



Les attentes des Français envers les journalistes, l'information et les médias

Une étude Viavoice réalisée pour les Assises internationales du journalisme

En partenariat avec France Télévisions, France Médias Monde,
Le Journal du Dimanche et Radio France

Viavoice Paris

Études Conseil Stratégie

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

www.institut-viavoice.com

Aurélien Preud'homme, Sarah Pinard, Stewart Chau

Sommaire et modalités de réalisation

- 3. Synthèse des enseignements
- 7. Partie 1 : Le « journalisme utile »
- 13. Partie 2 : L'« information utile »
- 19. Partie 3 : Le journalisme, les citoyens et le pouvoir
- 23. Partie 4 : Perspectives d'avenir
- 27. Partie 5 : Les « fake news »

Étude réalisée par Viavoice pour les Assises internationales du journalisme, en partenariat avec France Télévisions, France Médias Monde, *Le Journal du Dimanche* et Radio France.

Interviews réalisées en ligne, du 12 au 15 février 2018, auprès d'un échantillon de 1008 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus.

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



Synthèse des enseignements

Synthèse des enseignements

Une large majorité de Français défendent l'utilité du journalisme et sa nécessité croissante pour demain

Le journalisme est-il toujours utile ? Ou – dit autrement – l'information journalistique et le métier de journaliste sont-ils devenus à contrecourant des tendances qui se dessinent pour demain ?

Certaines évolutions en cours pourraient le faire penser, qu'il s'agisse des difficultés de la presse, des enquêtes démontrant la méfiance croissante de l'opinion publique envers les médias, ou encore de l'émergence de nouveaux canaux d'information sans journalistes (blogs, réseaux sociaux, chaînes Youtube...), contribuant à brouiller les frontières entre journalisme et point de vue personnel, partisan, ou non vérifié.

Dans ce monde de demain où les individus, les personnalités ou les entreprises échangent et s'informent sans intermédiaire, où tout un chacun peut publier un article, un commentaire ou une vidéo en leur donnant un aspect journalistique, où les échanges et l'accès à l'information sont très largement facilités, on pourrait penser que le journalisme perdrait de son utilité pour le plus grand monde.

C'est pourtant un tout autre avenir que dessine notre étude : non seulement l'opinion publique défend très largement l'utilité du journalisme, mais surtout **les Français mettent en avant l'idée que les évolutions technologiques et sociétales ne feront que renforcer son utilité à l'avenir.**

- **« Les utilités » du journalisme défendues unanimement par l'opinion publique**

Plus de neuf Français sur dix (92 %) considèrent le journalisme comme un « métier utile ». Un unanimisme rare qui contraste avec la méfiance souvent mise en avant vis-à-vis des médias. D'autant que **ce point de vue très positif n'est conditionné ni par l'âge, ni par le milieu social, ni par le lieu de vie** : jeunes ou vieux, de milieux aisés ou populaires, vivant à Paris, dans des petites villes ou en zone rurale, les Français s'accordent donc sur l'utilité du journalisme.

Mais de quelle « utilité » parle-t-on ? En réalité, **plusieurs sont évoquées** :

- Le premier aspect est lié au pluralisme et aux libertés : le journalisme est utile pour **la démocratie et la liberté d'expression** (84 %), dont il est l'un des garants.
- Le second aspect est lié à **l'accès à la culture et l'information** : le journalisme permet d'apprendre des choses, instruire, cultiver (83 %) notamment pour « comprendre les enjeux internationaux » (86 %).
- Enfin, le troisième aspect particulièrement évoqué est lié à **l'investigation** (83 %) et la **vérification** des informations ou des rumeurs (67 %).

Synthèse des enseignements

Liberté d'expression et pluralisme, décryptage, vérification et investigation... Ces représentations concernant « les utilités » du journalisme se retrouvent parmi les priorités affichées par le grand public concernant les informations et les types de journalisme et de médias qu'ils souhaiteraient pour l'avenir.

- **Vers un journalisme de vérification de plus en plus indispensable face à la prolifération des « fake news », rumeurs et désinformations**

C'est la première des priorités vis-à-vis du journalisme et des médias exprimée dans notre enquête : **« vérifier les informations fausses, les rumeurs, la désinformation », une attente citée par 61 % des personnes interrogées.**

Ce besoin exprimé de vérification de l'information trouve sa source dans un paradoxe apparent, lié aux nouveaux usages associés à internet et aux réseaux sociaux. Ainsi, lorsqu'ils cherchent une information liée à l'actualité, **38 % des Français font le plus souvent une recherche sur un moteur de recherche et regardent les articles proposés, « quels que soient les médias qui les publient »** : à l'inverse seuls 26 % regardent directement le site d'un média de confiance.

Et ces nouveaux usages sont plus courants chez les 18-24 ans : la moitié (49 %) d'entre eux déclare faire une recherche sur un moteur de recherche (et 8 % directement sur un réseau social) lorsqu'ils cherchent une information sur l'actualité, contre seulement 18 % qui consultent le site d'un média de confiance.

Pourtant, dans le même temps **71 % des personnes interrogées pensent qu'il est de plus en plus difficile de distinguer le site d'un média sérieux d'un site relayant des informations non vérifiées.** Et 74 % déclarent faire davantage confiance aux informations qu'ils trouvent par eux-mêmes dans les médias plutôt qu'une information relayée, notamment sur les réseaux sociaux.

Dès lors, si de nouveaux usages médiatiques exposent le grand public – et les jeunes en particulier – aux « fake news », ceux-ci apparaissent également très conscients de ces menaces, comme de l'importance des sources d'informations.

Dans ce contexte, le premier rôle assigné au journalisme et aux médias d'aujourd'hui est justement de servir de « garde-fous » : **74 % des personnes interrogées pensent qu'« on a de plus en plus besoin des journalistes pour produire une information crédible face aux rumeurs et à la désinformation ».**

Les médias ne seraient toutefois pas seuls dans ce combat : **83 % des Français sont également favorables pour intégrer « l'éducation à l'information » dans les programmes scolaires,** les bibliothèques ou les médiathèques pour enseigner aux jeunes comment différencier les différents types d'informations en ligne.

Synthèse des enseignements

En revanche, le principe d'une loi visant à lutter contre les « fake news » en période électorale est moins populaire : si 70 % des Français pensent qu'« il est normal que les pouvoirs publics souhaitent empêcher les fakes news », **ils sont également 67 % à penser que « les pouvoirs publics n'ont pas les moyens de dire si une information est une fake news »** et pour 49 % une telle loi comporte un risque pour la liberté de la presse et la liberté d'expression.

