



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Journalisme, liberté de la presse et COVID-19

Note thématique dans la série UNESCO :
Tendances mondiales en matière
de liberté d'expression et de
développement des médias

Tendances clés :

- Alimentant la pandémie, une dangereuse « désinfodémie » est apparue
- Face à la demande croissante d'informations vérifiées, les médias indépendants ont relevé le défi
- Les entreprises technologiques prennent des mesures, mais une plus grande transparence est nécessaire
- Certaines mesures réglementaires ont conduit à de nouvelles restrictions des droits de l'homme
- Pour tenir le public informé, les journalistes mettent leur propre sécurité en danger
- L'impact économique du COVID-19 peut constituer une menace existentielle pour le journalisme
- Au milieu de la crise, de nouvelles opportunités se présentent pour défendre le journalisme

I. Alimentant la pandémie, une dangereuse « désinfodémie » est apparue

Comme le nouveau coronavirus a atteint presque tous les pays du monde, on a également assisté à une circulation massive de mensonges qui se sont répandus aussi vite que le virus lui-même. Ces mensonges ont contribué à ouvrir la voie à l'infection et ont semé la pagaille dans la manière dont les sociétés réagissent à la pandémie.

Reconnaissant le danger, le Secrétaire général des Nations Unies, António Guterres, a averti que « notre ennemi est aussi la vague croissante de désinformation ». L'[Organisation mondiale de la Santé](#) a décrit - comme une « deuxième maladie » accompagnant la pandémie COVID-19 - une « infodémie », c'est-à-dire « une surabondance d'informations - certaines exactes et d'autres non - qui fait qu'il est difficile pour les gens de trouver des sources fiables et des conseils sûrs lorsqu'ils en ont besoin ».

Le journalisme est essentiel pour fournir des informations crédibles dans le cadre plus large de l'« infodémie », et pour combattre les mythes et les rumeurs. Sans lui, les faux contenus peuvent se répandre.

Les mensonges en circulation peuvent [être classés](#) en deux catégories : la désinformation (produite et partagée avec une motivation malveillante) et la mésinformation, lorsque ces mensonges sont répandus sans mauvaises intentions. Mais dans le contexte du COVID-19, les effets des deux peuvent être tout aussi mortels.



Ce graphique fait partie du [matériel de campagne](#) de l'UNESCO pour la Journée mondiale de la liberté de la presse 2020.

Le volume et la vitesse des fausses informations au sein de l'« infodémie » indiquent l'existence d'une désinfodémie toxique de désinformation et de mésinformation, comme le décrivent deux [documents stratégiques récents de l'UNESCO](#) sur ce sujet.

Alors que l'information donne du pouvoir, la désinfodémie en prive. Elle met des vies en danger et entraîne la confusion et la discorde.

Les statistiques permettant de suivre les tendances sur l'ampleur et la propagation de la désinfodémie sont rares. Mais certains chiffres indiquent une ampleur massive.

- Sur la base d'une analyse par apprentissage automatique de **112 millions de publications sur les médias sociaux publics, en 64 langues**, liés à la pandémie de COVID-19, des chercheurs de la [Fondation Bruno Kessler](#) ont découvert que **40 % des messages provenaient de sources peu fiables**.
- Une autre étude utilisant des techniques d'apprentissage automatique, réalisée par [l'Observatoire de l'infodémie COVID-19](#) de la Fondation, a révélé que près de 42 % des plus de 178 millions de tweets liés au COVID-19 étaient produits par **des robots, et que 40 % étaient « peu fiables »**.
- **Environ 1/3 des utilisateurs des médias sociaux ont déclaré avoir vu des informations fausses ou trompeuses sur le coronavirus**, selon une [étude](#) de l'Institut Reuters réalisée dans six pays. Les recherches menées par [Pew](#) suggèrent que les personnes qui reçoivent leurs informations principalement par le biais des médias sociaux sont plus susceptibles d'être exposées à des contenus erronés.
- En mars, environ [40 millions de publications problématiques liées au COVID-19](#) sur Facebook ont été identifiées (et ont fait l'objet d'avertissements), d'après la compagnie. « Des centaines de milliers d'éléments de mésinformation sur le virus, pouvant conduire à des dommages physiques imminents », ont également été supprimés, a-t-elle ajouté.
- Environ **19 millions de tweets sur près de 50 millions (soit 38%)** liés au COVID-19 analysés au moyen de l'intelligence artificielle par [Blackbird.AI](#) ont été considérés comme des « contenus manipulés ».
- [Newsguard](#) a identifié **191 sites web** en Europe et en Amérique du Nord qui ont publié de fausses informations sur le virus.
- L'[Alliance CoronaVirusFacts](#) a découvert - et réfuté - **plus de 3 500 informations fausses ou trompeuses**, dans plus de 70 pays et dans plus de 40 langues.

