

VI VOICE

BAROMÈTRE SUR L'UTILITÉ DU JOURNALISME

10ème édition

[EN]QUÊTE

DE

VÉRITÉ



france•tv



ouest
france

Adrien BROCHE
Margot HOCHÉ

Viavoice Paris
Études Conseil Stratégie
9 rue Huysmans, 75 006 Paris

Modalités de réalisation	3
Synthèse des enseignements	4

PARTIE I

LES ATTENTES DES CITOYENS ENVERS LES MÉDIAS	7
--	----------

PARTIE II

LE JOURNALISME EN QUÊTE DE VÉRITÉ	20
--	-----------

PARTIE III

QUESTIONS D'ACTUALITÉ	29
------------------------------	-----------

Modalités de réalisation

Étude réalisée par **Viavoice**
pour les **Assises internationales du journalisme de Tours**

france•tv
radiofrance



Structure de l'échantillon

Un **échantillon grand public de 1001 personnes**, représentatif de la population âgée de 18 ans et plus résidant en France métropolitaine.

Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, CSP, région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil

Interviews effectuées en ligne

Dates de terrain

Mars 2026	Mars 2026
16	20

 Les rappels utilisés dans ce rapport sont issus des **précédentes vagues** du baromètre sur l'utilité du journalisme.

Baromètre sur l'utilité du journalisme, 10^{ème} édition

Face à la confusion informationnelle, les journalistes en première ligne

Les attentes envers les médias : une confiance réaffirmée et des attentes d'aide à la sélection et à la compréhension des informations

Symbole fort, qui doit d'emblée être souligné dans un contexte sociétal qui pourrait laisser penser le contraire, 9 Français sur 10 estiment cette année encore que le journalisme est un « métier utile ». Le score enregistré cette année, 89 %, atteint même son plus haut niveau depuis mai 2022, période de campagne présidentielle et de début du conflit entre la Russie et l'Ukraine. En ligne avec les enseignements des éditions précédentes, cette confiance dans l'utilité du journalisme est élevée dans tous les segments de la population française.

S'agissant du rapport des Français à l'information et de leurs attentes majeures à l'égard des journalistes dans un contexte de chaos informationnel, les données sont massives :

- D'abord, une hausse nette de la confiance dans l'information trouvée « par soi-même » dans les médias professionnels, contre celle que relaient les proches sur les réseaux sociaux : +5 points en 2 ans (77 %).
- Ensuite, la montée en puissance au fil des années du sentiment selon lequel « il est de plus en plus difficile de distinguer le site d'un média sérieux, relayant de vraies informations, et des sites relayant toutes sortes d'informations non vérifiées ». Un sentiment largement diffus dans l'opinion, en nette progression : 77%, + 5 points en 3 ans. De quoi y lire un signal d'alerte, adressé par les Français aux journalistes : la confusion des registres et la multiplication des canaux sont des obstacles à la bonne information, situation que l'arrivée de l'IA générative accélère et alimente davantage qu'elle ne contient.

Synthèse des enseignements (2/3)

- Autre signal faible à prendre au sérieux : les attentes formulées par les Français à l'égard des journalistes. Ceux-ci sont d'abord attendus sur des fonctions classiques — vérifier les informations fausses et fournir des contenus pratiques et utiles au quotidien. Mais si les attentes en matière de « journalisme d'investigation » (révéler des faits, des pratiques...) ferment encore la marche, l'écart se resserre avec une autre qualité à laquelle l'opinion accorde une importance accrue cette année : aider à se faire un avis, une opinion. Dans le même mouvement, l'attente d'une « aide à la décision » — qu'il s'agisse de choix culturels, politiques ou économiques — progresse de 4 points.
- Enfin, si la distribution des regards portés par l'opinion au fact-checking témoigne toujours d'une méfiance en ce qu'il peut clore un débat plutôt que le nourrir, ces opinions accusent une baisse. Au contraire, la position selon laquelle il est justement « une garantie essentielle pour lutter contre la désinformation » prend davantage de poids dans le contexte actuel (+ 4 points).

Se dessine derrière ces différents signaux une attente croissante d'accompagnement dans l'interprétation du réel, au-delà de la seule production d'informations.

Le journalisme en quête de vérité

En cohérence avec ces enseignements : les attentes envers les journalistes sont explicites : 9 Français sur 10 considèrent que leur rôle pour distinguer le vrai du faux est important et 72 % estiment même qu'il est indispensable.

Ce constat témoigne tout d'abord d'un besoin pour les Français d'y voir plus clair dans les informations qu'ils reçoivent : un Français sur deux déclare être plus souvent confronté aux fausses informations, et la confiance dans les documents multimédias est en chute libre depuis l'essor de l'IA (jusqu'à 63% pour les photographies non relayées par les médias).

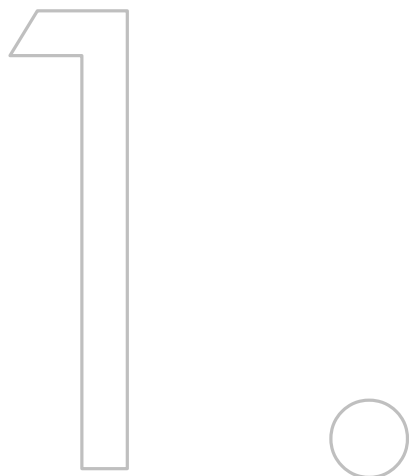
Synthèse des enseignements (3/3)

S'ils ne sont pas parfaits, les scores mesurés s'agissant du travail des journalistes sur différents cas pratiques ces derniers mois sont encourageants. En effet, pour 6 Français sur 10, il a permis d'établir correctement ce qui relevait des faits avérés et des opinions s'agissant de l'entrée en guerre des Etats-Unis en Iran, des agissements et déclarations de Donald Trump ainsi que dans l'affaire Epstein.

Des pratiques de la presse entre idéal et réalité : l'étau du pluralisme

Les Français affichent un attachement marqué à la pluralité de l'information : près de 4 sur 5 estiment indispensable de consulter des médias aux orientations différentes. Mais cet idéal se confronte à des pratiques plus nuancées : moins de 2 Français sur 10 se reconnaissent pleinement dans l'idée qu'ils consultent des médias aux orientations différentes dans le but de se forger leur propre opinion ; et surtout, 62% reconnaissent s'informer aussi pour conforter leurs propres convictions.

Ce décalage révèle une tension structurante. D'un côté, la pluralité s'impose comme une norme démocratique largement intériorisée ; de l'autre, les usages médiatiques restent guidés par des logiques de confort cognitif, chacun tendant à privilégier les contenus qui confirment sa vision du monde. Entre les deux, se dessine une forme de pluralité maîtrisée : les points de vue divergents ne sont pas nécessairement ignorés, mais souvent mobilisés, discutés ou relativisés, davantage pour consolider ses propres certitudes que pour les remettre en question.



