



Réseaux sociaux et santé des jeunes

Entre influence, exposition aux
risques et prévention

Juillet 2026

FK / NG N° 122582

Contacts Ifop :

François Kraus / Nicola Gaddoni

francois.kraus@ifop.com

nicola.gaddoni@ifop.com

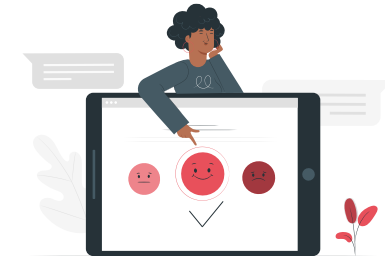
Méthodologie



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **2 000 personnes**, représentatif de la population résidant en France métropolitaine âgée de 15 à 24 ans.



La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne **du 12 au 17 juin 2026**.

POUR CITER CETTE ETUDE, IL FAUT UTILISER A MINIMA LA FORMULATION SUIVANTE :

« Étude **Ifop** pour la **Fondation April** et la **Fondation Jean Jaurès** réalisée par questionnaire auto-administré en ligne du 12 au 17 juin 2026 auprès d'un échantillon de **2 000 personnes**, représentatif de la population résidant en France métropolitaine âgée de 15 à 24 ans. »

The background of the slide features a dark blue silhouette of a person's head and shoulders in profile, facing right. The person appears to be looking at a collection of social media icons floating in the air. These icons include a heart, a person's profile, a thumbs-up (like), and a speech bubble. The background is composed of various shades of blue and red, with abstract shapes and patterns. A large red circle is on the right side, and a blue circle is on the left side. The overall design is modern and digital.

A

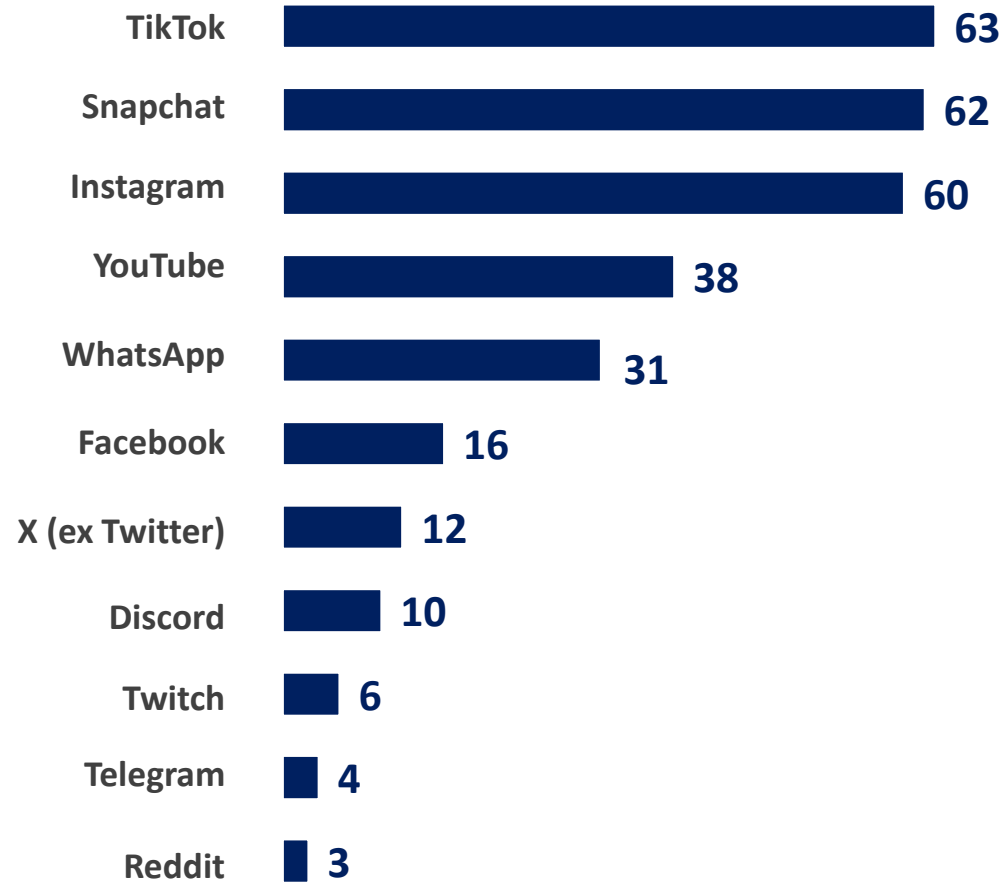
Profil et usages des réseaux sociaux

La fréquence de consultation des réseaux sociaux

Q : Au cours du dernier mois, à quelle fréquence, en moyenne, avez-vous consulté... ?

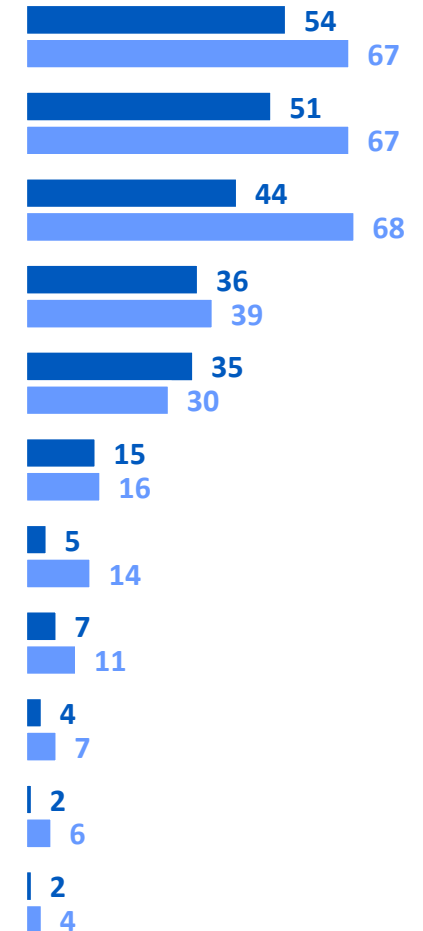
Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2000)

Proportion de répondants consultant chacune des plateformes suivantes PLUSIEURS FOIS PAR JOUR



Selon l'âge

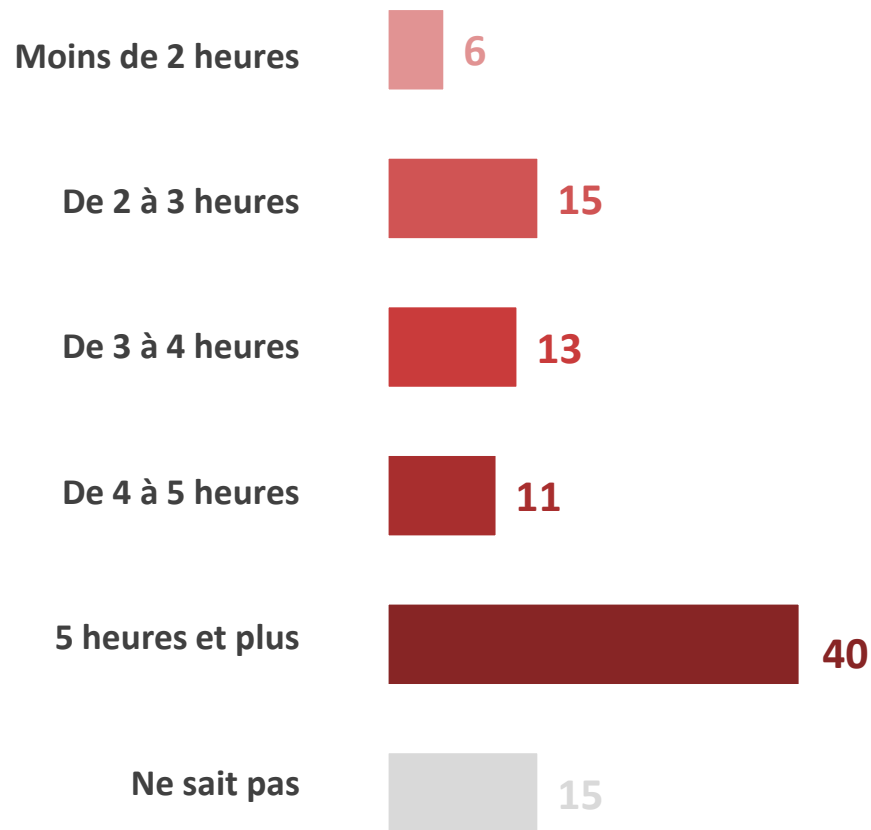
■ 15-17 ans
■ 18-24 ans



Le temps quotidien cumulé passé sur les réseaux sociaux

Q : Au cours du dernier mois, combien de temps avez-vous passé, en moyenne, chaque jour sur l'ensemble de ces réseaux sociaux et applications de contenus (ex. YouTube, Instagram, TikTok, Snapchat, etc.) ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

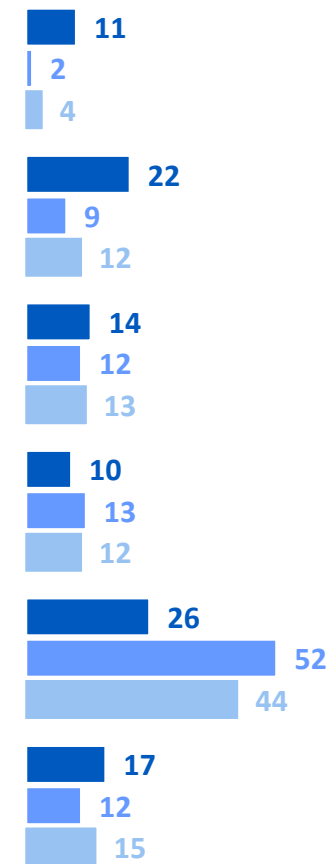


Moyenne : 5,1 heures par jour



Selon l'âge

■ 15-17 ans
■ 18-19 ans
■ 20-24 ans



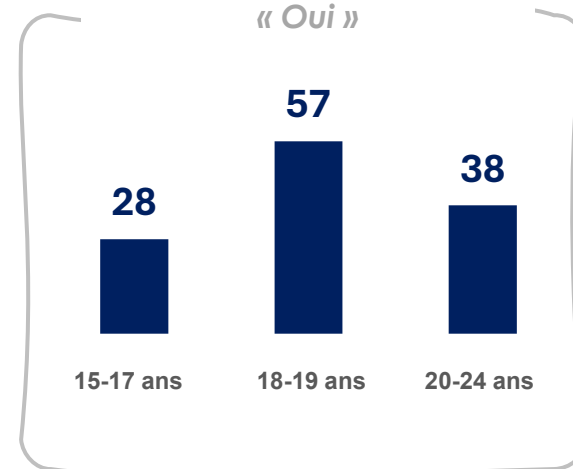
L'utilisation de paramètres de contrôle sur les réseaux sociaux

Q : Avez-vous déjà utilisé ou installé des paramètres de contrôle pour limiter votre temps passé, réduire les notifications ou masquer/limiter certains types de contenus sur les réseaux sociaux ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)



Selon l'âge
« Oui »



