

LES FAKE NEWS



Étude Ipsos Global Advisor menée dans 27 pays

GAME CHANGERS



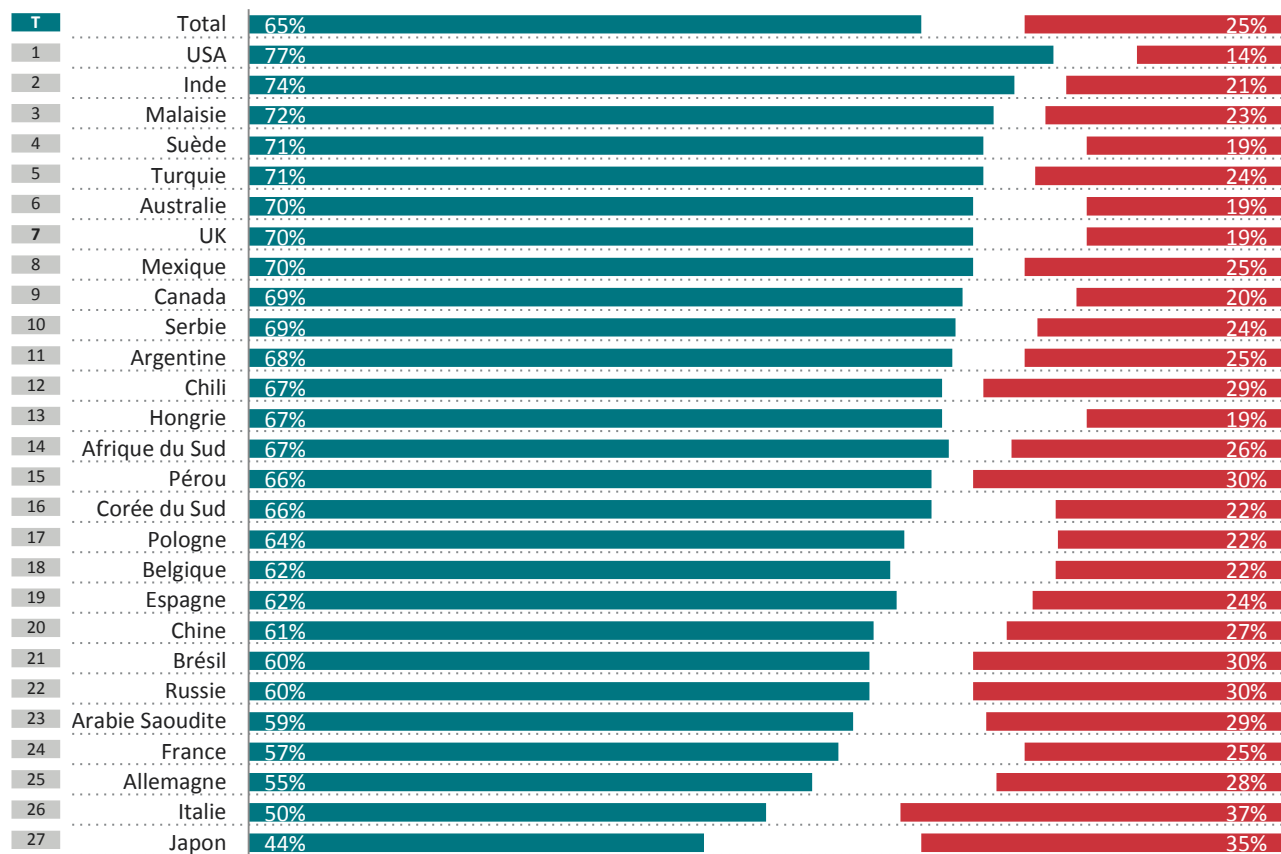
**FAKE NEWS,
POST-VÉRITÉ
& “BULLES DE
FILTRES”**



Fake news, post-vérité et “bulles de filtres” : un problème chez les autres, mais pas chez soi...

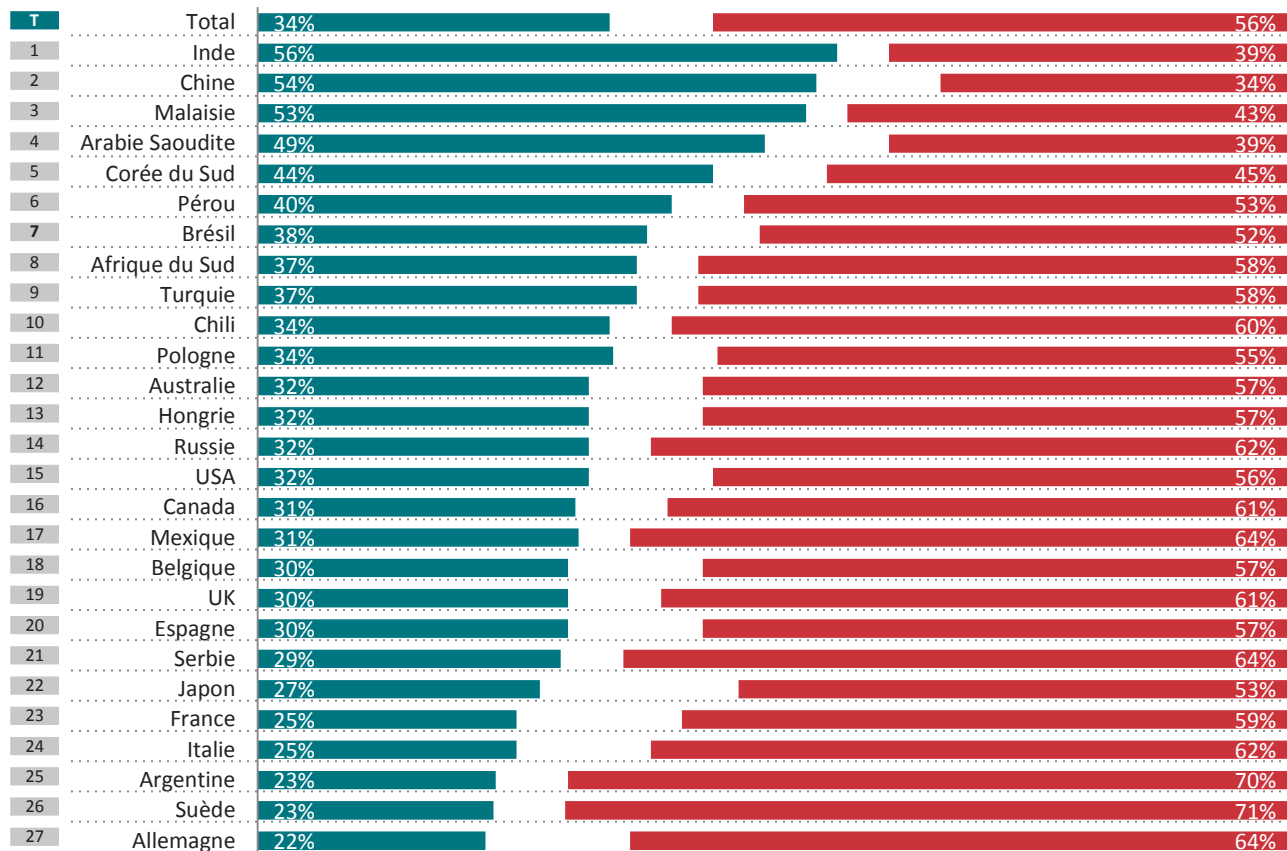
- **65%** des personnes interrogées pensent que **les autres vivent dans leur propre bulle sur Internet, en cherchant principalement des opinions semblables aux leurs** – mais seulement **34%** admettent eux-mêmes vivre dans leur bulle.
- **63%** sont sûrs de **pouvoir identifier les fake news** – mais seulement **41%** pensent qu'**une personne moyenne en est capable**.
- **58%** estiment être plus à même de **repérer les fake news qu'une personne lambda**, contre seulement **28%** qui ne sont pas de cet avis.
- **60%** pensent que **“les autres” ne se soucient plus des faits et croient simplement ce qu'ils ont envie de croire**.
- **59%** sont convaincus qu'ils **comprennent mieux les réalités sociales** telles que les niveaux d'immigration et les taux de criminalité **qu'une personne moyenne**, vs. **29%** qui pensent que ce n'est pas le cas.

Dans mon pays, la
personne moyenne vit
dans sa propre « bulle »
sur Internet et, la plupart
du temps, elle tisse des
liens avec des gens
comme elle et recherche
des opinions avec
lesquelles est déjà
d'accord



Base: 13 500 personnes dans 27 pays

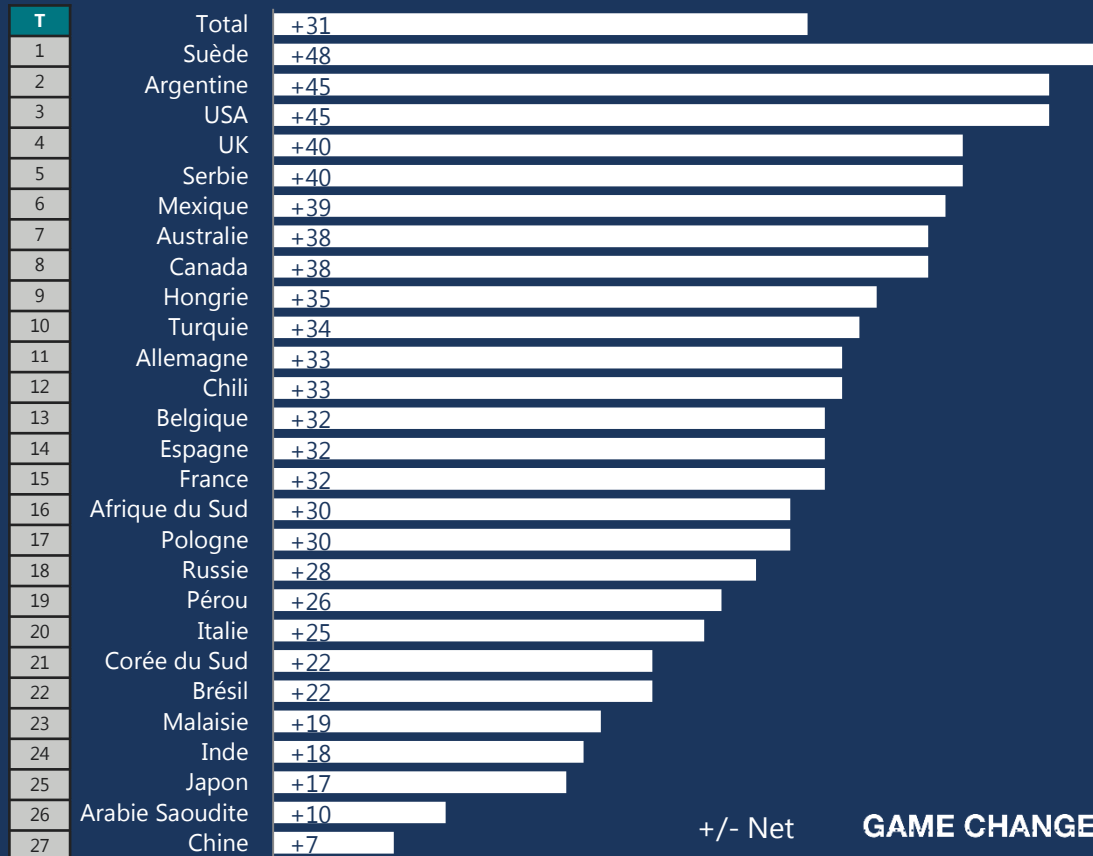
Je vis dans ma propre
« bulle » sur Internet et, la
plupart du temps, je tisse
des liens avec des gens
comme moi et je
recherche des opinions
avec lesquelles je suis déjà
d'accord



Base: 13 500 personnes dans 27 pays

Les gens ont davantage tendance à penser que les autres vivent dans leur bulle, mais pas eux

Ce graphique compare les réponses aux questions des deux précédents slides sur ce que les personnes interrogées déclarent par rapport aux autres et ce qu'ils disent d'eux-mêmes.