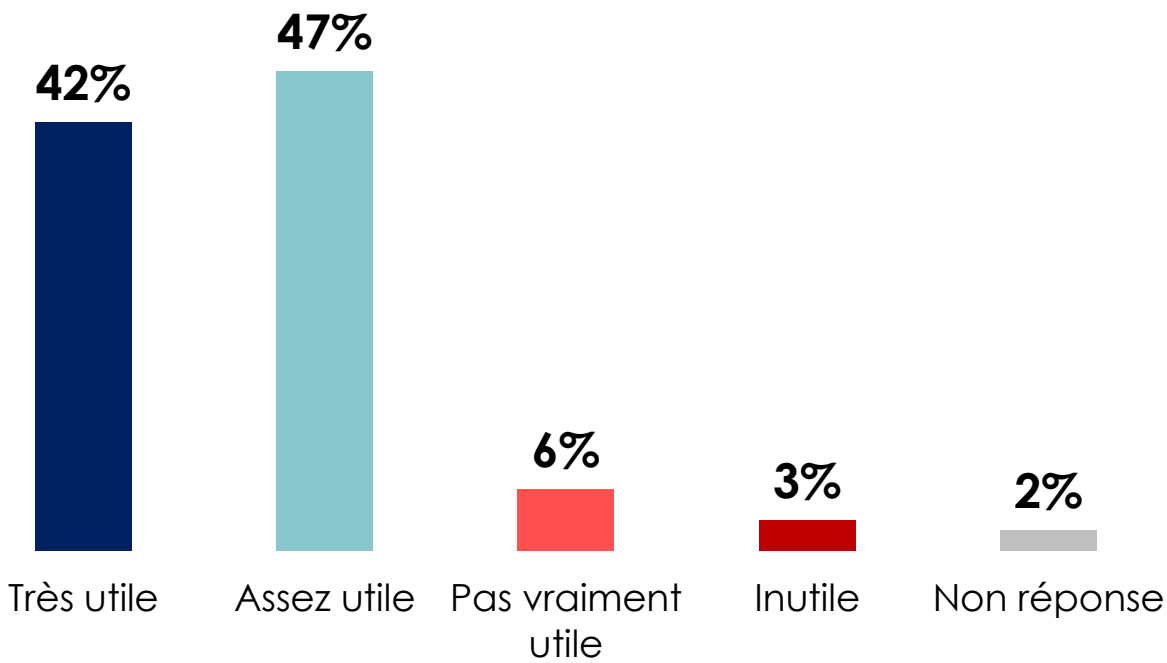
LES ATTENTES DES CITOYENS ENVERS LES MÉDIAS

(Questions barométriques)

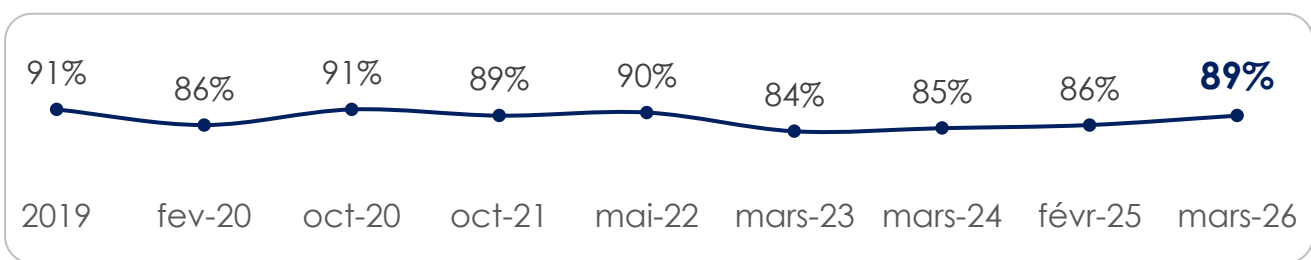
L'utilité du journalisme

(1/2)

En règle générale,
diriez-vous que le journalisme est un métier... ?



Utile
89 %



En règle générale,
diriez-vous que le journalisme est un métier... ?

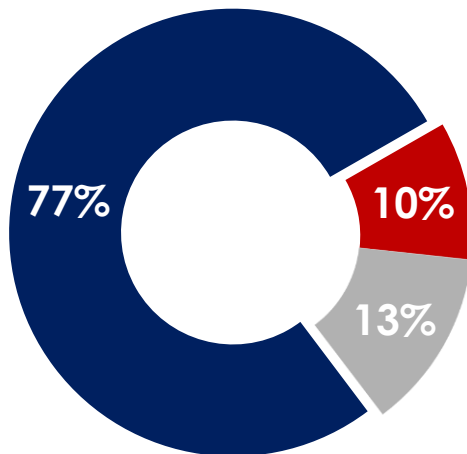
	Utile
	89%
Âge	
18 - 24 ans	91%
25 - 34 ans	87%
35 - 49 ans	82%
50 - 64 ans	91% +4 pts
65 ans et plus	93% +5 pts
Catégorie socio-professionnelle	
Cadres	97% +10 pts
Professions intermédiaires	93% +7 pts
Employés, ouvriers	85%
Retraités	93% +6 pts
Proximité partisane	
Sympathisants de gauche	92%
Sympathisants Ensemble	95%
Sympathisants de droite	92% +8 pts
Sympathisants d'extrême-droite	85% +4 pts
Proches d'aucun parti	86% +4 pts

L'accès à une information de confiance

(1/2)

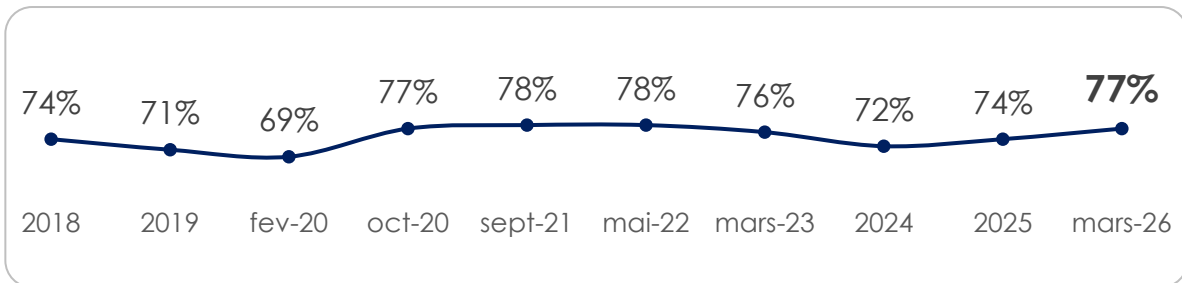
Quelle est l'information à laquelle vous faites le plus confiance ?

Celle que vous trouvez par vous-même dans les médias professionnels quel que soit le support



Celle que vous relaient votre entourage ou vos amis, notamment sur les réseaux sociaux

Non réponse



L'accès à une information de confiance

(2/2)

Quelle est l'information à laquelle vous faites le plus confiance ?