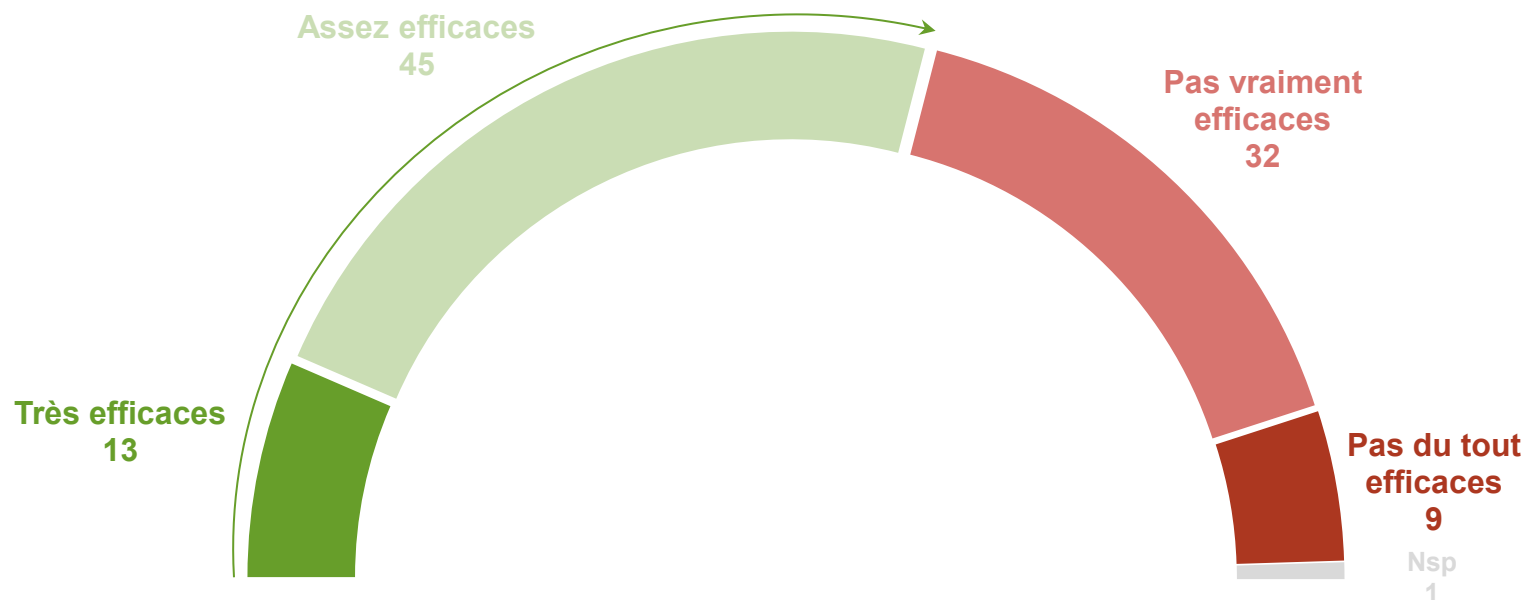
39%

des jeunes ayant utilisé les réseaux sociaux au cours du dernier mois ont déjà utilisé ou installé des paramètres de contrôle pour limiter le temps passé, réduire les notifications ou masquer ou limiter certains types de contenus

La satisfaction des paramètres de contrôle

Q : Ces paramètres vous semblent-ils efficaces ou pas efficaces pour maîtriser votre consommation ou les contenus que vous voyez sur les réseaux sociaux ?

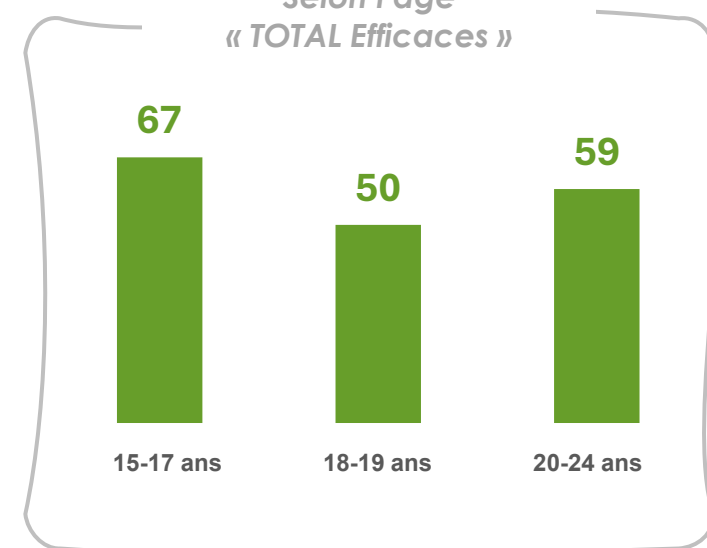
Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant déjà installé des paramètres de contrôle sur les réseaux sociaux (859)



58% des jeunes ayant installé des paramètres de contrôle les considèrent efficaces pour maîtriser leur consommation ou les contenus visionnés



Selon l'âge
« TOTAL Efficaces »



Le sentiment de contrôle sur les contenus vus sur les réseaux sociaux

Q : En ce qui concerne les contenus que vous voyez sur les réseaux sociaux, diriez-vous que...?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

Se sentent **totalelement en contrôle** de ce qu'ils voient



Se sentent **plutôt en contrôle**, même si l'algorithme oriente parfois leur navigation



Ont souvent le sentiment d'être guidé(e)s par l'algorithme plus que par leurs propres choix



Ne se sentent **pas du tout en contrôle** de ce qu'ils voient



Ne savent pas



PROPORTION TOTALE DE JEUNES QUI...

SE SENTENT TOTALEMENT OU PLUTÔT EN CONTRÔLE DE CE QU'ILS VOIENT



NE SE SENTENT PAS EN CONTÔLE DE CE QU'ILS VOIENT



Selon l'âge

■ 15-17 ans

■ 18-24 ans

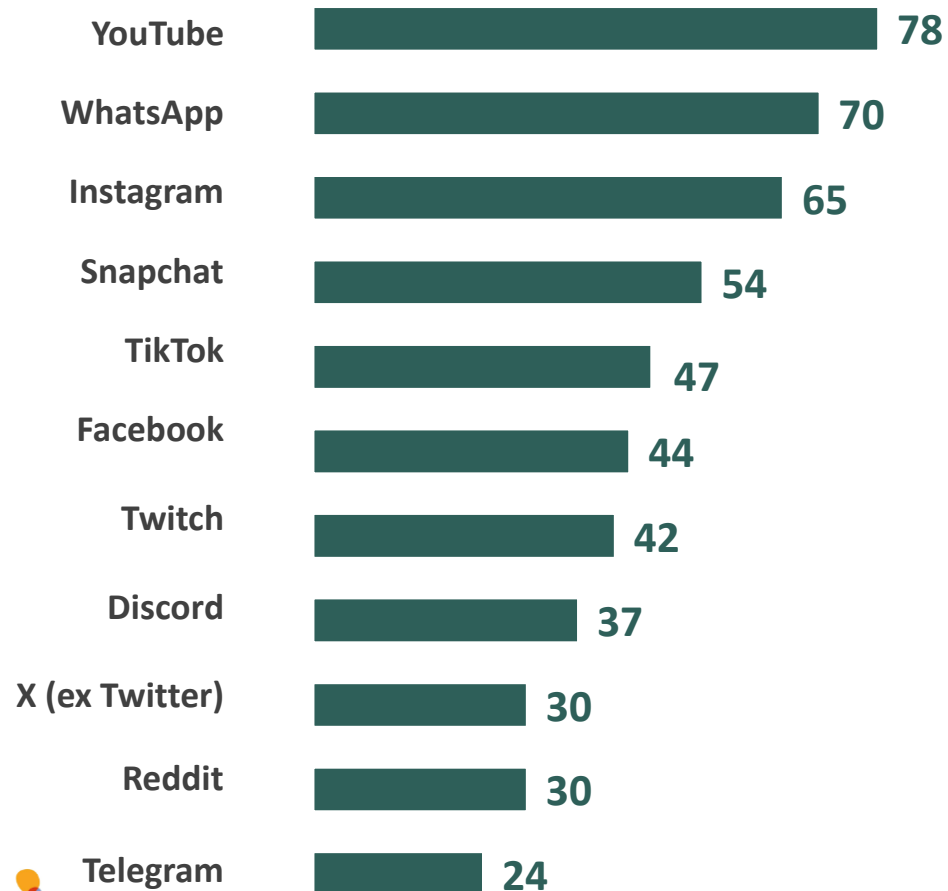


La confiance dans la fiabilité des informations

Q : Personnellement, avez-vous confiance dans la fiabilité des informations véhiculées par les organisations et créateurs de contenu présents sur... ?

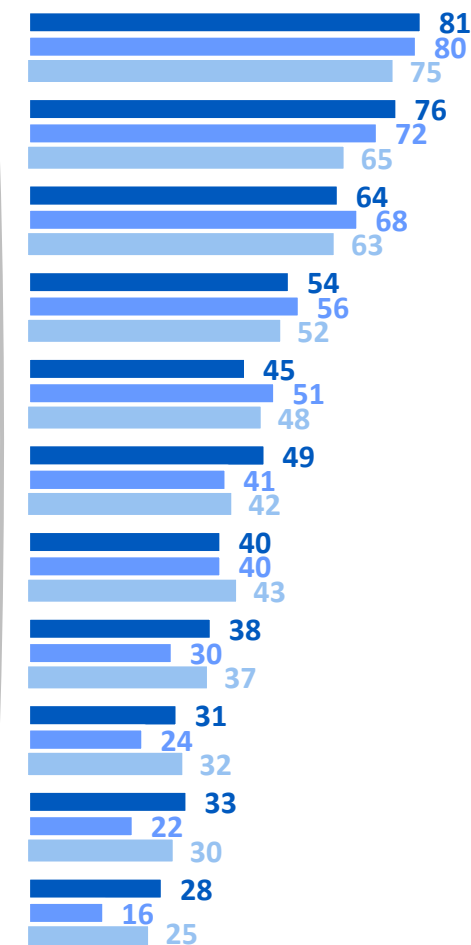
Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2000)

TAUX DE CONFIANCE dans les informations présentes sur...



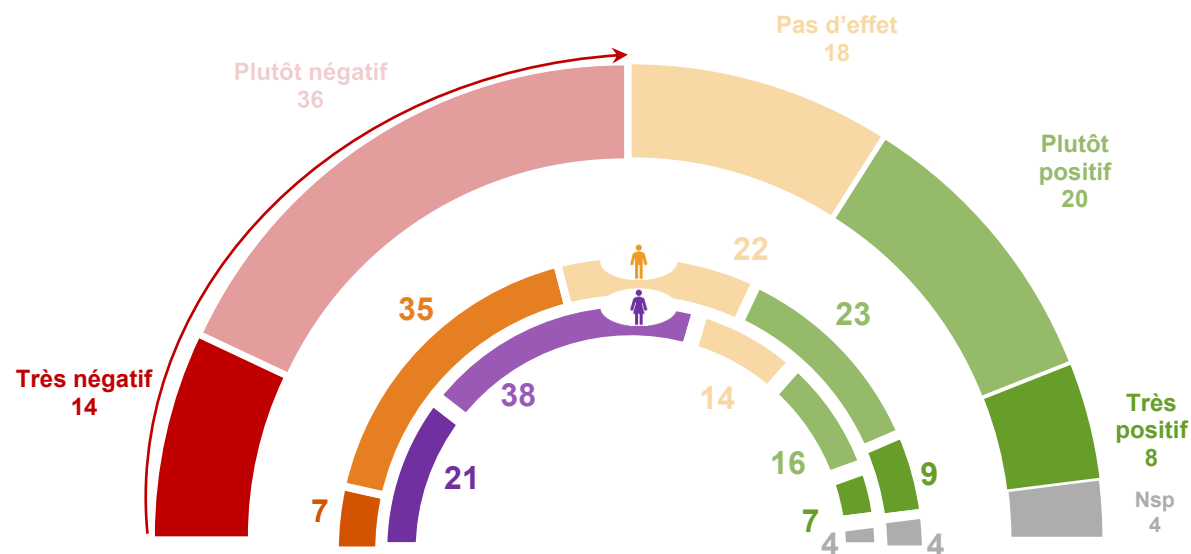
Selon l'âge

■ 15-17 ans
■ 18-19 ans
■ 20-24 ans



Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

...la confiance en soi des jeunes de votre âge en général



50% des jeunes ayant utilisé les réseaux sociaux au cours du dernier mois considèrent que les contenus vus sur les réseaux sociaux ont un effet négatif sur la confiance en soi des jeunes de leur âge en général



sur le profil des jeunes qui estiment que les réseaux sociaux ont un effet négatif sur la confiance en eux-mêmes

Note de lecture : 55% des jeunes très insatisfaits à l'égard de leur physique estiment que les réseaux sociaux ont des effets négatifs sur leur confiance en eux mêmes