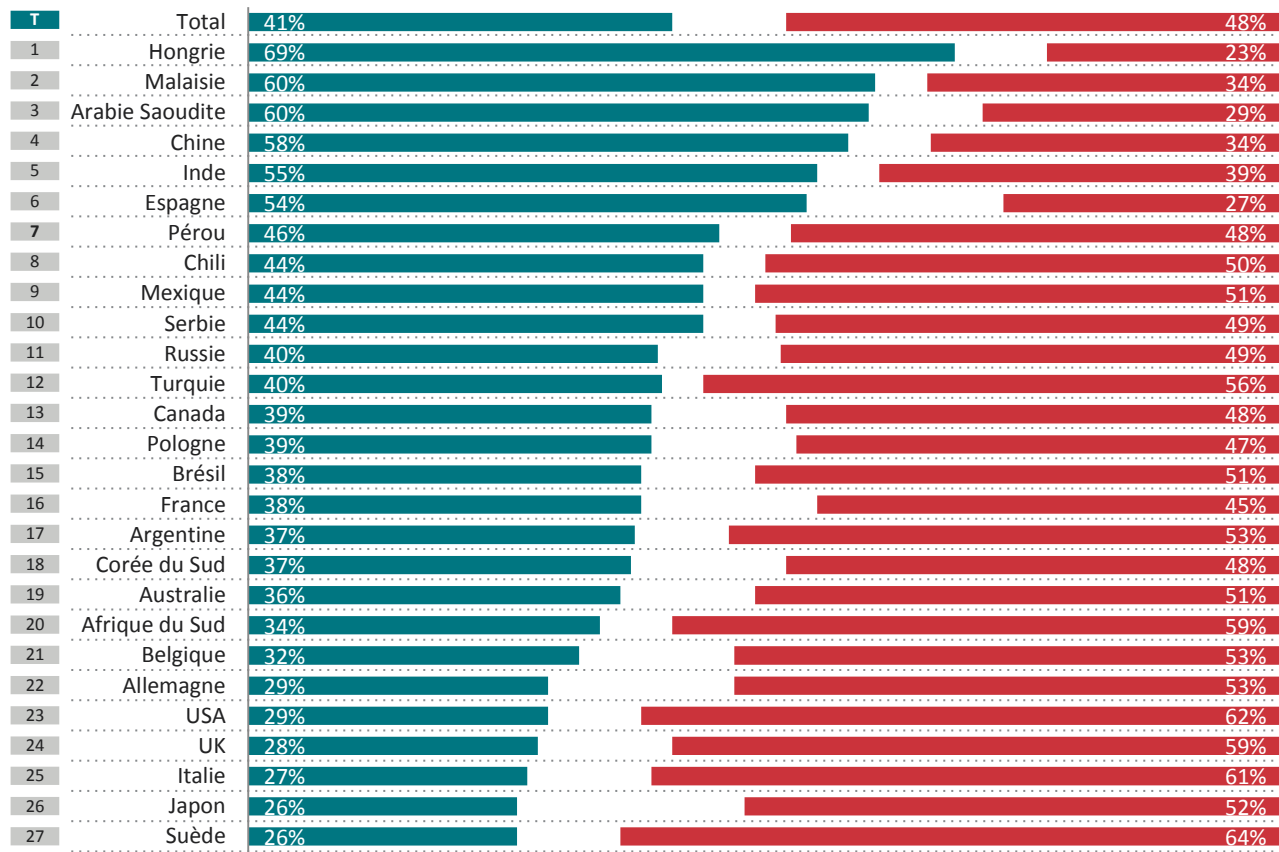


+/- Net

GAME CHANGERS

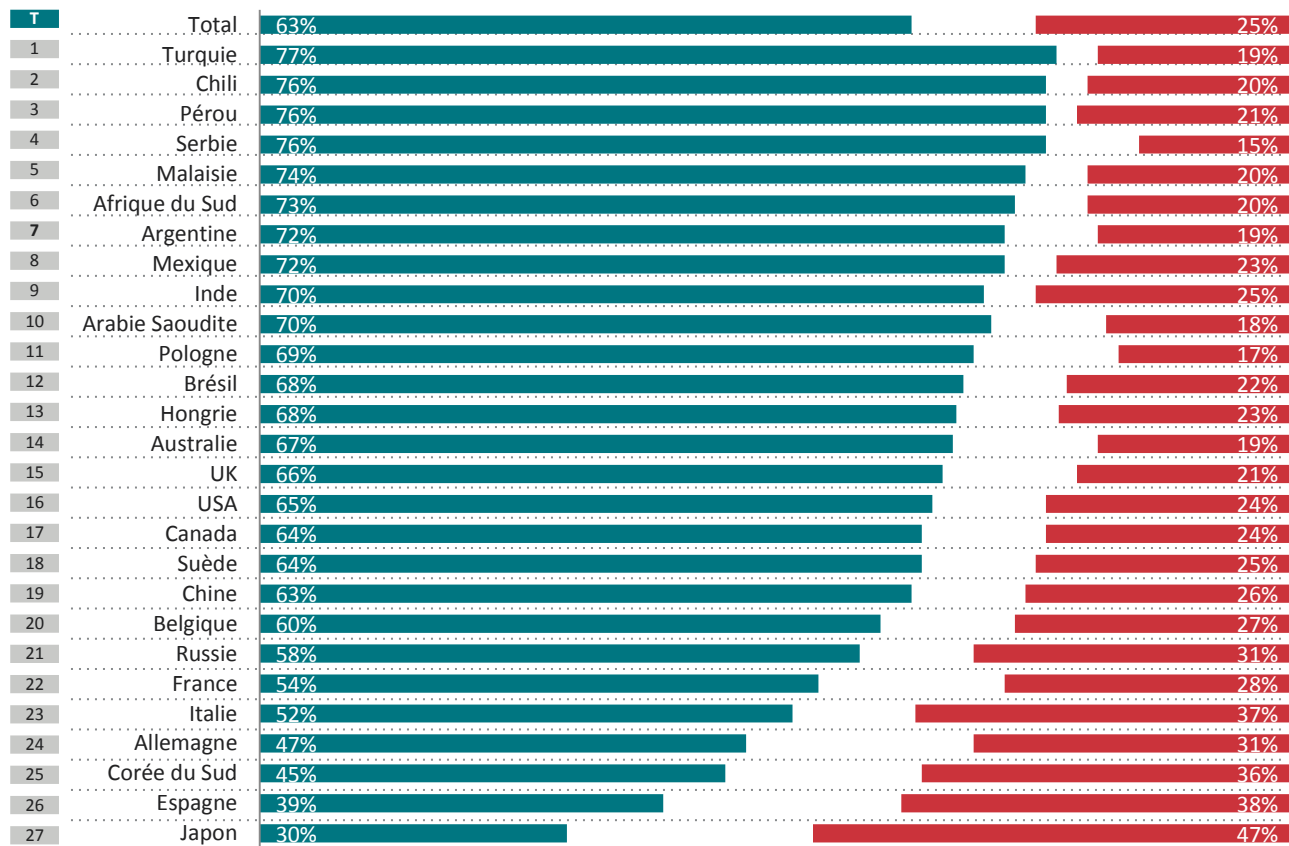
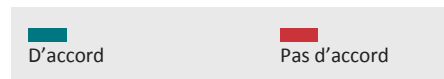


Je suis sûr(e) que la
personne moyenne en
de mon pays peut faire
la différence entre les
vraies nouvelles et les
fake news (histoires ou
faits entièrement
inventés)



Base: 13 500 personnes dans 27 pays

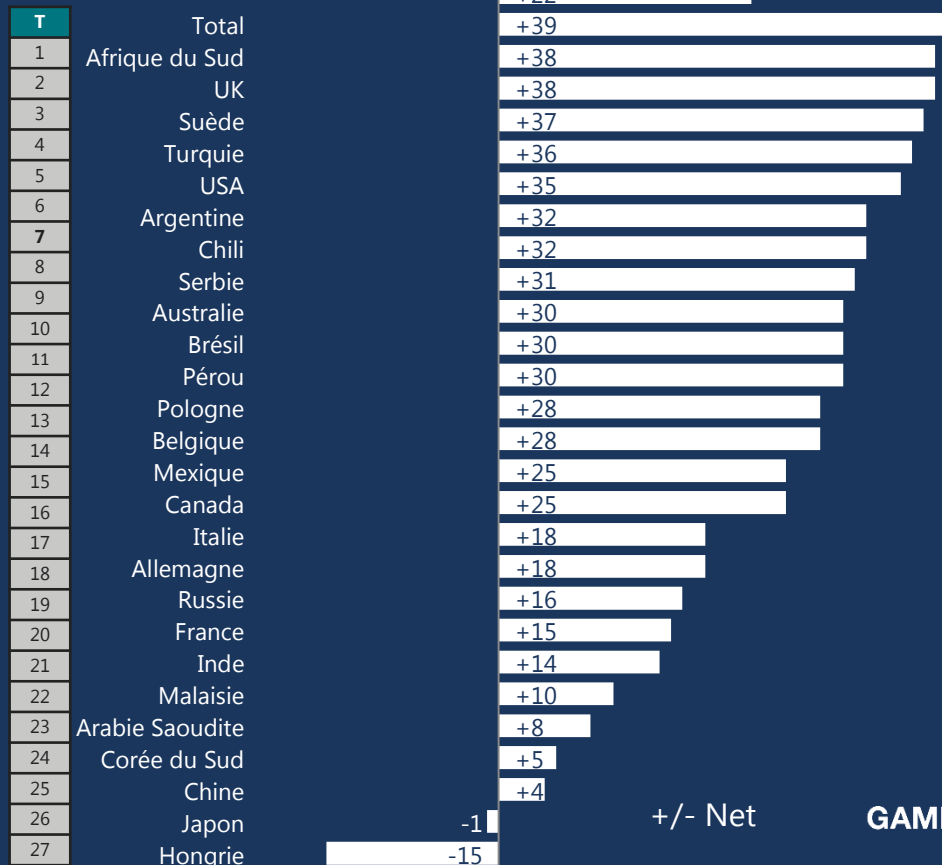
Je suis sûr(e) que je peux faire la différence entre les vraies nouvelles et les fake news (histoires ou faits entièrement inventés)



Base: 13 500 personnes dans 27 pays

Je peux identifier une fake news mais les personnes moyennes de mon pays en sont incapables