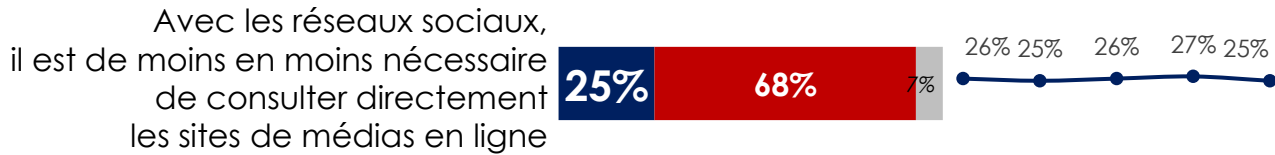
	Trouvée par vous-même	Relayée
	77%	10%
Âge		
18 - 24 ans	75% +7 pts	16%
25 - 34 ans	71% +4 pts	13%
35 - 49 ans	72%	13%
50 - 64 ans	78%	9%
65 ans et plus	83%	4%
Catégorie socio-professionnelle		
Cadres	88% +11 pts	9%
Professions intermédiaires	83% +6 pts	7%
Employés, ouvriers	67%	18%
Retraités	82%	3%
Proximité partisane		
Sympathisants de gauche	82% +5 pts	8%
Sympathisants Ensemble	84%	12%
Sympathisants de droite	84% +11 pts	6%
Sympathisants d'extrême-droite	70%	15%
Proches d'aucun parti	75% +3pts	8%

L'avenir du journalisme, des médias, du rapport à l'information (1/2)

Êtes-vous plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord avec les affirmations suivantes ?

■ D'accord ■ Pas d'accord ■ Non réponse

Evolutions
2022 2023 2024 2025 2026



L'avenir du journalisme, des médias, du rapport à l'information (2/2)

Êtes-vous plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord
avec les affirmations suivantes ?

Sous-total D'accord	Il y a de plus en plus de rumeurs	Le journalisme est indispen- sable en démocratie	Le journalisme existera toujours
	90%	84%	83%
Âge			
18 - 24 ans	84%	82%	81%
25 - 34 ans	85% <i>-5 pts</i>	73%	75% <i>-9 pts</i>
35 - 49 ans	86%	78% <i>-5 pts</i>	77% <i>-4 pts</i>
50 - 64 ans	93%	89% <i>+4 pts</i>	89% <i>+5 pts</i>
65 ans et plus	96%	92% <i>+4 pts</i>	88%
Catégorie socio-professionnelle			
Cadres	89%	91% <i>+6 pts</i>	86%
Professions intermédiaires	92%	88% <i>+4 pts</i>	86%
Employés, ouvriers	87%	78%	81%
Retraités	96%	92% <i>+4 pts</i>	88%
Proximité partisane			
Sympathisants de gauche	92%	85%	82%
Sympathisants Ensemble	92%	95%	92% <i>+6 pts</i>
Sympathisants de droite	88% <i>-5 pts</i>	86%	86%
Sympathisants d'extrême-droite	91%	83% <i>+5 pts</i>	84%
Proches d'aucun parti	89%	81%	80% <i>+4 pts</i>

Le journalisme : pouvoir ou contre-pouvoir ?

Le journalisme devrait-il être selon vous en priorité... ?

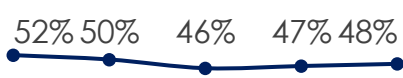
Evolutions

20 20 20 20 20
22 23 24 25 26

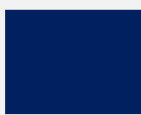
Un intermédiaire,
une médiation
entre pouvoir
et contre-pouvoir



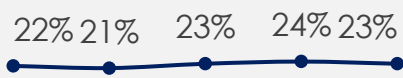
48%



Un contre-pouvoir,
au même titre
que les syndicats,
les associations
ou les organisations
professionnelles



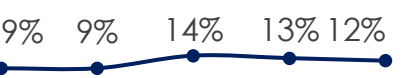
23%



Un quatrième pouvoir,
au même titre
que le Parlement,
le gouvernement
ou la justice



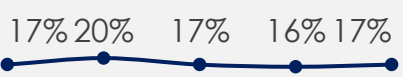
12%



Non réponse



17%



Les attentes prioritaires vis-à-vis des journalistes et des médias

A titre personnel, qu'attendez-vous en priorité des journalistes et des médias ?

Rappels 2025

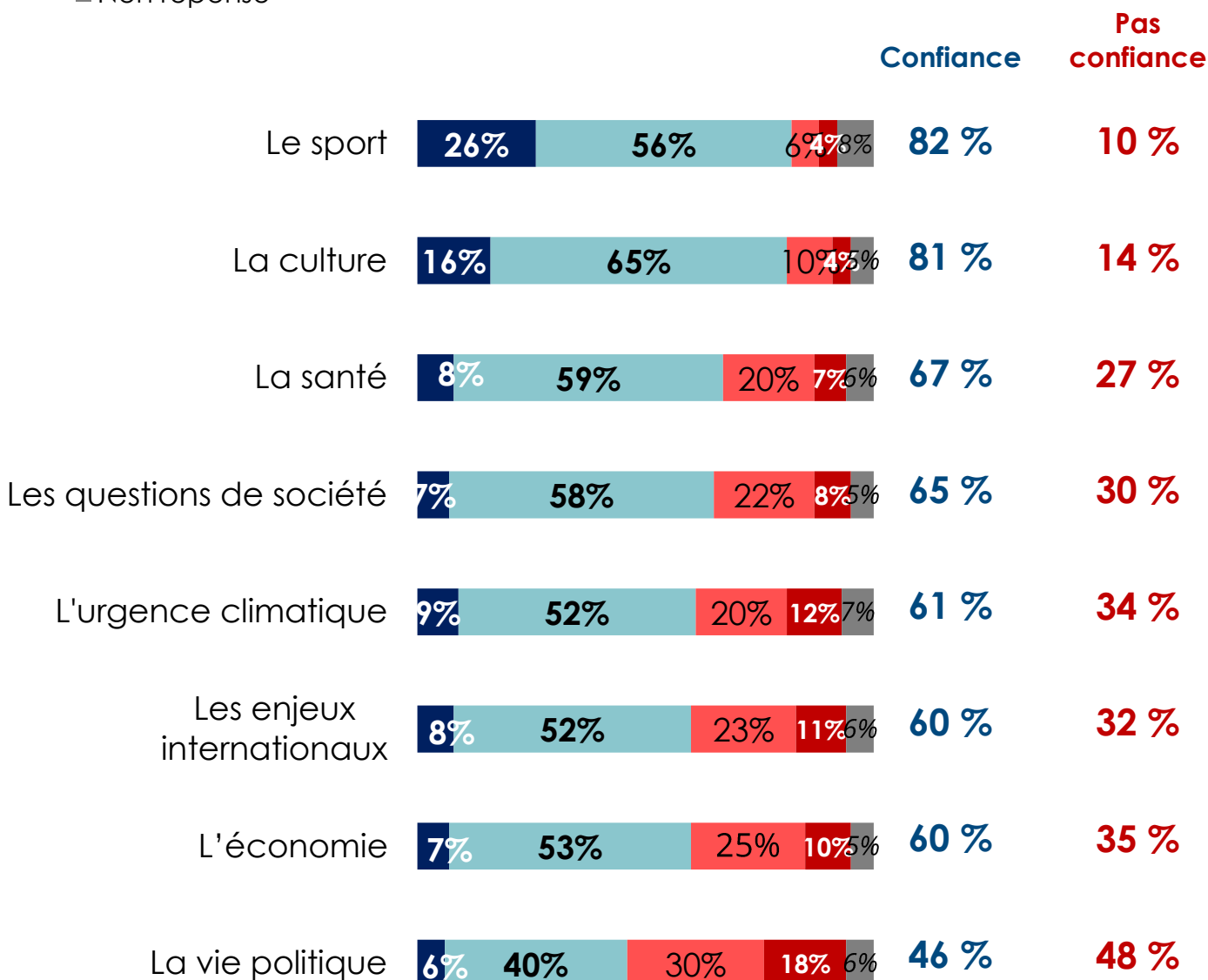


Base : (1001 personnes)