MOYENNE **29**

Sexe

Hommes **22**

Femmes **37**

Age

15-17 ans **24**

TOTAL 18-24 ANS **32**

18-19 ans **36**

20-24 ans **31**

Sexe et âge

Hommes 15-17 ans **21**

Hommes 18-24 ans **23**

Femmes 15-17 ans **31**

Femmes 18-24 ans **38**

Scolarisation et type d'établissement

SCOLARISE(E)S **30**

. Dans un collège **18**

. Dans un lycée général/tech. **31**

. Dans un lycée pro. **18**

. Dans une université **38**

NON SCOLARISE(E)S **30**

Niveau du diplôme le plus élevé

2e et 3e cycles **34**

1er cycle **33**

Baccalauréat **31**

CAP / BEP **19**

Pas de diplôme / CEP / BEPC **27**

Statut d'activité

Actifs **28**

Inactifs **31**

Catégorie d'agglomération

Agglomération parisienne **28**

Com. urbaine de province **30**

Commune rurale **31**

Région

Île-de-France **28**

Province **30**

Autopositionnement idéologique

A l'extrême-gauche **29**

A gauche **33**

Au centre-gauche **34**

Au centre-droit **30**

A droite **27**

A l'extrême-droite **16**

TOTAL Extremes **21**

Sentiment d'être féministe

. Très féministes **36**

. Assez féministes **34**

TOTAL Pas féministes **20**

Rapport à la religion

Croyant(e)s et religieux(euses) **25**

Croyant(e)s mais non religieux(euses) **28**

Athées convaincu(e)s **34**

Religion

CATHOLIQUES **30**

. Catho. pratiquants **23**

. Catho. non pratiquants **32**

MUSULMANS **20**

SANS RELIGION **32**

Indice de masse corporelle

Maigres **32**

Poids "Normal" **29**

En surpoids **29**

Obèses **29**

Satisfaction à l'égard de son physique

Très insatisfait(e)s **55**

Insatisfait(e)s **44**

Moyennement satisfait(e)s **35**

Satisfait(e)s **24**

Très satisfait(e)s **16**

Initiation sexuelle

Initié(e)s **30**

Non initié(e)s **30**

Orientation sexuelle

HETEROSEXUEL(LE)S **29**

NON HETEROSEXUEL(LE)S **37**

. Bisexuel(le)s / Pansexuel(le)s **40**

. Homosexuel(le)s **28**

Sociabilité avec les amis proches au cours du dernier mois

...davantage numérique que réelle **31**

...autant ou davantage réelle que numérique **28**

Temps passé chaque jour sur les réseaux sociaux

1-2 heures **21**

2-3 heures **28**

3-4 heures **29**

4-5 heures **33**

5 heures et plus **33**

The background of the slide features a dark blue silhouette of a person's head and shoulders in profile, facing right. The person appears to be looking at a screen. The background is a vibrant blue with various social media icons floating around, including a heart, a person icon, and a thumbs up icon. There are also abstract shapes like circles and squares with dots inside. A large red circle is on the right side of the slide, and a red curved line is on the left side.

B

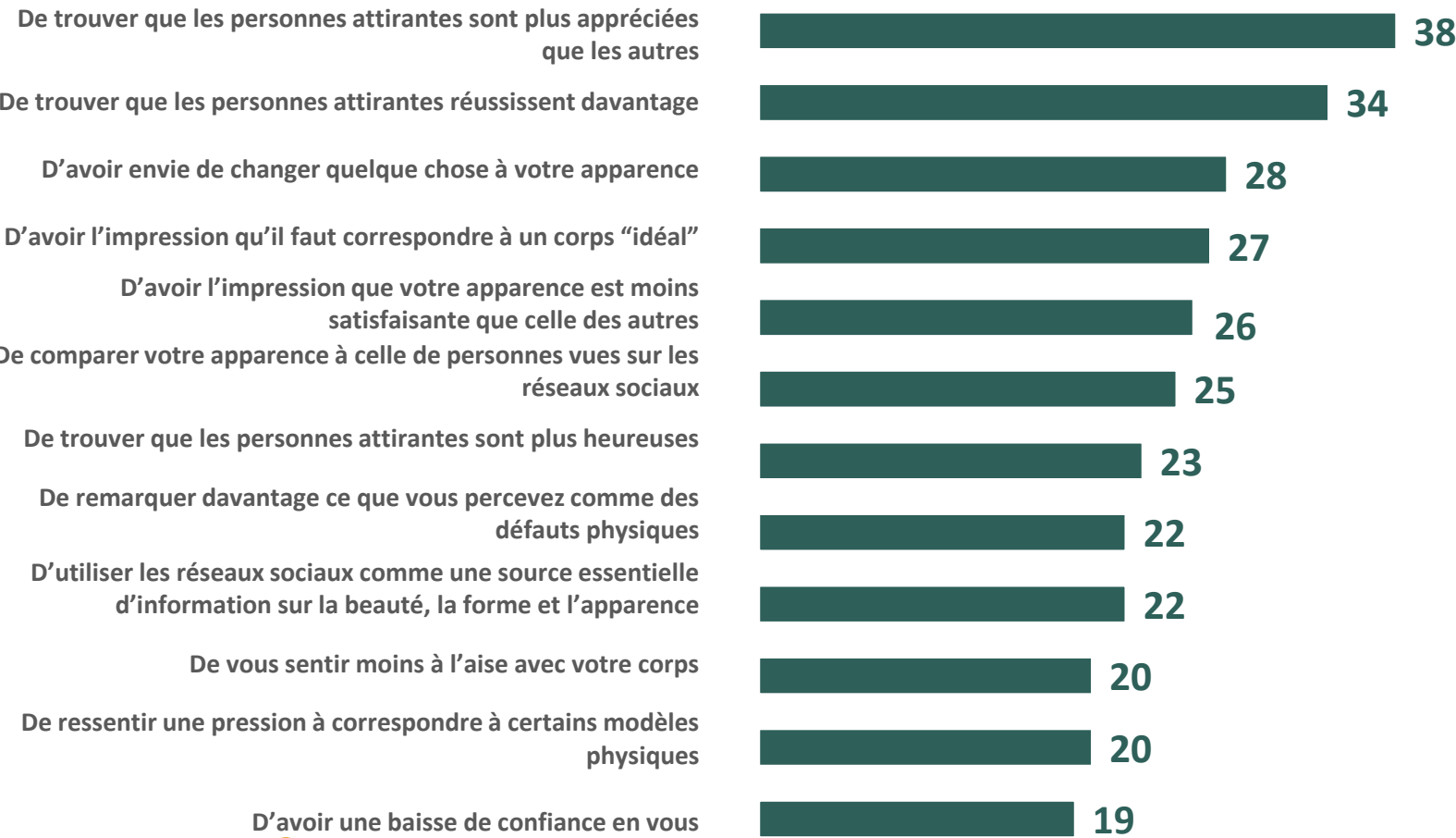
Compréhension du
fonctionnement des fils de
contenus et perception de
l'influence

La pression ressentie des réseaux sociaux sur l'image corporelle et la perception de soi

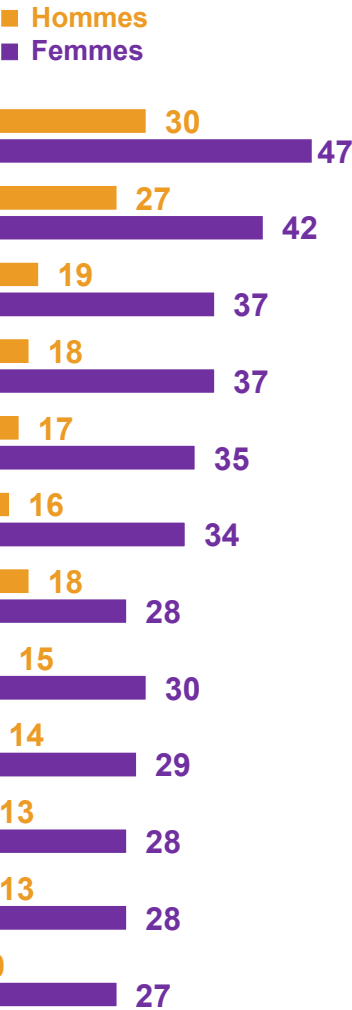
Q : À cause des contenus que vous voyez sur les réseaux sociaux, vous arrive-t-il... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

Proportion de jeunes auxquels il arrive « souvent » de vivre les expériences suivantes à cause des contenus vus sur les réseaux sociaux




Selon le sexe

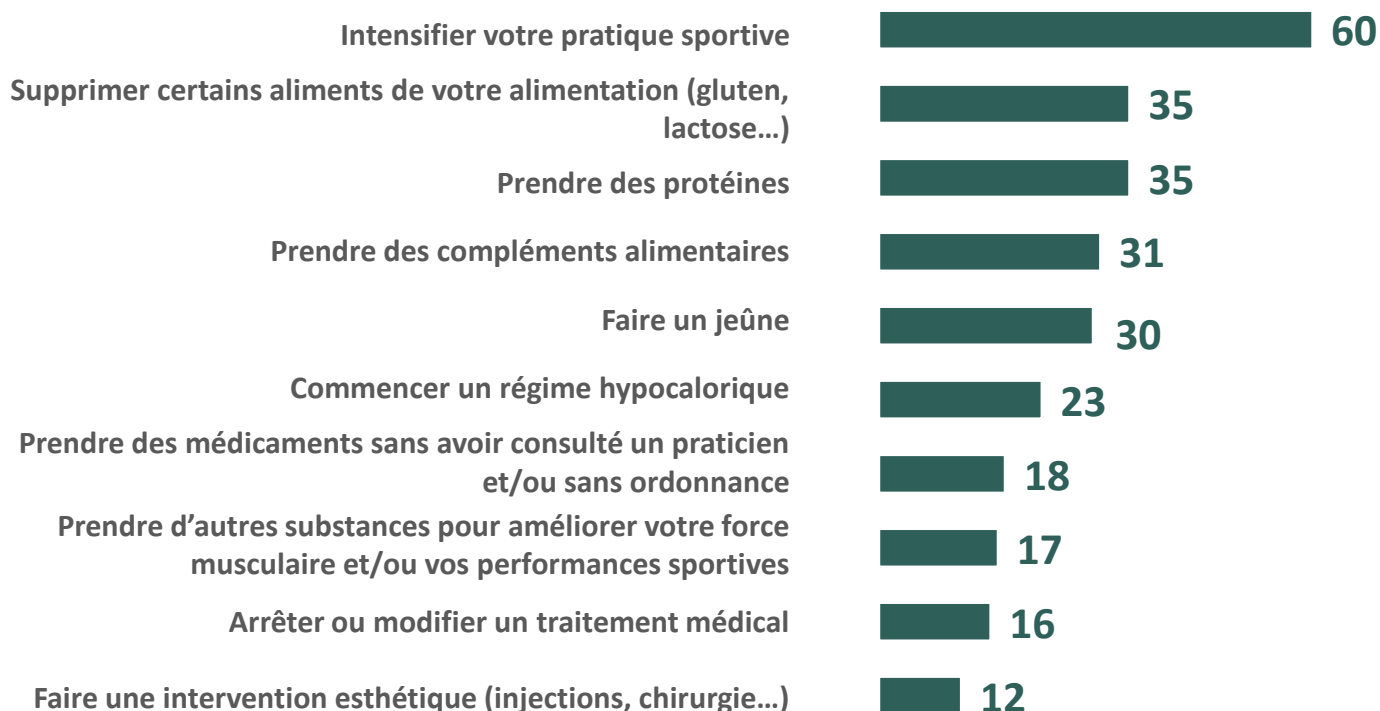


La modification de comportement après un contenu

Q : Après avoir vu un contenu sur les réseaux sociaux, vous est-il déjà arrivé de... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

Proportion de jeunes auxquels il est déjà arrivé de vivre les expériences suivantes après avoir consulté les réseaux sociaux