- **Vers un journalisme de décryptage dans une société ayant davantage accès à l'information mais sans avoir pour autant les clés de compréhension nécessaires**

Une information permettant de mieux comprendre l'actualité du moment (79 %) plutôt qu'une information inédite ou un scoop (14 % seulement), et même **une information « qui vous aide à comprendre le monde et la société » (69 %)** préférée à une information de proximité, utile pour soi et ses proches (24 %) : les priorités des Français en matière d'« information utile » font honneur au décryptage de l'actualité, à l'analyse et la pédagogie.

Une attente – et une tendance – qui devrait aller en s'accroissant, puisque **48 % des personnes interrogées souhaitent qu'à l'avenir les médias « accordent davantage d'importance au fond et à l'analyse »**.

- **Vers un journalisme d'investigation « lanceur d'alertes »**

C'est la troisième tendance de fond, si l'on en croit les attentes du grand public vis-à-vis des médias : qu'ils « révèlent des faits ou des pratiques illégales ou choquantes » (48 %), et pour demain qu'ils « **dénoncent davantage les problèmes existants dans la société et dans le monde** » (52 %).

Enfin, une très large majorité des Français déclare **préférer une information qui dénonce les problèmes et alerte (74 %) plutôt qu'une information rassurante ou positive (13 %)**. Au-delà du seul travail d'investigation ou d'enquête, c'est donc la capacité des médias à alerter sur des enjeux jugés essentiels pour la société, la démocratie ou les droits de l'Homme. Un enjeu éthique en d'autres termes.

Pour autant, **ce journalisme « lanceur d'alertes » souhaité pour demain n'est pas pour autant engagé et partisan** : au contraire, les logiques d'indépendance voire de neutralité sont très largement attendues, avec 73 % des personnes interrogées qui préfèrent « une information neutre, non partisane » à « une information engagée, défendant un point de vue » (19 %).

Vérification, décryptage et investigation objective : à certains égards, les attentes des Français vis-à-vis des médias de demain peuvent être perçus – à la faveur de tendances nouvelles – comme un certain retour aux sources du journalisme.



Partie 1 : Le « journalisme utile »

Évocations spontanées sur le « journalisme utile »

À titre personnel, comment définiriez-vous un « journalisme utile » ? *

28 %

Un journalisme « honnête » et fiable, qui vérifie l'information

« Qui donne des informations vérifiées », « Donner de vraies informations, fiables »
« Un journalisme dont les sources sont citées, fiables et vérifiées »
« Qui vérifie les informations avant de les diffuser »,

25 %

Un journalisme indépendant, non partisan

« Un journalisme qui ne prend pas parti », « Qui se tient aux faits »
« Un journalisme qui développe les problématiques avant les commentaires, qui informe et non déforme », « Un journalisme indépendant, pas inféodé au gouvernement », « Un journal d'information libre », « Insensible aux pressions »

22 %

Un journalisme qui informe, explique, apprend, décrypte et fait réfléchir

« Il décrirait les changements qui viennent d'arriver, qui arrivent ou vont arriver, les impacts sociétaux », « Informatif et documenté », « Où l'on apprend des choses »

10 %

Un journalisme sérieux, éthique : qui ne cherche pas à "faire le buzz" ou du sensationnel et traite des sujets importants pour la société

« Traitant de sujet important mais varié, et non people »
« Un journalisme qui informe, mais surtout qui ne cherche pas à faire le spectacle »
« Un journalisme qui n'invente pas du sensationnel pour vendre son papier »

9 %

Un journalisme d'investigation, qui enquête, qui dénonce, qui alerte

« Qui traite des sujets sensibles, met en lumière des dysfonctionnements »
« Qui fait des enquêtes même si le résultat est dérangeant », « Qui donne des infos que l'on n'est pas capable de trouver nous même », « Qui dénonce et informe »

6 %

Un journalisme de terrain, local, qui connaît la vie des gens et parle du quotidien

« Qui s'intéresse vraiment aux problèmes des gens et est sur le terrain tout les jours »
« Un journalisme traitant de faits de société, sous le prisme de la vie quotidienne »
« Un journaliste de terrain qui constate les choses, qui est à l'écoute »

L'utilité du journalisme : opinion générale

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

Sous-total
« Utile » **92 %**

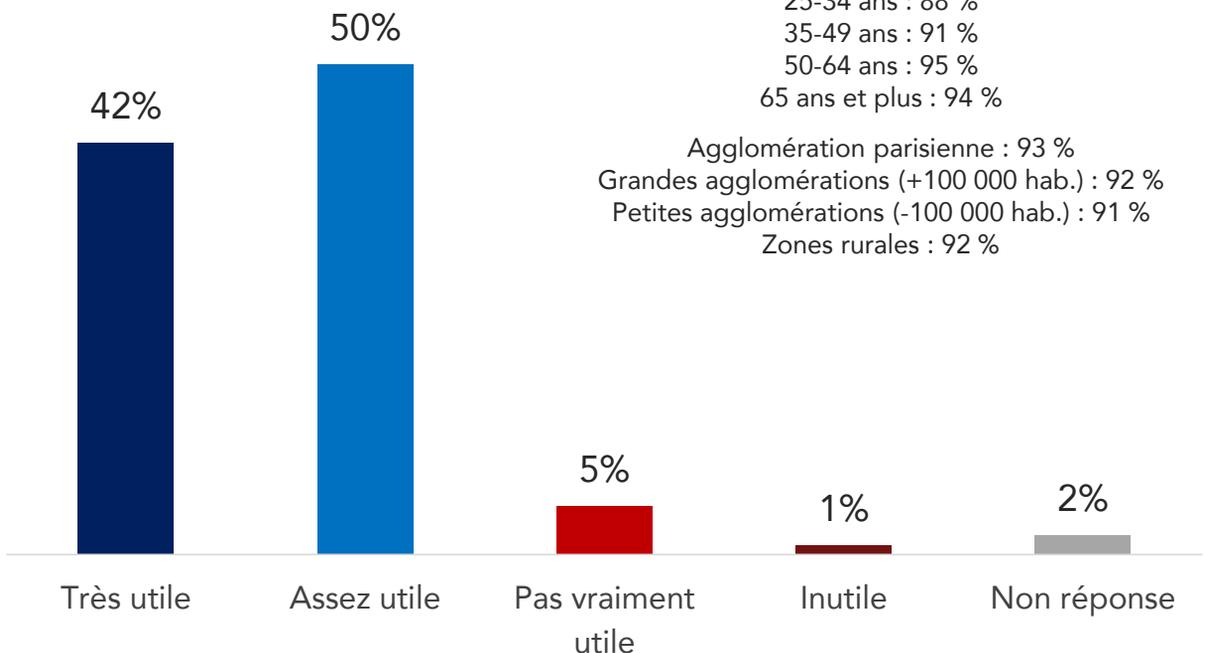


Une opinion partagée au sein de la population,
quel que soit le milieu social, l'âge ou le lieu de vie :

Cadres : 96 %
Professions intermédiaires : 94 %
Employés / Ouvriers : 90 %

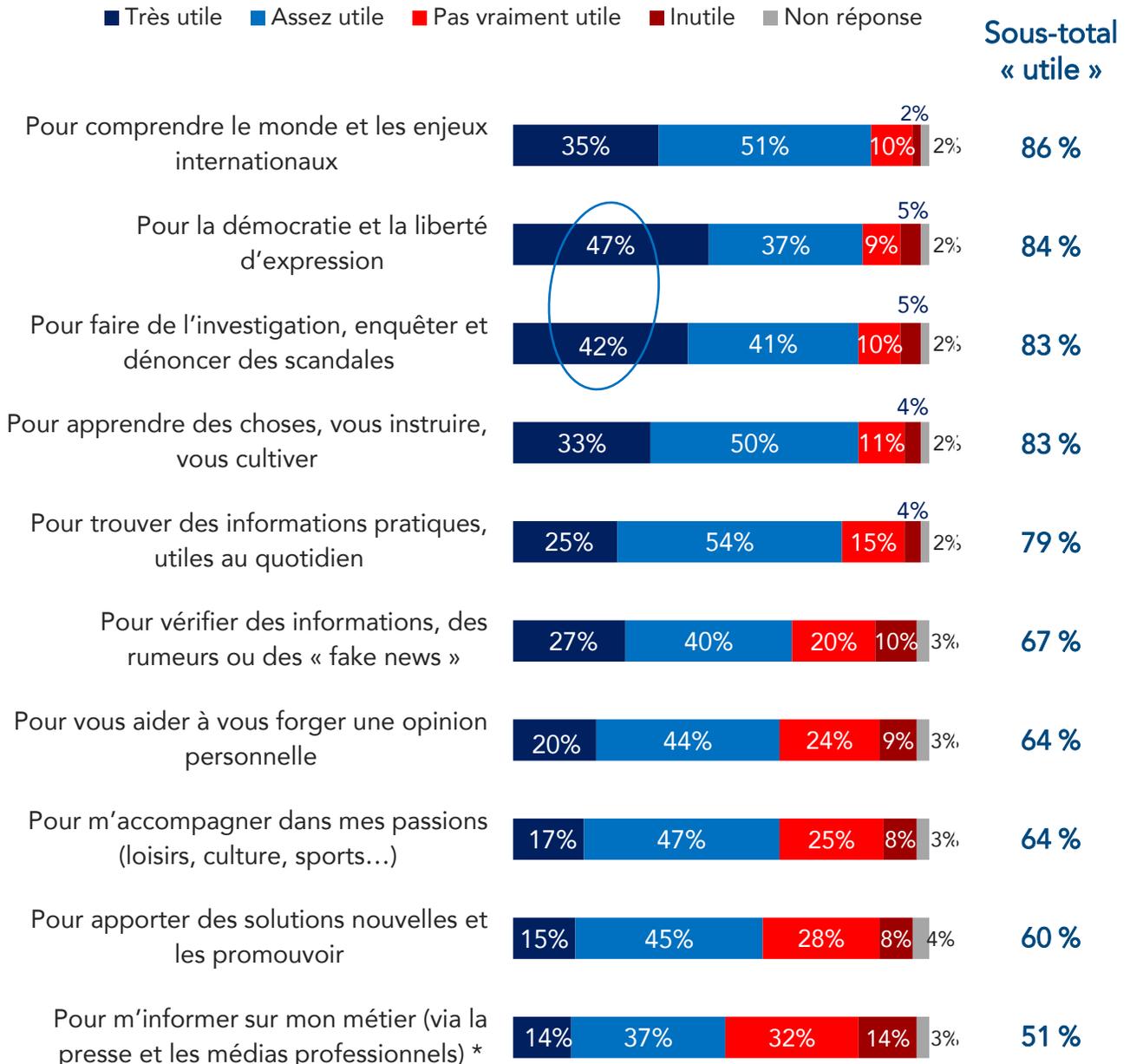
18-24 ans : 90 %
25-34 ans : 88 %
35-49 ans : 91 %
50-64 ans : 95 %
65 ans et plus : 94 %

Agglomération parisienne : 93 %
Grandes agglomérations (+100 000 hab.) : 92 %
Petites agglomérations (-100 000 hab.) : 91 %
Zones rurales : 92 %



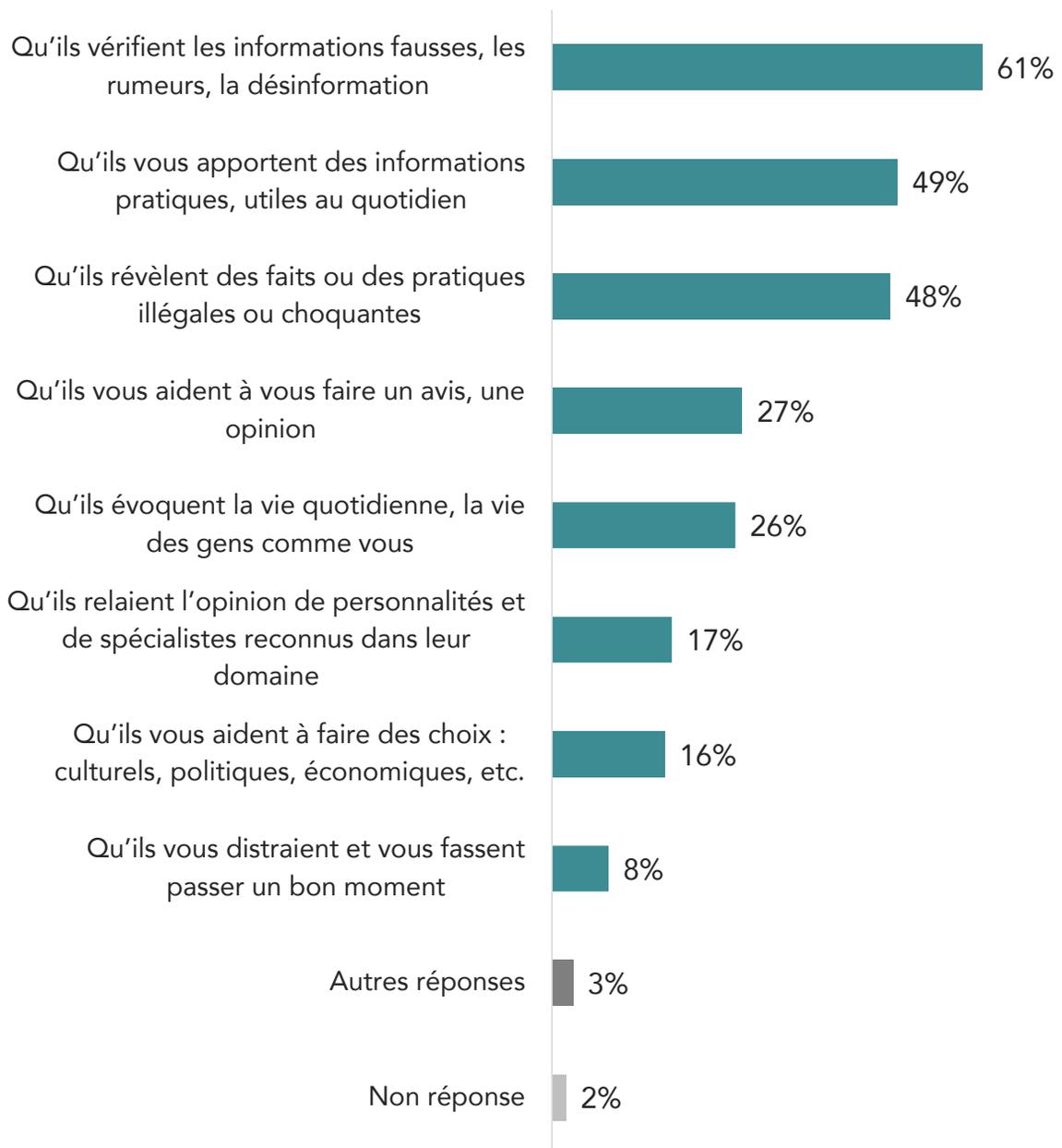
L'utilité du journalisme : opinions détaillées

Diriez-vous plus particulièrement que le journalisme est... ?



Les attentes prioritaires

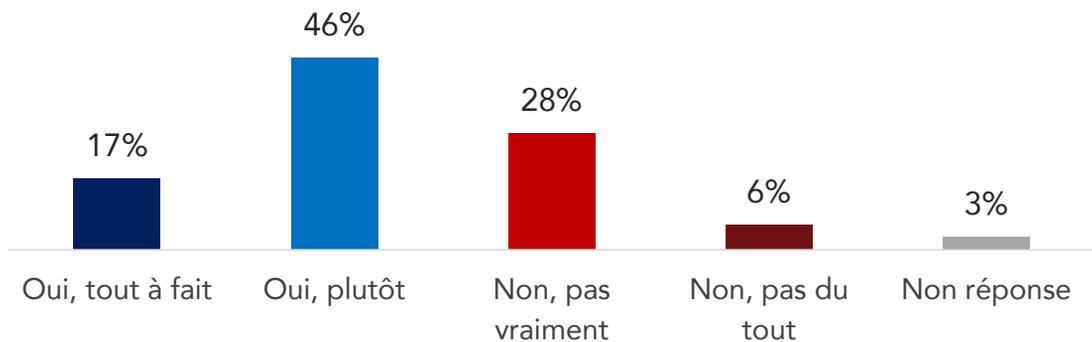
À titre personnel, qu'attendez-vous en priorité des journalistes et des médias ? *



Compréhension détaillée de la notion de « journalisme utile »

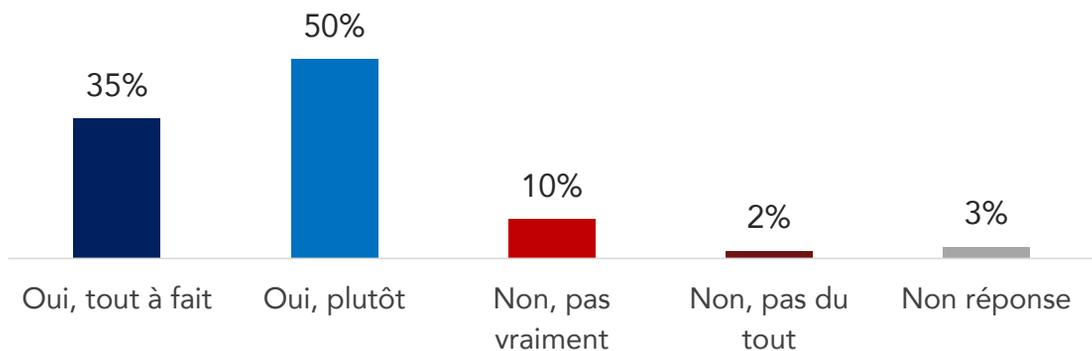
La notion de "journalisme utile" signifie-t-elle quelque chose pour vous ?

Sous-total « Oui » 63 %



Pensez-vous que le journalisme doit toujours chercher à « être utile » ?

Sous-total « Oui » 85 %





Partie 2 : L'« information utile »

Évocations spontanées sur l' « information utile »

À titre personnel, comment définiriez-vous une « information utile » ? *

35 %

Une information fiable et vérifiée

« Informative et réelle », « Vérifiée et de source sûre »
« Une information vérifiée et qui éclaire un fait »
« Une information vraie et vérifiée, ayant une utilité pour le lecteur »

26 %

Une information utile pour soi, qui peut servir au quotidien

« Une information pratique et utile dans la vie de tous les jours »
« Des informations importantes et utiles dans la vie quotidienne »
« Une information qui aide les personnes dans leur quotidien »

19 %

Une information qui apprend quelque chose, qui instruit

« Une information qui m'apprend quelque chose sur le plan culturel, politique... »
« Une information qui va enrichir mon patrimoine culturel, politique, social. »
« Une information qui permet de découvrir des choses, de se forger une opinion »

11 %

Une information objective, neutre, non partisane

« Une information neutre qui nous donne des faits et des nouvelles importantes sans donner un avis particulier », « Relayer une information, ne pas prendre position », « C'est une information vraie, simple, brute, objective »

8 %

Une information qui me concerne, qui concerne tout le monde

« Qui touche tous le monde et peut influencer sur notre vie »
« Une information qui concerne l'ensemble de la société »

7 %

Une information nouvelle ou innovante

« Exclusive, vraiment nouvelle, qui étonne », « Pour apprendre une nouvelle »

5 %

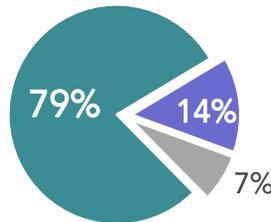
Une information qui doit être portée à la connaissance de tous

« Dénonciation d'une chose que les puissances nous cachent »
« C'est une information qui a une importance dans l'avancement de notre pays, notre société », « Enquête d'investigation »

L'information utile : les priorités

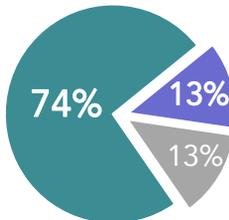
Diriez-vous qu'une « information utile » est plutôt... ?

Une information permettant de mieux comprendre l'actualité du moment



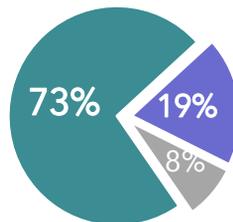
Une information inédite, un scoop, un nouveau sujet

Une information qui dénonce les problèmes, alerte sur les risques d'aujourd'hui



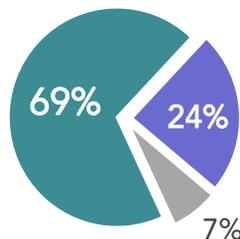
Une information rassurante, positive

Une information neutre, non partisane



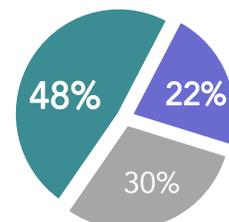
Une information engagée, défendant un point de vue

Une information qui vous aide à comprendre le monde et la société



Une information de proximité, utile pour vous et vos proches

Une information qui remet en cause vos idées, vous interpelle



Une information proche de vos idées et de vos préoccupations

L'information utile : palmarès des priorités

Enfin, vous diriez qu'une « information utile » est en priorité... ? *

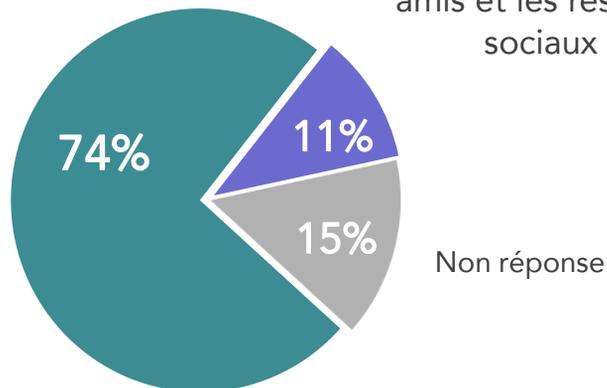


Trouver une information utile et de confiance

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

Celle que vous trouvez
par vous-même dans
les médias

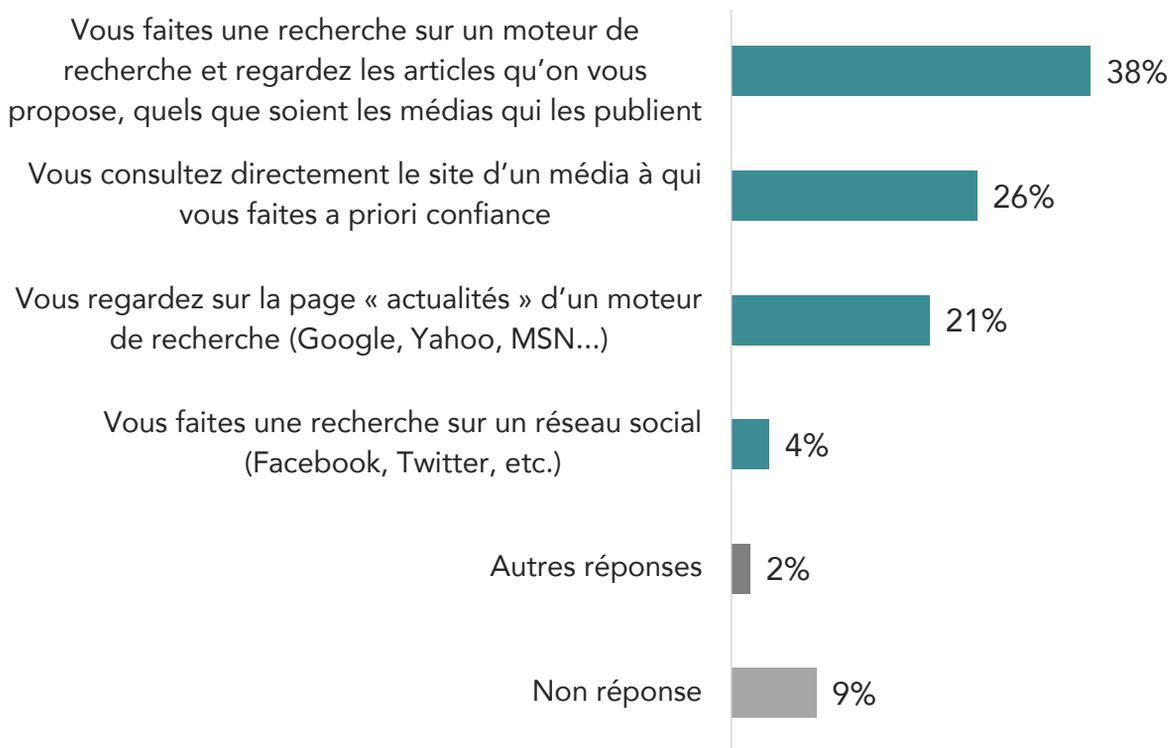
Celle que vous relaiet
votre entourage ou vos
amis et les réseaux
sociaux



En %	Celle que vous trouvez par vous-même dans les médias	Celle que vous relaiet votre entourage ou vos amis et les réseaux sociaux
18-24 ans	58	23
25-34 ans	68	14
35-49 ans	70	10
50-64 ans	79	9
65 ans et plus	82	7

De nouveaux usages

Comment recherchez vous sur Internet une information sur un enjeu d'actualité, le plus souvent ? *(Une seule réponse possible)*



En %	Recherche sur un moteur de recherche	Consulter directement un média	Regarder sur la page « actualités » d'un moteur de recherche	Recherche sur un réseau social
18-24 ans	49	18	15	8
25-34 ans	34	22	21	11
35-49 ans	35	30	22	3
50-64 ans	39	26	22	3
65 ans et plus	38	29	20	2



Partie 3 : Le journalisme, les citoyens et le pouvoir

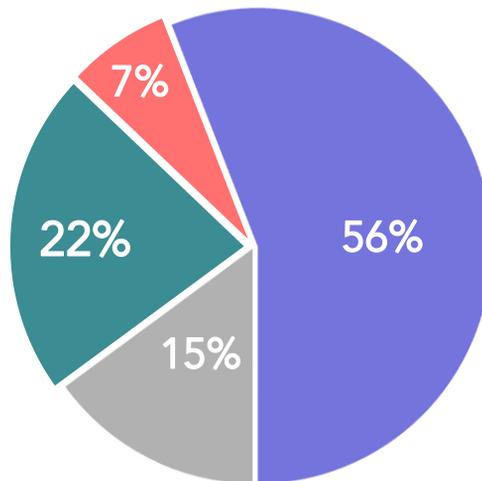
Pouvoir ou contre-pouvoir ?

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

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

**Un intermédiaire
entre pouvoir et
contre-pouvoir**

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



Non réponse

Rapprocher les médias et les citoyens

Diriez-vous que les idées suivantes peuvent rapprocher les médias des citoyens ?

■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout ■ Non réponse

« Oui » 67 %

Permettre aux lecteurs d'un journal (ou d'un autre média) de donner leur avis sur les grandes décisions et orientations du journal ou du média



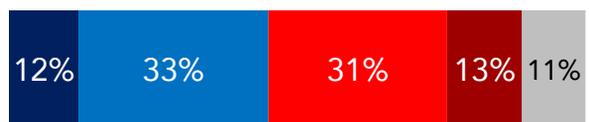
« Oui » 65 %

Accorder plus de place aux expressions des citoyens dans les médias : tribunes, « micro-trottoirs », reprise de commentaires sur les réseaux sociaux



« Oui » 45 % « Non » 44 %

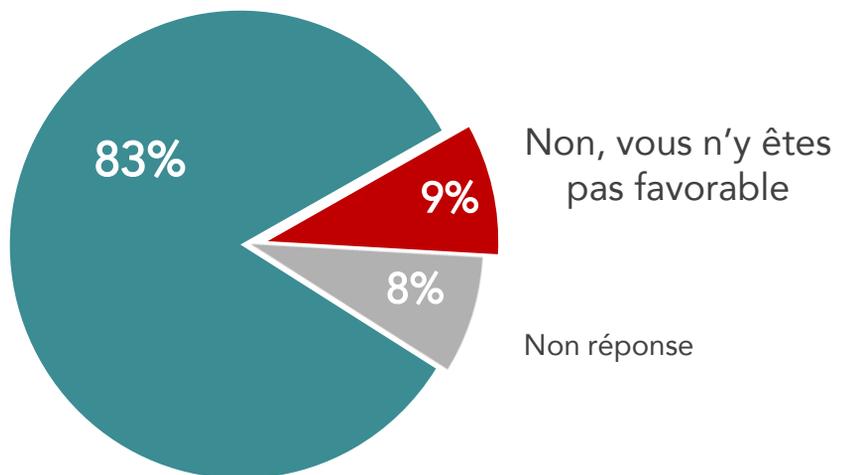
Permettre aux lecteurs d'un journal (ou d'un autre média) d'investir dans celui-ci et d'en devenir actionnaire, avec un droit de vote sur les grandes décisions



Pour une « éducation à l'information »

Pensez-vous qu'il faudrait davantage intégrer l'éducation à l'information dans les programmes scolaires, les bibliothèques ou les médiathèques pour enseigner aux jeunes comment différencier les types d'informations que l'on trouve sur Internet (information neutre ou point de vue, information vérifiée ou « fake news », etc.) ?

Oui, vous y êtes favorable



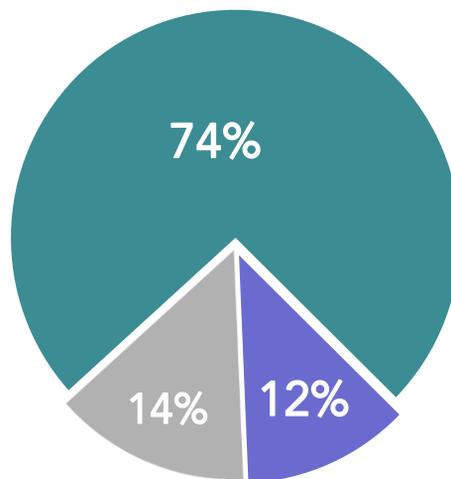


Partie 4 : Perspectives d'avenir

L'utilité perçue du journalisme face aux évolutions technologiques

Diriez-vous qu'aujourd'hui... ?

On a de plus en plus besoin des journalistes
pour produire une information crédible
face aux rumeurs et la désinformation existante
sur Internet et les réseaux sociaux

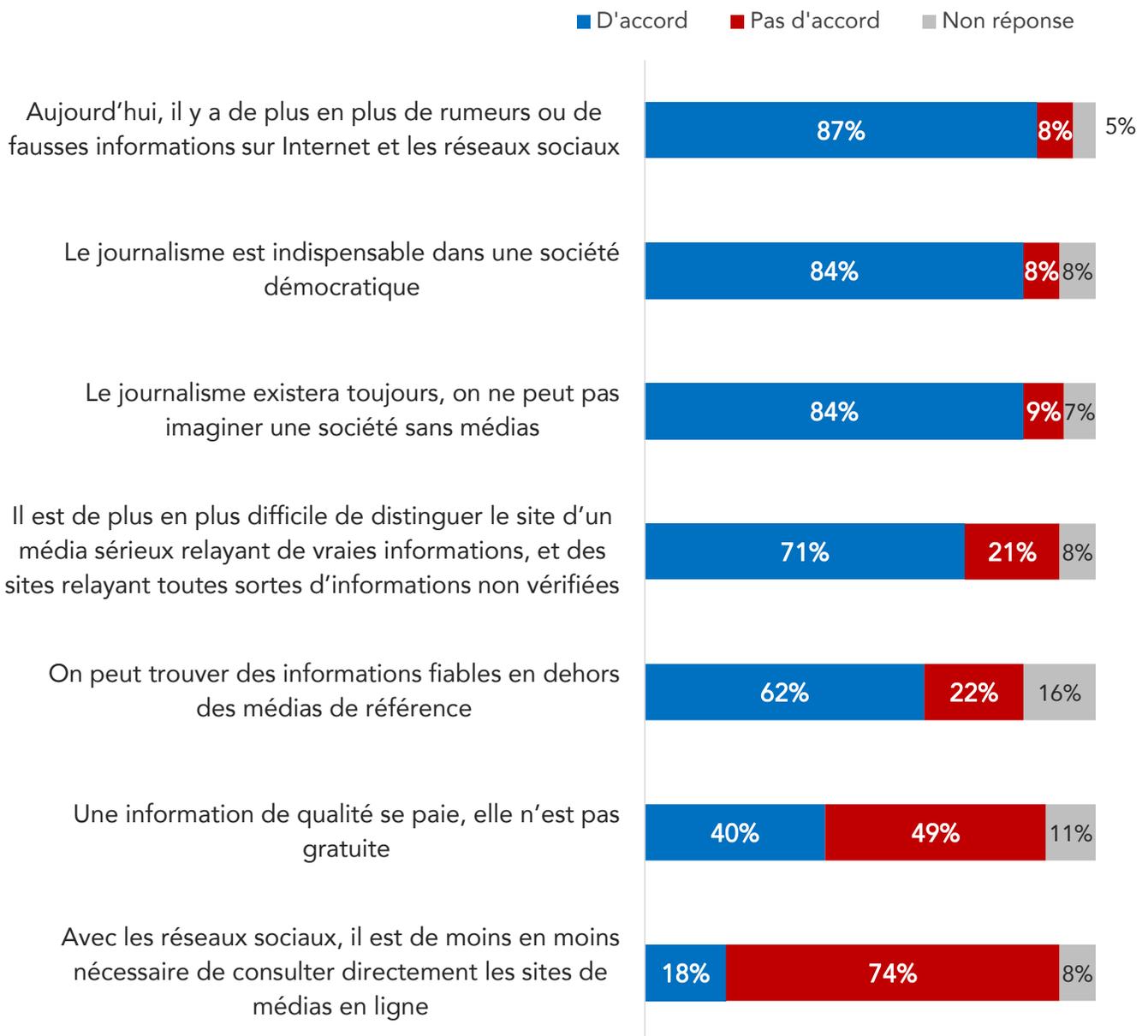


Non réponse

On a de moins en moins besoin des journalistes, puisque tout un **chacun peut publier une information** ou un point de vue sur Internet et les réseaux sociaux

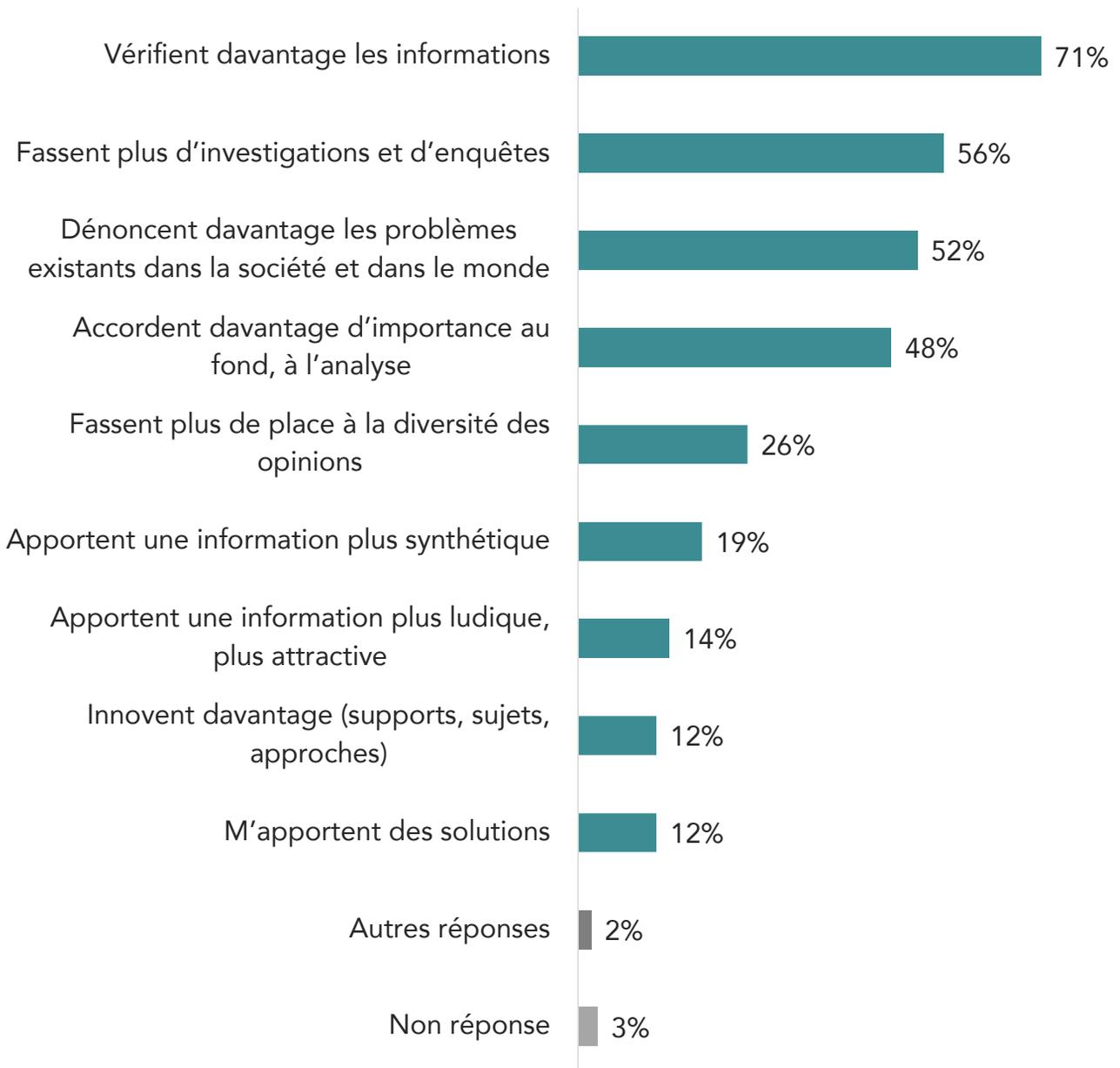
L'avenir perçu du journalisme, des médias, du rapport à l'information

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



Le journalisme et les médias souhaités à l'avenir

Idéalement, vous souhaiteriez à l'avenir des médias qui... ? *





Partie 5 : Les « fake news »

La compréhension du terme « fake news »

Selon vous, qu'est-ce qu'une « fake news » ? Quelle définition en donneriez-vous ? *

45 %

Fausse information / Fausse nouvelle (traduction littérale)

« Une information fausse sur un sujet d'actualité », « Fausse nouvelle »
« Une fausse nouvelle, une fausse information qui est relayée »
« Une fausse information qui circule », « C'est une fausse information, sans intérêt »
« Une fausse information. Comme il en existe des centaines par jour ! »

16 %

Une information ou une rumeur non vérifiée (mais pas forcément fausse)

« Une information qui n'a pas été vérifiée »
« Une rumeur sans preuve », « Une information basée sur une rumeur »
« Potin, rumeur, créant une pagaille considérable à partir de rien. »
« Une nouvelle qui est diffusée, relayée sans vérifier l'exactitude de celle-ci »

13 %

Une information malhonnête, un mensonge créé volontairement pour nuire à quelqu'un ou influencer les gens

« Information inventée, injurieuse ou calomnieuse »
« Une information erronée, non vérifiée et qui cherche à influencer »
« Une rumeur faite pour faire le buzz et nuire », « Une fausse info pour faire du mal »
« Une info destinée à détruire, nuire », « Une information pourrie, souvent pour discréditer un concurrent, une personne en vue, de façon malhonnête et malsaine »

5 %

Une information sensationnelle destinée à faire le buzz ou un scoop

« Une info sans fondement, visant juste à faire du buzz »
« Une "information" ou bien souvent une rumeur relayée sans aucune vérification préalable et dont le but est de créer un scoop sans tenir compte des éventuels dégâts »

5 %

Une information tronquée, sortie de son contexte

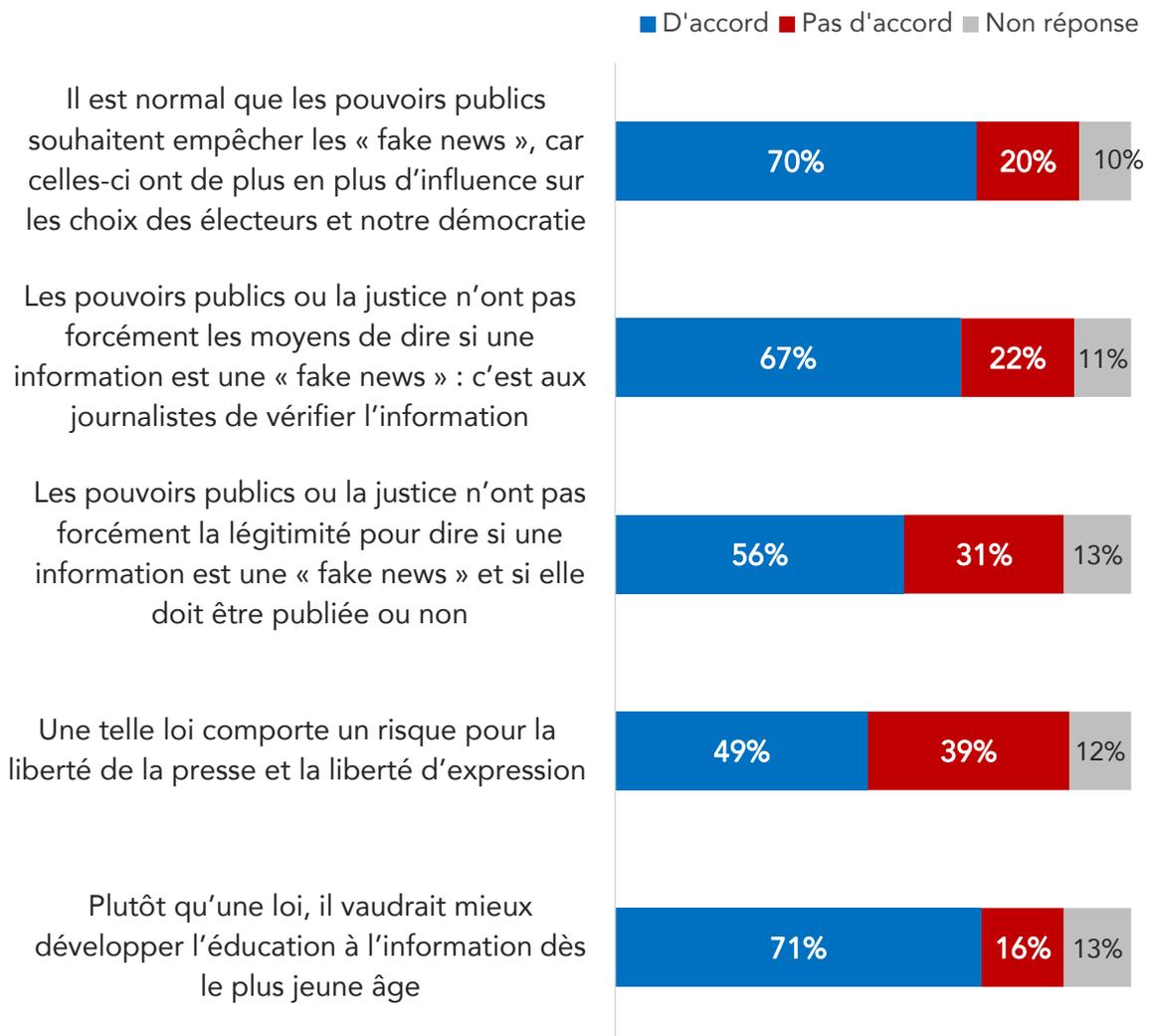
« Une information fausse, ou incomplète, ou sortie de son contexte »
« Une actualité détournée », « Une information qui a été volontairement déformée »

Ne sait pas / non réponse : 17 %

Opinions détaillées sur l'opportunité d'une loi sur les « fake news »

Le Président de la République a annoncé prochainement une loi visant à lutter contre les « fake news » durant les périodes électorales, c'est-à-dire des fausses informations délibérément créées pour nuire à tel ou tel candidat.

Par rapport à ce projet de loi, diriez-vous que vous êtes plutôt d'accord ou plutôt pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



VI^{AV}VOICE

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



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

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.

