis la fin des années 1980. En revanche, cette enquête indique un degré de crédibilité plus élevé pour les autres médias, ceci tenant probablement à la différence de formulation des questions.

Pour une part, la confiance que l'on porte aux différents moyens reflète l'intensité de leur usage. On déclare avoir confiance dans les médias que l'on pratique régulièrement. On constate en effet une relation positive entre le nombre de jours où l'on regarde les informations télévisées et la confiance que l'on a en la télévision : pratiquement la moitié de ceux qui regardent les informations télévisées tous les jours ont confiance dans le médium télévision, alors qu'ils ne sont que 23% parmi ceux qui regardent rarement ou jamais les informations télévisées ; et ces derniers ont une plus grande confiance dans la presse quotidienne nationale que les téléspectateurs assidus des journaux télévisés.

Toutefois, il est difficile de déterminer dans quel sens la relation entre la confiance dans les médias et leur usage fonctionne. On peut avoir confiance dans un média parce qu'on l'utilise et, corollairement, on le connaît bien, on sait s'en servir et en tirer profit, et éprouver une méfiance à l'égard de médias qu'on n'utilise pas, qu'on connaît mal et dont on a du mal à estimer les possibilités. Mais la relation peut tout aussi bien s'effectuer dans l'autre sens : c'est parce qu'on a confiance dans tel vecteur d'information qu'on l'utilise.

Intérêt pour la politique et confiance dans les médias

L'intérêt pour la politique affecte nettement le type de média qu'on privilégie comme première source d'information. Plus on s'intéresse à la politique plus on tend à avoir confiance dans la PQN et accessoirement dans la radio, moins on a confiance dans la télévision. Et inversement, ceux qui s'intéressent peu ou pas à la politique déclarent faire d'abord confiance à la télévision. Ce résultat est peu surprenant : il reflète la densité de la couverture de la vie politique par les différents médias et il est assez logique que les personnes s'intéressant peu à la politique se satisfont des 30 minutes d'un JT alors que celles qui ont un fort intérêt pour la politique ont besoin de s'informer davantage en faisant appel à la PQN qui leur propose davantage d'informations.

Tableau 4 : Intérêt pour la politique et confiance dans les médias

	Intérêt pour la politique			
Média dans lequel on a confiance en 1er	<i>Beaucoup</i>	<i>Assez</i>	<i>Peu</i>	<i>Pas du tout</i>
Télévision	20,5	36,0	49,4	58,3
Radio	24,4	16,9	16,8%	12,4
Presse écrite nationale	36,5	27,5	13,4	8,1
Presse écrite régionale	9,1	11,6	13,0	12,3
Internet	5,9	5,5	4,0	2,6
N =	679	1773	2161	1030

Le degré d'intérêt pour la politique affecte également le journal télévisé qu'on va regarder. Ceux qui ne s'intéressent pas du tout à la politique (soit presque un Français sur cinq) se tournent très nettement vers les journaux télévisés de TF1 (37,8% vers le 20h et 21,6% vers le 13h) ³. Ceux qui au contraire s'intéressent beaucoup à la politique ont une écoute plus diversifiée des journaux télévisés : il délaissent le 13h de TF1 et se tournent autant vers le 20h de TF1 que celui de France 2, et ils constituent le public principal des journaux d'Arte ou des chaînes d'information continue du câble ou du satellite.

³ Pour autant, comme on le verra plus loin, il ne faut pas en déduire que les JT de TF1 s'adressent surtout à ceux qui ne s'intéressent pas ou que peu à la politique.

Les orientations politiques jouent également, mais moins nettement, sur la confiance que l'on porte aux différents moyens d'information. Ceux qui se classent à gauche tendent à avoir un peu moins confiance dans la télévision que ceux qui se classent à droite et surtout que ceux qui ne veulent se classer ni à gauche ni à droite. Chez les électeurs de gauche, ceci tient probablement à l'idée que la télévision, dans sa couverture de la vie politique, est dépendante de l'agenda gouvernemental plus que cela ne reflète une défiance à l'égard de la télévision en tant que médium. En revanche, on peut penser que chez ceux qui ne classent ni à gauche ni à droite le plus haut degré de confiance dans la télévision est moins lié au contenu des JT et plus à une préférence pour la télévision comme mode de présentation des informations.

On notera chez les électeurs qui s'auto-positionnent comme étant très à gauche, une forte défiance à l'égard de la télévision (seulement 27,3% ont confiance en elle en premier). Mais, lorsqu'on prend en compte les proximités partisane, cette défiance n'apparaît plus aussi nettement puisque près de la moitié des électeurs proches de LO ou du PC font de la télévision leur source d'information principale.

Plus généralement, on constate que la proximité partisane joue assez peu sur la confiance dans les différents médias. Ceux qui ne sentent proches d'aucun parti tendent à avoir davantage confiance dans la télévision. En sens contraire le fait de se sentir proche d'un parti tend à légèrement éroder la confiance dans la télévision (sans que la couleur politique affecte cette moindre confiance), à une exception près : celles des électeurs qui se sentent proches du Front national qui valorisent nettement la télévision (60,5% contre 43,3% en moyenne). Ce résultat peut paraître surprenant dans la mesure où les dirigeants du FN critiquent régulièrement la couverture télévisée de la vie politique et se plaignent d'être exclus de la télévision. Il rappelle que la sympathie pour le Front national traduit davantage une situation sociale (qui inclut probablement l'absence de sources d'information alternatives à la télévision) qu'une orientation idéologique affirmée.