Trois réponses possibles, total supérieur à 100 %

Niveau de confiance dans les médias selon les thématiques (1/2)

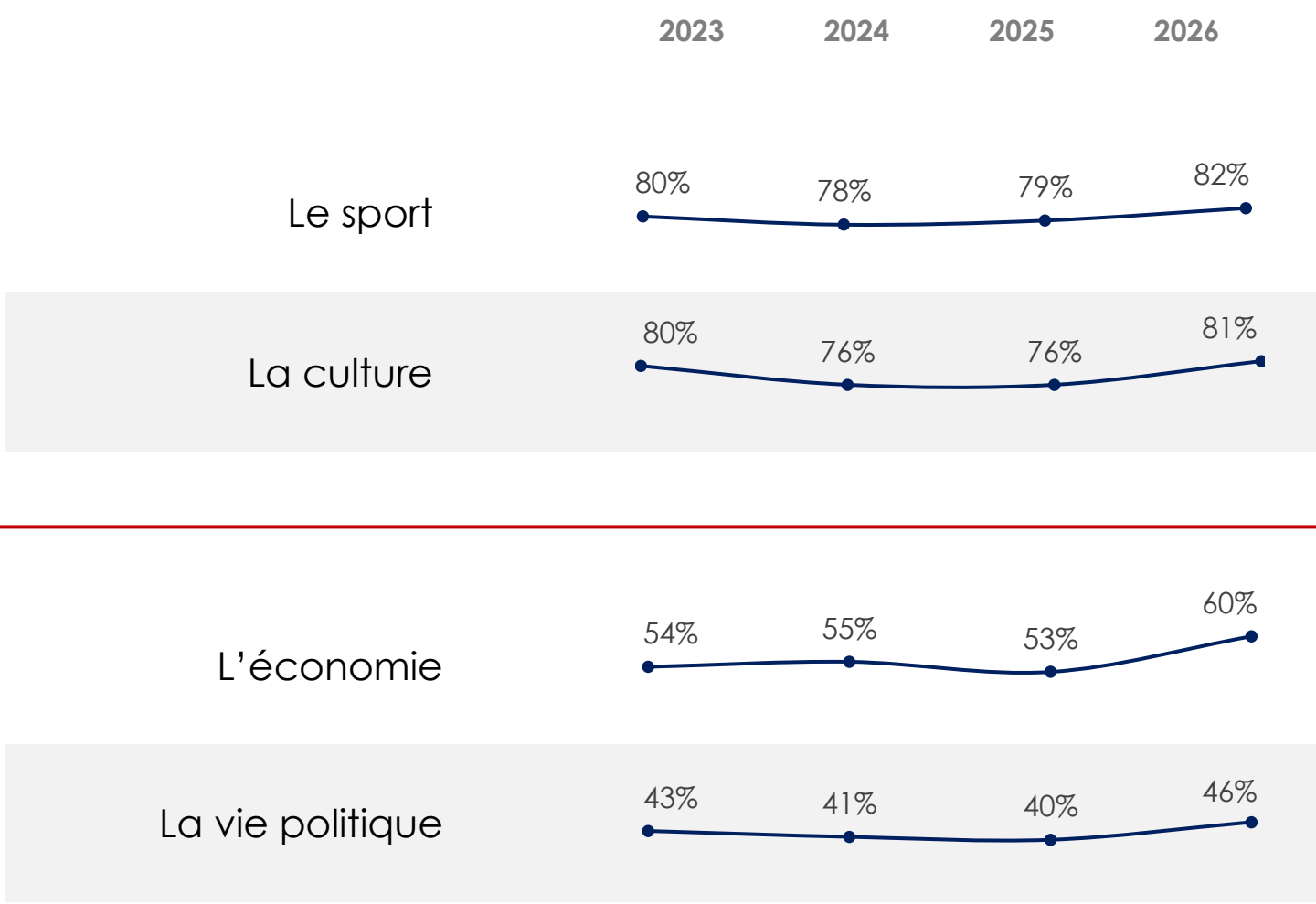
Diriez-vous que vous faites totalement, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans le travail et l'information délivrée par les journalistes concernant les différentes thématiques suivantes ?



Niveau de confiance dans les médias selon les thématiques (2/2)

Diriez-vous que vous faites totalement, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans le travail et l'information délivrée par les journalistes concernant les différentes thématiques suivantes ?

Evolutions



Parmi les canaux d'information suivants,
lesquels utilisez-vous pour vous informer ?

La télévision **77%**

Internet (journaux en ligne, sites
d'actualités, blogs...) **57%**

La radio **53%**

La presse écrite
(journaux, magazines papiers...) **45%**

Les comptes de réseaux sociaux des
médias/journaux **29%**

Les informations partagées par vos
proches/amis sur les réseaux sociaux **22%**

Autres **1%**

Non réponse **4%**

Base : (1001 personnes)

