

La vie privée et la vie publique des responsables politiques dans les médias

Sondage Harris Interactive pour Voici

Enquête réalisée en ligne par l'institut Harris Interactive du 20 au 23 mai 2011. Echantillon de 1 001 individus issus de l'access panel Harris Interactive, représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région d'habitation de l'interviewé(e).

Paris, le 27 mai 2011 - A la demande de *Voici*, Harris Interactive a réalisé **une enquête auprès d'un échantillon représentatif de Français** afin de connaître leur perception du traitement par les médias français et américains de « l'affaire Dominique Strauss-Kahn » et, plus largement, leur opinion quant à l'exposition de la vie privée des responsables politiques dans les médias.

Quels sont les principaux enseignements de cette étude ?

- **Les Français portent un regard assez critique sur le traitement médiatique de « l'affaire Dominique Strauss-Kahn », particulièrement outre-atlantique.** Ainsi, ils sont 50% à se déclarer insatisfaits du traitement de l'affaire par les médias français et 55% par les médias américains. Ils estiment que les médias ne sont parvenus à se montrer ni justes (seulement 38% et 28%) ni objectifs (34% et 25%).
- **55% considèrent également que, dans leur traitement de l'affaire, les médias n'ont pas respecté la vie privée de Dominique Strauss-Kahn.**
- **Les Français établissent des frontières assez nettes entre ce qui relève selon eux de la vie privée des responsables politiques** (sexualité, vie familiale, loisirs et vacances mais aussi dans une moindre mesure l'état de santé) **et ce qui au contraire appartient à la vie publique** (affaires judiciaires, appartenance à un comité exécutif d'une entreprise, amitiés politiques ou encore patrimoine).
- Enfin, face à un article ayant trait à la vie privée d'un politique, **21% des Français déclarent faire preuve d'intérêt, 42% d'indifférence et 35% d'agacement ou d'indignation.**

Dans le détail :

La perception du traitement médiatique de « l'affaire Dominique Strauss-Kahn » en France et aux Etats-Unis

Les Français se montrent partagés sur le traitement de « l'affaire Dominique Strauss-Kahn » par les médias français. **Si 46% en sont satisfaits** (dont seulement 3% très satisfaits), **50% déclarent ne pas en avoir été satisfaits** (34% plutôt pas et 16% pas du tout). Les plus critiques à l'égard du traitement médiatique au sein de notre pays sont les hommes (53% contre 47% des femmes), les personnes âgées de 50 ans et plus (56% contre 42% des 18-24 ans), les membres des catégories supérieures (55% contre 45% des CSP-), les sympathisants de Gauche (54% contre 41% parmi les sympathisants de Droite) ainsi que les personnes qui, d'une manière générale, sont agacées ou indignées face à un article traitant de la vie privée d'un responsable politique (66% contre 35% de celles qui sont dans ce cas intéressées).

Si les Français ont majoritairement jugé les médias du pays clairs (58%), ils estiment en revanche que ces derniers n'ont pas été justes (38% de « oui ») ni objectifs (34%). Notons que sur ces deux derniers adjectifs, on observe peu de différences de jugement en fonction de la sympathie partisane des interviewés. Les personnes âgées de 50 ans et plus sont une nouvelle fois un peu plus sévères que la moyenne des Français (respectivement 53%, 32% et 32%).

Les Français portent un regard encore plus critique à l'égard des médias américains. En effet, **ils ne sont que 37% à se déclarer satisfaits du traitement de l'affaire par les médias américains**, contre 55% pas satisfaits (et même près d'un quart – 23% – pas du tout satisfaits). Les sympathisants de Gauche et les électeurs de Ségolène Royal en 2007 sont très majoritairement insatisfaits de ce traitement (63% et 68%). On constate par ailleurs que 42% des répondants ayant déclaré être satisfaits du traitement médiatique français ne le sont pas du traitement américain alors que 24% de ceux qui ont émis des critiques envers les médias français se disent satisfaits des médias américains.

Dans le détail, 47% des Français ont trouvé ces derniers clairs, 28% justes et 25% objectifs (un peu plus d'un Français sur dix ne se prononçant pas sur chacun de ces aspects). Si la proximité politique influait assez peu sur les jugements portés à l'égard des médias français, elle structure davantage ceux émis à l'encontre des médias américains : les sympathisants de Gauche sont 40% à les juger clairs, 18% justes et 19% objectifs contre respectivement 59%, 36% et 29% à Droite, et même 65%, 58% et 52% à l'Extrême-Droite.