QUI REGARDE QUOI : LE CHOIX DU JT QU'ON REGARDE

Variables socio-démographiques et écoute des JT

Ainsi que le montrent traditionnellement les études d'audience, l'écoute de la télévision en général et celle des JT en particulier sont conditionnées par un certain nombre de variables socio-démographiques. Le baromètre Cevipof indique plus précisément celles qui affectent le plus la propension à regarder le JT, à savoir : le niveau de diplôme, la profession exercée et l'âge.

L'effet du niveau du diplôme est le plus net et le plus fort. D'une part, plus on a fait d'études, moins on tend à regarder fréquemment le JT, plus on se tourne vers le 20 h de France 2 (mais pas celui de France 3). Ceux qui ont un niveau d'études primaire et secondaire regardent plus fréquemment les informations télévisées et s'informent d'abord auprès des JT de TF1.

La profession exercée affecte également le choix du JT, et, là encore, le choix entre les JT de TF1 et le 20h de France 2 (l'écoute du 19-20 de France 3 variant beaucoup moins en fonction de la profession). **Les ouvriers, les employés préfèrent majoritairement les JT de TF1 au contraire des enseignants qui, eux, privilégient majoritairement le 20h de F2 et délaissent nettement les JT de TF1.** Entre ces deux groupes aux choix assez marqués, les cadres supérieurs et les professions libérales et, dans une moindre mesure les professions intermédiaires,

se répartissent plus également entre les JT de TF1 et ceux des chaînes publiques (quoique avec une petite préférence pour les premiers).

L'impact de la profession sur l'écoute du JT combine sans doute à la fois un effet social du milieu dans lequel on travaille (attentes d'information en fonction de son activité) et un effet technique de disponibilité au moment des horaires de diffusion. La pratique de certaines professions fait qu'on est moins disponible au moment où les JT sont diffusés. De même, les provinciaux, dont une partie rentre chez eux pour déjeuner, sont proportionnellement plus nombreux à regarder les JT de la mi-journée que les habitants de la région parisienne.

Tableau 5 : Ecoute du JT en fonction de la profession

	Agriculteur	Artisan, commerçant, chef entreprise	Prof libérale, cadre supérieur	Enseignant	Prof intermédiaire	Employé	Ouvrier	Etudiant	Jamais travaillé	Total échantillon
TF1 20h	31,1	29,8	28,4	17,7	30,6	37,2	38,5	31,9	30,7	33,5
F2 20h	12,1	22,4	27,3	28,8	22,0	14,8	13,1	23	15,5	18,2
TF1 13h	29,5	15,8	4,4	NS	9,6	17,2	15,5	NS	23,8	13,5
F3 19-20h	12,6	7,8	11,5	17,7	10,9	9,7	11,7	8,9	8,9	10,7

Ce tableau se lit comme suit : sur 100 agriculteurs, 31,1% regardent le 20h de TF1 le plus régulièrement

L'âge intervient également mais de façon contrastée. **Les jeunes téléspectateurs regardent moins fréquemment les informations télévisées⁴** : environ 60% des 18-35 ans regardent un JT au moins cinq jours par semaine alors que c'est le cas de près de 85% des téléspectateurs de plus de 50 ans. Néanmoins, ce taux reste considérable.

En ce qui concerne, le JT préféré, les différences en fonction de l'âge sont assez minimes. Les téléspectateurs les plus âgés tendent proportionnellement plus que les autres à regarder le 13h de TF1 ou celui de F2, mais c'est sans doute lié à leur plus grande disponibilité à ces horaires. Pour les journaux de la soirée, ils n'ont pas une préférence plus marquée pour un JT en particulier (et notamment le 19-20h de F3 comme on le dit parfois). On notera surtout que **les téléspectateurs de moins de 35 ans, outre l'écoute du 20h de TF1 (qu'un peu plus du tiers regarde régulièrement), sont les seuls à se tourner significativement vers les JT de M6, de Canal Plus, ou des chaînes d'information continue : presque un cinquième d'entre eux déclare s'informer le plus régulièrement auprès de ces chaînes contre moins de 10% chez les plus de 35 ans.**

Le genre joue très peu sur l'écoute des JT : **hommes et femmes n'ont pas des préférences sensiblement différentes en matière de JT, à l'exception toutefois du 13 heures de TF1 qui est le journal regardé le plus régulièrement par 17,7% des femmes (et seulement par 10,6% des hommes)** et dont l'auditoire, pari d'autres caractéristiques originales qu'on verra plus loin, est composé presque aux deux-tiers de femmes.

⁴ Comme d'ailleurs la télévision en général : les études d'audience nous apprennent que la durée d'écoute par jour de la télévision augmente presque linéairement avec l'âge. *Grosso modo*, une personne de plus de cinquante ans regarde deux fois plus la télévision chaque jour qu'un adolescent, ce qui traduit avant tout le temps disponible pour l'écoute de la télévision.

Orientations politiques et choix du JT

Si le choix du JT est en partie affecté par les variables socio-démographiques, l'est-il également par l'orientation politique des téléspectateurs ? On observe à cet égard quelques variations importantes qui apparaissent dans le tableau 6.

Globalement, les personnes qui se classent à gauche ou très à gauche tendent à moins regarder les JT de TF1 et plus ceux de France Télévision que les personnes se classant à droite ou très à droite ou que celles refusant de se classer sur une échelle gauche-droite. L'écart est sensible puisque **plus de 40% des personnes se situant à gauche ou très à gauche regardent les JT des chaînes publiques contre un peu plus de 20% des personnes se situant à droite ou très à droite**. Assez clairement, les JT de TF1 souffrent d'une mauvaise image chez les gens de gauche.

Toutefois, lorsqu'on fait intervenir la proximité partisane, la situation est plus contrastée. **Les électeurs proches d'un parti de gauche s'orientent à parts égales vers les JT de TF1 et ceux des chaînes publiques** et les électeurs proches d'un parti de droite, tout en préférant les JT de TF1, n'ont pas une préférence nettement plus forte pour ces derniers que l'ensemble de la population.

On voit également apparaître deux phénomènes intéressants. D'une part, **les électeurs se sentant proches du FN ou du mouvement CPNT s'orientent nettement vers les JT de TF1 et semblent éprouver une véritable aversion pour le 20h de F2**. D'autre part et c'est plus singulier, **les électeurs proches d'un parti de l'extrême gauche ont une nette préférence pour les JT de TF1**, et leurs choix sont quasiment similaires à ceux du CPNT.

Tableau 6 : Orientations politiques et choix du JT

	Rappel total échantillon	Auto-positionnement sur une échelle gauche-droite			Parti dont on se sent le plus proche					
		<i>Très à gauche ou à gauche</i>	<i>Très à droite ou à droite</i>	<i>Ni à gauche ni à droite</i>	<i>Extrême gauche</i>	<i>Gauche</i>	<i>Droite</i>	<i>CPNT</i>	<i>FN</i>	<i>Aucun NSP</i>
TF1 20h	33,5	23,7	43,1	37,9	38,6	27,6	37,8	39,2	50	40,8
TF1 13h	13,5	9,2	15,3	16,7	18,4	10,8	15,3	18	18,4	12,5
F2 20h	18,2	27,9	13,8	10,7	10,3	23,4	16,7	9,3	NS	8,7
F3 19-20h	10,7	13,3	7,5	9,8	11,9	12,1	8	12,4	10,4	10,6
N=	5447	1810	1018	1838	446	2582	1644	194	212	265

En approfondissant l'analyse, on constate que les personnes d'extrême gauche qui regardent le JT de 20 h ou celui 13 h de TF1 sont très majoritairement des employés et des ouvriers (130 personnes sur 172 dans le premier cas et 69 personnes sur 82 dans le second) et l'on peut penser que leur choix de JT reflète avant tout leur appartenance socio-professionnelle (voir tableau 5). En d'autres termes, **les préférences politiques ne jouent pas systématiquement comme un filtre qui oriente le choix du JT qu'on regarde. C'est vrai pour les électeurs proches d'un parti de la gauche parlementaire, beaucoup moins net**

pour les autres électeurs, et dans certains cas, c'est d'abord l'appartenance socio-professionnelle qui conditionne le choix du JT⁵.

Les personnalités dont on se sent proche et le choix des JT

Pour poursuivre l'analyse de l'impact des préférences politiques sur le choix du JT, on peut également s'intéresser aux préférences en termes de personnes. On remarque à cet égard de sensibles variations dans les comportements d'écoute qui reproduisent, globalement mais pas à l'identique, les variations observées en termes de proximité partisane. **Ceux qui se sentent proches de personnalités politiques de droite tendent, dans l'ensemble, à regarder davantage le 20 h de TF1 que le reste des Français, et ceux qui éprouvent de la sympathie pour des personnalités de gauche tendent à regarder un peu plus les JT de France Télévisions. Mais la relation n'est toutefois ni simple ni mécanique.**

Ainsi, si les 20h et 13h de TF1 sont regardés le plus régulièrement par environ 60% des personnes qui se sentent proches de Chirac ou de Sarkozy, ce pourcentage tombe à 50% pour De Villepin. De surcroît, 21,6% des personnes qui se sentent proches de ce dernier se tournent vers le 20 h de France 2, c'est à dire davantage que la moyenne nationale (16,7%).

Parmi les personnalités de gauche, les variations sont encore plus marquées. Ceux qui se sentent proches de Jospin se tournent d'abord vers le 20h de TF1 (environ 30%) puis celui de F2 (un peu moins de 20%), alors que c'est pratiquement l'inverse pour Strauss-Kahn et que les personnes proches de Royal se répartissent également entre les deux JT. On notera que les personnes proches Fabius ont une écoute des informations télévisées singulière : étonnamment peu dirigée vers le 20h de F2 (deux fois moins que dans l'ensemble de la population et presque trois fois moins que parmi les électeurs se classant à gauche) et moins concentrée sur les principaux JT pour porter également sur ceux des « petites chaînes ». **Ainsi, certaines personnalités de gauche (Laguiller, Jospin, mais aussi Bové et Besancenot) ont intérêt à apparaître plutôt dans le 20h de TF1 que dans celui de F2, pourtant le JT préféré des électeurs de gauche, si elles veulent toucher le plus grand nombre de leurs sympathisants.**

Enfin, pour les personnes qui se déclarent proches de Le Pen, les choix du JT regardé ne sont pas strictement identiques à ceux observés en fonction de la proximité partisane : le 20h de F2 est toujours autant délaissé mais le 19-20 de F3 vient en second (16,6% des proches de le Pen le regardent, sensiblement plus que la moyenne nationale).