Dans une grande partie de la désinfodémie, il y a également eu des thèmes de xénophobie, de racisme et de discours de haine.

Le problème n'est pas seulement le niveau de fausseté, mais aussi sa combinaison avec un contenu émotionnel et le fait qu'elle soit diffusée par des acteurs influents.

II. Les entreprises technologiques prennent des mesures, mais une plus grande transparence est nécessaire

Les grandes sociétés de médias sociaux, de messagerie et de recherche aident des milliards de personnes dans le monde à trouver et à partager des informations. Pourtant, ces plateformes sont également devenues des foyers de désinfodémie.

Leurs modèles économiques - conçus pour capter et retenir l'attention des utilisateurs et recueillir des données pour une publicité ciblée - les ont rendues vulnérables à la désinfodémie, y compris dans leurs publicités.

En réaction, ces entreprises ont pris des mesures, peut-être même à une plus grande échelle et à une plus grande vitesse qu'avec d'autres types de faux contenus dans le passé. Le 16 mars 2020, Facebook, Google, LinkedIn, Microsoft, Reddit, Twitter et YouTube ont publié une [déclaration commune](#) sur leur engagement à lutter contre la désinformation liée aux coronavirus.

Dans l'ensemble, les sociétés de médias sociaux, de réseaux sociaux et de moteurs de recherche ont abordé la désinfodémie par le biais de :

- **Modération du contenu** : suppression, déclassement ou étiquetage de la désinformation COVID-19. Cela se fait de plus en plus par le biais de systèmes automatisés alimentés par l'intelligence artificielle. Ces systèmes étaient déjà en place mais sont maintenant plus largement appliqués car les modérateurs humains doivent rester à la maison. Mais il arrive que des [déclarations légitimes soient prises dans le filet](#), et que des propos mal identifiés soient retirés.
- **Dons aux vérificateurs de faits et aux journalistes.**
- **Orientation des utilisateurs vers les informations sanitaires officielles**, notamment par le biais de partenariats avec des organisations nationales de santé publique et internationales comme l'OMS, ainsi que par des **centres d'information** qui orientent les utilisateurs vers les informations officielles en tête des flux d'informations ou dans les résultats de recherche.
- **Politiques publicitaires** : les entreprises ont interdit les publicités incluant la désinformation COVID-19, mais il existe toujours des personnes en ligne capables de [colporter des mensonges à des fins lucratives](#).

Les entreprises de télécommunications du monde entier ont pris plus de [190 mesures](#) pour **étendre l'accès à Internet**, notamment en suspendant le plafonnement des données, en fournissant une bande passante supplémentaire, un accès à tarif zéro aux informations de santé publique et en offrant le WiFi gratuit aux professionnels de la médecine.

TABLEAU: Les actions des entreprises technologiques, en chiffres*.