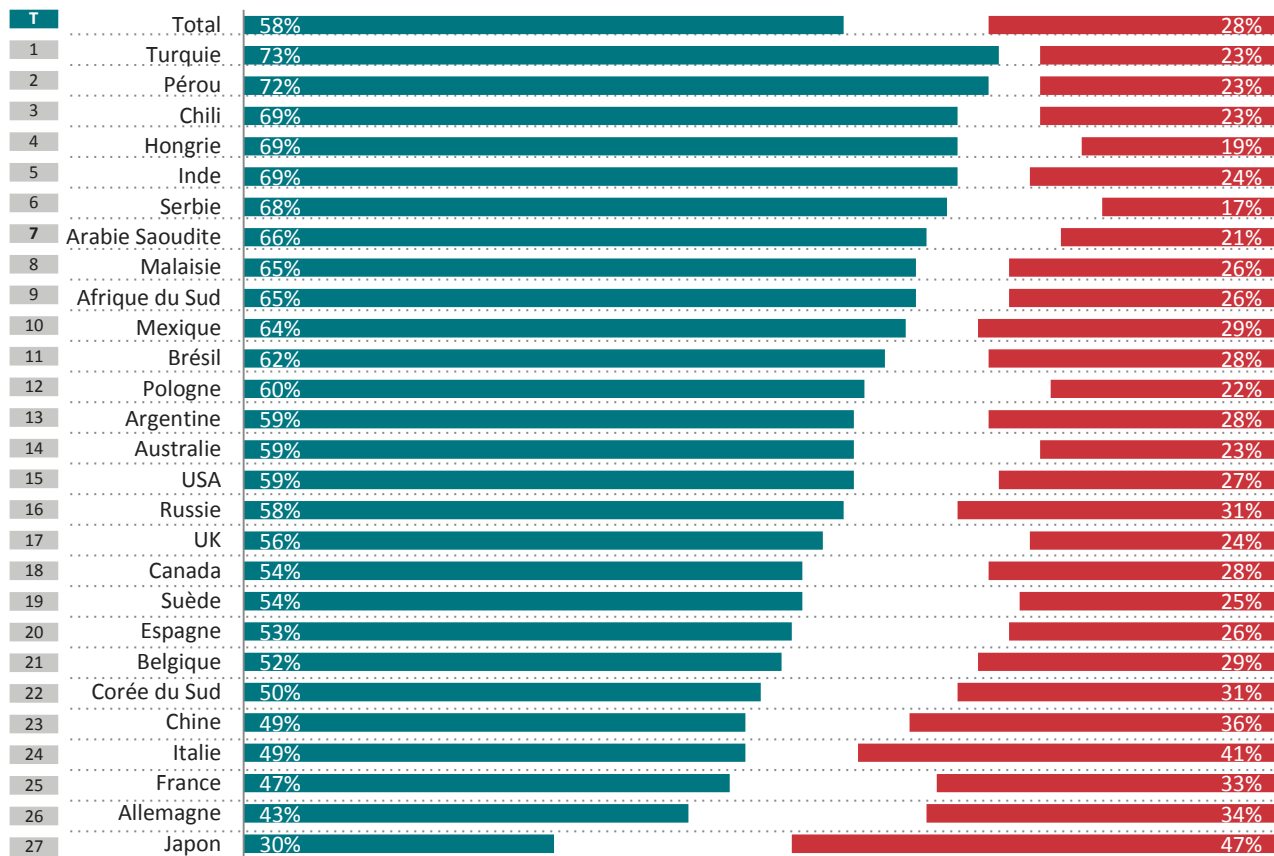
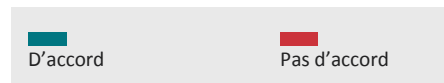
Ce graphique compare les réponses aux questions des deux précédents slides sur ce que les personnes interrogées déclarent par rapport aux autres et ce qu'ils disent d'eux-mêmes.



GAME CHANGERS

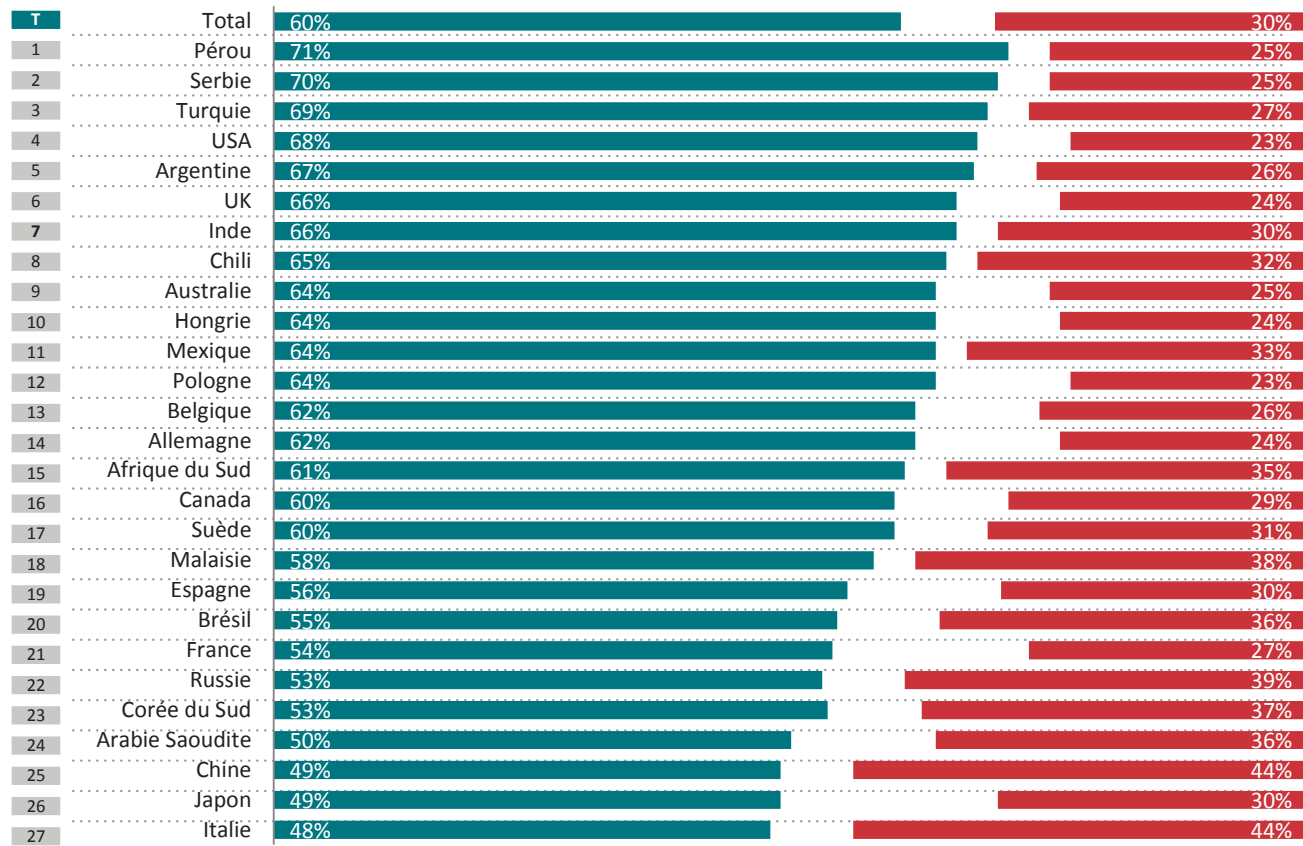
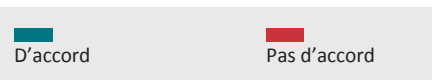


J'estime être plus à même
de repérer les fake news
que la personne moyenne
de mon pays



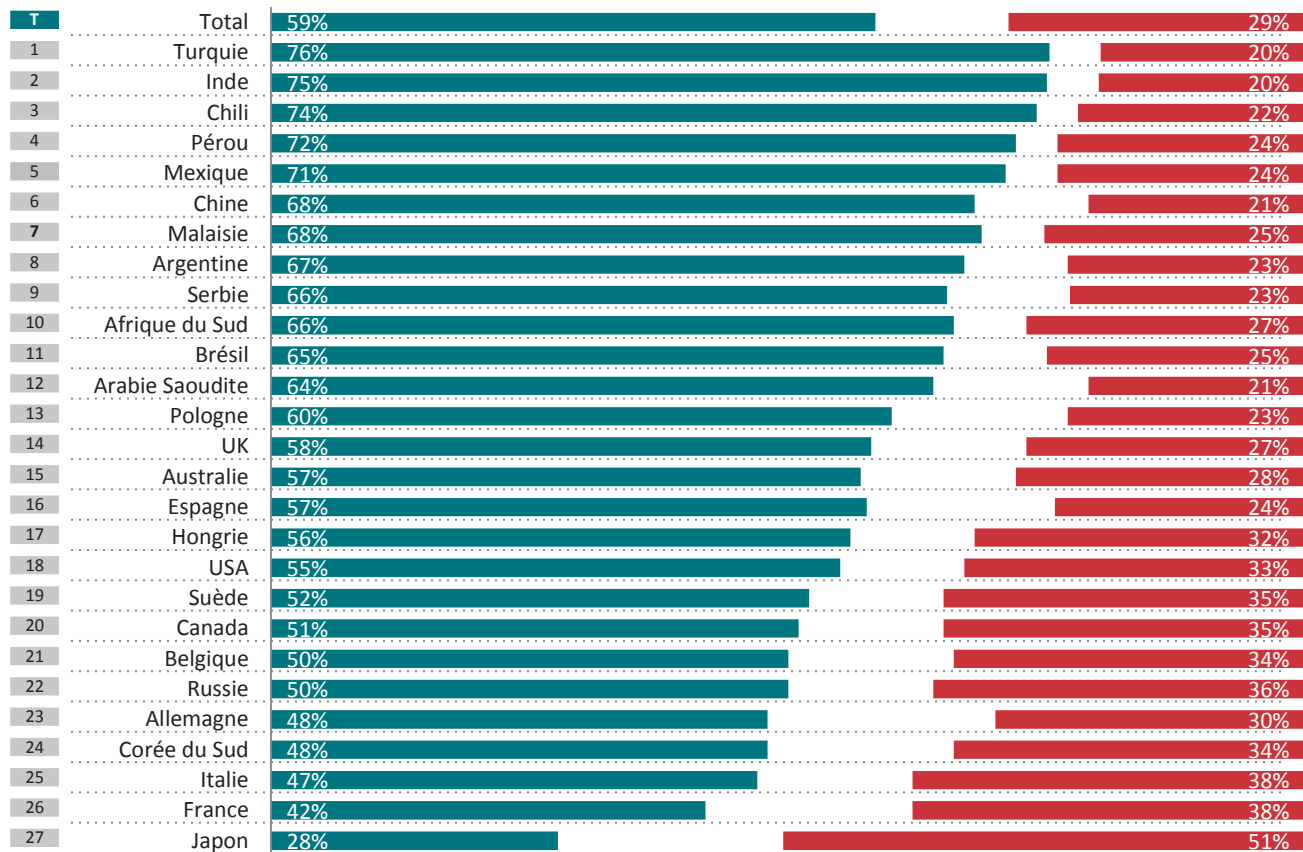
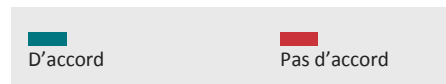
Base: 13 500 personnes dans 27 pays

La personne moyenne de mon pays ne se soucie plus des faits concernant la politique et la société et elle croit ce qu'elle veut



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Je suis convaincu(e) que
je comprends mieux les
réalités sociales telles
que les niveaux
d'immigration et les taux
de criminalité que la
personne moyenne de
mon pays



Base: 13 500 personnes dans 27 pays

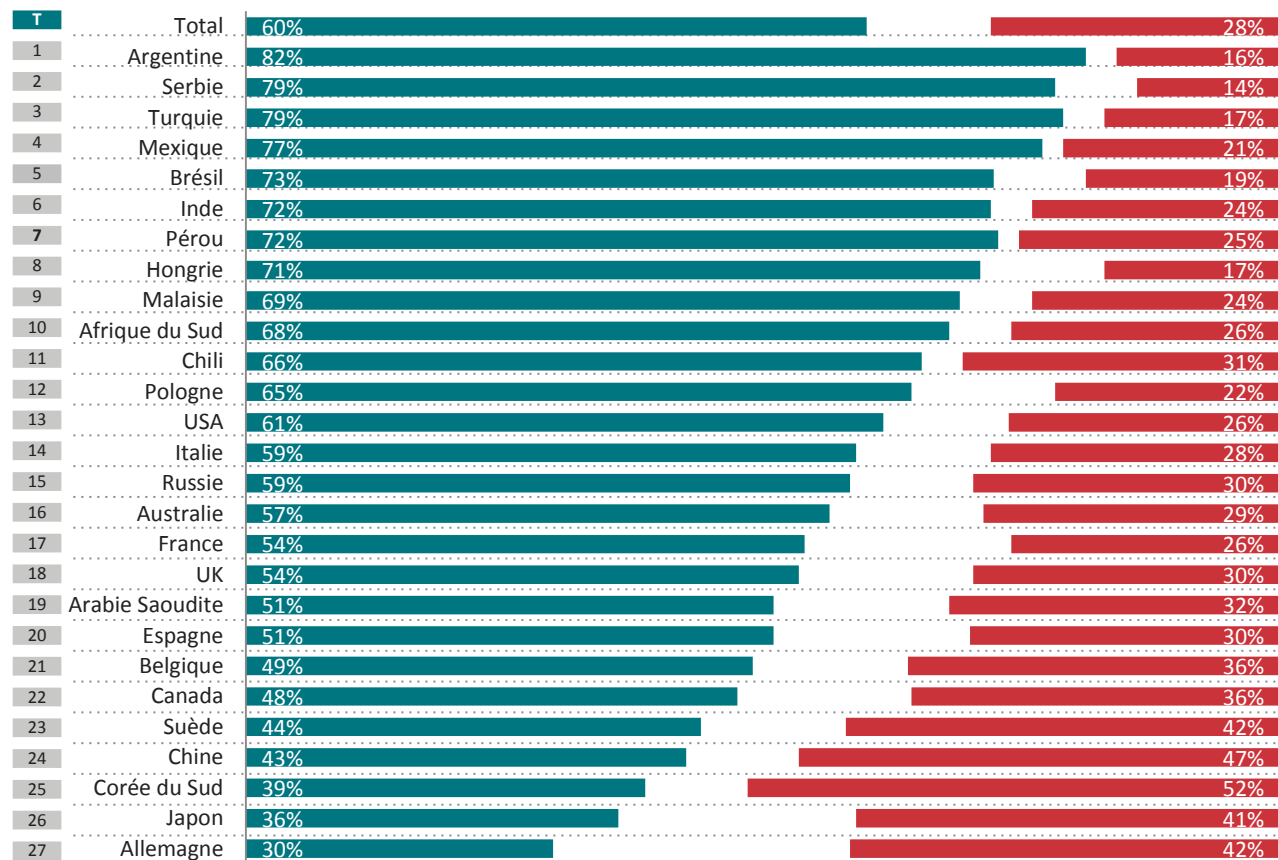
FAKE NEWS : EXPOSITION & SIGNIFICATION



Les fake news sont largement relayées par les médias et les politiciens n'hésitent pas à les utiliser à leur profit