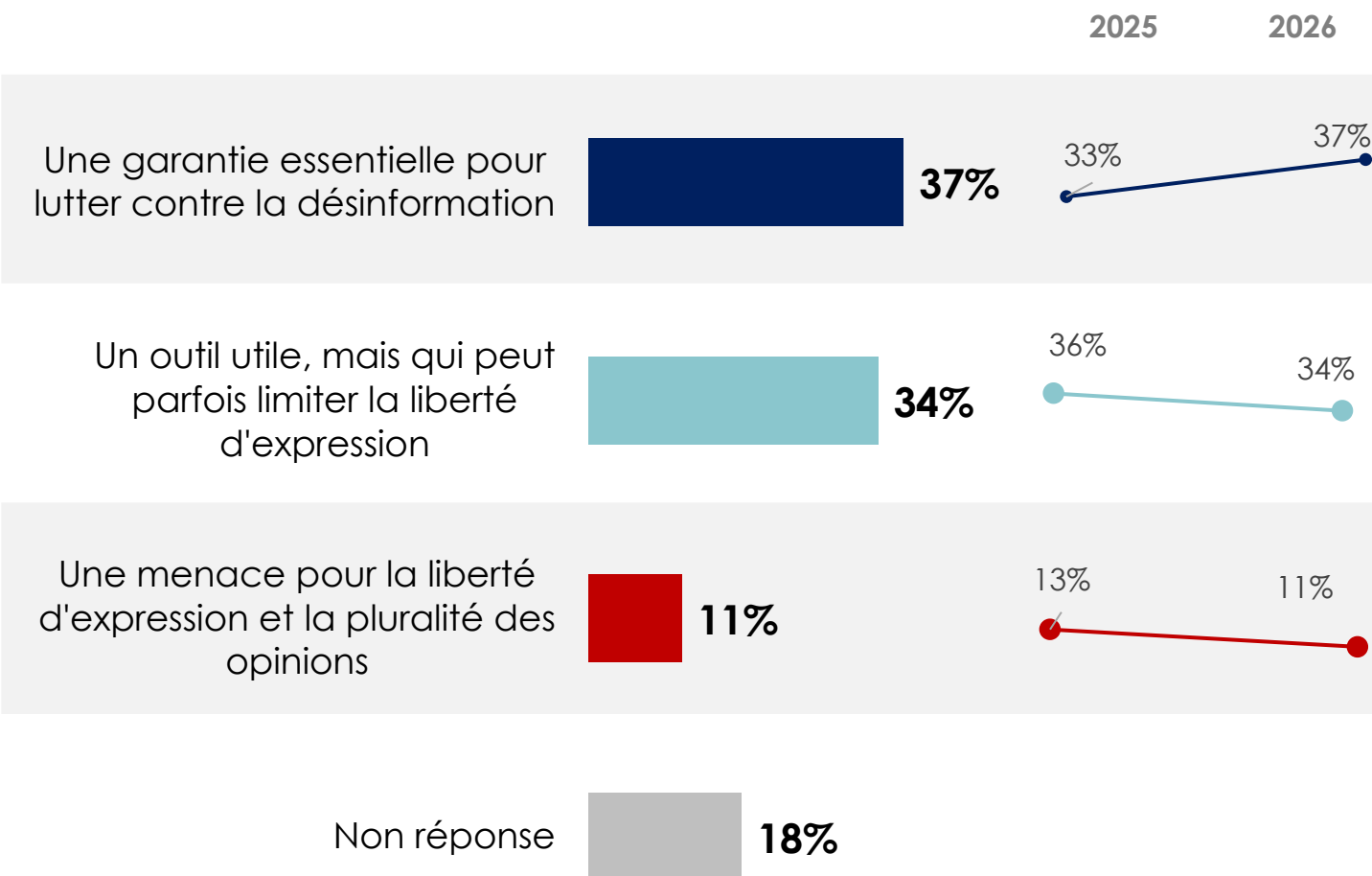
Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100 %

Perceptions du fact-checking

Avec l'utilisation des réseaux sociaux et la circulation rapide des informations en ligne, **des initiatives de fact-checking ont vu le jour en France. Ces programmes visent à vérifier la véracité des faits et à offrir des informations fiables.**

Cependant, certains critiquent le fact-checking, estimant qu'il pourrait limiter la liberté d'expression en censurant certaines opinions ou points de vue.

Selon vous, le fact-checking en France est-il d'abord :

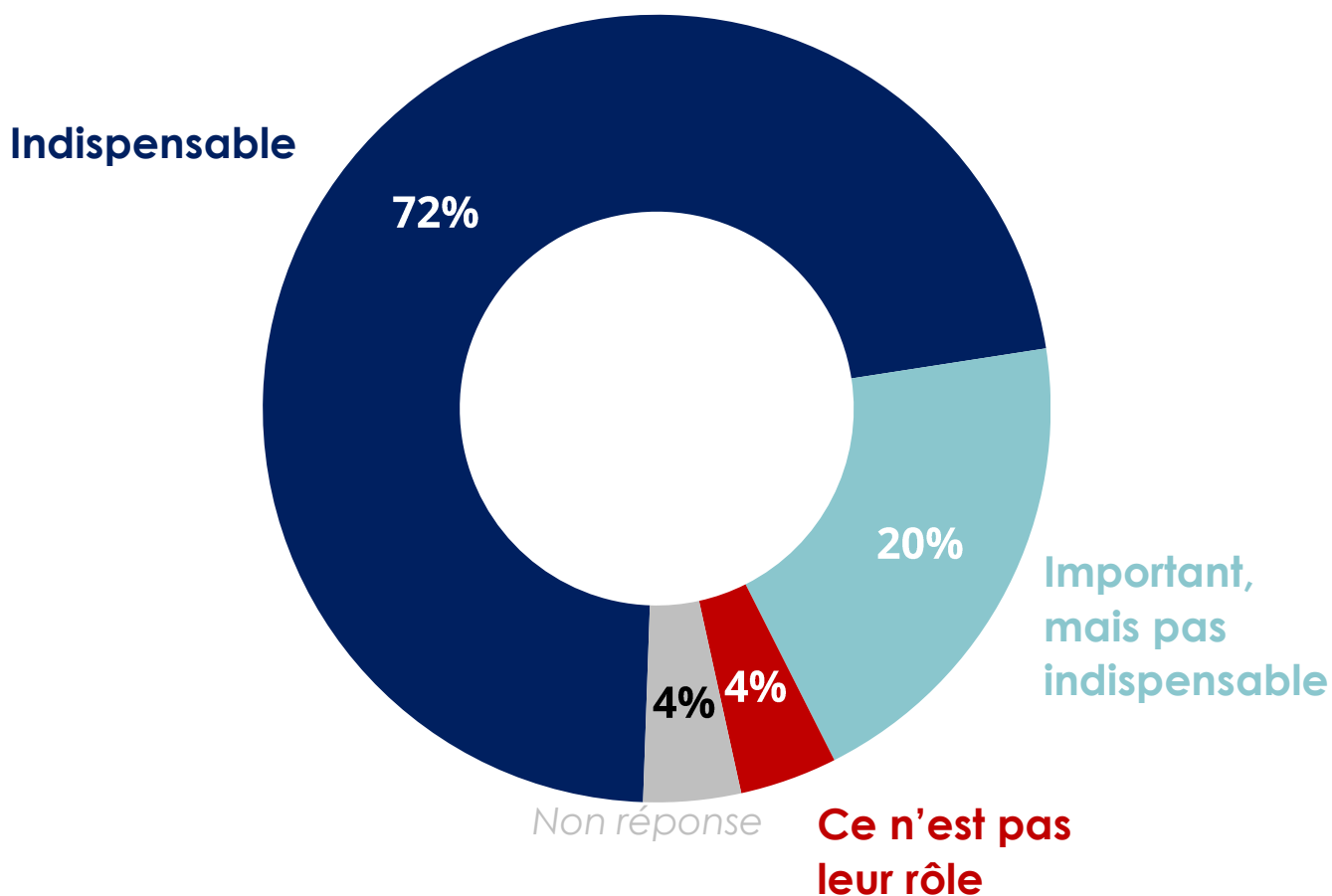




LE JOURNALISME EN QUÊTE DE VÉRITÉ

L'importance du rôle des journalistes pour distinguer le vrai du faux (1/2)

Et selon vous, le rôle des journalistes pour distinguer le vrai du faux est :



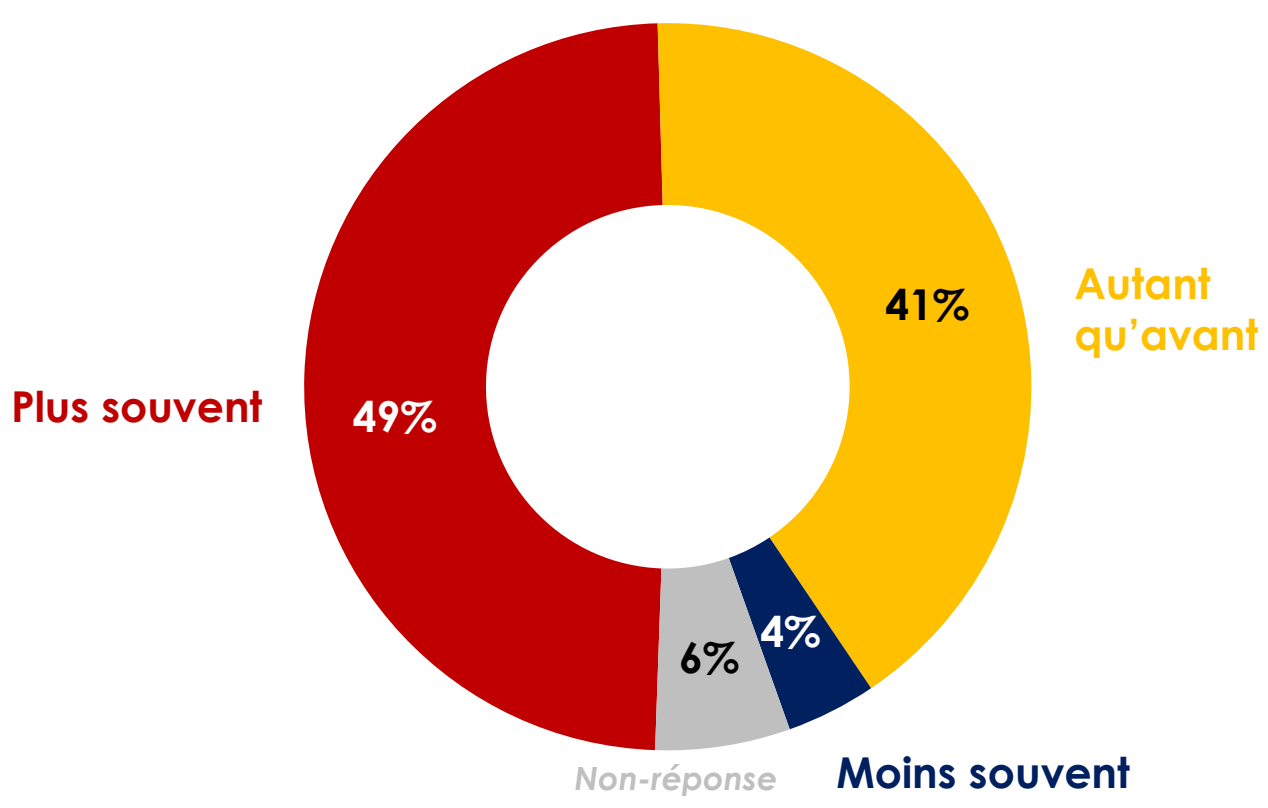
L'importance du rôle des journalistes pour distinguer le vrai du faux (2/2)

Et selon vous, le rôle des journalistes pour distinguer le vrai du faux est :

	Indispensable
	72%
Âge	
18 - 24 ans	65 %
25 - 34 ans	69 %
35 - 49 ans	66 %
50 - 64 ans	77 %
65 ans et plus	79 %
Catégorie socio-professionnelle	
Cadres	73 %
Professions intermédiaires	74 %
Employés, ouvriers	71 %
Retraités	78 %
Proximité partisane	
Sympathisants de gauche	71 %
Sympathisants Ensemble	82 %
Sympathisants de droite	80 %
Sympathisants d'extrême-droite	71 %
Proches d'aucun parti	71 %

Confrontation à de fausses informations (1/2)

Ces derniers mois, avez-vous le sentiment d'être plus, autant ou moins confronté à des informations fausses ou trompeuses qu'auparavant ?



Confrontation à de fausses informations (2/2)

Ces derniers mois, avez-vous le sentiment d'être plus, autant ou moins confronté à des informations fausses ou trompeuses qu'auparavant ?

		Plus souvent confronté aux fausses informations
		49%
Age		
18 - 24 ans		40%
25 - 34 ans		48%
35 - 49 ans		43%
50 - 64 ans		47%
65 ans et plus		60%
Catégorie socio-professionnelle		
Cadres		51%
Professions intermédiaires		51%
Employés, ouvriers		45%
Retraités		58%
Proximité partisane		
Sympathisants de gauche		54%
Sympathisants Ensemble		53%
Sympathisants de droite		55%
Sympathisants d'extrême-droite		52%
Proches d'aucun parti		43%

L'IA impacte la confiance envers les documents multimédias

Aujourd'hui, avec l'essor de l'IA, faites-vous plus, autant ou moins confiance aux documents suivants pour attester de la réalité des faits lorsqu'ils sont/ne sont pas relayés par un média ?

- Moins confiance
- Ni plus ni moins
- Davantage confiance



Photographies, images

Non-relayés par un média



Relayés par un média



Vidéos

Non-relayés par un média



Relayés par un média



Extraits audios (voix, sons...)

Non-relayés par un média



Relayés par un média



Les missions prioritaires des journalistes dans le contexte de l'essor de l'IA

Selon vous, dans le contexte actuel marqué par l'essor de l'IA et des rumeurs sur les réseaux sociaux, la mission prioritaire des journalistes devrait être :

Établir des faits vérifiés, même si cela contredit des opinions très répandues **54%**

Démêler le vrai du faux (vérification, désintox) au quotidien **51%**

Enquêter et révéler ce qui est caché (investigation) **38%**

Donner la parole à des points de vue différents (pluralisme) **17%**

Expliquer et mettre en perspective des faits déjà connus (décryptage) **13%**

Non réponse **6%**

Base : (1001 personnes)

Deux réponses possibles, total supérieur à 100 %

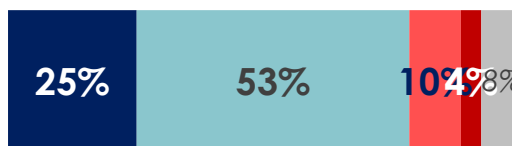
L'état du pluralisme

Diriez-vous que vous êtes d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord
- Non réponse / Ne sait pas

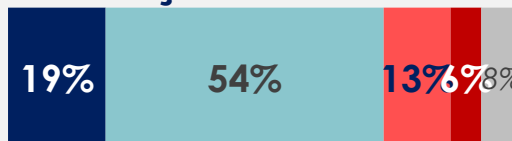
8 Français sur 10

Il est indispensable de consulter des médias aux orientations différentes pour se faire son propre avis



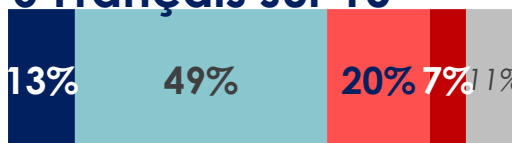
7 Français sur 10

Je consulte des médias aux orientations différentes afin de me faire mon propre avis



