

## **La moitié des internautes de 15 à 19 ans ont créé un blog.**

**Par Hervé Barbot**

Directeur Général Adjoint - Ipsos Media

**22 mars 2006 - Si les plus de 25 ans considèrent internet comme une vaste source documentaire, les plus jeunes y voient surtout un outil d'échange et de communication. Blogs, chats, forums, messagerie : pour la nouvelle génération d'internautes interrogée par Ipsos pour l'association Graines de Citoyens, le web est d'abord un moyen d'expression.**

Publié à l'occasion de la 3ème édition des Assises de la Presse Ecrite et de la Jeunesse, le sondage Ipsos- Graines de Citoyens s'est attaché à éclairer deux dimensions : la relation des jeunes à l'internet et leurs critères de jugement et de confiance dans les médias. Il apparaît que les jeunes internautes ne sont ni plus addicts au net que leurs aînés, ni moins consommateurs d'autres médias que les autres internautes. Ils ont en revanche une utilisation d'internet plus diversifiée, motivée par l'échange et la communication.

En termes d'assiduité, les internautes de 15 à 24 ans sont 44% à surfer plusieurs fois par jour, contre un taux de 50% chez les plus de 25 ans. La différence est peu significative. Elle l'est encore moins sur une semaine, où la quasi totalité des internautes, dans toutes les tranches d'âges, est allé sur le web.

L'enquête montre par ailleurs que la fréquentation des autres médias par les moins de 25 ans "internautes" n'est pas plus affectée par l'utilisation du net que pour les plus âgés. Dans la même proportion, ils écoutent la radio, regardent la TV ou lisent la presse et les temps passés par média sont équivalents. Les occasions de contact avec les autres médias restent donc nombreuses.

Les différences liées à l'âge sont en revanche plus sensibles dès lors que l'on s'intéresse aux moments de fréquentation et surtout aux types de contenus recherchés. Les moins de 25 ans ont une utilisation d'internet plus diversifiée et motivée par l'échange et la communication. On mesure chez eux une moyenne de sept usages différents, contre cinq pour les 25 ans et plus. Les usages les plus développés pour les jeunes sont ceux relatifs aux échanges avec les autres internautes : messagerie, blogs, chats, forums, alors que les plus âgés sont davantage dans une relation d'outil qui leur facilite la vie (infos pratiques, bourse, banque, ...). Les sites personnels et les blogs sont des phénomènes qui marquent particulièrement la jeune génération : 51% des 15-19 ans ont créé un blog, contre seulement 9% chez les internautes de plus de 25 ans. On observe en revanche peu de différences sur l'usage d'internet pour s'informer sur l'actualité ; les 15-19 ans sont à peine moins tournés vers cet usage.

Les moins de 25 ans et plus encore les 15-19 ans se démarquent ainsi par la perception d'internet comme outil de communication, quand leurs aînés y voient plutôt une source documentaire. Ils savent cependant garder une certaine distance par rapport aux informations, aux avis recueillis en ligne. Passé l'aspect convivial et d'échange, les blogs, chats, et autres dialogues sur le web sont loin d'être leur source prioritaire pour se forger une opinion. Ils accordent prioritairement leur confiance aux avis "autorisés", des experts et des médias, et aux avis proches, de parents, amis ou entourage. Dans ce contexte, les

quotidiens et les sites d'information sont privilégiés. Ces deux médias arrivent en tête des médias auxquels les jeunes accordent du crédit pour se forger une opinion.

Presse écrite / internet : deux medias complémentaires

La crédibilité accordée à l'expertise est un critère important, mais toutefois pas suffisant dans la confiance accordée aux medias. Le respect des faits, et l'expression de la diversité des opinions entrent également en ligne de compte. Expertise, véracité et ouverture sont en quelque sorte les 3 clés de la confiance des jeunes dans les médias. En revanche, la puissance (vu/lu/entendu par un nombre important de gens), l'affinité (vu/lu/entendu par des gens comme vous) ou la notoriété (marque ou journalistes) ne constituent pas des critères suffisants.

On constate donc que chez les jeunes, le débat presse écrite / presse "en ligne" est moins tranché que ce que l'on pourrait penser. La presse quotidienne est crédible car elle respecte la réalité, internet l'est par la diversité des opinions qui s'y expriment. Que dans la perception des jeunes, la presse quotidienne ne soit pas agréable à lire ou à consulter n'est finalement pas un réel problème. Comparativement à internet, elle n'est pas déjugée sur cette dimension. La presse quotidienne papier est perçue comme un moyen efficace de s'informer, de s'instruire, égalant en cela internet. Le web l'emporte en revanche sur les dimensions de diversité par rapport au type d'informations, et pour l'intérêt porté aux jeunes.

Au final, et vu l'attrait des jeunes pour le web en temps qu'outil de communication, l'enjeu pour les entreprises de presse est bien d'évoluer d'une culture de l'écriture à une culture de l'échange, où mots, images et diversités d'opinions s'allient pour alimenter les contenus. Nous avons là une condition nécessaire mais pas suffisante. Pour garantir le succès, les contenus proposés doivent aussi traiter davantage les sujets qui concernent les jeunes, tout en leur renvoyant une image plus proche et peut-être plus juste de leur réalité.

**Hervé Barbot**  
Directeur Général Adjoint - Ipsos Media  
[herve.barbot@ipsos.com](mailto:herve.barbot@ipsos.com)