	Facebook	Google	Twitter	WhatsApp	YouTube
Modération du contenu	40 millions de publications liées au COVID-19 ont reçu des avertissements, et des centaines de milliers d'éléments de désinformation sur le virus, pouvant conduire à des dommages physiques imminents ont également été supprimés.	Chaque jour, 8 millions d'emails frauduleux sur le coronavirus sont bloqués par Google sur Gmail.	Contestation de 3,4 millions de comptes en ciblant les discussions spéculatives autour du COVID-19.	Limitation du nombre de chats auxquels un message populaire peut être transmis à la fois.	« Des milliers et des milliers de suppressions » - Susan Wojcicki, PDG.
Dons au journalisme	25 millions de dollars de subventions locales aux médias nord-américains dans le cadre du projet de journalisme sur Facebook ; 1 million de dollars de subventions aux informations locales ; 1 million de dollars à des organismes de vérification des faits.	6,5 millions de dollars au Fonds d'aide d'urgence pour le journalisme dans 130 pays et territoires à travers le monde.	Un million de dollars à la Fondation internationale des femmes dans les médias (International Women's Media Foundation) et au Comité pour la protection des journalistes.	Un million de dollars au Réseau international de vérification des faits (International Fact-Checking Network).	(filiale de Google)
Orientation des utilisateurs vers les informations sanitaires officielles	A dirigé 2 milliards d'utilisateurs vers les ressources de l'OMS et d'autres autorités sanitaires Centres d'information COVID-19 sur Facebook et Instagram, avec 350 millions de clics. Le centre comporte désormais une section « Get the Facts » qui contient des informations fournies par des enquêteurs professionnels.	Section "Fact-Check" dans la rubrique COVID-19 de Google Actualités (actuellement uniquement pour les États-Unis).	10 milliards de vues du contenu des organismes officiels de santé.	Les Bots répondent aux questions des utilisateurs par le biais de l'alerte sanitaire de l'OMS .	Boîte d'information sous les vidéos sur le COVID-19 qui redirige les utilisateurs vers le site web de l'OMS.
Politiques publicitaires	Interdiction des publicités qui font la promotion de faux remèdes contre le coronavirus, et examen de la sûreté de toutes les publicités. Suspension temporaire des annonces dont le contenu est en rapport avec le coronavirus dans d'autres langues que l'anglais.	Interdiction des publicités qui font la promotion de remèdes miracles et de matériel médical à domicile à des prix exagérés.	Seules les marques ayant une relation directe avec l'équipe de publicité de Twitter peuvent faire de la publicité en mentionnant la pandémie et la façon dont elles peuvent en parler.	Interdiction des contenus qui contredisent l'OMS sur le COVID-19.	Tout contenu destiné à la monétisation doit être vérifié par ses auteurs et les directives doivent être respectées. Lorsqu'elle détecte des violations, la société supprimera le contenu incriminé lié au COVID-19, limitera sa monétisation ou désactivera temporairement la monétisation sur la chaîne.

* Sur la base d'informations sélectives rendues publiques par les entreprises, à différents moments au cours du mois dernier. Il ne s'agit pas d'une liste exhaustive de toutes les mesures prises.

Est-ce suffisant ?

En l'absence de statistiques complètes de la part des entreprises, il est difficile d'évaluer la signification réelle des chiffres qu'elles publient. Premièrement, la proportion de désinformation par rapport au volume total de contenu et de publicités diffusées n'est pas évidente. Deuxièmement, l'ampleur de la circulation de faux contenus avant d'être identifiés, et le rôle des « super-propagateurs » dans la chaîne, n'est pas rendu public.

Cependant, le réseau d'activistes en ligne Avaaz [a constaté](#) que 41% de la mésinformation que l'organisation a identifiée et portée à l'attention de Facebook est restée en place sans étiquette d'avertissement. Parmi ces publications, 65 % avaient également été discréditées par les propres partenaires de Facebook chargés de vérifier les faits.

L'Institut Reuters a découvert, sur un échantillon de [225 exemples de mésinformation](#), que sur Twitter, 59% des publications considérées comme fausses par les vérificateurs de faits restaient en ligne. Les chiffres sur YouTube montrent que 27 % sont restées en ligne. Sur Facebook, 24 % sont restées en ligne, et ce sans étiquette d'avertissement.

Si les dons aux fact-checkers et aux médias peuvent aider, les montants sont faibles par rapport aux revenus des entreprises. Ils ne compensent pas les pertes de revenus publicitaires des organisations médiatiques, une tendance à la baisse qui a précédé la crise actuelle.

Le Secrétaire général des Nations Unies, Antonio Guterres, a insisté sur ce point : « Les sociétés de médias sociaux doivent faire plus pour éradiquer la haine et les affirmations nuisibles concernant le COVID-19 ». Dans ce contexte, les [Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme des Nations Unies](#) sont plus pertinents que jamais. Les sociétés de l'Internet devraient aligner leurs codes de conduite et de pratique sur les normes internationales en matière de droits de l'homme : où le défaut est la liberté d'expression et où les restrictions sont l'exception et sont soumises à des conditions strictes.

Les entreprises ne devraient pas être les arbitres de la vérité, mais elles peuvent toujours adopter une position ferme et claire contre la diffusion de mensonges avérés - dans leur contenu, leurs publicités et leurs services de recherche, comme l'a fait remarquer le Rapporteur spécial des Nations Unies sur la liberté d'opinion et d'expression, David Kaye.

Sans une plus grande transparence, des questions demeurent.

Questions imaginaires pour une conversation avec un chatbot

OK Google, combien de publicités bloquées ou supprimées par votre filiale YouTube contenaient de la désinformation sur le COVID-19 ? Comment vous assurez-vous que le contenu légitime, protégé par le droit international, ne soit pas retiré ?



...

Hey Facebook, qu'avez-vous fait pour rendre le journalisme crédible plus visible et partageable sur votre plateforme ?



...