Tableau 7 : Personnalité dont on se sent proche et choix du JT

	Fabius	Strauss-Kahn	Bové	Royal	Besancenot	Bayrou	Jospin	De Villepin	Laguiller	Chirac	Sarkozy	De Villiers	Le Pen	Total
20h TF1	21	21,1	22,8	25,2	26	30,8%	32,7	33	35,7	41,3	41,8	47,5	55,6	33,5
13h TF1	15,1	5,4	16,3	14,4	12,3	8,9	9	17,6	15,6	20,8	17,1	18,4	13	13,5
20h F2	10,9	32,5	14,9	23,2	18,1	22,8	18,4	21,6	13	8	13,4	9,7	2,9	18,2
19-20h F3	14,3	14,5	14,4	10,2	10,8	10,8	11	8,1	9,1	9	8,1	4,6	16,6	10,7

Ce tableau se lit de la façon suivante: 21% des personnes qui se sentent les plus proches de Fabius regardent le 20h de TF1 le plus régulièrement. (Voynet, Hollande et Buffet n'ont pas été pris en compte en raison de la faiblesse des effectifs).

⁵ Par ailleurs, comme on le montrera plus loin, si l'on note une certaine influence des préférences politiques sur le choix du JT, cela ne signifie pas pour autant que les auditoires des JT sont politiquement très typés.

Ces résultats suggèrent trois types d'interprétations. D'une part, et comme on l'a déjà indiqué, le choix du JT qu'on va regarder reflète autant une appartenance socio-professionnelle que des orientations politiques. Si les sympathisants d'une personnalité de gauche choisissent moins le 20h de F2 que l'ensemble des électeurs de gauche, c'est pour en partie en raison de leur sociologie particulière. D'autre part, **il y a différentes façons d'être de gauche ou de droite, et différentes façons à droite et à gauche de concevoir l'action politique au quotidien (que la sympathie pour telle ou telle personnalité politique permet d'appréhender de façon rudimentaire), qui se traduisent également par des pratiques d'information différenciées.** Enfin, la divergence entre les choix du JT qui apparaissent ici et ceux en fonction de la proximité partisane reflète indirectement **un effet personnalité** : ceux qui se sentent proches du FN en tant que parti et ceux qui se sentent proches de la personne Le Pen ne sont pas strictement les mêmes.

LES AUDITOIRES DES JT

Après avoir étudié la propension à regarder tel ou tel JT en fonction de variables socio-démographiques ou politiques, portons maintenant l'analyse sur les auditoires des JT. Quel est le profil sociologique ou politique des téléspectateurs des différents JT ? Ou, autrement dit, à qui s'adresse-t-on lorsqu'on intervient dans un JT ?

Au préalable, il faut avoir présent à l'esprit que les différences de comportements d'écoute des téléspectateurs en fonction de leurs caractéristiques socio-démographiques ou de leurs orientations politiques ne vont pas nécessairement se refléter dans la composition des auditoires des JT. Il en est ainsi, bien évidemment, parce que certains groupes d'électeurs dont nous avons précédemment étudié les comportements d'écoute « pèsent » peu dans la population totale et, corollairement, dans les auditoires des JT. Il en est ainsi également parce que les audiences des JT sont loin d'être identiques : en particulier, le 20h de TF1 avec plus de 8 millions de téléspectateurs quotidiens en moyenne, presque le double de l'audience du 20 h de F2, est de loin le journal le plus regardé.

Le profil sociologique des auditoires des JT

Les auditoires des JT présentent chacun des traits spécifiques en termes socio-démographiques.

Le 13 heures de TF1 est le plus nettement typé, avec un tiers d'employés, un quart d'ouvriers et 7% d'agriculteurs. Le public de ce JT est un public féminin aux deux-tiers, âgé (la moitié des téléspectateurs a plus de 50 ans mais c'est vrai également du 13 h de France 2) et n'ayant pas fait de longues études (les trois-quarts des téléspectateurs ont un niveau d'étude primaire ou secondaire).

Le 20 h de F2 se caractérise surtout par le niveau d'études de son auditoire, nettement plus élevé que pour les autres JT : un quart de ceux qui regardent régulièrement ce JT ont un niveau égal ou supérieur à Bac +2 (mais il n'en reste pas moins que la moitié de son public n'a pas un niveau équivalent au Bac). Les cadres supérieurs, professions libérales et enseignants représentent 17% de cet auditoire et c'est nettement le public le moins ouvrier de tous les grands JT.

Le 20h de TF1 est, relativement aux autres chaînes hertziennes, le plus jeune puisque pratiquement 30% de ses téléspectateurs ont moins de 35 ans. C'est aussi celui dont l'auditoire épouse le plus la structure socio-démographique de l'ensemble des électeurs : passer au 20 heures c'est d'une certaine façon s'adresser à un échantillon relativement représentatif (en termes socio-démographiques) de électeurs français.

La structure socio-démographique du 19-20 h de F3 est assez proche de celle du 20 h de TF1 et les différences qui existent sont minimales : c'est un public un peu plus diplômé et plus âgé que celui du 20h de TF1 et où on l'on compte moins d'employés.

