



#moijeune - 20 Minutes a interrogé les jeunes 18-30 ans sur leur perception du monde des médias et de l'information.

Dans le cadre de la démarche #moijeune, menée en partenariat avec OpinionWay [depuis mars 2016](#), 20 Minutes dévoile les résultats d'une nouvelle enquête consacrée à la perception des jeunes 18-30 ans envers l'information. Quels usages ont-ils en la matière? Font-ils confiance aux journalistes ? Comment gèrent-ils les fake news ? Autant de questions auxquelles la communauté #moijeune a répondu.

« Cette étude nous apporte tout d'abord une très bonne nouvelle : les jeunes sont matures et conscients dans leur relation à l'information. Ils ont une confiance positive et argumentée dans certains médias. Lucides face aux fake news ils sont conscients de leur propre responsabilité et donnent un rôle, en la matière, très important aux médias, plus qu'aux réseaux sociaux. A nous d'être à la hauteur de leur exigence », explique Olivier Bonsart, Président et directeur de la publication de 20 Minutes.

Des jeunes qui sont actifs, sereins et matures dans leur relation à l'information

En termes d'usages, les jeunes déclarent être moins passifs que ce que l'on peut entendre dire... Seuls 10% laissent l'info venir à eux contre 40% qui vont chercher l'information par eux-mêmes auprès de leurs sources habituelles.

La confiance dans les médias n'est pas la bonne question

Alors que l'on entend souvent que les Français n'ont plus confiance dans les médias, les jeunes interrogés reprennent de la hauteur et savent accorder leur confiance à des médias identifiés par eux.

Dans les questions ouvertes, le panel interrogé fait clairement la distinction entre les médias. Ils valorisent les médias indépendants au détriment des médias partisans.

Fake news : des jeunes lucides et proactifs

On constate dans cette étude qu'il y a une réelle prise de conscience du phénomène des fake news, avec 75% des répondants affirmant avoir l'habitude de recouper/vérifier une information avec d'autres sources. Pour 75% d'entre eux, c'est l'actualité politique qui est la plus concernée. Et quand il s'agit de leur demander à qui revient selon eux la responsabilité de lutter contre, ce sont aux médias (37%) et aux lecteurs eux-mêmes (31%) qu'ils confient la tâche.

>> [Téléchargez le rapport complet de cette étude en cliquant ici](#)

>> En savoir plus sur www.20minutes-moijeune.fr

A propos de « 20 Minutes » : 20 Minutes rassemble 22,5 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). 1^{ère} marque d'info chez les 15-49 ans, elle est suivie par 2,2 millions de followers sur Twitter et 2,3 millions de fans sur Facebook (source : étude ACPM ONE Global V1 2017).

Contacts presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr Nathalie Desaix ndesaix@20minutes.fr