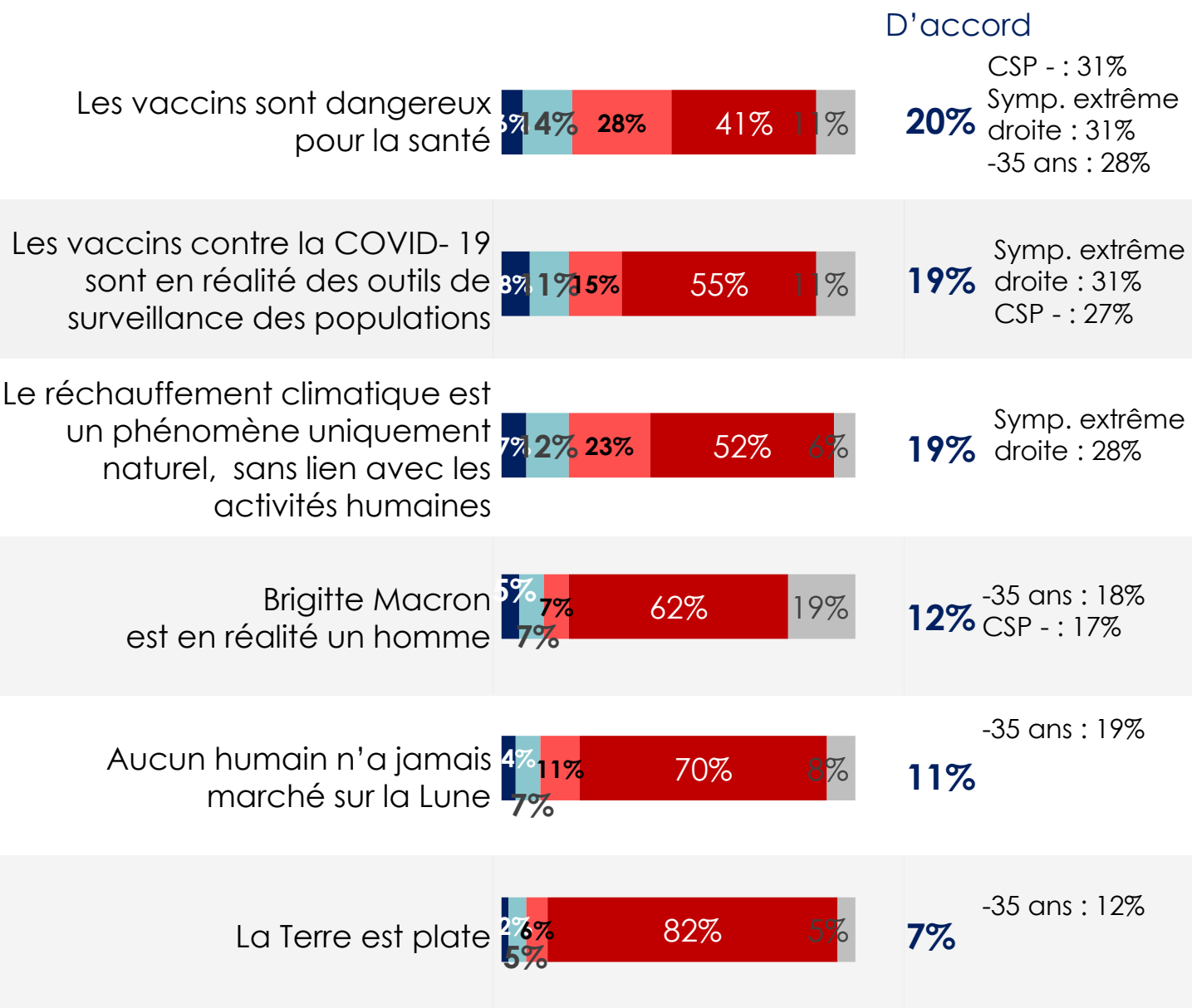
6 Français sur 10

Quand je consulte des médias, je cherche à conforter mes opinions et étayer mes convictions



Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ?

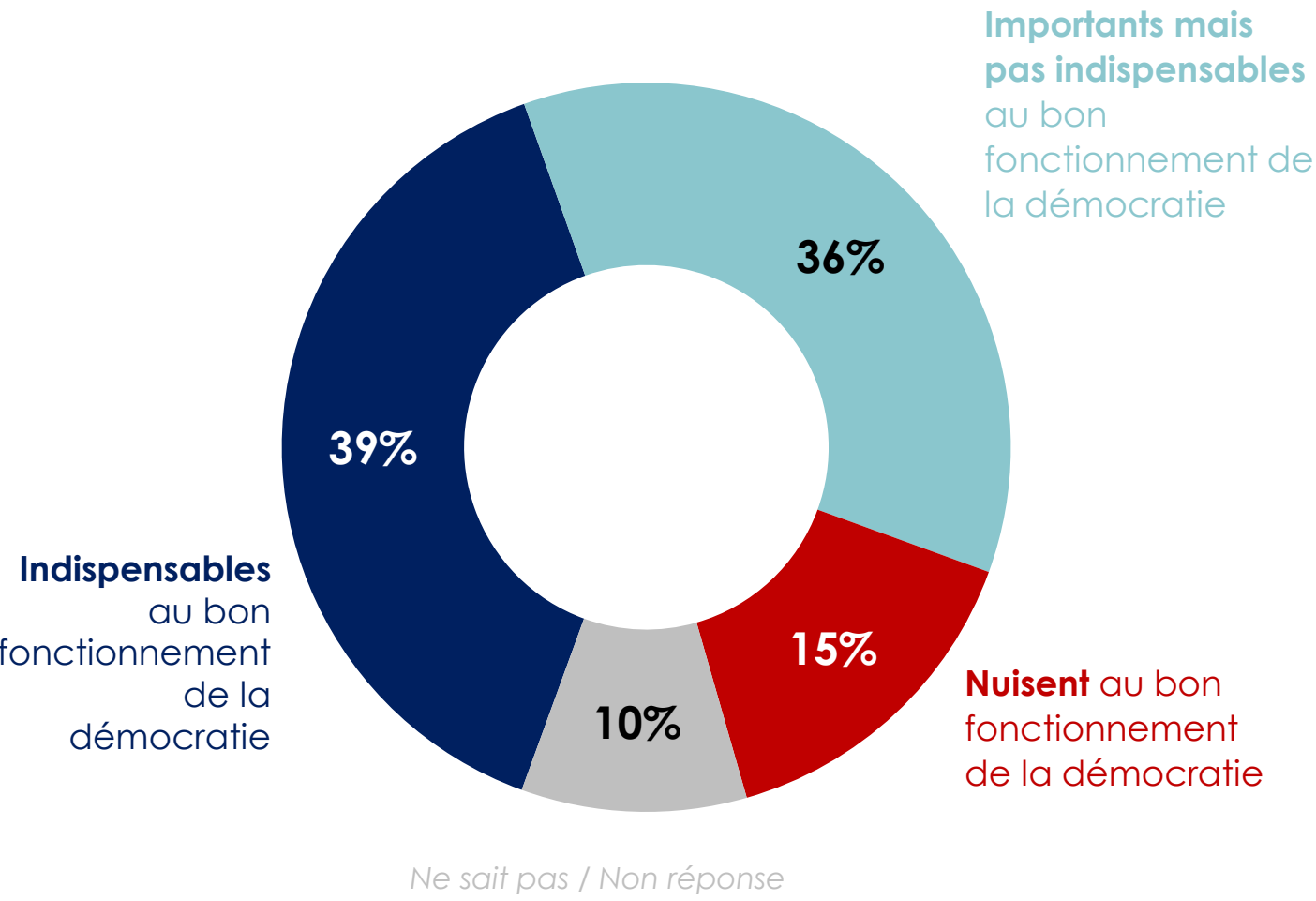
■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord
■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord



3.

QUESTIONS D'ACTUALITÉ

Selon vous, les médias de service public sont... ?



Selon vous, les médias de service public sont... ?

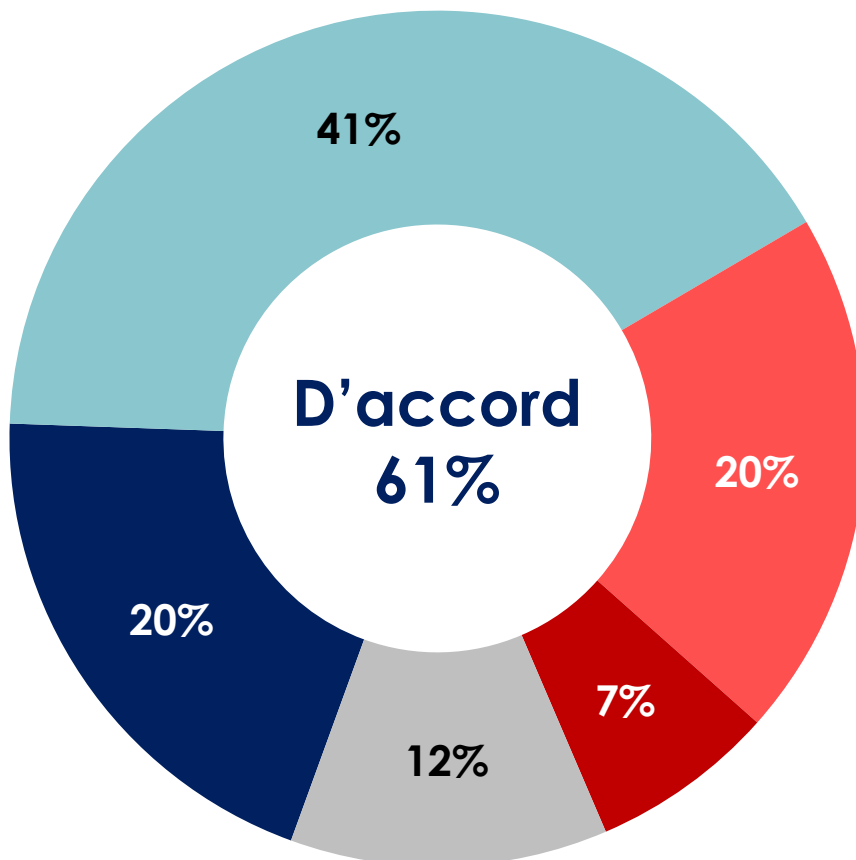
	Indispensables	Importants mais pas indispensables	Nuisent au bon fonctionnement de la démocratie
	39%	36%	15%
Âge			
18 - 24 ans	38%	44%	8%
25 - 34 ans	39%	30%	15%
35 - 49 ans	43%	33%	12%
50 - 64 ans	43%	34%	16%
65 ans et plus	32%	42%	17%
Catégorie socio-professionnelle			
Cadres	58%	28%	11%
Professions intermédiaires	53%	25%	14%
Employés, ouvriers	32%	37%	15%
Retraités	33%	43%	16%
Proximité partisane			
Sympathisants de gauche	56%	32%	6%
Sympathisants Ensemble	55%	39%	5%
Sympathisants de droite	35%	43%	16%
Sympathisants d'extrême-droite	23%	41%	28%
Proches d'aucun parti	36%	33%	14%

L'opinion sur le rôle des médias dans la mise en visibilité de déclarations controversées de personnalités politiques (1/2)

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec l'affirmation suivante :

« Les médias français donnent aujourd'hui trop de visibilité à certaines déclarations controversées de personnalités politiques comme Donald Trump » ?

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord
- Non réponse

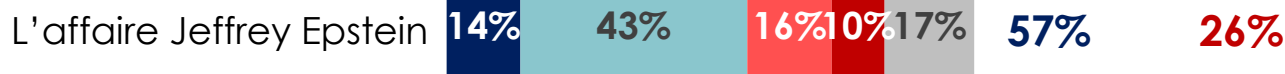
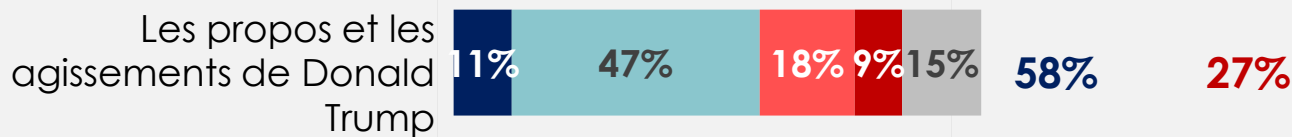
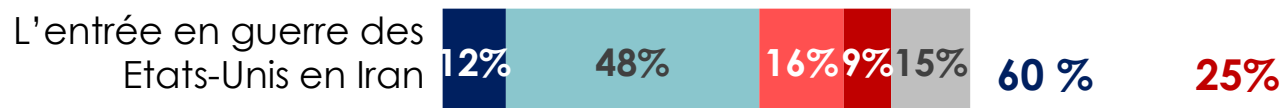


L'opinion des Français sur le travail des journalistes sur les faits d'actualité

Pour chacune des actualités suivantes, diriez-vous que le travail des journalistes permet de distinguer clairement ce qui relève de faits avérés et ce qui relève des opinions ou des affirmations contestées ?

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout
- Non réponse / Ne sait pas

Oui **Non**



L'opinion des Français sur les sondages d'intentions de vote

Les sondages d'intentions de vote se multiplient à chaque élection, relayés par de nombreux médias. Avec quelle phrase êtes-vous le plus d'accord ?

Les sondages d'intention de vote polluent le débat public et écartent des discussions de fond



Les sondages d'intention de vote sont utiles car ils permettent de comprendre l'état de l'opinion publique



Ne se prononce pas



VIAVOICE

« La réalité ne pardonne pas qu'on la méprise. » Joris-Karl Huysmans



Études Conseil Stratégie pour l'avenir des entreprises et des institutions Paris

Les récentes études d'opinion Viavoice réalisées pour
HEC, *Libération*, *Le Monde*, *Le Figaro*, *Les Échos*, BFM Business, France 2, RTL et France
Inter
sont consultables sur www.institut-viavoice.com

9, rue Huysmans, 75 006 Paris. + 33 (0)1 40 54 13 90.

Viavoice est une SAS indépendante.