La taille de notre échantillon permet enfin de donner quelques indications sur le public de quelques JT peu regardés relativement à ceux des grandes chaînes - ceux de M6 (JT de début de soirée ou JT de 12h50) et le JT de Canal Plus – ainsi que sur celui des chaînes d'information continue (LCI et dans une moindre mesure i-télé). **Le public de ces petits JT est un public assez homogène : très jeune (la moitié au moins des téléspectateurs ont moins de 35 ans) majoritairement composé d'ouvriers, d'employés et de professions intermédiaires (les 2/3 de l'auditoire du 6 minutes de M6), enfin celui qui compte la plus grande proportion d'étudiants (en moyenne 15%).**

Le profil politique des auditoires des JT

Lorsqu'une personnalité politique intervient dans un JT à qui s'adresse-t-elle ? S'agit-il plutôt de sympathisants du courant politique auquel elle appartient, ou plutôt d'électeurs *a priori* hostiles ? Quels sont les problèmes sociaux ou politiques auxquels les téléspectateurs de ce JT donnent le plus d'importance ? Ces éléments sont assurément importants dans le cadre d'une stratégie de communication politique et peut permettre d'ajuster le message qu'on va délivrer ou les arguments que l'on va utiliser. Le baromètre Cevipof apporte ici des données originales.

Globalement, **le public des JT des chaînes publiques est majoritairement un public de gauche** : ainsi, plus de la moitié des téléspectateurs du 20h de F2 se classent à gauche ou à l'extrême gauche, et presque les deux tiers se sentent proches d'un parti de gauche ou d'extrême gauche. C'est aussi sans doute un public plus informé (et peut-être plus exigeant) que celui des chaînes de TF1 puisque on y compte une forte proportion de personnes s'intéressant beaucoup ou assez à la politique : c'est le cas de 56,8% des téléspectateurs du 20h de F2 alors qu'ils ne sont que 38,6% parmi les téléspectateurs du 20h de TF1 (et 28,6% chez ceux du 13h de TF1).

Tableau 8 : Orientations politiques des auditoires des JT

	Auto-positionnement sur une échelle gauche-droite			Parti dont on se sent le plus proche					
	Très à gauche ou à gauche	Très à droite ou à droite	Ni à gauche ni à droite	Extrême gauche	Gauche	Droite	CPNT	FN	Aucun NSP
TF1 20h	23,5	24,2	38,1	9,4	39	34,1	4,2	5,8	5,9
TF1 13h	22,6	21,3	41,8	11,2	38	34,1	4,8	5,3	4,5
F2 20h	51	14,1	19,8	4,6	60,8	27,7	NS	NS	2,3
F3 19-20h	41,5	13,1	31,2	9,1	53,9	22,7	4,1	3,8	4,8

Ce tableau se lit ainsi : sur 100 personnes regardant TF1, 23,5% déclarent se situer à gauche ou à l'extrême gauche (par auto-positionnement sur une échelle gauche-droite).

Par contraste, **le public des JT de TF1 se caractérise d'abord par une moindre polarisation déclarée** : environ 40% de ceux qui regardent ces JT déclarent se situer ni à gauche, ni à droite, et ont en quelque sorte des opinions moins tranchées. Cependant, on trouvera dans ces auditoires

d'avantage d'électeurs se sentant proches d'un parti de l'extrême gauche ou de l'extrême droite que dans l'auditoire du 20h de F2. Pour autant (ou, en conséquence), **le public des JT de TF1 n'est pas un public qui penche majoritairement à droite, puisqu'on y trouve pratiquement la même proportion d'électeurs déclarant se situer à gauche ou très à gauche que d'électeurs se situant à droite ou très à droite**, la même proportion également d'électeurs se disant proches d'un parti de gauche que d'électeurs se déclarant proches d'un parti de droite. C'est encore **un public qui s'intéresse moins à la politique que la moyenne des Français**, particulièrement dans le cas du 13h de TF1 dont plus de 70% des téléspectateurs n'ont pas ou peu d'intérêt pour la politique. On verra plus loin que c'est également un public sensiblement plus conservateur sur le plan moral et plus libéral sur le plan économique, mais aussi peut-être plus inquiet face à l'avenir, que celui des JT des chaînes publiques.

Le vote des téléspectateurs des JT

La prise en compte du comportement électoral déclaré au cours de précédentes élections conduit à la fois à affiner et à nuancer le profil politique des auditoires des JT.

Si l'on considère le 1^{er} tour de l'élection présidentielle de 2002, le vote des téléspectateurs de TF1, et surtout de ceux du 20h de TF1 – dont on a dit précédemment qu'ils représentaient un échantillon assez représentatif en termes socio-démographiques de la population française – **amplifie assez fortement celui de l'ensemble des Français avec un vote Jospin moins prononcé et un vote Le Pen beaucoup plus affirmé**. En revanche, le vote des téléspectateurs des JT des chaînes publiques se démarque sensiblement de celui de l'ensemble des Français⁶.

Tableau 9 : Le vote des auditoires des principaux JT

	Vote au référendum de 2005*		Vote au 1 ^{er} tour de la présidentielle 2002*			
	<i>Oui</i>	<i>Non</i>	<i>Chirac</i>	<i>Le Pen</i>	<i>Jospin</i>	<i>Bayrou</i>
<i>TF1 20h</i>	32,1	39,9	19,5	20,0	11,1	4,1
<i>TF1 13h</i>	28,9	43,7	21,1	21,1	10,4	5,1
<i>F2 20h</i>	44,2	38,6	12,5	5,2	18,4	8,2
<i>F3 19-20h</i>	32,5	44,9	11,7	11,5	14,1	4,9
<i>Total échantillon</i>	33,7	41,3	15,8	14,5	12,8	5,4

Ce tableau se lit de la façon suivante: sur 100 téléspectateurs de TF1 en mars 2006, 32,1% ont voté oui au référendum du 29 mai 2005.

* Sur la base de l'ensemble des électeurs en mars 2006 (et non celle des inscrits en 2005 ou 2002)

⁶ En analysant le vote des téléspectateurs des différents JT, il faut, une fois encore, se souvenir que l'audience du 20h de TF1 est à peu près le double de celle du 20h de France 2. Ainsi, si en pourcentage il y a deux fois plus d'électeurs qui ont voté Jospin au 1^{er} tour de 2002 dans l'auditoire du 20h de France 2 que dans celui du 20h de TF1, numériquement, il y a autant d'électeurs de Jospin dans les deux auditoires (et même un peu plus dans celui du 20 h de TF1).

L'analyse du vote des différents auditoires des JT lors du référendum de 2005 apporte quelques informations intéressantes. **Seul l'auditoire du 20h de F2 a voté majoritairement Oui au référendum. L'auditoire du 13h de TF1 a été nettement le plus hostile à la ratification du TCE.**

Ces résultats sont bien entendu à relier aux sociologies spécifiques de chaque auditoire (et notamment à la forte proportion d'ouvriers et d'employés dans celui du 13 h de TF1). Si l'on se souvient que la couverture télévisée de la campagne autour du référendum a été, au moins dans ses premiers temps, largement favorable au Oui, ces résultats rappellent que l'influence de la télévision sur le comportement électoral n'est ni mécanique, ni simple, et doit en tout cas s'analyser en fonction du cadre social de réception des émissions de télévision.

Les personnalités préférées des auditoires des JT

L'analyse des personnalités préférées par les téléspectateurs des différents JT fait apparaître d'abord que **les préférences des téléspectateurs se concentrent sur un petit nombre de personnalités politiques (4 sur les 16 proposées)**. En second lieu, la proximité avec telle ou telle personnalité reflète grossièrement les orientations politiques des auditoires, mais avec quelques variations importantes.

La structure des préférences n'est pas simple à interpréter car elle résulte sans doute de la combinaison (et de l'interaction) de plusieurs facteurs : le traitement de l'information propre à chaque rédaction et la plus ou moins grande attention donnée par chaque JT aux personnalités politiques; un « effet personne » lié au style original de chaque personnalité ; un « effet institutionnel » lié aux fonctions officielles que peut exercer une personnalité (et qui attache certains attributs, comme par exemple l'autorité ou la compétence, à cette personne – sans compter la plus grande couverture médiatique qui en résulte) ; un « effet conjoncture » lié à des événements particuliers qui ont mis au premier plan, positivement ou négativement, une personnalité (et très apparent ici pour De Villepin qui vient de traverser la crise du CPE) ; enfin, les orientations politiques générales des téléspectateurs (qui vont orienter leur exposition aux JT et surtout la manière dont ils reçoivent les informations).

Tableau 10 : Personnalités dont les auditoires des JT se sentent le plus proches

	Sarkozy	Royal	Jospin	Chirac	De Villepin	Besancenot	Bayrou
TF1 20h	30,5	13,4	12,4	7,8	5,5	3,8	3,6
TF1 13h	28,8	17,4	8,7	7,1	6,1	4,5	3,0
F2 20h	16,8	25,1	14,2	2,5	4,6	5,1	6,6
F3 19-20h	16,9	21,2	13,8	5,3	3,1	NS	NS

Ce tableau se lit ainsi: sur 100 personnes regardant régulièrement le 20h de TF1, 30,% se sentent les plus proches de Nicolas Sarkozy.

Données présentées par ordre de préférence des personnalités (7 sur 16 proposées)

Ecoute du JT et opinions sur la société française

Sans qu'on puisse en déduire que l'écoute de tel ou tel JT conditionne une vision du monde et une perception des problèmes sociaux particulières, il est intéressant d'étudier les opinions des téléspectateurs des JT sur certaines questions de société.

La hiérarchie des problèmes jugés les plus importants est intéressante à étudier dans la mesure où elle peut faire apparaître un effet d'agenda des JT. Ceux-ci tendent-ils à focaliser l'attention des électeurs sur certains problèmes qui seront ensuite jugés comme les plus importants et serviront éventuellement par la suite de critères de décision lors du vote à l'élection présidentielle ? Ou, autrement dit, suivant la célèbre formule, si les médias ne nous disent pas *quoi penser*, nous disent-ils au moins *ce à quoi* il faut penser ?⁷

La principale constatation que l'on peut faire ici est que **la hiérarchie des problèmes les jugés les plus importants est assez similaire suivant les auditoires**. L'emploi est le problème largement dominant dans tous les auditoires. Pour les autres problèmes, on observe certes des variations (les téléspectateurs des JT des chaînes publiques sont davantage sensibles aux inégalités en France, ceux du 13h de TF1 plus sensibles aux problèmes de sécurité, mais pas de différences nettement marquées (qui pourraient, par exemple, suggérer des couvertures très distinctes de l'actualité politique, sociale ou économique de chaque JT).

Il sera intéressant d'étudier si cette relative homogénéité persiste au fur et à mesure que la campagne se déroule.

Tableau 11 : Problème jugé le plus important pour la France en 1er par les différents auditoires

	Emploi	Hausse des prix	Inégalités	Déficit public et dette de l'Etat	Impôts et taxes	Sécurité biens et personnes	Immigration	Education et recherche
TF1 20h	38,2	11,8	7,0	9,2	7,0	7,6	6,3	5,2
TF1 13h	37,7	11,5	7,6	7,1	9,3	6,8	8,4	4,4
F2 20h	42,8	6,4	14,4	9,3	3,5	5,0	2,5	8,1
F3 19-20h	37,1	11,7	12,6	8,9	6,0	4,3	6,6	5,5

Ce tableau se lit ainsi : sur 100 téléspectateurs du 20h de TF1, 41 jugent l'emploi comme le problème le plus important en premier pour la France.