Enfin, **plus d'un Français sur deux (55%) a le sentiment, lorsqu'il pense à « l'affaire DSK », que les médias n'ont pas respecté la vie privée de l'ancien Directeur général du FMI**, contre 41% qui estiment en revanche qu'ils ont fait preuve de respect. Une majorité des sympathisants de Gauche déplore un manque de respect de la vie privée (63%) alors que les sympathisants de Droite considèrent plutôt que les médias ont respecté la vie privée de Dominique Strauss-Kahn dans leur traitement de l'affaire (58%). Notons que 45% des personnes se déclarant satisfaites du traitement par les médias français et 30% de celles se déclarant satisfaites du traitement par les médias américains estiment néanmoins que les médias n'ont pas respecté la vie privée de Dominique Strauss-Kahn.

La vie privée des responsables politiques : définition et attrait

Indépendamment de « l'affaire Dominique Strauss-Kahn », les Français étaient ensuite invités à indiquer, parmi une liste, ce qui relevait pour eux de la vie privée ou de la vie publique des responsables politiques. Au vu des résultats, les Français semblent établir une frontière assez nette entre les deux.

- **Dans la première, ils classent très majoritairement tout ce qui a trait à la vie personnelle, familiale et sexuelle : l'homosexualité** (91% considèrent qu'il s'agit d'une information relevant de la vie privée), **les lieux de vacances** (91%), **les aventures extra-conjugales** (89%), **la naissance d'un enfant** (86%) ou encore **les sorties, loisirs et goûts culturels** (86%). Deux autres types d'information sont jugés comme appartenant à la vie privée, mais dans des proportions moindres : **l'appartenance à la franc-maçonnerie** (58%) et un élément qui a souvent fait débat sous la Vème République, **l'état de santé** (57%).
- **Dans la seconde, ils placent en revanche les affaires judiciaires** (88% évaluent qu'il s'agit d'une information relevant de la vie publique), **l'appartenance au comité exécutif d'une entreprise** (83%) mais aussi, bien que moins unanimement, **les amitiés avec d'autres responsables politiques** (57%) et **le patrimoine** (54%).

Ces catégorisations sont globalement partagées par toutes les catégories de population. Toutefois, il existe des différences de niveau. Ainsi, les femmes sont plus susceptibles que les hommes de juger que toutes ces informations relèvent de la vie privée. C'est également souvent le cas des sympathisants de Gauche par rapport aux sympathisants de Droite (à l'exception de l'appartenance à un comité exécutif d'une entreprise). Constatons que les personnes âgées de 50 ans et plus, pourtant plus critiques sur le traitement médiatique de « l'affaire

DSK », sont en revanche en général moins nombreuses que la moyenne à attribuer un caractère privé à ces différents types d'information. Enfin, notons que les membres des catégories supérieures déclarent plus fréquemment que les informations concernant les affaires judiciaires (92% contre 88% en moyenne), l'appartenance à un comité exécutif (88% contre 83%), les amitiés entre politiques (63% contre 57%) et le patrimoine (62% contre 54%) tiennent de la vie publique.

De manière générale, les Français se déclarent peu « friands » d'articles traitant de la vie privée des responsables politiques. Face à un tel article, **aucun ne se dit passionné, 21% se qualifient d'intéressés, 42% d'indifférents, 30% d'agacés et même 5% d'indignés.** Les plus passionnés / intéressés sont les sympathisants de Droite (33%) et les électeurs de 2007 de Nicolas Sarkozy (34%). A l'inverse, les plus agacés ou indignés sont les personnes de 50 ans et plus (39%) et les sympathisants du Front de Gauche (57%). Notons que 17% des personnes jugeant que les médias n'ont pas respecté la vie privée de Dominique Strauss-Kahn se disent néanmoins intéressées lorsqu'elles voient un article ayant trait à la vie privée d'un homme politique.

Retrouvez tous les résultats chiffrés de ce sondage [en suivant ce lien](#)

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut-Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6ème rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Harris Interactive

5-7 rue du Sahel 75 012 Paris
01 44 87 60 30

Contact presse Harris Interactive

Laurence Lavernhe – 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Opinion & Corporate – 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr