

[10.10.23] **COMMUNIQUÉ DE PRESSE**
L'HISTOIRE : UNE HISTOIRE DE GÉNÉRATIONS



De gauche à droite : Romain Lejeune (responsable études & média du groupe TF1), Christophe Sommet (Directeur d'Histoire TV), Marie-Aline Méliyi (journaliste et présentatrice LCI), Benjamin Brillaud (Créateur de la chaîne Youtube Nota Bene) et Jennifer Kerner (chercheuse associée au Musée de l'homme)

Histoire TV a dévoilé en avant-première les grands enseignements de l'étude « L'Histoire : une histoire de générations ? » vendredi 6 octobre lors des Rendez-vous de l'Histoire à Blois.

L'occasion d'associer Benjamin Brillaud, créateur de la chaîne Youtube Nota Bene - dont le premier documentaire sur les vikings sera diffusé prochainement sur Histoire TV - et Jennifer Kerner, chercheuse au musée de l'Homme de Paris, créatrice de la chaîne YouTube Boneless Archéologie et chroniqueuse dans le magazine Historiquement Show, à la restitution des résultats de cette enquête.

Des interventions qui ont permis d'apporter des regards croisés sur les liens qui unissent les Français à l'Histoire et le rôle des supports médias dans la transmission de l'Histoire.

Alors que plus des trois quarts des Français interrogés (79%) déclarent s'intéresser à l'Histoire, quelle image en ont-ils ? Quels sont leurs usages et leurs habitudes ? Que signifie l'Histoire dans le présent et l'Histoire revisitée pour chacune des générations ?

Pour y répondre, une analyse a été menée par les équipes études et médias de TF1 dont les principaux enseignements sont les suivants.

1. Les représentations

L'Histoire c'est quoi, c'est quand ?

Pour les Français, l'Histoire permet de comprendre, transmettre, unir et s'inspirer.

- Pour 88% des personnes interrogées, connaître l'Histoire est indispensable pour avoir une bonne compréhension du monde actuel.
- Le devoir de mémoire (85% des Français pensent que le devoir de mémoire permet d'unir un peuple) et de transmission (92% pensent que l'Histoire doit être vivante, se transmettre, se partager) a un rôle prépondérant chez les personnes interrogées.

Des périodes, événements et personnalités marquent les Français et suscitent leur intérêt.

- L'époque contemporaine et la Seconde Guerre mondiale intéressent le plus les Français : 36% et 35% ont respectivement désigné ces périodes de l'Histoire comme les plus intéressantes.
- Les 3 personnages les plus emblématiques de l'Histoire de France sont, du point de vue de la politique, Charles de Gaulle, Napoléon Bonaparte et Louis XVI. Du côté de la culture, les répondants ont choisi Victor Hugo, Louis Pasteur et Simone Veil. Martin Luther King, Léonard de Vinci et Nelson Mandela sont, quant à eux, les personnalités les plus emblématiques du monde.

2. Les transmissions

Comment parler d'Histoire ? Comment parler aux jeunes générations ?

Les Français déclarent vouloir des supports et des narrations différentes. .

- Pour apprendre sur l'Histoire, les Français privilégient la télévision (64%), les visites culturelles (52%) et internet (46%).
- Les plus jeunes plébiscitent des nouveaux moyens pour apprendre davantage sur l'Histoire (31% des 18-30 ans privilégient les réseaux sociaux, 15% les podcasts et 17% les jeux vidéos).

Les jeunes veulent particulièrement explorer des thèmes différents en s'appuyant sur le récent par le débat, par l'incarnation des héros même anonymes.

- Il existe un débat entre générations sur l'usage des réseaux sociaux : 75% des 18-30 ans trouvent que les formats vidéos, tels que Youtube et les podcasts, sont adaptés pour enseigner l'Histoire vs 47% des 50 ans et plus.
- Les thématiques qui feront l'Histoire de demain ne sont pas les mêmes retenues par les 18-30 ans que le restant des Français : les mouvements sociétaux et sociaux (lutte contre les discriminations, luttes sociales, protection de l'environnement...) prendront une place importante dans l'Histoire pour les plus jeunes.

3. Les visions

Quelle est la principale menace à laquelle sera confrontée l'Histoire dans les prochaines années ? Que veulent les Français pour aborder l'Histoire ?

L'intelligence artificielle et le « complotisme » sont les principales menaces identifiées par les Français.

- 72% des sondés pensent qu'il est aujourd'hui très facile de travestir l'Histoire avec les nouvelles technologies. 62% considèrent que l'intelligence artificielle manipule l'opinion publique.
- Le complotisme touche l'Histoire et les jeunes sont particulièrement méfiants : 52% 18-30 ans estiment que l'Histoire n'est qu'une interprétation de faits sans réelles preuves.

Les Français souhaitent débattre et être informés sur le travail de production de l'Histoire.

- 76% des Français pensent qu'il faut aborder l'Histoire par le débat, faire réagir, pour se créer sa propre opinion.

Enquête réalisée en ligne via l'Access Panel Toluna du 16 au 20 juin 2023. Echantillon de 1832 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

[Télécharger l'intégralité de l'étude](#)

A propos du Groupe TF1

Le groupe TF1 est un acteur majeur dans la production, l'édition et la distribution de contenus.

Sa raison d'être est d'inspirer positivement la société.

Les activités du groupe TF1 sont réparties en deux pôles :

Le pôle Média, rassemble ses chaînes en clair (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI), ses chaînes thématiques (Ushuaia TV, Histoire TV, TV Breizh, Série Club), ses plateformes de contenus à la demande (MYTF1, TFOU MAX) et la régie TF1 PUB. Le Groupe est également présent avec Muzeek One dans la production musicale et de spectacles. Le pôle Production, avec Newen Studios, crée et distribue des programmes dans tous les genres et pour tous les acteurs du secteur, des chaînes publiques et privées aux plateformes digitales, grâce aux 40 sociétés et labels créatifs qu'il regroupe en France et à l'international.

Présent dans une dizaine de pays, le Groupe TF1 compte 2 810 collaborateurs au 31.12.2022. En 2022, il a réalisé un chiffre d'affaires de 2 508 M€ (Euronext Paris, compartiment A : ISIN FR0000054900).

CONTACTS :

DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION ET DES MARQUES – Maylis CARCABAL - mcarcabal@tf1.fr – 06 63 59 87 05
DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION PROGRAMMES, BUSINESS & RSE - Sophie DANIS -sdanis@tf1.fr – 06 22 47 56 52