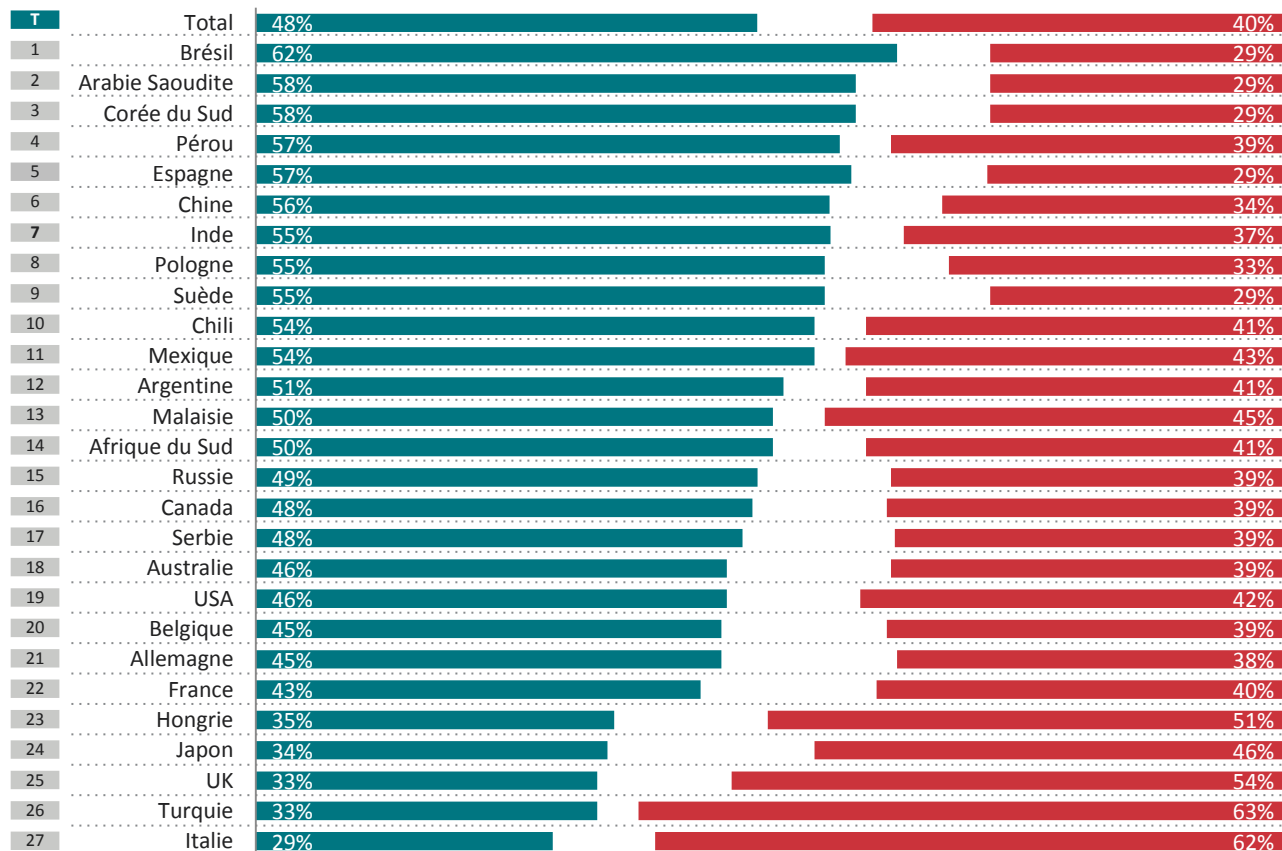
- **60%** des personnes interrogées estiment voir **très ou assez souvent des organes de presse dire délibérément quelque chose qui n'est pas vrai.**
- **48%** déclarent qu'ils ont déjà **cru à tort qu'une information était réelle jusqu'à ce qu'ils découvrent qu'elle était fausse.**
- Les gens définissent principalement les fake news comme **des histoires dont les faits sont erronés, mais 36% les voient comme des mots utilisés par les hommes politiques et les médias pour discréditer les informations avec lesquelles ils ne sont pas d'accord (51% aux USA).**

À quelle fréquence pensez-vous voir des histoires où des organes de presse ont délibérément dit quelque chose qui n'était pas vrai, le cas échéant ?



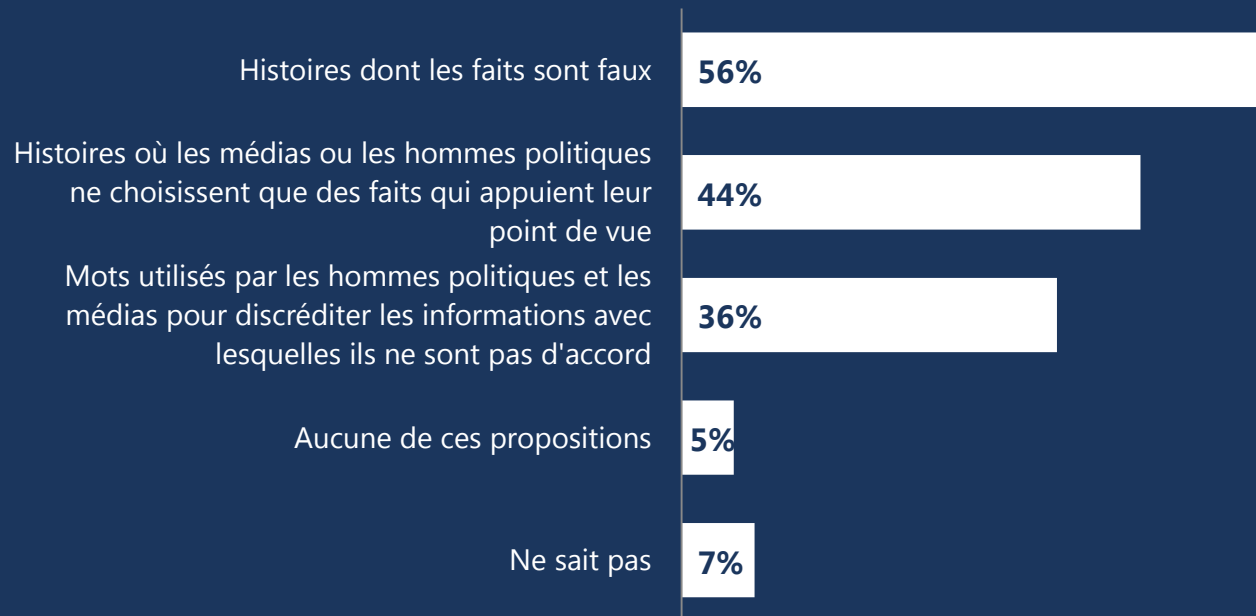
Base: 13 500 personnes dans 27 pays

J'ai cru à tort qu'une
information était réelle
jusqu'à ce que je
découvre qu'elle était
fausse



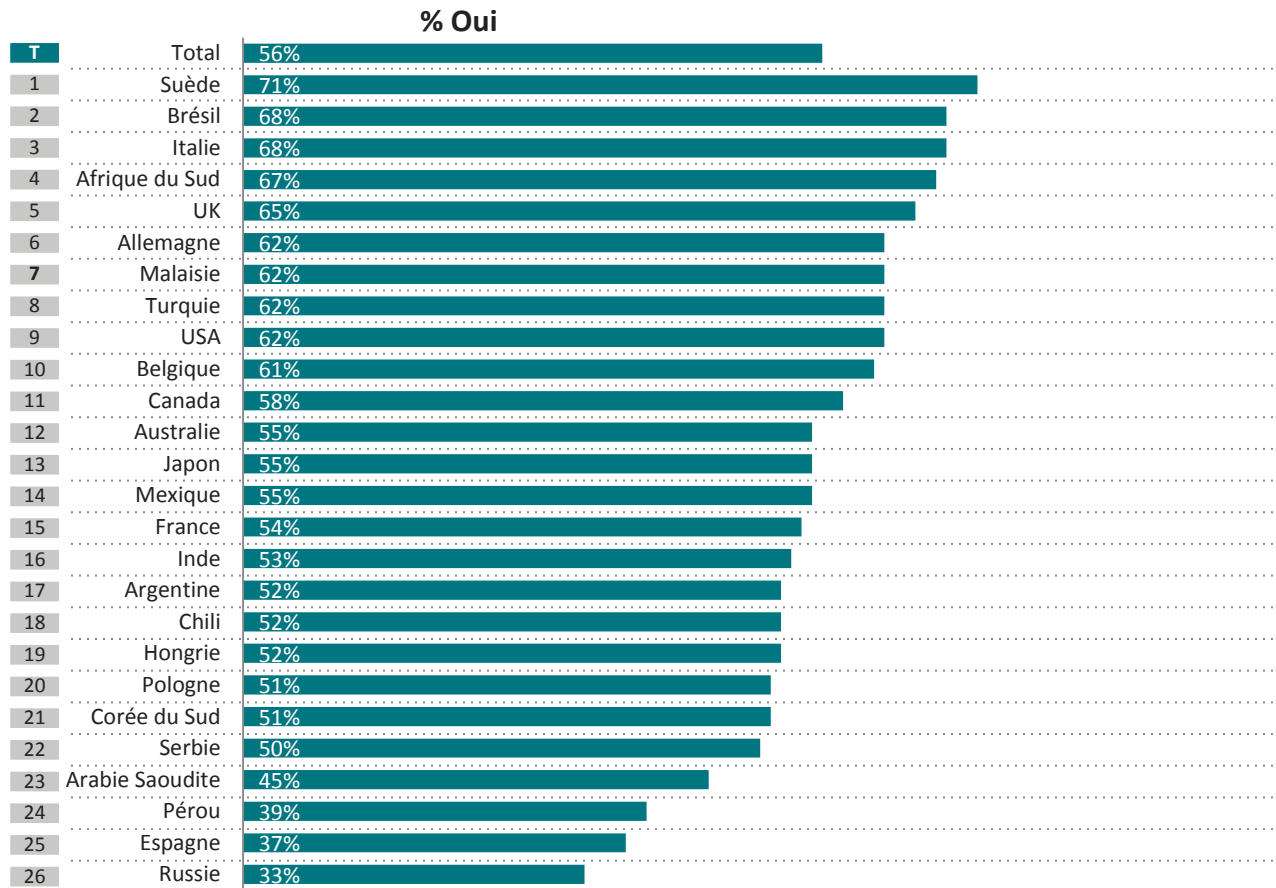
Base: 13 500 personnes dans 27 pays

Qu'évoquent pour vous les mots fake news ?



Qu'évoquent pour vous
les mots fake news ?
Vous pouvez choisir
autant de réponses que
nécessaire.

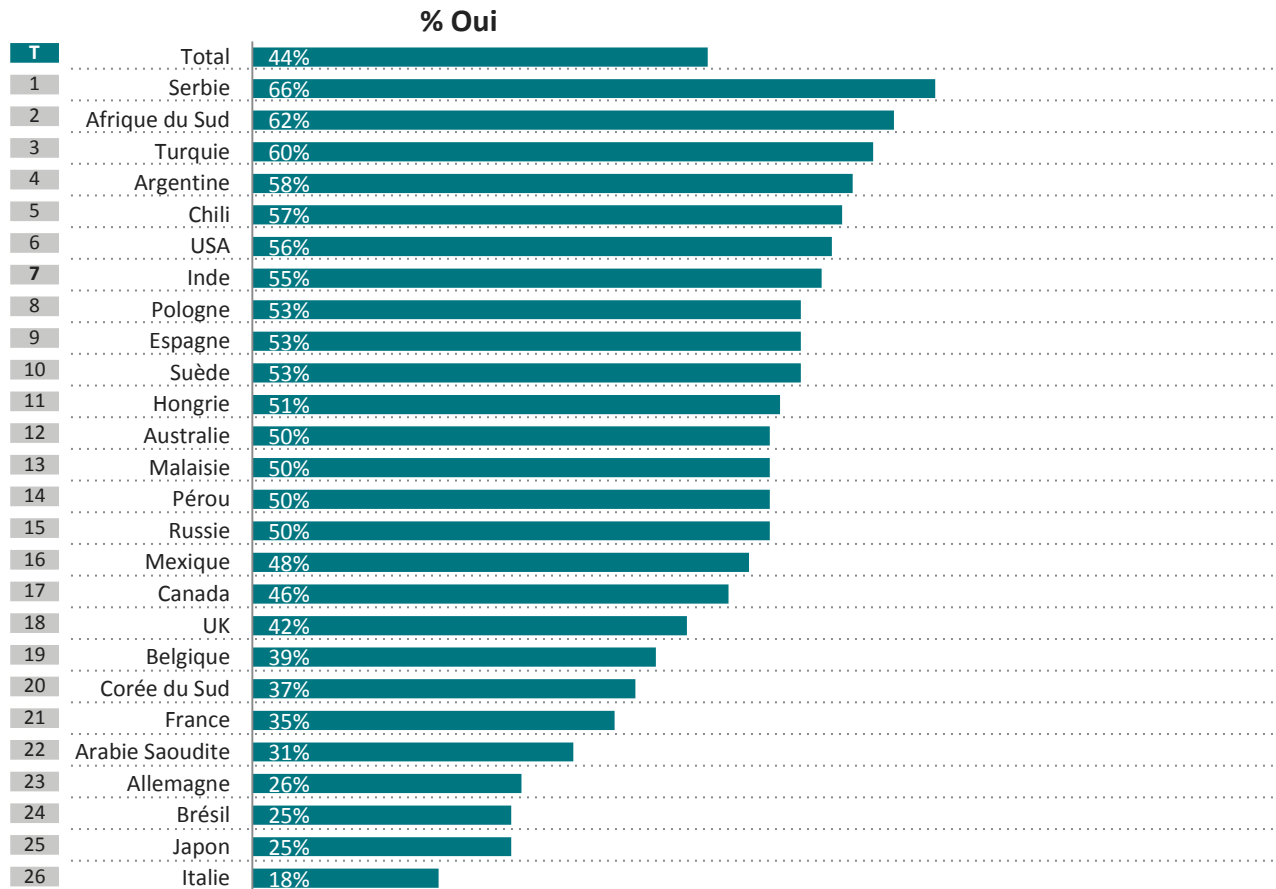
**Histoires dont les faits
sont faux.**



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Qu'évoquent pour vous
les mots fake news ?
Vous pouvez choisir
autant de réponses que
nécessaire.

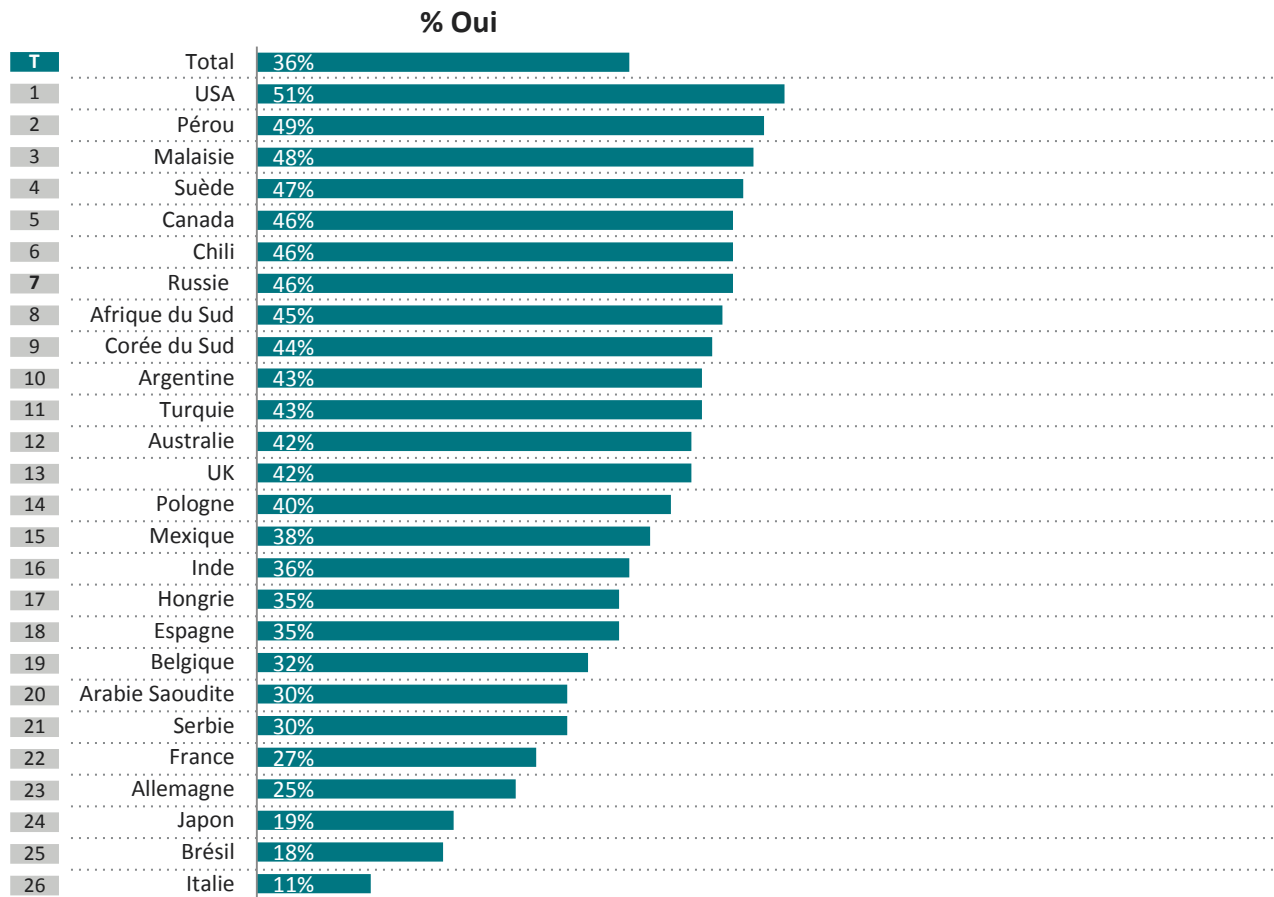
**Histoires où les médias
ou les hommes
politiques ne
choisissent que des
faits qui appuient leur
point de vue.**



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Qu'évoquent pour vous les mots fake news ?
Vous pouvez choisir autant de réponses que nécessaire.

Mots utilisés par les hommes politiques et les médias pour discréditer les informations avec lesquelles ils ne sont pas d'accord.



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

LA

PERCEPTION

ERRONÉE

DES CHOSES



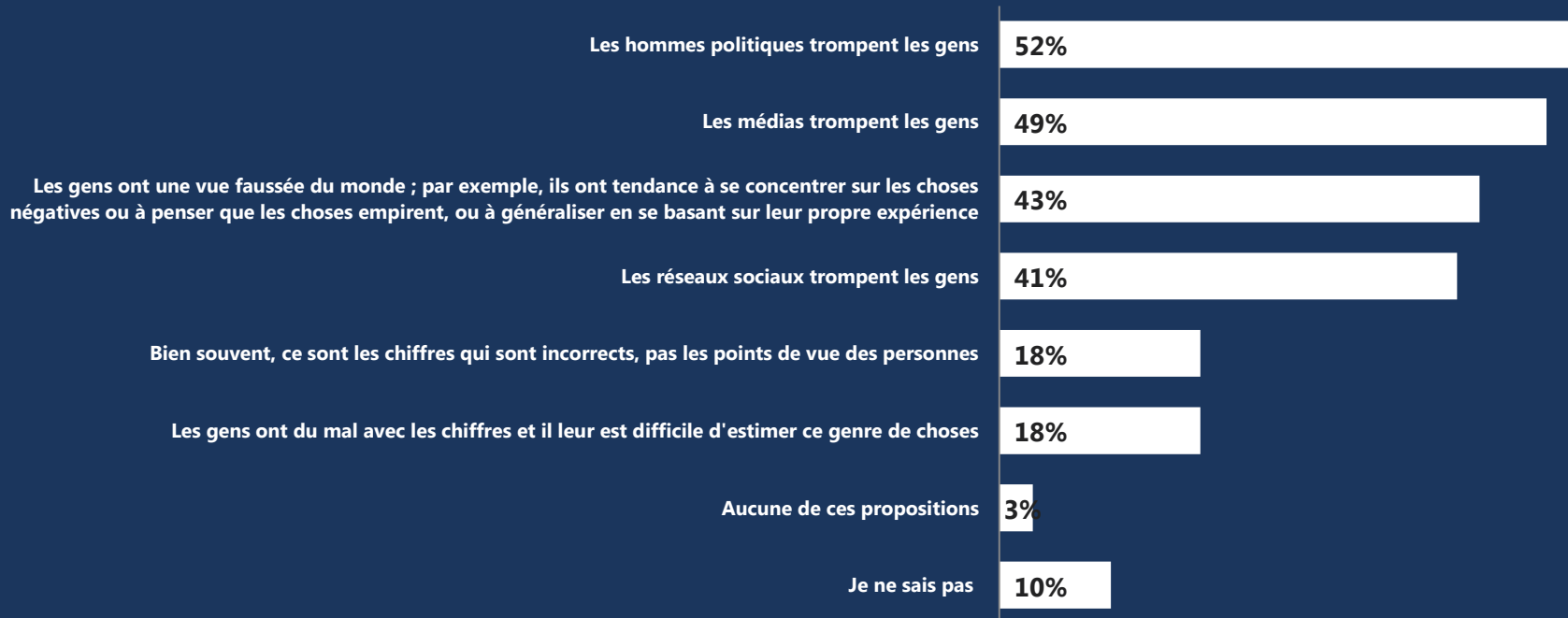
GAME CHANGERS



Pourquoi avons-nous une mauvaise perception des choses ?

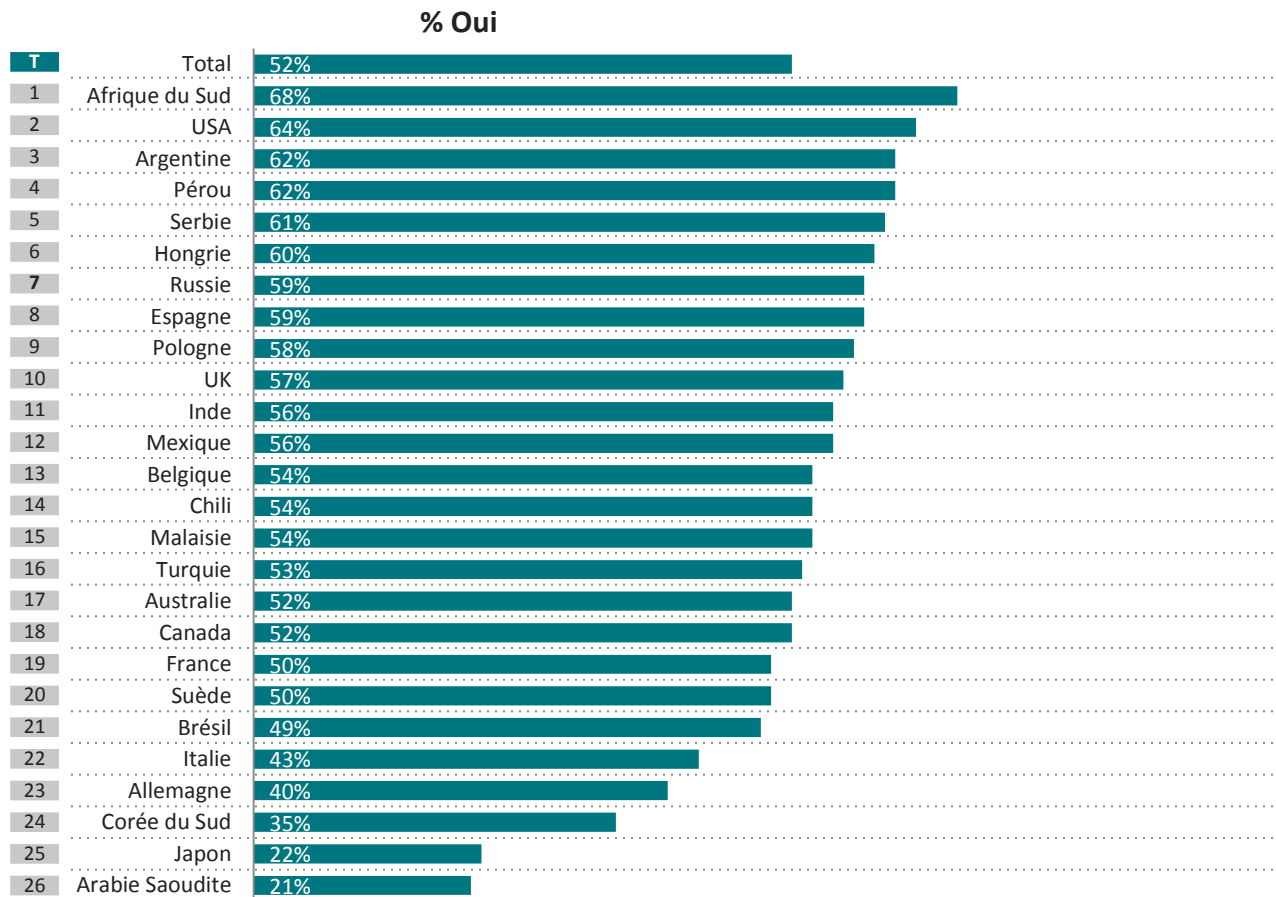
- La perception erronée que nous avons des choses, comme les niveaux d'immigration ou encore les taux de criminalité, sont à imputer pour la plupart des personnes interrogées, aux politiciens ou aux médias.
- **43%** estiment que c'est également à cause de **nos propres biais**, par exemple **notre tendance à ne se concentrer que sur les mauvaises nouvelles** (57% aux USA).

Les gens se trompent souvent beaucoup au sujet de leur pays et de la façon dont il change, par exemple concernant la proportion de la population que représentent les immigrés ou si la criminalité augmente ou diminue. Quelles en sont les principales raisons, selon vous ?



Les gens se trompent souvent beaucoup au sujet de leur pays et de la façon dont il change, par exemple concernant la proportion de la population que représentent les immigrants ou si la criminalité augmente ou diminue. Quelles en sont les principales raisons, selon vous ?

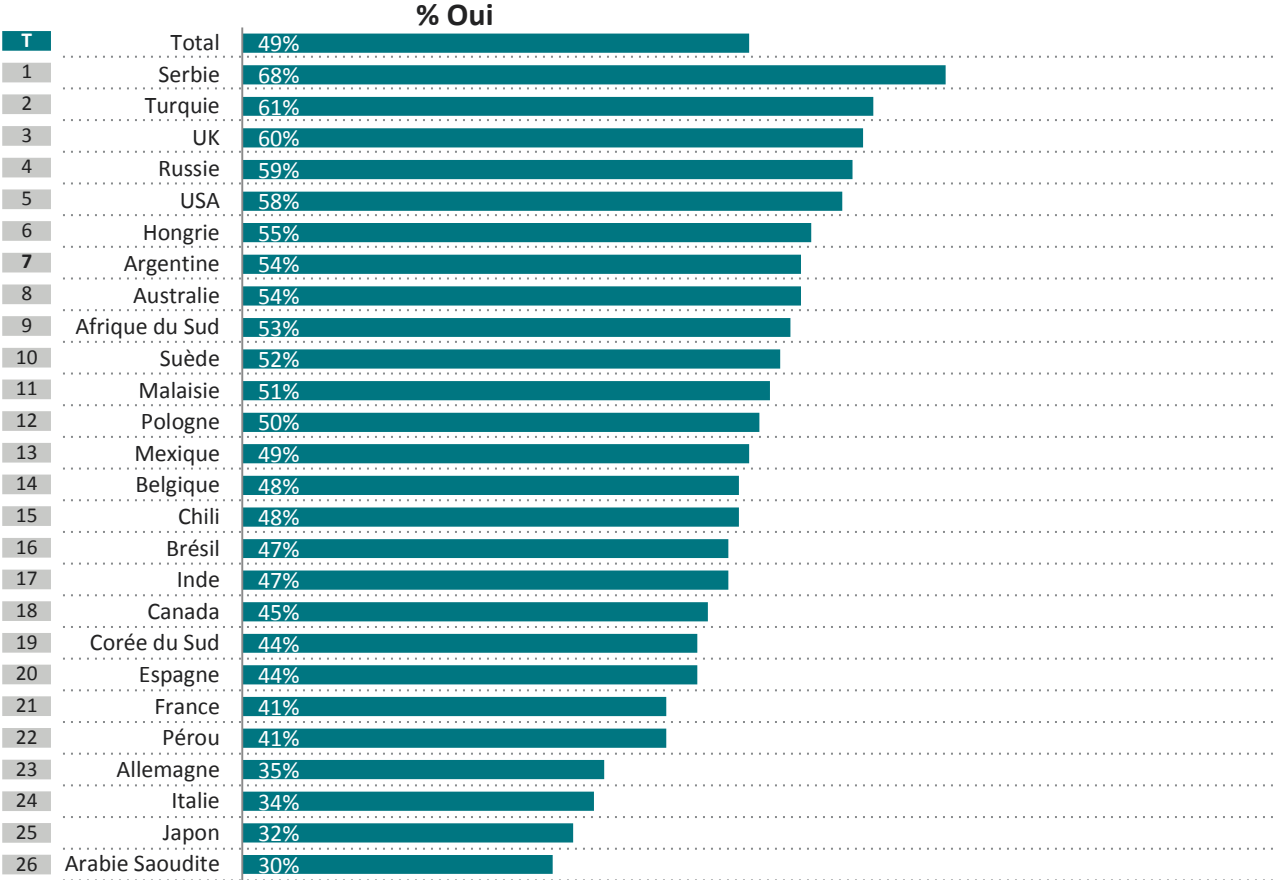
Les hommes politiques trompent les gens



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Les gens se trompent souvent beaucoup au sujet de leur pays et de la façon dont il change, par exemple concernant la proportion de la population que représentent les immigrés ou si la criminalité augmente ou diminue. Quelles en sont les principales raisons, selon vous ?

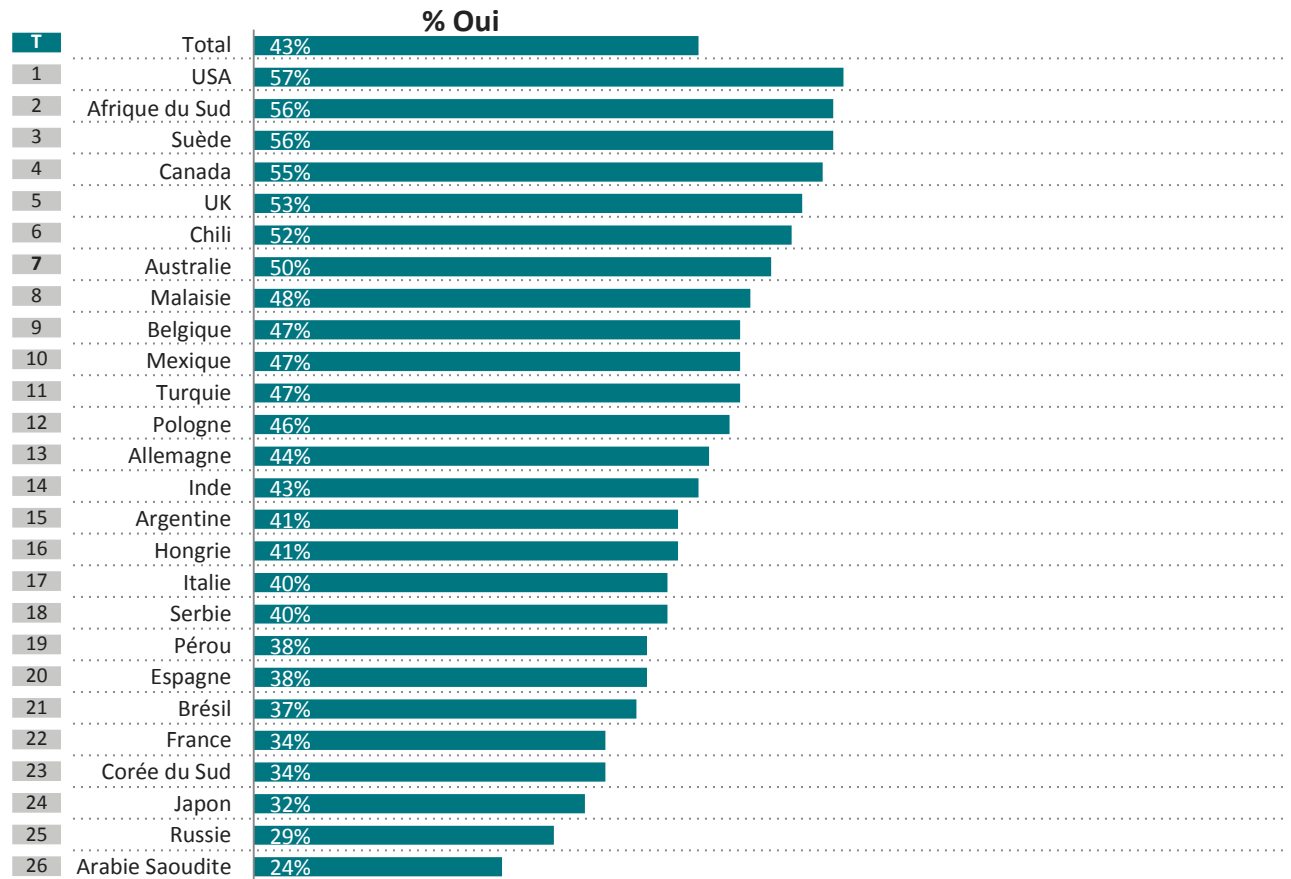
Les médias trompent les gens



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Les gens se trompent souvent beaucoup au sujet de leur pays et de la façon dont il change, par exemple concernant la proportion de la population que représentent les immigrés ou si la criminalité augmente ou diminue. Quelles en sont les principales raisons, selon vous ?

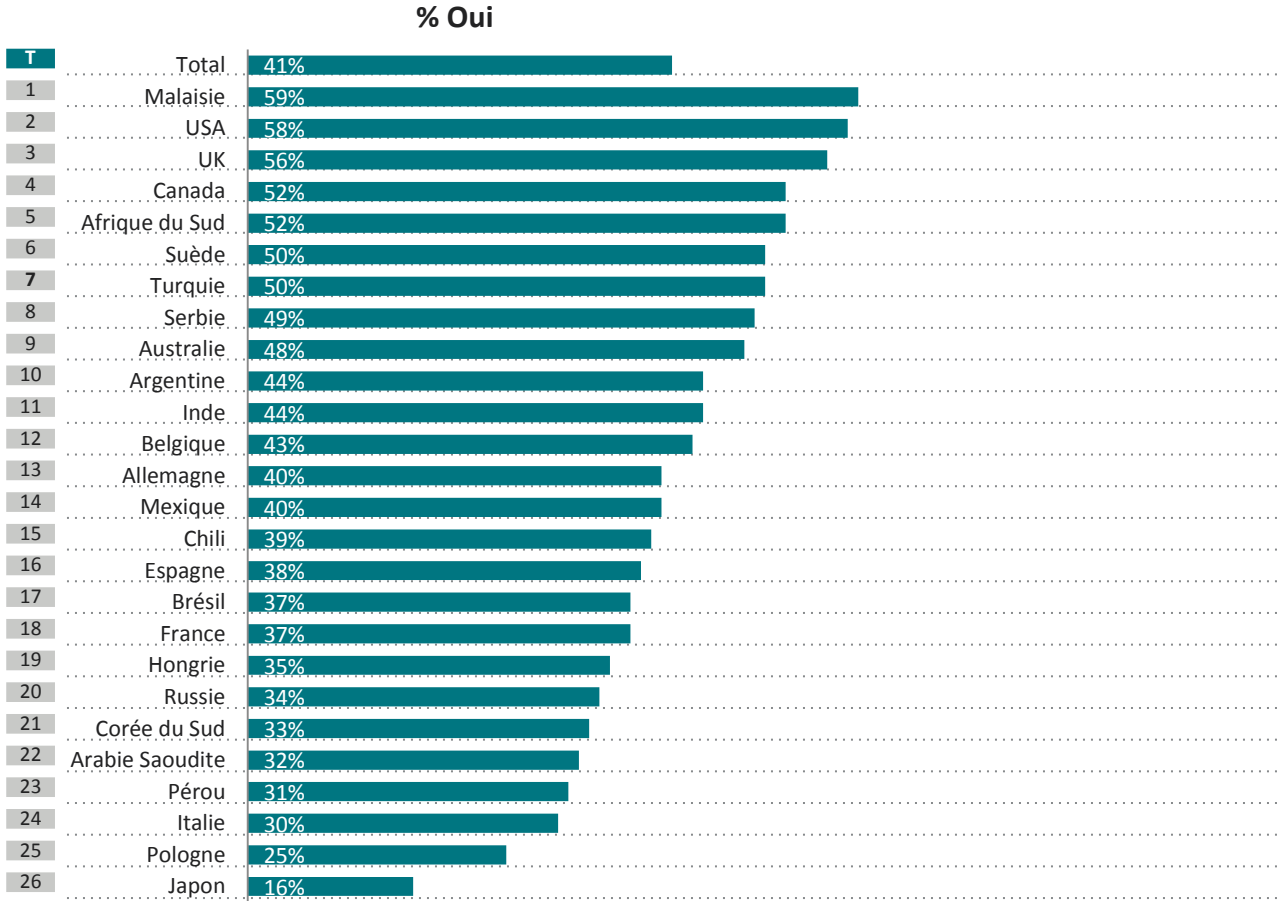
Les gens ont une vue faussée du monde ; par exemple, ils ont tendance à se concentrer sur les choses négatives ou à penser que les choses empirent, ou à généraliser en se basant sur leur propre expérience



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Les gens se trompent souvent beaucoup au sujet de leur pays et de la façon dont il change, par exemple concernant la proportion de la population que représentent les immigrants ou si la criminalité augmente ou diminue. Quelles en sont les principales raisons, selon vous ?

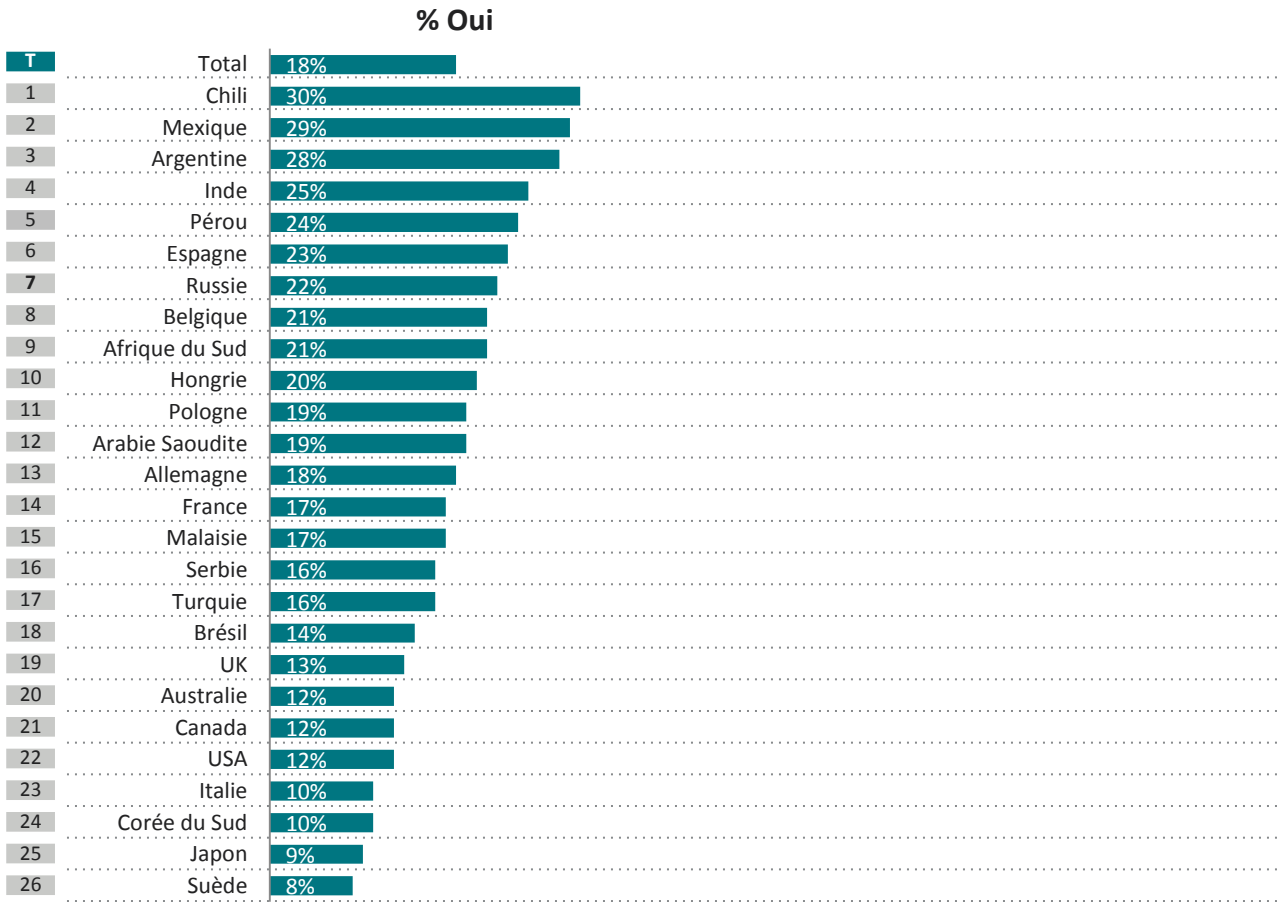
Les réseaux sociaux trompent les gens



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Les gens se trompent souvent beaucoup au sujet de leur pays et de la façon dont il change, par exemple concernant la proportion de la population que représentent les immigrants ou si la criminalité augmente ou diminue. Quelles en sont les principales raisons, selon vous ?

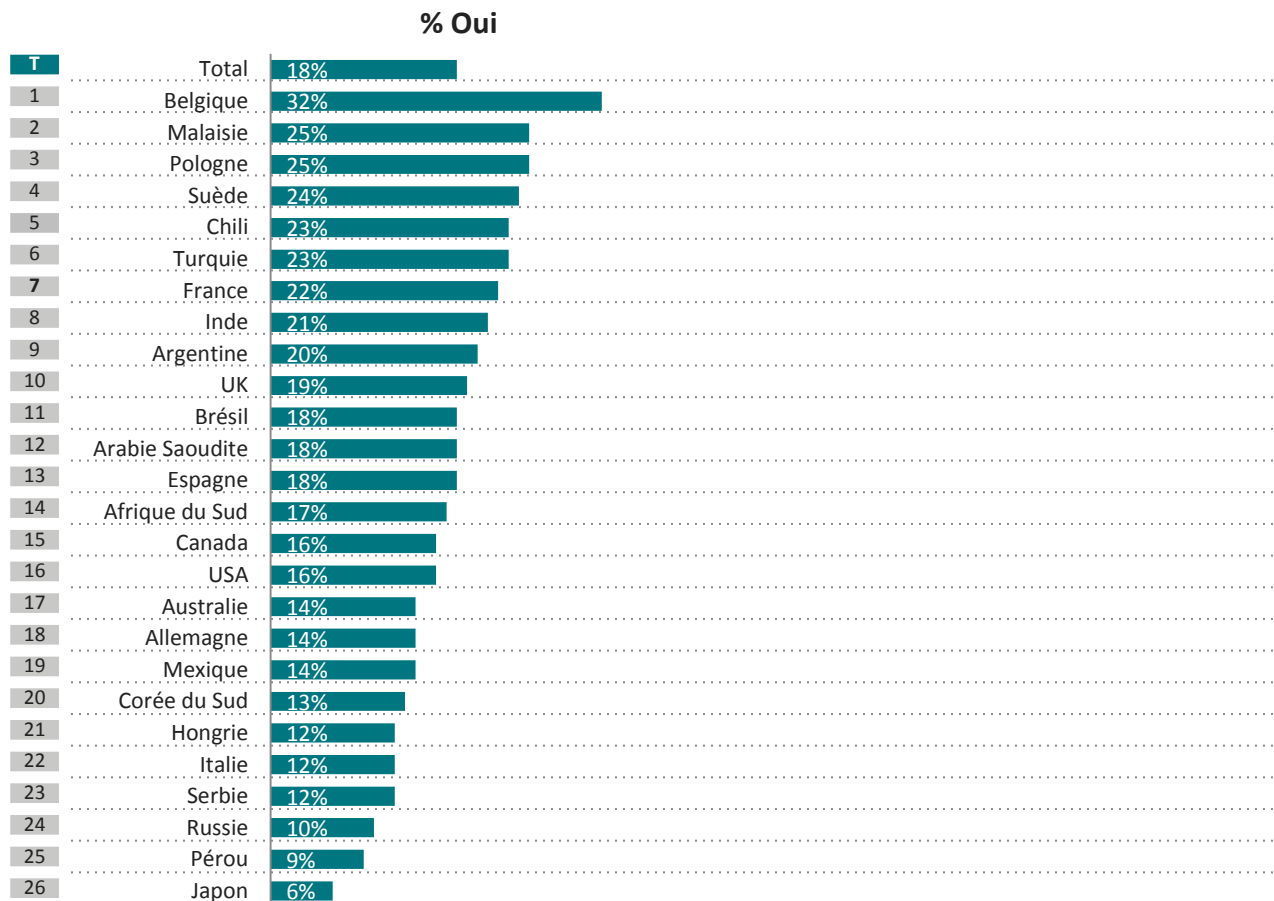
Bien souvent, ce sont les chiffres qui sont incorrects, pas les points de vue des personnes



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Les gens se trompent souvent beaucoup au sujet de leur pays et de la façon dont il change, par exemple concernant la proportion de la population que représentent les immigrants ou si la criminalité augmente ou diminue. Quelles en sont les principales raisons, selon vous ?