Présentation par ordre d'importance des problèmes (8 sur 11 proposés)

Dans la suite de ce rapport, on présente les opinions des différents auditoires sur quelques questions de société, classées par thème. Des commentaires figurent à la suite de chaque tableau et un commentaire général à la fin de cette section.

⁷ Effet d'agenda qu'on espère étudier de façon plus approfondie dans les prochaines vagues du baromètre en confrontant d'une part les sujets traités par chaque JT (ainsi que les formes de leur de leur présentation : hiérarchie, fréquence, durée) et d'autre part les problèmes jugés les plus importants (en question fermée et/ou ouverte).

Les auditoires des JT et la sécurité

Tableau 12 : Les auditoires des JT et la sécurité

	On ne sent en sécurité nulle part : d'accord	La délinquance		
		a augmenté	est restée stable	a diminué
TF1 20h	46	25,1	62,7	11,6
TF1 13h	52,1	27,1	58	14,4
F2 20h	27,3	20,4	70	9,2
F3 19-20h	35,1	23,2	65,1	10,8

Le sentiment d'insécurité est nettement plus fort chez les téléspectateurs de TF1 (et particulièrement ceux du 13 h) que chez ceux des chaînes publiques.

Il est intéressant de noter que les téléspectateurs du 13h de TF1 ont une évaluation singulière de l'évolution de la délinquance: ils sont ceux qui estiment le plus qu'elle a augmenté, mais aussi ceux qui pensent le plus qu'elle a baissé. Ce qu'on peut sans doute expliquer par la double manière dont on peut interpréter la question : en y répondant, certains ont probablement voulu marquer leur accord avec la politique gouvernementale en matière de sécurité ; d'autres, plutôt exprimé une inquiétude relativement à la sécurité.

Les auditoires des JT et l'immigration

Tableau 13 : Les auditoires des JT et l'immigration

	Trop d'immigrés en France : d'accord	L'Etat devrait aider la construction des mosquées : pas d'accord	Droit de vote des étrangers résidents aux municipales : d'accord
TF1 20h	59,8	73,9	62,8
TF1 13h	67,5	77,1	62,3
F2 20h	37,6	64,2	75,5
F3 19-20h	46,6	69,7	69,7

Sur cette question, d'importants écarts apparaissent quant à l'appréciation du nombre d'immigrés en France, les téléspectateurs du 20h de F2 étant nettement plus ouverts à l'immigration, ceux du 13h de TF1 les plus hostiles. Ce clivage apparaît également, mais de façon moins prononcée, sur les autres volets de ce thème.

Les auditoires des JT et l'économie

Tableau 14 : Les auditoires des JT et l'économie

	Mondialisation un danger : d'accord	On doit donner plus de liberté aux entreprises : d'accord	Chômage			Chômeurs pourraient trouver du travail : d'accord
			A augmenté	Est resté stable	A diminué	
TF1 20h	47	68,1	47,6	26,5	25,3	65,6
TF1 13h	55,9	69,7	48,8	26,9	24,1	71
F2 20h	35	50,9	41,5	36,3	21,7	45,5
F3 19-20h	45,8	53	50,9	28,9	19,3	56,4

Les questions sur l'économie reflètent l'hétérogénéité aussi bien sociale que politique des auditoires des JT (à l'exception du 20h de F2), et notamment l'existence de deux gauches qui apparaît bien dans les opinions des téléspectateurs du 19-20 de F3, plus frileux à l'égard de la mondialisation (et en cela assez proches des auditoires des JT de TF1, mais aussi plus favorables à la régulation (et sans doute l'intervention) de l'Etat que ces derniers. La question sur le chômage pose le problème d'interprétation déjà signalé plus haut : s'agit-il d'évaluer les effets de l'action gouvernementale sur l'évolution du chômage ou plutôt d'exprimer un constat sur le niveau du chômage ?

Les valeurs des auditoires des JT

Sur ce thème, deux questions mettent en évidence soit une relative homogénéité des auditoires des JT, soit au contraire de fortes divergences. Les auditoires de TF1 sont nettement plus favorables au rétablissement de la peine de mort que celui-ci du 20h de F2, l'auditoire du 19-20 de F3 se situant, une fois encore dans une position intermédiaire. En revanche, la question sur l'acceptation de l'homosexualité est moins clivante : tous les auditoires l'acceptent largement, y compris celui du 13h de TF1.

Tableau 15 : Les valeurs des auditoires des JT

	Il faut rétablir la peine de mort :d'accord	Homosexualité acceptable : d'accord
TF1 20h	46,8	72,1
TF1 13h	50,5	71,1
F2 20h	21	80,2
F3 19-20h	38,4	75,1

Au total, au travers de cet ensemble de questions sur la société et l'économie, les auditoires apparaissent relativement, mais pas exagérément, typés. Les téléspectateurs du 20h de

F2 sont ceux qui se distinguent le plus nettement par leurs opinions : les plus ouverts à la mondialisation, à l'immigration et à la diversité culturelle, les plus libéraux sur le plan moral mais pas forcément sur le plan économique. Les auditoires des JT de TF1 sont sans doute plus conservateurs sur le plan moral, davantage attachés à l'initiative individuelle et hostiles à une intervention de l'Etat, moins favorables à l'ouverture de l'économie. L'auditoire du 19-20 de F3 se situe entre ceux des JT de TF1 et de F2 et est celui qui est le plus hétérogène en termes d'opinions sur la société.

CONCLUSION : QUESTIONS A APPROFONDIR ET PROPOSITIONS POUR LE PROCHAIN BAROMETRE

En conclusion, je voudrais indiquer quelques questions qui nécessitent une analyse plus fine et formuler quelques propositions pour le questionnaire du prochain baromètre.

- Concernant l'exposition aux différents JT, cette première analyse montre que **facteurs socio-démographiques et préférences politiques interagissent. Il semble même que les premiers expliquent davantage la propension à regarder tel ou tel JT.** Cette question mérite de toute évidence d'être approfondie par des traitements statistiques plus sophistiqués.

- Autre question qui mérite un surcroît d'analyse : à l'intérieur de chaque auditoire des JT, il y a de sensibles décalages entre les orientations politiques des téléspectateurs (mesurées par leur auto-positionnement sur une échelle gauche-droite et leur proximité partisane), leurs comportements politiques et leurs opinions sur un certain nombre de questions de société

Ainsi, alors que les auditoires de deux JT de TF1 se positionnent de façon très similaire sur l'échelle gauche-droite ou par rapport aux partis, ils ont exprimé des votes assez différents lors du référendum de 2005, mais très voisins lors du 1^{er} tour de 2002. De la même façon, alors que pratiquement les deux-tiers des auditoires des JT de France 2 et France 3 déclarent se sentir proches d'un parti de gauche ou d'extrême gauche, leurs votes sont assez divergents : les téléspectateurs du 19-20h de F3 ont été nettement moins favorables au Oui en 2005, plus favorables à Le Pen et moins à Jospin en 2002 que les téléspectateurs de F2.

En d'autres termes, **il faut approfondir l'analyse en étudiant plus finement les pratiques d'information des différentes composantes de la gauche et de la droite.** Et là encore, il semblerait que l'effet milieu social l'emporte sur les préférences politiques pour expliquer le choix du JT, mais aussi que **pour certains groupes de téléspectateurs, il y ait une divergence entre préférences politiques d'une part et comportements politiques d'autre part suivant le JT regardé.**

Questions à ajouter et à supprimer :

- **L'une des principales faiblesses du baromètre est de ne pas comprendre de questions sur les pratiques d'information alternatives à l'écoute du JT.** C'est dommage car, assez nettement (et cela rejoint d'ailleurs d'autres travaux sur les pratiques des médias), l'écoute du JT (ais aussi le crédit qu'on lui porte) dépend des autres sources d'information (y compris les conversations interpersonnelles) dont on dispose. **Il serait donc très utile d'avoir une question sur la lecture du journal (surtout la PQN) et une autre sur la fréquence des conversations politiques.**

Ceci nous permettrait d'isoler un groupe d'électeurs surinformés et un autre d'électeurs sous-informés qui, ainsi que l'ont montré d'autres travaux (Zaller en particulier), n'ont pas la même sensibilité aux effets d'information. Cette distinction peut être aussi intéressante pour

analyser certains comportements politiques : l'indécision ou l'abstention par exemple qui, comme l'avaient souligné Jaffré et Chiche, peuvent aussi bien résulter d'une information surabondante qu'au contraire d'un manque d'information.

- En revanche, il me semble **qu'on peut laisser tomber la double question sur la confiance dans les différents médias**. Nous avons désormais établi que celle-ci est fortement liée à l'intérêt pour la politique et également aux usages qu'on fait des différents médias (la seule difficulté concernant cette dernière relation étant de savoir dans quel sens elle fonctionne).

- **On peut également simplifier la question sur les JT les plus régulièrement regardés**. Les données du premier baromètre constituent une base de travail déjà très riche et il est probable que les comportements d'écoute des JT évoluent peu dans le temps.

Il ne me semble donc nécessaire que de retenir les modalités suivantes :

- 20h de TF1
- 13h de TF1
- 20h de F2
- 19-20 de F3
- Autres JT des chaînes publiques
- Autres JT ou chaînes d'information continues.

- **Je pense toujours qu'il serait bien d'avoir une question sur les usages de l'internet, sinon dans la deuxième vague du baromètre, mais en tout cas dans la troisième vague.**

Je rappelle que plus de la moitié des électeurs français utilise régulièrement l'internet, mais probablement dans des buts très divers et il est important de savoir pour quels électeurs l'internet est en train de devenir une source d'information non négligeable et quel mode de relation à la politique il instaure. Par ailleurs, on ne peut rester indifférent au phénomène des nouvelles adhésions en ligne du PS et de l'UMP, qui suggère que l'internet peut favoriser la participation politique dans certaines circonstances.

- **Enfin, je pense que nous pourrions nous servir du baromètre pour effectuer une petite étude des effets d'agenda des JT de la télévision (voir explication en note 7).**

Concrètement, il s'agirait, dans le mois précédent l'administration du baromètre d'étudier le contenu des principaux JT (notamment : titres annoncés en une, hiérarchie et longueur des sujets, récurrence des sujets ; éventuellement : recours à des images, tonalité du traitement du sujet) puis de mettre en regard cette analyse de contenu avec une question (fermée ou ouverte) sur les problèmes jugés les plus importants par les électeurs.