@Twitter, combien des 3,4 millions de comptes faisant circuler des fausses informations avez-vous fermés ? Combien étaient des bots ? Combien de tweets contenant des fausses informations sur le COVID-19 avez-vous supprimés ? Combien de recours avez-vous examinés ?



...

Salut Siri, les abonnements aux actualités de l'Apple Store – l'entreprise peut-elle consacrer une part plus importante de son activité aux médias d'information ? Quelle est l'application qu'Apple développe pour le traçage des contacts et quel impact cela a-t-il sur la vie privée ?



...

Quoi de neuf, WhatsApp? Par pays, combien de comptes de « super-propagateurs » non authentiques identifiez-vous chaque semaine ?



...

III. Face à la demande croissante d'informations vérifiées, les médias indépendants ont relevé le défi

Cette crise a mis en évidence l'importance des médias et de l'accès à des informations vérifiées. Des médias libres et indépendants constituent une source essentielle d'informations crédibles et vitales, et ils aident les gens en détectant et en démystifiant les mensonges de la désinfodémie.

Le journalisme professionnel - la publication de faits vérifiés et d'opinions éclairées - a donné aux gens une alternative à la désinformation et a contribué à réfuter les mensonges. Opérant à la lumière de la place publique, il contraste avec le contenu caché et difficile à contester qui est partagé dans les services de messagerie privée.

De nombreux médias en ligne ont laissé tomber leurs « paywalls » et ont fourni une couverture gratuite de la pandémie de COVID-19, au nom de l'intérêt public.

Que fait le journalisme ?

Le journalisme professionnel nous aide à surveiller ce que nous pensons savoir et ce dont nous ne sommes pas sûrs. Il nous aide également à suivre l'évolution des connaissances scientifiques sur le virus, la prévention et le traitement, ainsi que les réponses politiques adoptées.

Par exemple, en contrant la théorie du complot selon laquelle les réseaux cellulaires 5G ont contribué à la propagation du coronavirus, les reportages ont démolé ce mythe et ont permis de découvrir qui en est le promoteur.

Les médias indépendants permettent au public de demander des comptes aux autorités publiques et contribuent à garantir une politique fondée sur des preuves et des mesures pratiques transparentes concernant la crise.

En revanche, la transmission des messages du gouvernement dans les médias publics n'est pas efficace s'il y a un manque de confiance dans ces médias.

En confirmant que les médias d'information fournissent un service inestimable au public pendant la crise, on a constaté une augmentation de leur audience :

Selon [International Media Support](#), parmi ses membres, il y a eu :

- 49% de hausse d'audience pour le site d'information panarabe DARAJ
- 2 500 000 vues sur la session Facebook Live de Rappler sur le COVID-19
- 25% de hausse d'audience pour le journal irakien Al Menasa

Le trafic Internet vers les grands organismes de presse a également augmenté. *Le New York Times* et le *Washington Post* ont enregistré [une augmentation](#) de 50 % en un mois.

De même, le trafic sur le site web du *Financial Times* a augmenté de 250 % en un mois par rapport à l'année précédente. La [page de suivi](#) du coronavirus du *Financial Times*, qui indique le nombre quotidien de décès résultant du COVID-19, [est devenue la page la plus consultée de tous les temps sur le site web d'information](#).

Le nombre de visiteurs uniques du site web du Guardian a [presque doublé](#), passant d'un record de 191 millions en février 2020 à 366 millions en mars. Cette augmentation des visites est allée de pair avec une augmentation du nombre de pages web consultées : 2,17 milliards de pages vues en mars 2020, soit 750 millions de plus que le précédent record du journal.

Une étude de l'[Institut Reuters](#) a révélé que 60% des personnes interrogées dans six pays ont déclaré que les médias d'information les avaient aidés à donner un sens à la pandémie, la confiance dans les médias d'information étant jugée nettement plus élevée que les informations reçues sur les médias sociaux.



Que disent les dirigeants sur le rôle des journalistes dans la lutte contre le COVID-19 ?

« Je salue les journalistes et les autres enquêteurs qui vérifient les faits dans la montagne d'histoires trompeuses et de publications sur les médias sociaux ».

-- [Antonio Guterres, Secrétaire général des Nations Unies](#), 14 avril 2020.

“Dans un monde aussi interdépendant que le révèle cette crise, chaque menace ou attaque contre la diversité et la liberté de la presse, et contre la sécurité des journalistes, nous concerne tous. J'appelle aujourd'hui à redoubler nos efforts : dans ce moment crucial et pour demain, nous avons besoin d'une presse libre et des journalistes, qui doivent, quant à eux, pouvoir compter sur l'ensemble d'entre nous.”