Les gens ont du mal avec les chiffres et il leur est difficile d'estimer ce genre de choses



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

CONFIANCE

&

MENSONGES



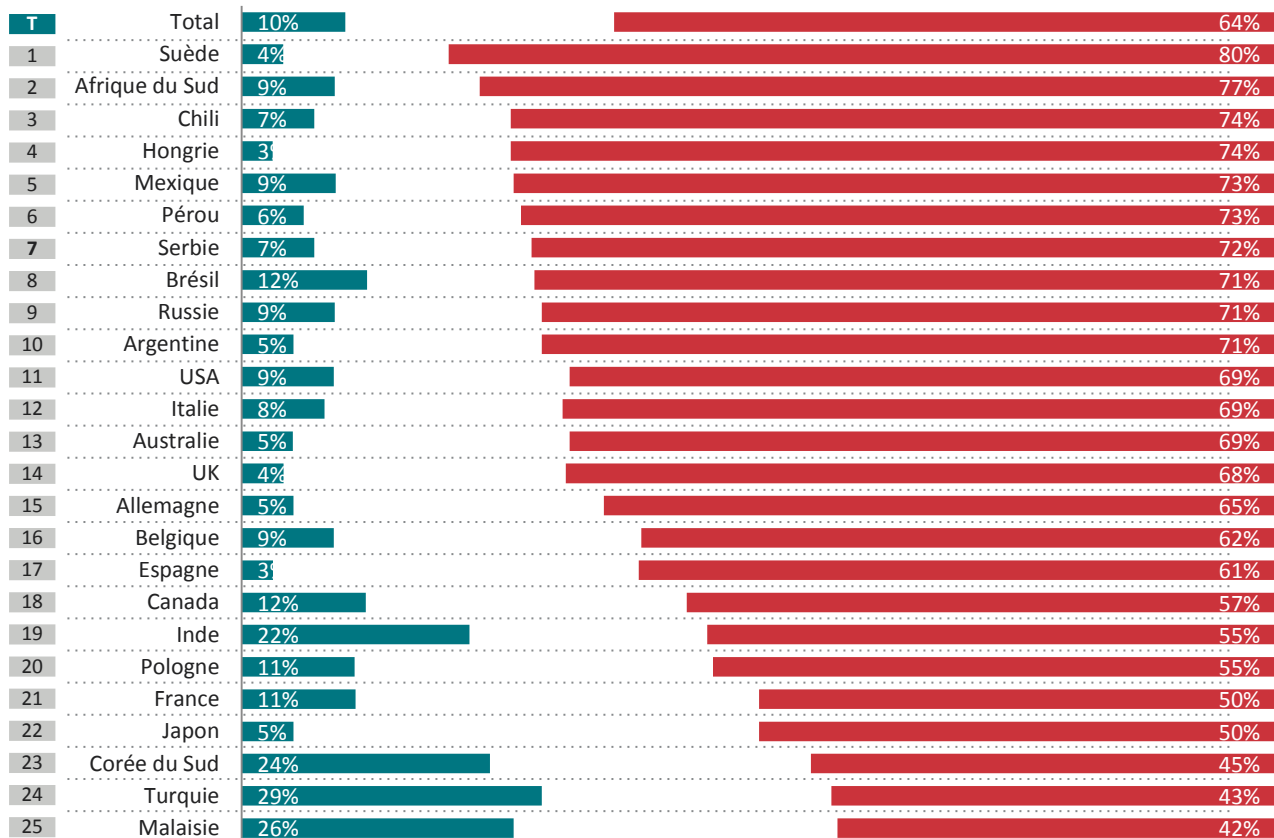
GAME CHANGERS



La confiance envers les politiciens chute et les mensonges ou faits détournés sont en hausse...

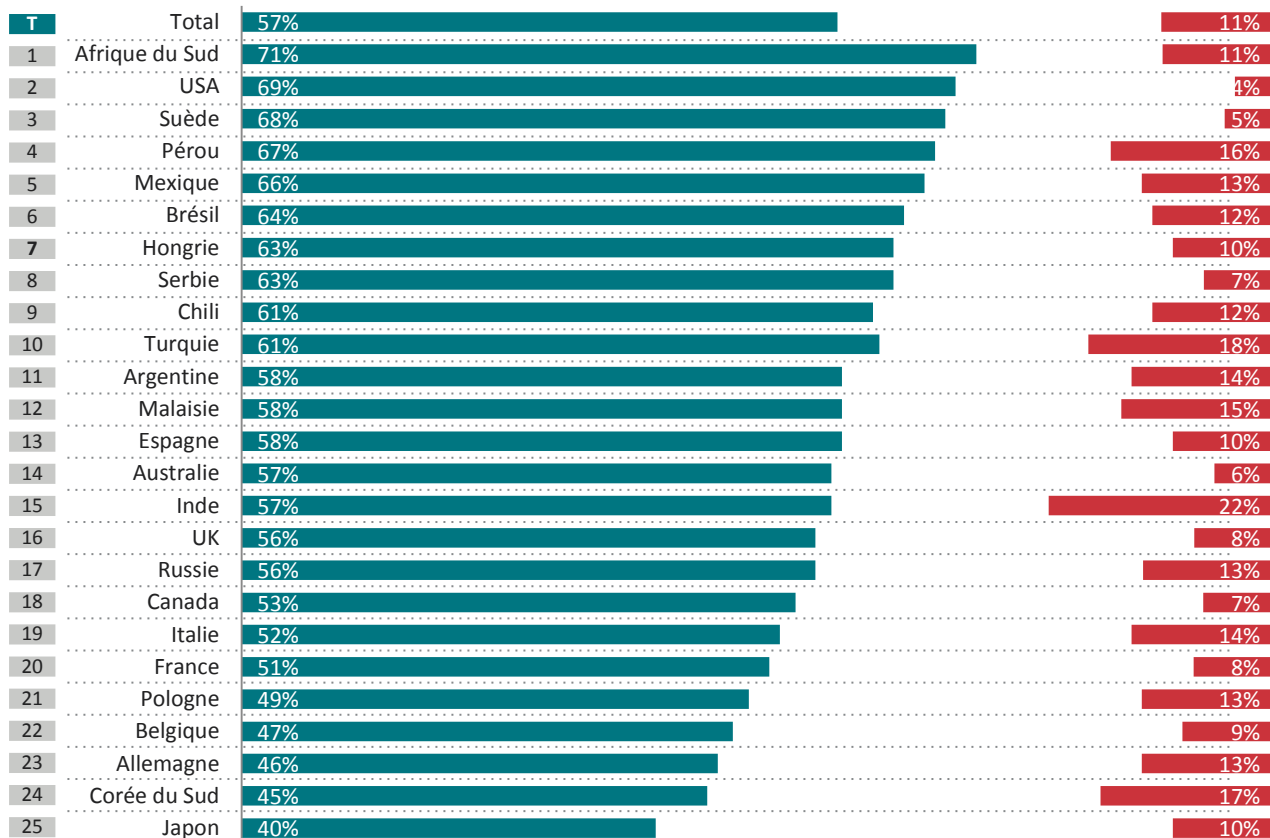
- **64%** des personnes interrogées estiment que **les gens font moins confiance aux politiques qu'il y a 30 ans**, dont 80% en Suède.
- **57%** pensent qu'il y a **davantage de mensonges et de faits détournés en politique et dans les médias qu'il y a 30 ans**, les plus convaincus étant les Sud-Africains (71%) et les Américains (69%).
- **Les pays sont plus divisés sur la question des connaissances politiques et sociétales :** 30% pensent que nous en savons moins qu'il y a 30 ans et 39% estiment que nous en savons plus.

Selon vous, une personne moyenne de votre pays compte-t-elle plus, moins ou à peu près autant sur les hommes politiques pour dire la vérité qu'il y a 30 ans ?



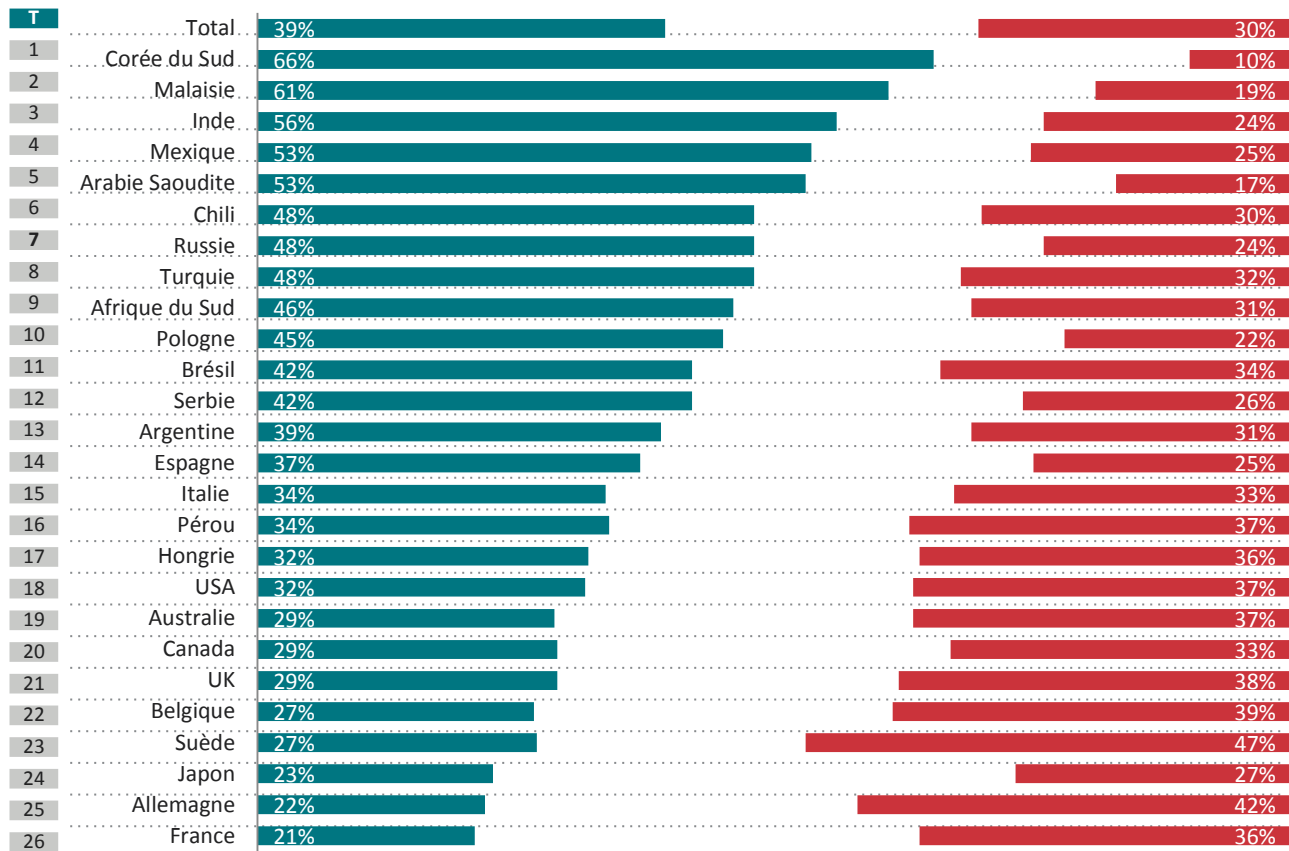
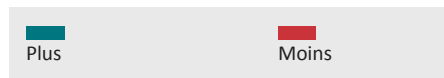
Base: 12 500 personnes dans 25 pays

Pensez-vous qu'il y a plus, moins ou à peu près autant de mensonges et de faits détournés en politique et dans les médias dans votre pays qu'il y a 30 ans ?



Base: 12 500 personnes dans 25 pays

Selon vous, une personne moyenne de votre pays en sait-elle plus, moins ou à peu près autant sur la politique et la société qu'il y a 30 ans ?



Base: 13 000 personnes dans 26 pays

Méthodologie

- Étude réalisée online, du 22 juin au 6 juillet 2018, sur 19 243 personnes dans 27 pays : Afrique du Sud, Allemagne, Arabie Saoudite, Argentine, Australie, Belgique, Brésil, Canada, Chine, Chili, Corée du Sud, Espagne, France, Hongrie, Inde, Italie, Japon, Malaisie, Mexique, Pérou, Pologne, Russie, Serbie, Suède, Turquie, UK et USA.
- Les personnes interrogées sont âgées de 18 à 64 ans au Canada et aux USA et de 16 à 64 ans dans les autres pays.
- Environ 1000 personnes ont été interrogées en Allemagne, en Australie, au Brésil, au Canada, en Espagne, en France, en Italie, au Japon, au UK et aux USA et environ 500 personnes dans les autres pays.

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

© 2018 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain its confidentiality and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