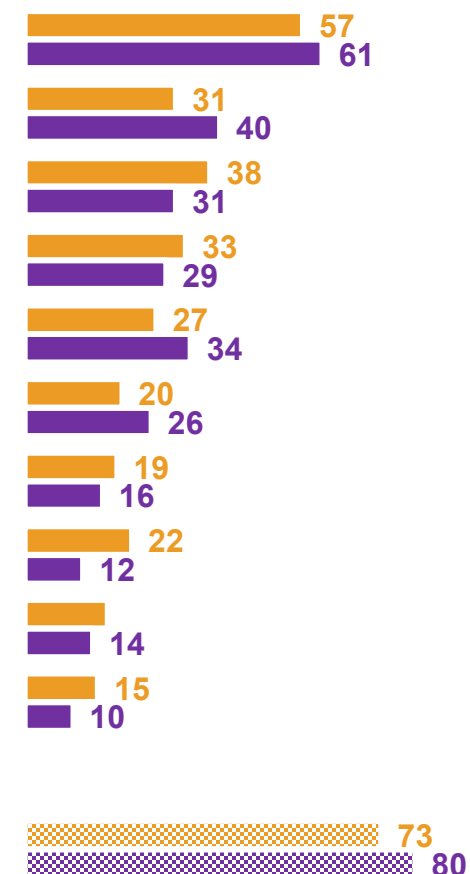


PROPORTION DE JEUNES À QUI IL EST DÉJÀ ARRIVÉ DE MODIFIER AU MOINS UN COMPORTEMENT



Selon le sexe

■ Hommes
■ Femmes

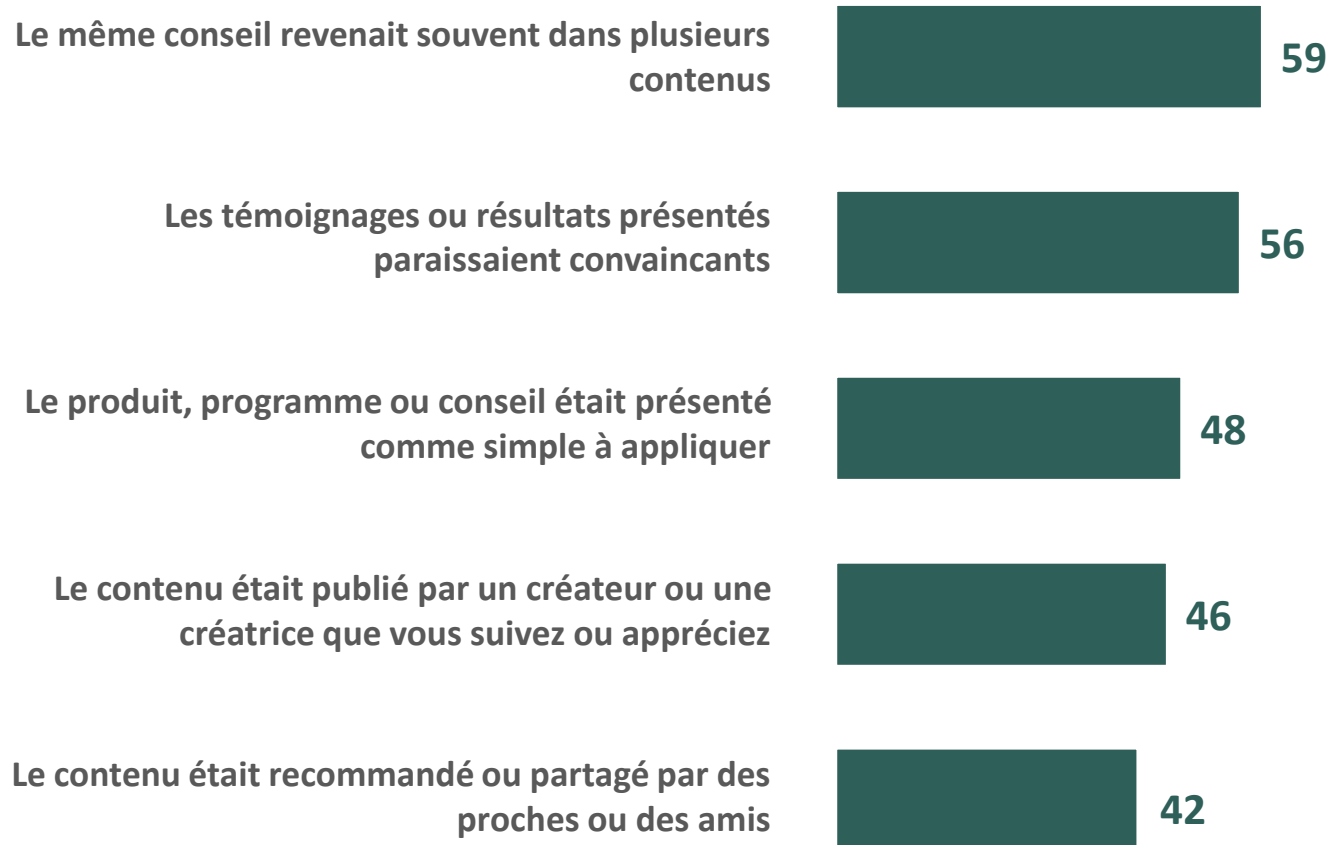


Les raisons de la modification de comportement

Q : Et avez-vous modifié votre comportement pour les raisons suivantes ?

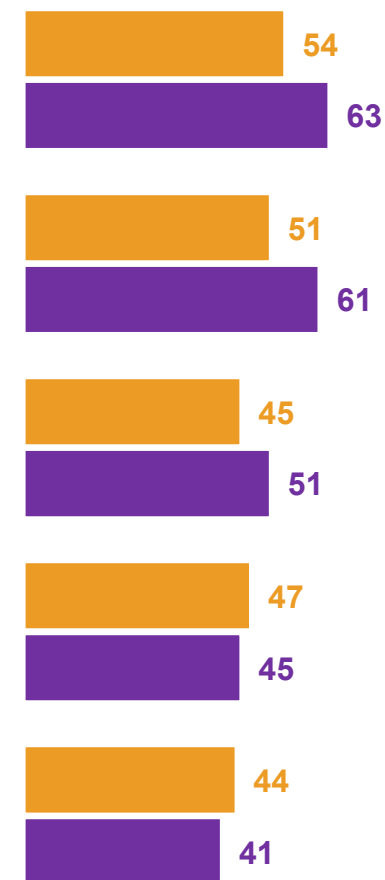
Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant déjà modifié certains comportements après avoir vu des contenus sur les réseaux sociaux (1520)

Proportion de jeunes ayant déjà adopté certains comportements après avoir vu des contenus sur les réseaux sociaux pour chacune des raisons suivantes



Selon le sexe

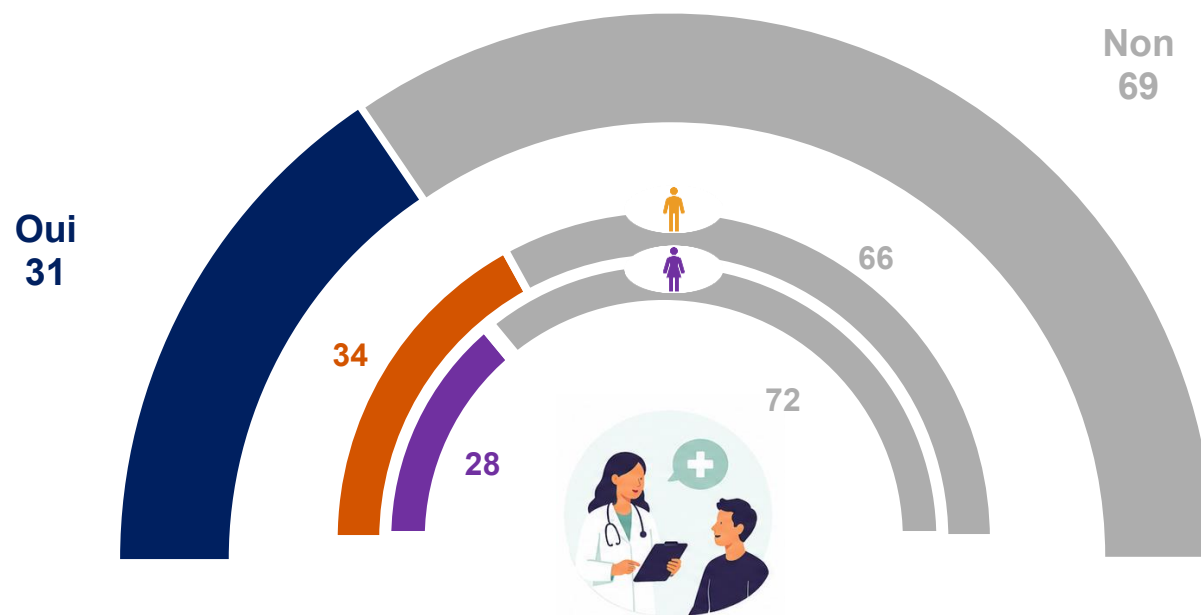
■ Hommes
■ Femmes



Le conseil auprès d'un professionnel avant de modifier son comportement

Q : Et la dernière fois que vous avez modifié ce comportement, avez-vous demandé un avis à un professionnel de santé ou à une personne de confiance hors réseaux sociaux ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant déjà modifié certains comportements après avoir vu des contenus sur les réseaux sociaux (1520)



31% des jeunes ayant déjà modifié certains comportements après avoir vu des contenus sur les réseaux sociaux, ont demandé conseil auprès d'un professionnel ou une personne de confiance avant de modifier leur comportement



sur le profil des jeunes qui ont demandé un avis à un professionnel de santé ou à une personne de confiance

Note de lecture : 36% des jeunes de 20 à 24 ans ayant déjà modifié certains comportements après avoir vu des contenus sur les réseaux sociaux, ont demandé un avis à un professionnel de santé ou à une personne de confiance

MOYENNE **31**

Sexe

Hommes **34**

Femmes **28**

Age

15-17 ans **22**

TOTAL 18-24 ANS **34**

18-19 ans **29**

20-24 ans **36**

Sexe et âge

Hommes 15-17 ans **20**

Hommes 18-24 ans **42**

Femmes 15-17 ans **27**

Femmes 18-24 ans **28**

Scolarisation et type d'établissement

SCOLARISE(E)S **30**

. Dans un collège **37**

. Dans un lycée général/tech. **21**

. Dans un lycée pro. **38**

. Dans une université **30**

NON SCOLARISE(E)S **33**

Niveau du diplôme le plus élevé

2e et 3e cycles **36**

1er cycle **35**

Baccalauréat **29**

CAP / BEP **44**

Pas de diplôme / CEP / BEPC **23**

Statut d'activité

Actifs **37**

Inactifs **26**

Catégorie d'agglomération

Agglomération parisienne **30**

Com. urbaine de province **31**

Commune rurale **30**

Région

Île-de-France **29**

Province **31**

Autopositionnement idéologique

A l'extrême-gauche **39**

A gauche **33**

Au centre-gauche **30**

Au centre-droit **27**

A droite **28**

A l'extrême-droite **39**

TOTAL Extremes **39**

Sentiment d'être féministe

. Très féministes **31**

. Assez féministes **33**

TOTAL Pas féministes **28**

Rapport à la religion

Croyant(e)s et religieux(euses) **40**

Croyant(e)s mais non religieux(euses) **31**

Athées convaincu(e)s **22**

Religion

CATHOLIQUES **34**

. Catho. pratiquants **47**

. Catho. non pratiquants **28**

MUSULMANS **34**

SANS RELIGION **26**

Indice de masse corporelle

Maigres **32**

Poids "Normal" **28**

En surpoids **39**

Obèses **37**

Satisfaction à l'égard de son physique

Très insatisfait(e)s **29**

Insatisfait(e)s **33**

Moyennement satisfait(e)s **28**

Satisfait(e)s **30**

Très satisfait(e)s **39**

Initiation sexuelle

Initié(e)s **29**

Non initié(e)s **33**

Orientation sexuelle

HETEROSEXUEL(LE)S **32**

NON HETEROSEXUEL(LE)S **26**

. Bisexuel(le)s / Pansexuel(le)s **22**

. Homosexuel(le)s **37**

Sociabilité avec les amis proches au cours du dernier mois

...davantage numérique que réelle **30**

...autant ou davantage réelle que numérique **32**

Temps passé chaque jour sur les réseaux sociaux

1-2 heures **25**

2-3 heures **35**

3-4 heures **28**

4-5 heures **27**

5 heures et plus **34**

L'exposition récente à certains contenus

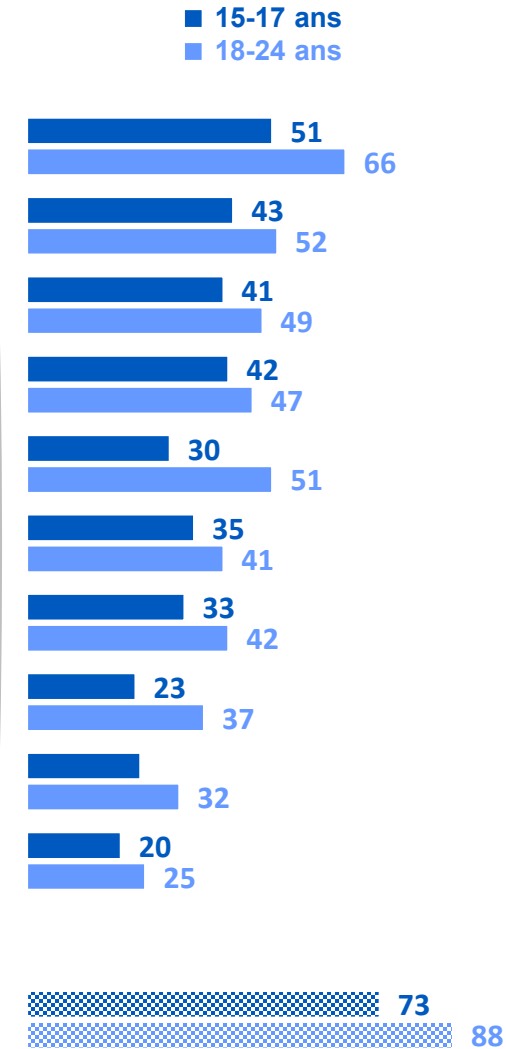
Q : Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé de voir sur les réseaux sociaux des contenus faisant la promotion directe ou indirecte de... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

Proportion de jeunes ayant déjà été exposés aux contenus suivants




Selon l'âge



La perception des risques pour la santé de certains contenus

Q : Et la dernière fois que vous avez vu chacun des contenus suivants, saviez-vous que les pratiques ou produits présentés pouvaient présenter un risque pour la santé physique ou mentale ?

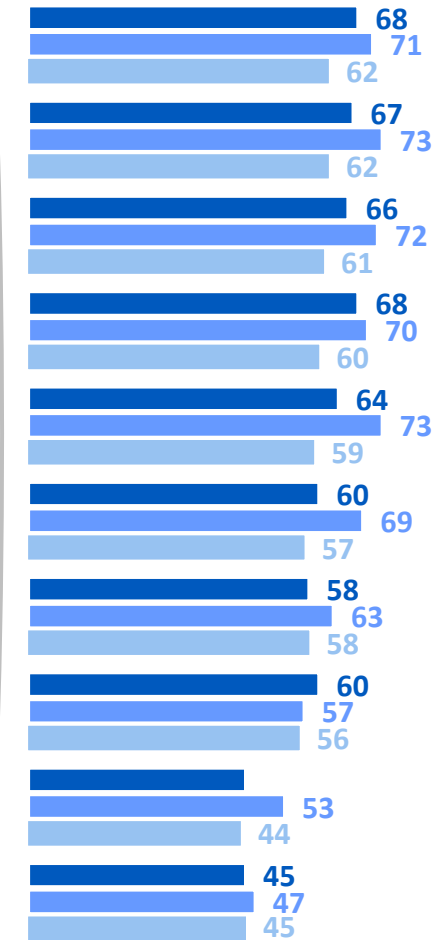
Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant vu au moins un des contenus en question (1634)

Proportion de jeunes sachant que chacun des pratiques ou produits suivants pouvait représenter un risque pour la santé



Selon l'âge

■ 15-17 ans
■ 18-19 ans
■ 20-24 ans

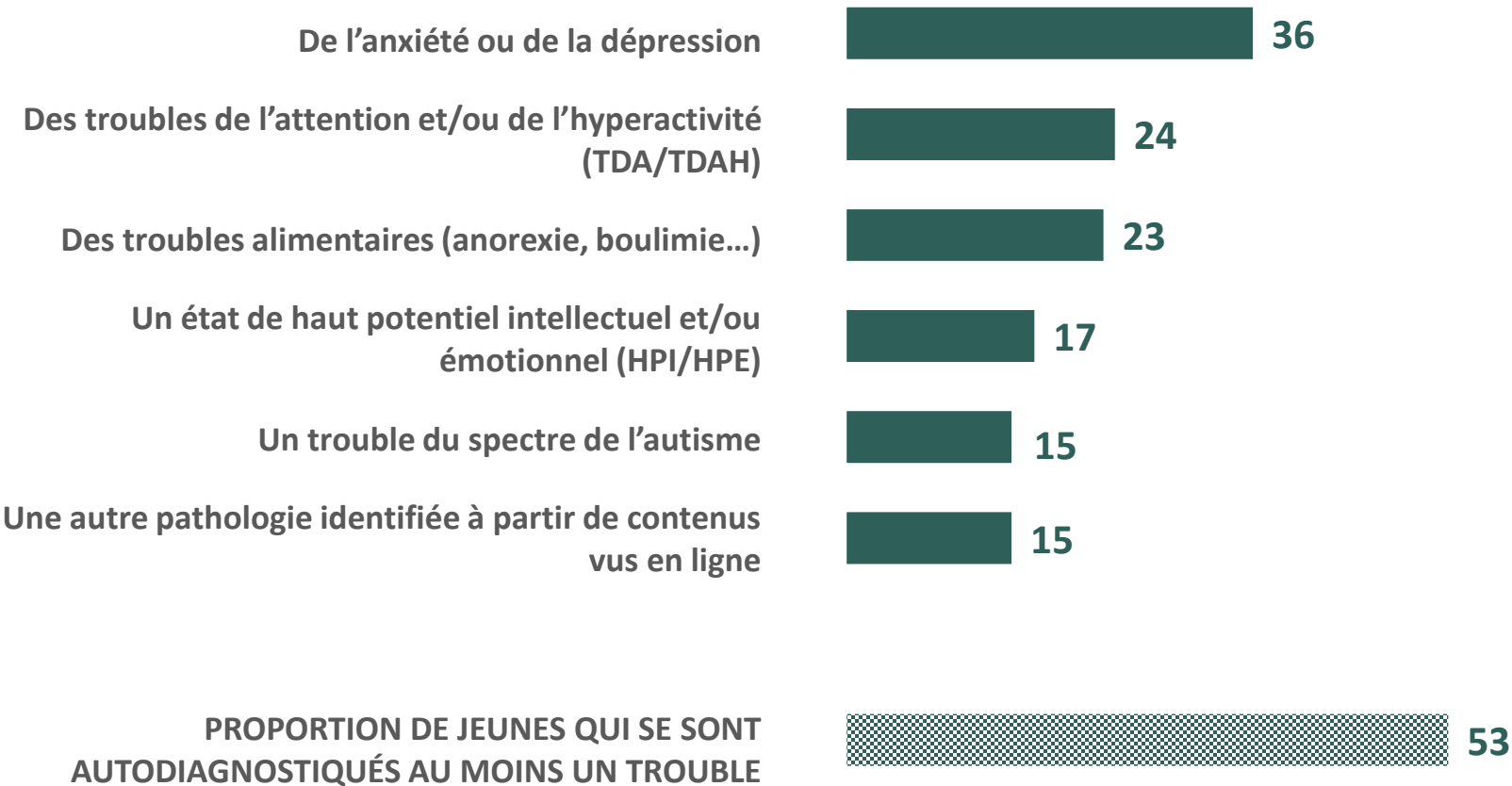


L'autodiagnostic d'un trouble de santé

Q : Après avoir vu sur les réseaux sociaux des vidéos ou d'autres contenus sur ces sujets, vous est-il déjà arrivé d'être convaincu que vous étiez affecté par... ?

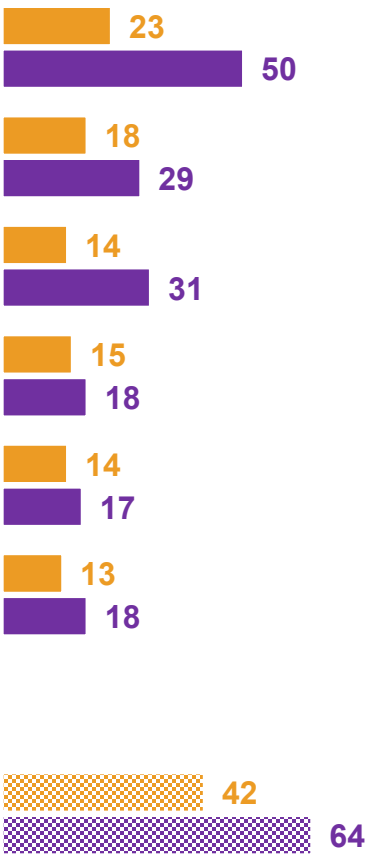
Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

Proportion de jeunes ayant déjà cru être affecté par chacune des pathologies suivantes après avoir vu des contenus sur les réseaux sociaux



Selon le sexe

■ Hommes
■ Femmes



Le recours à un professionnel de santé après un autodiagnostic

Q : Le fait d'avoir été convaincu que vous pouviez être concerné(e) par l'un de ces troubles ou états de santé vous a-t-il conduit(e) à consulter un ou plusieurs professionnels de santé ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans s'étant déjà autodiagnostiqués un trouble de santé après avoir visionné un contenu sur les RS (1116)



41% des jeunes s'étant déjà autodiagnostiqués un trouble de santé après avoir visionné un contenu sur les réseaux sociaux, ont eu recours à un professionnel de santé



sur le profil des jeunes qui ont eu recours à un professionnel de santé après un autodiagnostic



Note de lecture : 47% des hommes s'étant déjà autodiagnostiqués un trouble de santé après avoir visionné un contenu sur les réseaux sociaux, ont eu recours à un professionnel de santé après un autodiagnostic

MOYENNE **41**

Sexe

Hommes **47**

Femmes **37**

Age

15-17 ans **36**

TOTAL 18-24 ANS **42**

18-19 ans **42**

20-24 ans **42**

Sexe et âge

Hommes 15-17 ans **38**

Hommes 18-24 ans **50**

Femmes 15-17 ans **33**

Femmes 18-24 ans **38**

Scolarisation et type d'établissement

SCOLARISE(E)S **42**

. Dans un collège **28**

. Dans un lycée général/tech. **36**

. Dans un lycée pro. **50**

. Dans une université **46**

NON SCOLARISE(E)S **38**

Niveau du diplôme le plus élevé

2e et 3e cycles **23**

1er cycle **49**

Baccalauréat **40**

CAP / BEP **50**

Pas de diplôme / CEP / BEPC **35**

Statut d'activité

Actifs **45**

Inactifs **37**

Catégorie d'agglomération

Agglomération parisienne **34**

Com. urbaine de province **43**

Commune rurale **41**

Région

Île-de-France **34**

Province **43**

Autopositionnement idéologique

A l'extrême-gauche **51**

A gauche **39**

Au centre-gauche **43**

Au centre-droit **41**

A droite **39**

A l'extrême-droite **36**

TOTAL Extremes **43**

Sentiment d'être féministe

. Très féministes **47**

. Assez féministes **39**

TOTAL Pas féministes **40**

Rapport à la religion

Croyant(e)s et religieux(euses) **50**

Croyant(e)s mais non religieux(euses) **36**

Athées convaincu(e)s **36**

Religion

CATHOLIQUES **44**

. Catho. pratiquants **64**

. Catho. non pratiquants **34**

MUSULMANS **44**

SANS RELIGION **37**

Indice de masse corporelle

Maigres **43**

Poids "Normal" **38**

En surpoids **43**

Obèses **52**

Satisfaction à l'égard de son physique

Très insatisfait(e)s **45**

Insatisfait(e)s **48**

Moyennement satisfait(e)s **36**

Satisfait(e)s **42**

Très satisfait(e)s **34**

Initiation sexuelle

Initié(e)s **36**

Non initié(e)s **43**

Orientation sexuelle

HETEROSEXUEL(LE)S **39**

NON HETEROSEXUEL(LE)S **53**

. Bisexuel(le)s / Pansexuel(le)s **53**

. Homosexuel(le)s **54**

Sociabilité avec les amis proches au cours du dernier mois

...davantage numérique que réelle **40**

...autant ou davantage réelle que numérique **41**

Temps passé chaque jour sur les réseaux sociaux

1-2 heures **36**

2-3 heures **37**

3-4 heures **44**

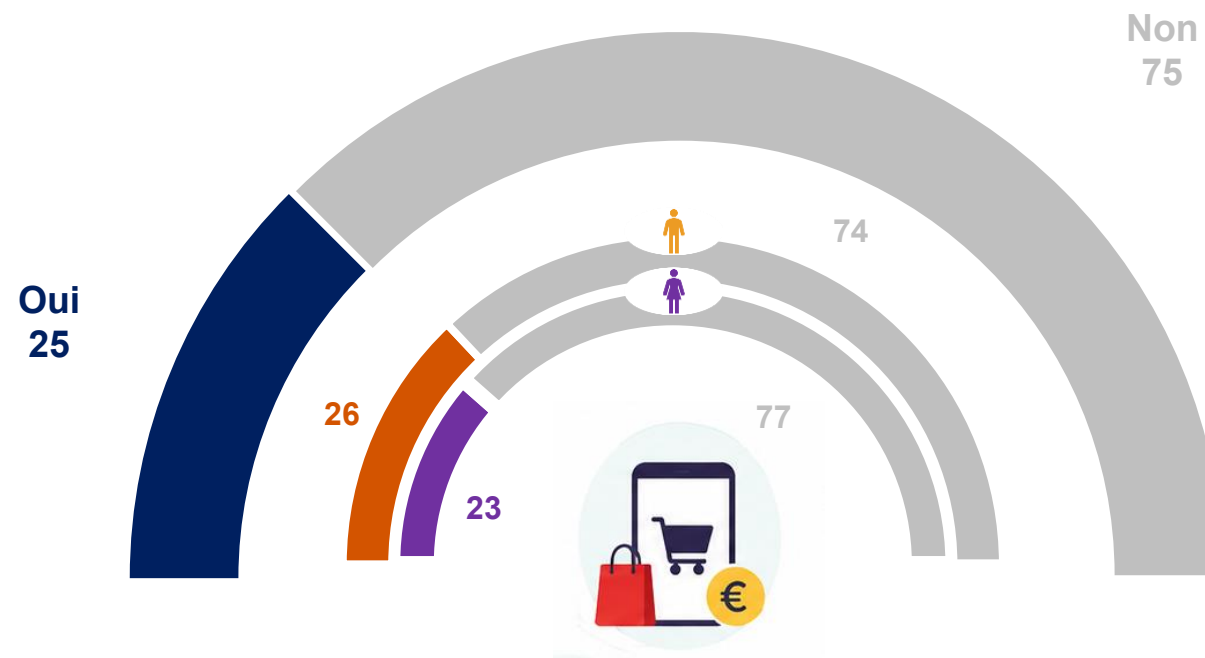
4-5 heures **32**

5 heures et plus **47**

L'achat après un contenu d'influence ou commercial

Q : Votre dernier achat d'un produit, programme ou contenu payant en lien avec la santé, l'apparence, le sport ou le bien-être a-t-il été effectué après avoir vu une vidéo ou un contenu publié par un influenceur, un créateur de contenus ou une marque ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant effectué un achat (1718)