-- [Audrey Azoulay, Directrice générale de l'UNESCO](#), à l'occasion de la Journée mondiale pour la liberté de la presse, 3 mai 2020.

Des médias libres, indépendants et pluralistes jouent un rôle indispensable dans l'information du public pendant la crise actuelle du COVID-19. Chacun a droit à une information compréhensible, accessible, fiable et en temps réel concernant la nature et le niveau de la menace que le COVID-19 fait peser sur sa santé, lui permettant ainsi de suivre des conseils fondés sur des preuves quant à la manière de rester en sécurité ».

-- [Groupes des amis de la sécurité des journalistes](#) à l'UNESCO, aux Nations unies à New York et Genève et à l'OSCE, 15 avril 2020.

« Dans ces circonstances, notre responsabilité en tant qu'éditeurs et journalistes est plus importante que jamais. C'est probablement le plus grand défi que nous ayons eu à relever au cours des 100 dernières années. Les citoyens de tous les pays ont maintenant un plus grand besoin de notre travail journalistique... jamais nous n'avons été aussi nécessaires. Jamais notre rôle de cohésion sociale, de défense des valeurs démocratiques, de stimulation de la solidarité et de sensibilisation du public n'a été aussi évident. Jamais notre désir de faire le meilleur journalisme n'a été aussi grand. Jamais notre engagement en faveur de la vérité n'a été aussi louable. C'est un devoir social et éthique indispensable ».

-- [Fernando de Yarza López-Madrado, Président de la WAN-IFRA](#), 30 mars 2020.

Dans les pays du monde entier, le journalisme est considéré comme un « service essentiel » et les journalistes comme des « travailleurs essentiels », avec l'autorisation de continuer à faire des reportages et d'être exemptés des restrictions de circulation. Dans certains endroits, le journalisme a été qualifié de service « d'urgence ».

Cette reconnaissance de la valeur essentielle de service public du journalisme a également été promue par les principaux [journaux](#) et organismes de [radiodiffusion](#). À l'avenir, les médias de service public seront plus que jamais fondamentaux.

IV. Certaines mesures réglementaires ont conduit à de nouvelles restrictions des droits de l'homme

Le remède à la désinfodémie consiste à renforcer l'esprit critique des citoyens et à accroître la disponibilité d'informations vérifiées, et non à la diminuer.

[Un nouveau rapport](#) du Rapporteur spécial des Nations Unies sur la liberté d'opinion et d'expression, David Kaye, a souligné que l'accès à l'information, les médias indépendants et d'autres droits à la liberté d'expression sont cruciaux pour relever les défis de la pandémie. Ces droits sont essentiels pour fournir aux individus et aux communautés des informations vitales et contribuer à lutter contre la désinformation.

Le rapport, ainsi que les récents [principes directeurs](#) sur le COVID-19 du Haut-Commissariat aux droits de l'homme (HCDH), indique que les informations pertinentes sur le COVID-19 devraient être accessibles à tous, que l'accès à Internet est essentiel et que les journalistes et les médias devraient pouvoir rendre compte de la pandémie sans crainte ni censure.

[Une note stratégique](#) du Secrétaire général de l'ONU a établi que la crise de santé publique du COVID-19 a entraîné une « crise des droits de l'homme dont les répercussions sont liées à toute une série de droits de l'homme, notamment les droits à la liberté d'expression, à l'accès à l'information et à la vie privée ».

Dans l'urgence pour faire face à la crise de santé publique, plus de 80 gouvernements dans le monde ont déclaré l'état d'urgence. La plupart de ces pays n'ont pas notifié les Nations Unies, comme l'exige le Pacte international relatif aux droits civils et politiques, et nombre des mesures d'urgence ne comportent pas de clause de « temporisation ».

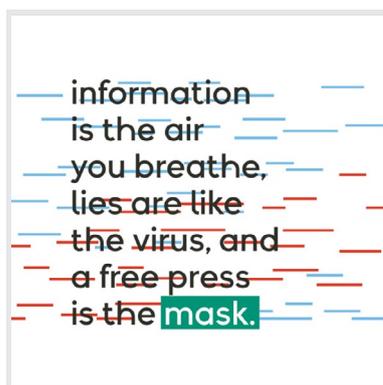
Bien que des restrictions temporaires à l'exercice des droits de l'homme pour des raisons de santé publique puissent être légitimes en vertu du droit international, dans certains cas, ces mesures ont eu des effets disproportionnés et ne répondent pas au triple critère de restriction des droits. Le texte exige qu'une restriction soit (i) dans la loi, (ii) nécessaire à l'objectif et (iii) pour un but légitime tel que défini dans le Pacte international relatif aux droits civils et politiques.

Certaines restrictions liées à la pandémie limitent le droit des personnes à accéder à l'information et la capacité des médias à lutter contre les mensonges. Parmi les menaces, on peut citer :

- **La liberté d'expression et la liberté de la presse** ont été limitées par des lois proposées pour lutter contre la désinformation ou les « fausses nouvelles ». Ces lois ont fait courir des risques pénaux aux journalistes, souvent simplement parce qu'ils émettent des critiques ou reflètent des débats politiques.
- **Le droit d'accès à l'information** a été mis à rude épreuve en raison de la suspension, dans certains cas, du droit du public à demander des informations. Ce droit est un corollaire de la liberté de la presse. Il souligne l'importance pour les gouvernements de mettre à disposition un maximum d'informations. L'accès à Internet est tout aussi important, alors que plusieurs pays n'ont pas réussi à remédier aux perturbations préexistantes.
- Les intrusions dans la **vie privée**, par le biais d'une surveillance renforcée (souvent liée au traçage des contacts et à l'application des quarantaines), sont parfois disproportionnées et risquent également d'être maintenues (et utilisées à d'autres fins) longtemps après la pandémie.

En ce qui concerne la veille mondiale sur la liberté de la presse :

L'[Institut international de la presse](#) (IPI), par le biais de son outil de suivi de la liberté des médias, a enregistré 140 cas de violations de la liberté des médias liées à la pandémie de COVID-19, incluant des arrestations et des inculpations, la censure, des restrictions de l'accès à l'information, des réglementations excessives sur les « fausses nouvelles » et des attaques verbales ou physiques.



[Reporters sans frontières](#) a documenté des attaques contre au moins 125 journalistes dans 29 pays, comprenant des expulsions, des arrestations, des interrogatoires, des violences policières, le retrait de cartes de presse, des demandes d'excuses publiques et la saisie d'appareils électroniques.

Plus de 20 cas de journalistes empêchés de faire des reportages sur le COVID-19 ont été enregistrés, selon l'[Index de la censure](#).

Ce graphique fait partie du [matériel de campagne](#) de l'UNESCO pour la Journée mondiale de la liberté de la presse 2020.

V. Pour tenir le public informé, les journalistes mettent leur propre sécurité en danger

Les journalistes sont en première ligne dans la lutte contre la déformation de la vérité. Compte tenu de leur rôle essentiel, leur sécurité doit être garantie.

Pour que les journalistes puissent suivre la situation des droits de l'homme liée au COVID-19, la [Commission interaméricaine des droits de l'homme](#) a demandé qu'une protection spéciale soit accordée aux journalistes et aux défenseurs des droits de l'homme.

La nécessité d'assurer la sécurité des journalistes est également soulignée dans une déclaration commune des [Groupes des amis de la sécurité des journalistes à New York, Genève, Vienne et Paris](#). Signée conjointement par 41 États membres de toutes les régions, cette déclaration exprime leurs préoccupations pour la sécurité des journalistes - qui va de l'arrestation aux menaces physiques et psychologiques - et salue les efforts déployés pour la protéger.

Les reportages sur le COVID-19 multiplient les risques pour la sécurité des journalistes dans toutes les dimensions :

Sécurité physique

Dans le cadre de leurs reportages, les journalistes risquent leur santé par manque d'équipements de protection individuelle, comme des gants et des masques.

Au moins 16 journalistes sont morts du COVID-19, [rapporte](#) l'Institut Poynter, tandis que des responsables en Inde [ont déclaré](#) que 53 journalistes (sur un échantillon de 167) ont été testés positifs au coronavirus à Mumbai.

Les journalistes du monde entier ont également subi des attaques physiques, ainsi que des actes de harcèlement liés à la couverture de la pandémie - tels que des reportages sur la foule et des abus de la part des forces de sécurité.

Sécurité juridique

Souvent en raison de restrictions légales trop larges justifiées par la lutte contre la désinformation liée au COVID-19, des journalistes du monde entier ont été arrêtés et détenus.

Ils avaient notamment soulevé des questions sur les limites des statistiques officielles, ou ouvert une plateforme de débat sur l'étendue des restrictions de confinement et la fourniture d'équipements de protection individuelle et de respirateurs.

Il devient dangereux de rendre compte de la corruption et des agressions commises par les agents de l'État qui commettent ces crimes sous le couvert des contrôles liées au COVID-19.

L'Institut Poynter a enregistré plus de 300 personnes dans 40 pays arrêtées et accusées de diffuser de fausses informations sur le COVID-19, la plupart des arrestations ayant eu lieu dans la région Asie-Pacifique. Il s'agit notamment d'arrestations de journalistes.

Au moins **38 journalistes ont été arrêtés et/ou accusés** en rapport avec la couverture du COVID-19 selon l'[Institut international de la presse](#).

Sécurité psychologique

Les journalistes sont confrontés à une pression accrue, avec des heures de travail prolongées et des vérifications incessantes des faits, des craintes quant à la sécurité de l'emploi et le traumatisme que représente le reportage sur des maladies graves. Certains dirigeants politiques ont soumis les journalistes qui font des reportages critiques à de dures attaques verbales.

Sécurité numérique

La surveillance accrue et le piratage informatique ont compromis la capacité des journalistes à garantir la confidentialité de leurs sources, alors que certains gouvernements ont pris des mesures sévères à l'encontre des lanceurs d'alerte.

Les coupures fréquentes d'Internet et des réseaux sociaux ont également entravé la capacité des journalistes à réaliser des reportages et à communiquer.

L'activité en ligne ayant augmenté au cours de cette période, les femmes journalistes, qui ont déjà constaté des niveaux plus élevés de harcèlement en ligne, sont confrontées à des risques accrus.

Le Comité pour la protection des journalistes a publié un [Avis de sécurité pour la couverture de l'épidémie de coronavirus qui fournit des conseils aux journalistes sur ces questions](#).



VI. L'impact économique du COVID-19 peut constituer une menace existentielle pour le journalisme

Les menaces qui pèsent sur la liberté de la presse et la sécurité des journalistes surviennent à un moment où le stress économique de la crise pousse de nombreux médias au bord de l'extinction, au moment même où ils sont le plus nécessaires.

Les retombées économiques de la pandémie ont conduit le Fonds Monétaire International à [prédire](#) que 2020 connaîtra la pire récession économique depuis la Grande Dépression des années 1930. L'Organisation internationale du Travail [prévoit](#) la perte de l'équivalent de 195 millions d'emplois à temps plein.

Dans ce contexte, les médias ont été durement touchés.

Malgré une croissance record de l'audience, la santé de l'industrie des médias d'information est en danger.

Les recettes publicitaires ont chuté soudainement. Le Forum mondial pour l'expansion des médias a signalé que certains de ses membres ont vu leurs recettes publicitaires diminuer de 70 %.

Les pertes de revenus de nombreuses entreprises de médias ont entraîné des licenciements, des réductions de salaire et des congés dans les organisations de médias du monde entier.

Le moment actuel a été décrit comme un « [événement d'extinction des médias](#) ».

Dans certains cas, les médias ont cessé leurs activités et certaines organisations, notamment locales, risquent de ne pas survivre. Au Royaume-Uni, [The Guardian](#) a rapporté que l'association nationale des radios communautaires avertit qu'un tiers des stations de radio communautaires risquent de fermer, une situation encore plus fragile dans les pays où les médias locaux disposent de ressources encore plus limitées.

Les organisations médiatiques qui ferment leurs portes risquent de ne jamais revenir, créant ainsi des déserts d'information pour le public. En l'absence d'informations vérifiées, la désinformation comble le vide.

Parmi ceux qui survivent, la chute des revenus de la publicité privée peut compromettre leur capacité à assurer une couverture indépendante.

Dans de nombreux pays, l'absence de recettes publicitaires privées suffisantes a rendu les organisations de médias trop dépendantes des publicités gouvernementales. Certains ont été ou sont victimes de « barons des médias » qui utilisent leurs acquisitions pour exercer une influence politique au détriment de la couverture dans l'intérêt public. La crise actuelle pourrait aggraver ces tendances.

VII. Au milieu de la crise, de nouvelles opportunités se présentent pour défendre le journalisme

La crise déclenchée par la pandémie de COVID-19 pourrait avoir un impact à long terme sur l'accès à l'information et la liberté de la presse dans le monde.

Elle pourrait entraîner davantage de restrictions et de dangers pour les journalistes, ainsi que la suppression des droits de la presse à communiquer des informations et des droits des personnes à rechercher et à recevoir des informations.

Mais ce moment offre également l'occasion de reconnaître le journalisme comme un élément essentiel de nos vies et de nos ressources, et de renforcer les médias d'information aujourd'hui et dans les années à venir.