31% des jeunes ayant effectué un achat ont effectué leur dernier achat après avoir vu un contenu d'influence ou commercial sur les réseaux sociaux



FOCUS sur le profil des jeunes qui ont acheté un objet après avoir vu un contenu d'influence ou commercial



Note de lecture : 33% des jeunes passant 5 heures et plus sur les réseaux sociaux chaque jour ont acheté après avoir vu un contenu d'influence ou commercial sur les RS

MOYENNE **25**

Sexe

Hommes **26**

Femmes **23**

Age

15-17 ans **19**

TOTAL 18-24 ANS **27**

18-19 ans **29**

20-24 ans **27**

Sexe et âge

Hommes 15-17 ans **19**

Hommes 18-24 ans **31**

Femmes 15-17 ans **18**

Femmes 18-24 ans **25**

Scolarisation et type d'établissement

SCOLARISE(E)S **25**

. Dans un collège **14**

. Dans un lycée général/tech. **18**

. Dans un lycée pro. **31**

. Dans une université **29**

NON SCOLARISE(E)S **23**

Niveau du diplôme le plus élevé

2e et 3e cycles **23**

1er cycle **30**

Baccalauréat **28**

CAP / BEP **22**

Pas de diplôme / CEP / BEPC **18**

Statut d'activité

Actifs **29**

Inactifs **22**

Catégorie d'agglomération

Agglomération parisienne **28**

Com. urbaine de province **25**

Commune rurale **21**

Région

Île-de-France **27**

Province **24**

Autopositionnement idéologique

A l'extrême-gauche **22**

A gauche **28**

Au centre-gauche **26**

Au centre-droit **27**

A droite **20**

A l'extrême-droite **17**

TOTAL Extremes **19**

Sentiment d'être féministe

. Très féministes **25**

. Assez féministes **27**

TOTAL Pas féministes **22**

Rapport à la religion

Croyant(e)s et religieux(euses) **35**

Croyant(e)s mais non religieux(euses) **24**

Athées convaincu(e)s **17**

Religion

CATHOLIQUES **29**

. Catho. pratiquants **40**

. Catho. non pratiquants **24**

MUSULMANS **31**

SANS RELIGION **18**

Indice de masse corporelle

Maigres **20**

Poids "Normal" **24**

En surpoids **31**

Obèses **23**

Satisfaction à l'égard de son physique

Très insatisfait(e)s **31**

Insatisfait(e)s **29**

Moyennement satisfait(e)s **24**

Satisfait(e)s **24**

Très satisfait(e)s **24**

Initiation sexuelle

Initié(e)s **20**

Non initié(e)s **28**

Orientation sexuelle

HETEROSEXUEL(LE)S **26**

NON HETEROSEXUEL(LE)S **24**

. Bisexuel(le)s / Pansexuel(le)s **23**

. Homosexuel(le)s **25**

Sociabilité avec les amis proches au cours du dernier mois

...davantage numérique que réelle **27**

...autant ou davantage réelle que numérique **25**

Temps passé chaque jour sur les réseaux sociaux

1-2 heures **10**

2-3 heures **25**

3-4 heures **17**

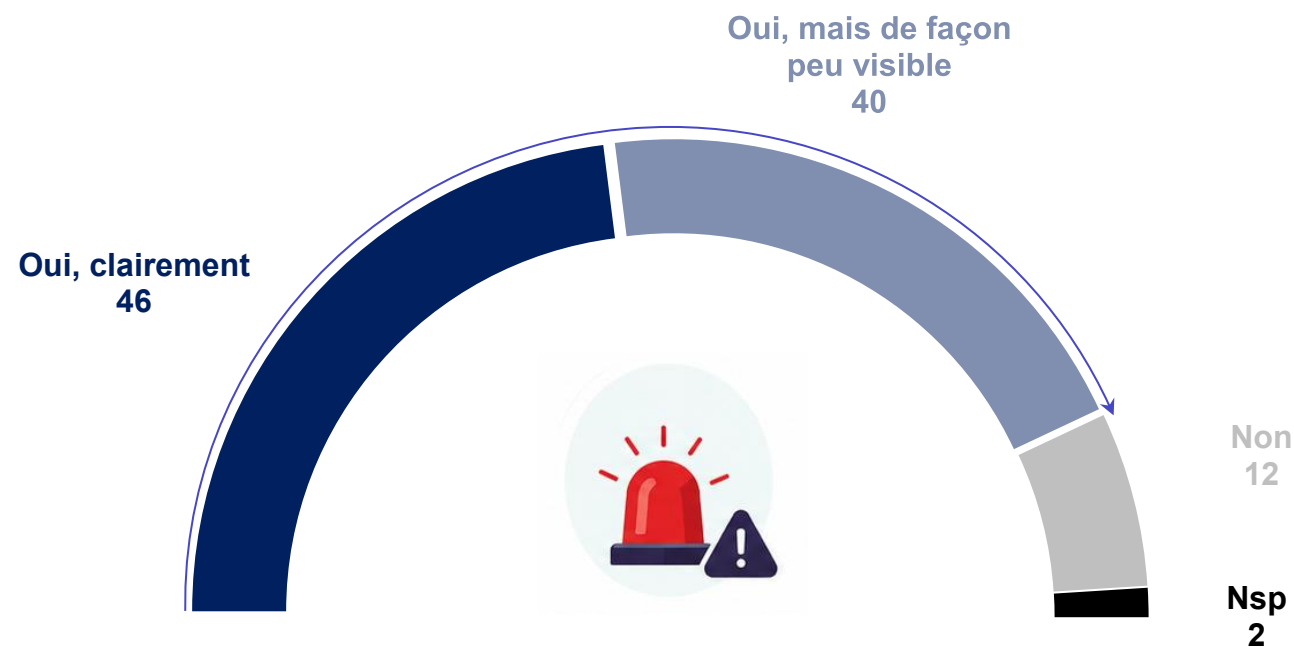
4-5 heures **21**

5 heures et plus **33**

Le caractère explicite du contenu commercial

Q : Si oui, le caractère commercial de ce contenu était-il clairement indiqué dès le premier visionnage ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant effectué leur dernier achat après avoir vu un contenu publié par un influenceur, un créateur de contenus ou une marque (420)

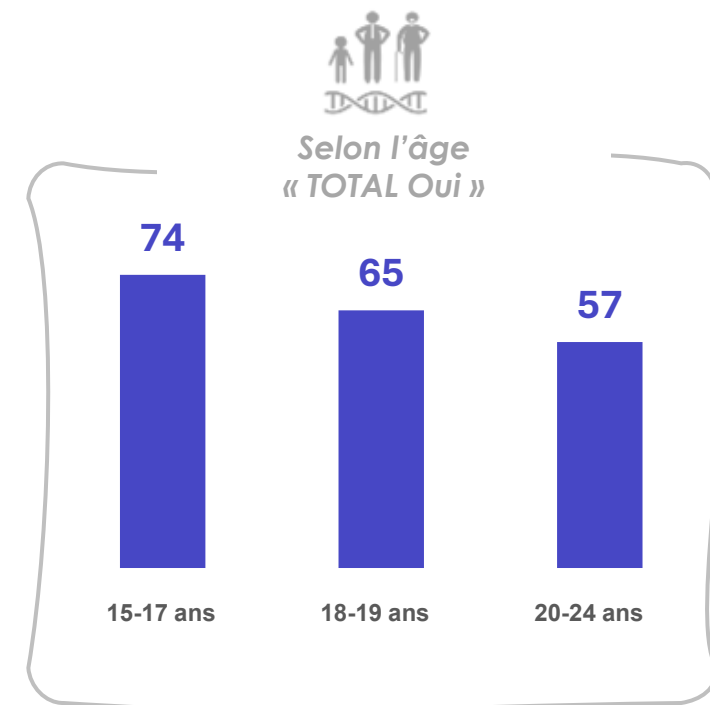
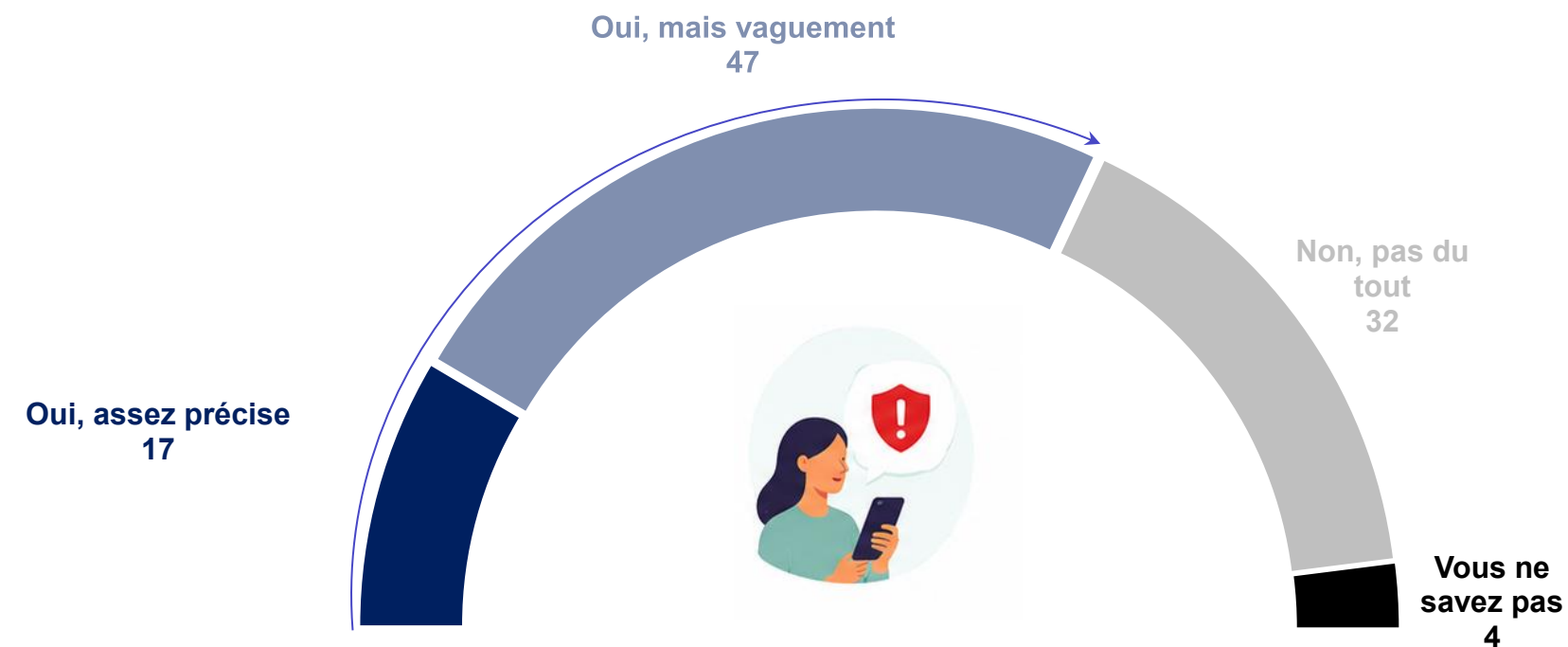


86% des jeunes ayant effectué leur dernier achat après avoir vu un contenu sur les réseaux sociaux, considèrent que le caractère commercial de ce contenu était clairement indiqué dès le premier visionnage

Le regard des parents sur les usages

Q : Vos parents (ou adultes référents) ont-ils une idée de ce que vous regardez réellement sur les réseaux sociaux ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)



64% des jeunes considèrent que leurs parents ou adultes référents ont une idée de ce qu'ils regardent réellement sur les réseaux sociaux

The image features a dark blue silhouette of a person's head and shoulders in profile, facing right. The background is a vibrant blue with various white and light blue geometric shapes, including circles, squares, and dots. Several white icons are visible: a heart, a person icon, and a thumbs-up icon. A large red circle is positioned on the right side of the image, partially overlapping the blue background. The overall composition suggests a theme of digital communication and technology.

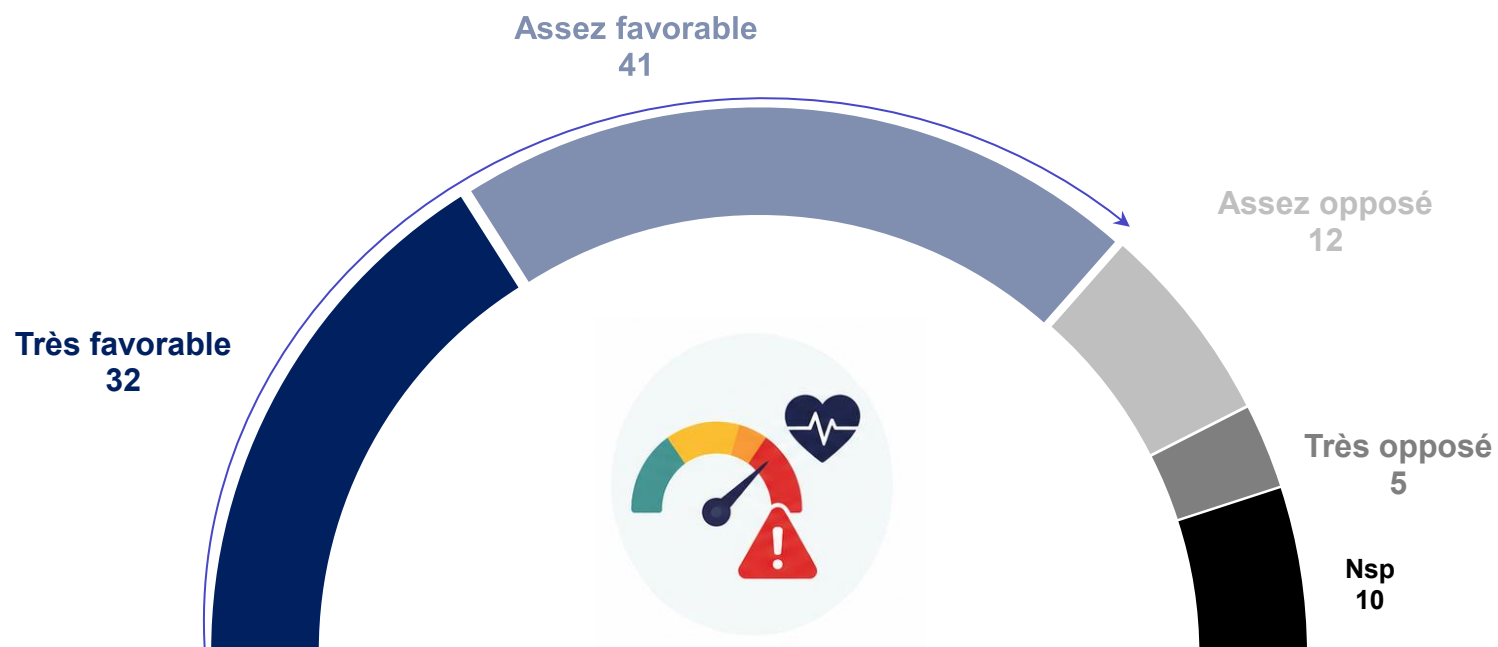
C

Régulation, prévention
et confiance

L'adhésion à la mise en place d'un « Toxi-Score »

Q : Personnellement, seriez-vous favorable ou opposé(e) à ce qu'à l'avenir, les pouvoirs publics obligent les plateformes à afficher un indicateur de risque (type « Toxi-Score ») tenant compte à la fois de la nature du contenu et de l'exposition répétée à certains risques pour la santé mentale ou physique ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2000)



73% des jeunes sont favorables à la mise en place d'un « Toxi-Score » pour les contenus publiés sur les réseaux sociaux



sur le profil des jeunes favorables à la mise en place d'un « Toxi-Score »



Note de lecture : 65% des d'extrême-droite sont favorables à la mise en place d'un « Toxi-Score »

MOYENNE **73**

Sexe

Hommes **70**

Femmes **74**

Age

15-17 ans **75**

TOTAL 18-24 ANS **71**

18-19 ans **75**

20-24 ans **69**

Sexe et âge

Hommes 15-17 ans **74**

Hommes 18-24 ans **68**

Femmes 15-17 ans **76**

Femmes 18-24 ans **74**

Scolarisation et type d'établissement

SCOLARISE(E)S **76**

. Dans un collège **76**

. Dans un lycée général/tech. **77**

. Dans un lycée pro. **71**

. Dans une université **78**

NON SCOLARISE(E)S **66**

Niveau du diplôme le plus élevé

2e et 3e cycles **67**

1er cycle **78**

Baccalauréat **75**

CAP / BEP **58**

Pas de diplôme / CEP / BEPC **72**

Statut d'activité

Actifs **73**

Inactifs **72**

Catégorie d'agglomération

Agglomération parisienne **75**

Com. urbaine de province **73**

Commune rurale **68**

Région

Île-de-France **76**

Province **71**

Autopositionnement idéologique

A l'extrême-gauche **74**

A gauche **77**

Au centre-gauche **72**

Au centre-droit **72**

A droite **69**

A l'extrême-droite **65**

TOTAL Extremes **69**

Sentiment d'être féministe

. Très féministes **77**

. Assez féministes **76**

TOTAL Pas féministes **65**

Rapport à la religion

Croyant(e)s et religieux(euses) **74**

Croyant(e)s mais non religieux(euses) **75**

Athées convaincu(e)s **68**

Religion

CATHOLIQUES **76**

. Catho. pratiquants **81**

. Catho. non pratiquants **74**

MUSULMANS **69**

SANS RELIGION **73**

Indice de masse corporelle

Maigres **70**

Poids "Normal" **73**

En surpoids **74**

Obèses **70**

Satisfaction à l'égard de son physique

Très insatisfait(e)s **76**

Insatisfait(e)s **65**

Moyennement satisfait(e)s **69**

Satisfait(e)s **76**

Très satisfait(e)s **71**

Initiation sexuelle

Initié(e)s **73**

Non initié(e)s **74**

Orientation sexuelle

HETEROSEXUEL(LE)S **74**

NON HETEROSEXUEL(LE)S **74**

. Bisexuel(le)s / Pansexuel(le)s **77**

. Homosexuel(le)s **66**

Sociabilité avec les amis proches au cours du dernier mois

...davantage numérique que réelle **73**

...autant ou davantage réelle que numérique **74**

Temps passé chaque jour sur les réseaux sociaux

1-2 heures **69**

2-3 heures **80**

3-4 heures **79**

4-5 heures **74**

5 heures et plus **74**

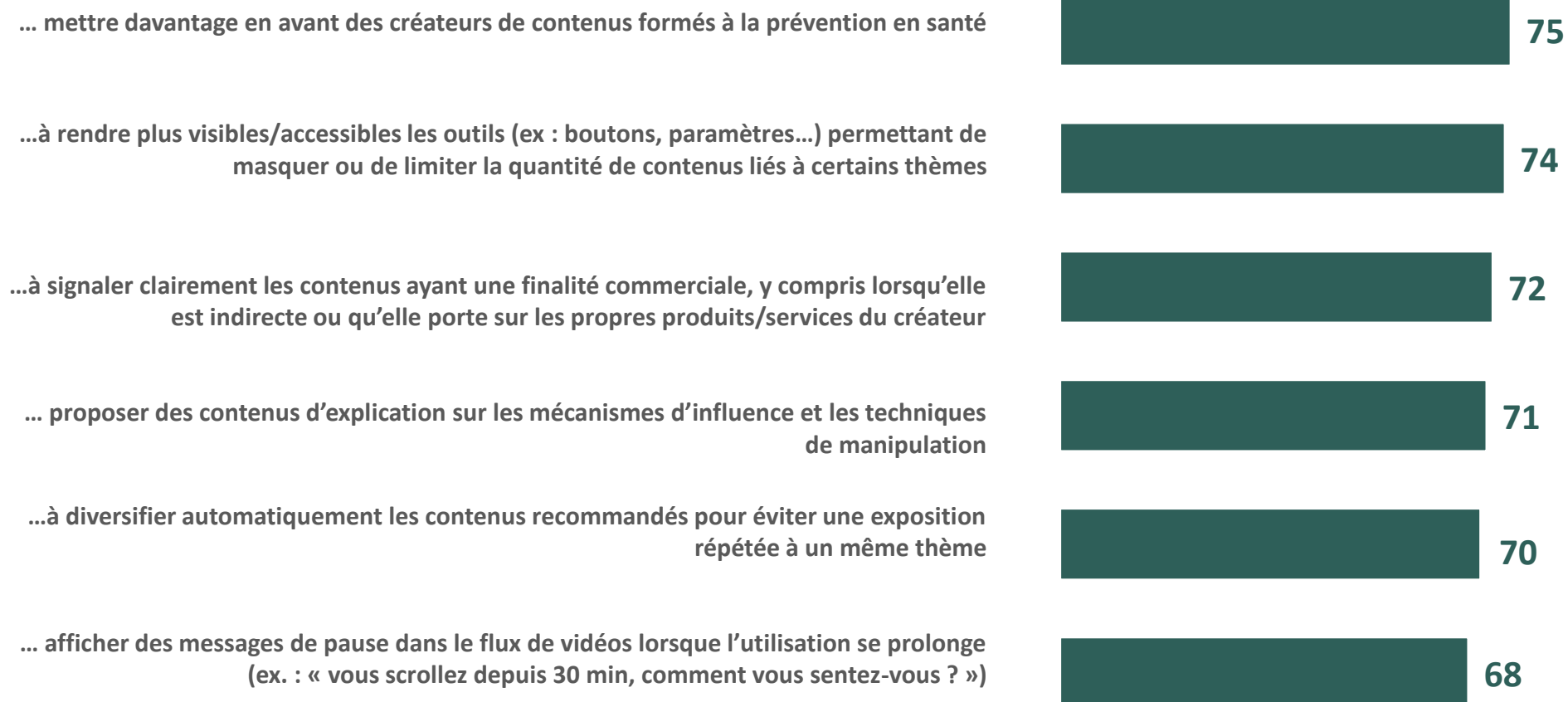
L'adhésion à la mise en place d'un indicateur de risque et autres mesures de régulation

Q : Personnellement, seriez-vous favorable ou opposé(e) à ce qu'à l'avenir, les pouvoirs publics obligent les plateformes... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2000)



Taux d'adhésion à chacune des mesures suivantes



L'adhésion à la mise en place de modules scolaires sur les mécanismes d'influence des réseaux sociaux

Q : Personnellement, seriez-vous favorable ou opposé(e) à ce qu'à l'avenir, l'Éducation nationale intègre dans les programmes scolaires des modules sur les mécanismes d'influence des réseaux sociaux ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2000)

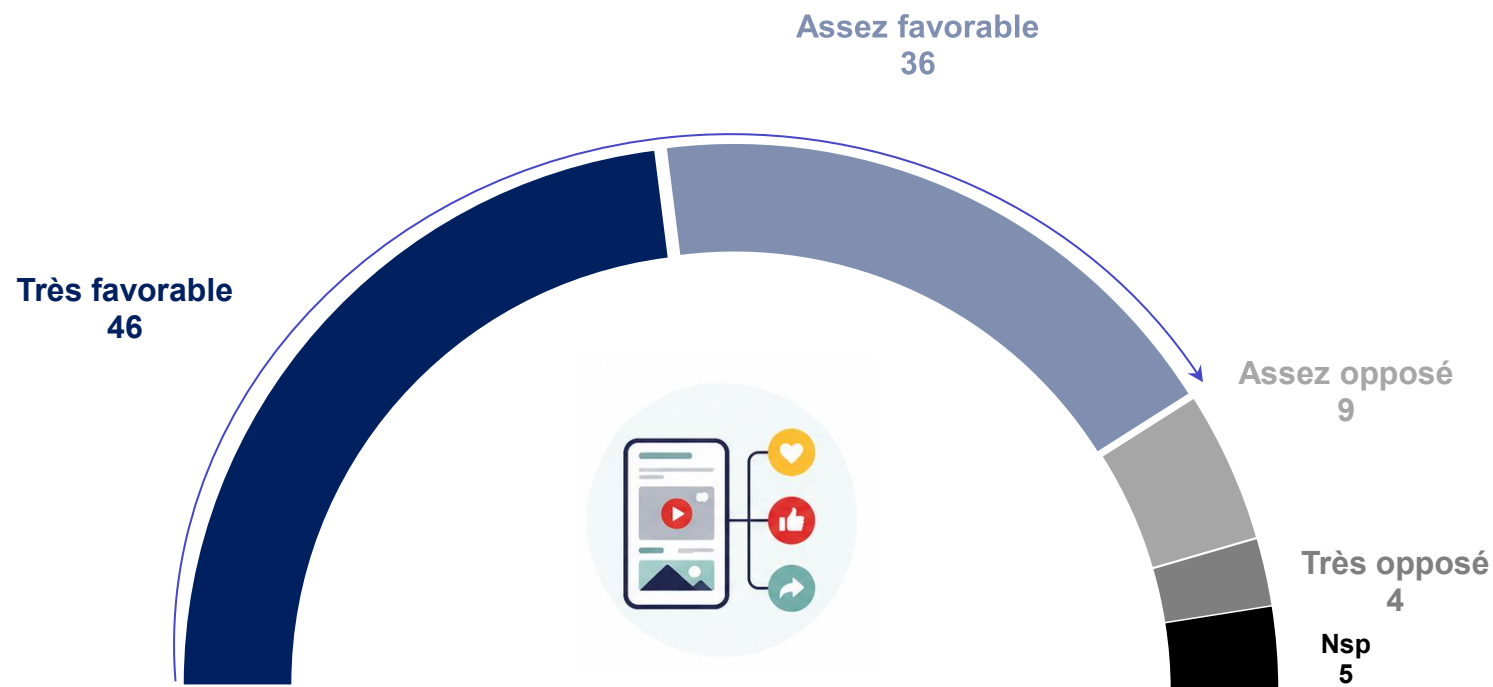


75% des jeunes sont favorables à ce qu'à l'avenir, l'Éducation nationale intègre dans les programmes scolaires des modules sur les mécanismes d'influence des réseaux sociaux

L'adhésion à l'obligation de signaler des contenus à risque

Q : Seriez-vous favorable ou opposé(e) à ce qu'une plateforme soit tenue de signaler clairement les contenus pouvant présenter un risque pour la santé mentale ou physique des jeunes ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2000)



82% des jeunes sont favorables à l'obligation pour les réseaux sociaux de signaler des contenus à risque



sur le profil des jeunes favorables à ce qu'une plateforme soit tenue de signaler clairement les contenus à risque

Note de lecture : 86% des jeunes de gauche sont favorables à ce qu'une plateforme soit tenue de signaler clairement les contenus à risque

MOYENNE **82**

Sexe

Hommes **80**

Femmes **86**

Age

15-17 ans **86**

TOTAL 18-24 ANS **81**

18-19 ans **84**

20-24 ans **80**

Sexe et âge

Hommes 15-17 ans **86**

Hommes 18-24 ans **75**

Femmes 15-17 ans **86**

Femmes 18-24 ans **86**

Scolarisation et type d'établissement

SCOLARISE(E)S **85**

. Dans un collège **89**

. Dans un lycée général/tech. **85**

. Dans un lycée pro. **79**

. Dans une université **86**

NON SCOLARISE(E)S **78**

Niveau du diplôme le plus élevé

2e et 3e cycles **84**

1er cycle **82**

Baccalauréat **87**

CAP / BEP **71**

Pas de diplôme / CEP / BEPC **82**

Statut d'activité

Actifs **81**

Inactifs **83**

Catégorie d'agglomération

Agglomération parisienne **85**

Com. urbaine de province **83**

Commune rurale **79**

Région

Île-de-France **85**

Province **82**

Autopositionnement idéologique

A l'extrême-gauche **84**

A gauche **86**

Au centre-gauche **84**

Au centre-droit **81**

A droite **81**

A l'extrême-droite **75**

TOTAL Extremes **78**

Sentiment d'être féministe

. Très féministes **86**

. Assez féministes **88**

TOTAL Pas féministes **75**

Rapport à la religion

Croyant(e)s et religieux(euses) **82**

Croyant(e)s mais non religieux(euses) **81**

Athées convaincu(e)s **84**

Religion

CATHOLIQUES **84**

. Catho. pratiquants **85**

. Catho. non pratiquants **84**

MUSULMANS **80**

SANS RELIGION **85**

Indice de masse corporelle

Maigres **78**

Poids "Normal" **83**

En surpoids **88**

Obèses **76**

Satisfaction à l'égard de son physique

Très insatisfait(e)s **74**

Insatisfait(e)s **82**

Moyennement satisfait(e)s **81**

Satisfait(e)s **86**

Très satisfait(e)s **78**

Initiation sexuelle

Initié(e)s **85**

Non initié(e)s **84**

Orientation sexuelle

HETEROSEXUEL(LE)S **84**

NON HETEROSEXUEL(LE)S **85**

. Bisexuel(le)s / Pansexuel(le)s **86**

. Homosexuel(le)s **79**

Sociabilité avec les amis proches au cours du dernier mois

...davantage numérique que réelle **85**

...autant ou davantage réelle que numérique **84**

Temps passé chaque jour sur les réseaux sociaux

1-2 heures **83**

2-3 heures **89**

3-4 heures **86**

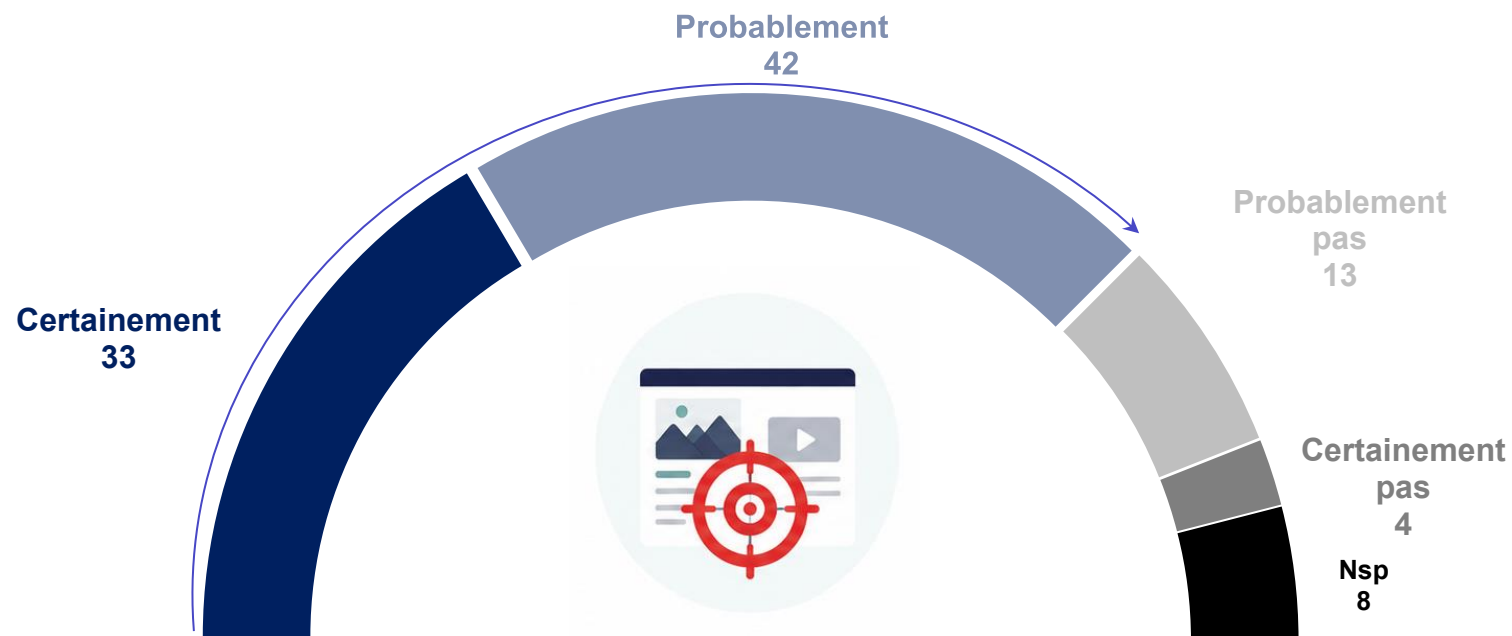
4-5 heures **91**

5 heures et plus **83**

L'intérêt pour un bouton de masquage ou de limitation

Q : Personnellement, pourriez-vous utiliser sur une plateforme un bouton simple qui permettrait de masquer ou de limiter la quantité de certains contenus (par exemple liés à l'image du corps, aux régimes, à la performance physique ou mentale) ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2000)



75% des jeunes seraient certainement ou probablement prêts à utiliser un bouton permettant de limiter ou masquer certains contenus sur les réseaux sociaux



sur le profil des jeunes qui pourraient certainement utiliser un bouton simple qui permettrait de masquer ou de limiter la quantité de certains contenus

Note de lecture : 38% des femmes pourraient certainement utiliser un bouton simple qui permettrait de masquer ou de limiter la quantité de certains contenus

MOYENNE **33**

Sexe

Hommes **29**

Femmes **38**

Age

15-17 ans **31**

TOTAL 18-24 ANS **34**

18-19 ans **35**

20-24 ans **34**

Sexe et âge

Hommes 15-17 ans **28**

Hommes 18-24 ans **30**

Femmes 15-17 ans **39**

Femmes 18-24 ans **37**

Scolarisation et type d'établissement

SCOLARISE(E)S **32**

. Dans un collège **31**

. Dans un lycée général/tech. **30**

. Dans un lycée pro. **35**

. Dans une université **34**

NON SCOLARISE(E)S **35**

Niveau du diplôme le plus élevé

2e et 3e cycles **35**

1er cycle **37**

Baccalauréat **34**

CAP / BEP **29**

Pas de diplôme / CEP / BEPC **31**

Statut d'activité

Actifs **36**

Inactifs **32**

Catégorie d'agglomération

Agglomération parisienne **36**

Com. urbaine de province **33**

Commune rurale **30**

Région

Île-de-France **35**

Province **33**

Autopositionnement idéologique

A l'extrême-gauche **38**

A gauche **33**

Au centre-gauche **34**

Au centre-droit **28**

A droite **35**

A l'extrême-droite **38**

TOTAL Extremes **38**

Sentiment d'être féministe

. Très féministes **42**

. Assez féministes **34**

TOTAL Pas féministes **28**

Rapport à la religion

Croyant(e)s et religieux(euses) **41**

Croyant(e)s mais non religieux(euses) **32**

Athées convaincu(e)s **28**

Religion

CATHOLIQUES **38**

. Catho. pratiquants **43**

. Catho. non pratiquants **36**

MUSULMANS **33**

SANS RELIGION **30**

Indice de masse corporelle

Maigres **32**

Poids "Normal" **32**

En surpoids **42**

Obèses **35**

Satisfaction à l'égard de son physique

Très insatisfait(e)s **32**

Insatisfait(e)s **29**

Moyennement satisfait(e)s **31**

Satisfait(e)s **35**

Très satisfait(e)s **36**

Initiation sexuelle

Initié(e)s **27**

Non initié(e)s **37**

Orientation sexuelle

HETEROSEXUEL(LE)S **33**

NON HETEROSEXUEL(LE)S **36**

. Bisexuel(le)s / Pansexuel(le)s **38**

. Homosexuel(le)s **34**

Sociabilité avec les amis proches au cours du dernier mois

...davantage numérique que réelle **34**

...autant ou davantage réelle que numérique **34**

Temps passé chaque jour sur les réseaux sociaux

1-2 heures **38**

2-3 heures **31**

3-4 heures **33**

4-5 heures **34**

5 heures et plus **36**

L'attention portée aux messages de prévention selon l'origine

Q : Prêteriez-vous attention à des messages de prévention sur les risques liés à certains contenus des réseaux sociaux s'ils étaient émis par... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2000)



Proportion de jeunes qui prêteraient attention aux messages de prévention s'ils étaient émis par...