En ces temps difficiles, les acteurs concernés peuvent défendre :

Les droits de l'homme : Les efforts de lutte contre la désinfectémie doivent respecter les normes internationales en matière de droits de l'homme, y compris les droits à la liberté d'expression, à l'accès à l'information et à la vie privée. Toute nouvelle restriction doit être nécessaire et proportionnée, inscrite dans la loi et limitée dans le temps.

La liberté d'expression peut également être protégée de manière proactive. Les actions des autorités dans ce domaine peuvent inclure le soutien au journalisme de nombreuses manières, ainsi que la pratique de la transparence et le respect de la vie privée conformément aux normes internationales.

Les opérateurs judiciaires du monde entier devraient jouir de l'indépendance nécessaire pour garantir que toutes les mesures juridiques et administratives prises dans leur pays respectent ces normes.

Les journalistes peuvent bénéficier d'un soutien juridique en cas de violation de leurs droits - par exemple grâce au nouveau Fonds mondial pour la défense des médias administré par l'UNESCO.

L'accès et l'accessibilité : Des informations fiables et vitales devraient être mises à disposition par le biais d'une divulgation proactive par les gouvernements. Cela implique notamment de publier des sources de données ouvertes, dans le respect de la vie privée des individus, et de faire preuve de transparence en ce qui concerne les dépenses publiques liées à la pandémie et à ses conséquences.

L'accès à la connectivité Internet doit être ouvert et étendu. Il est devenu encore plus urgent de combler le fossé numérique entre les hommes et les femmes, les personnes âgées et les jeunes, les pays développés et les pays en développement.

La connaissance : Le monde a besoin de plus d'informations comme fondement de la connaissance. Il convient de mettre l'accent sur la promotion de la science et des politiques fondées sur des faits, et sur la contribution du journalisme à ces derniers.

L'engagement et le renforcement des capacités : Un reportage de qualité sur la crise peut éduquer et informer, promouvoir des solutions et la paix, stimuler la participation des citoyens et la responsabilité des gouvernements. L'éducation aux médias et à l'information, y compris dans les écoles et les universités, peut donner aux individus la pensée critique nécessaire pour lutter contre la désinfodémie.

La transparence : Les entreprises technologiques doivent faire preuve de transparence dans leur lutte contre la désinfodémie, et leurs décisions sur le contenu doivent respecter les normes internationales en matière de droits de l'homme.

La solidarité : Pour soutenir l'industrie de l'information, les organisations de médias devraient se voir offrir un soutien :

- Par les entreprises de technologie - via des dons, le partage des recettes publicitaires,
- Par les gouvernements - via l'inclusion dans les plans de sauvetage économique, les allègements fiscaux, les subventions, les dons ou les plans de relance, avec des garanties d'indépendance éditoriale,
- Des garanties d'indépendance éditoriale et de pluralité des médias doivent faire partie du paquet.

La coopération multilatérale et multipartite : La combinaison des forces au sein des pays et entre eux est vitale face à la pandémie et à la désinfodémie. Des efforts fragmentés ne suffiront pas.

Le suivi mondial : La coopération en matière de recherche devrait être renforcée dans toutes les régions du monde afin de mieux suivre l'impact des réponses au COVID-19 sur la liberté de la presse.

now
is not
the
time
to
mask
truth.

More than ever we need facts.
More than ever we need press freedom.

#covid19 #WorldPressFreedomDay

Ce graphique fait partie du [matériel de campagne](#) de l'UNESCO pour la Journée mondiale de la liberté de la presse 2020.



Programme
multi donateurs pour
la liberté d'expression et
la sécurité des journalistes

À propos de cette note

Cette note fait partie de la série de l'UNESCO [Tendances mondiales en matière de liberté d'expression et de développement des médias](#). Elle couvre les principales tendances concernant l'impact de la pandémie de COVID-19 sur la liberté de la presse et le journalisme. Cette note est produite dans le cadre de la célébration de la [Journée mondiale de la liberté de la presse](#) et est conçue pour servir de référence aux États membres de l'UNESCO, aux organisations de médias, aux ONG et aux sociétés de l'Internet. Le contenu de cette note a été développé par Rachel Pollack, avec des contributions de Namara Burki et le soutien additionnel d'Oscar Castellanos, Valeria Nadal, Sara Guglielmi et Cecilia Gonzalez Fabeyro.

La police utilisée a été spécialement conçue pour la campagne « Facts » développée pour la célébration de la Journée mondiale de la liberté de la presse en 2020.

Pour obtenir la liste des ressources qui ont servi à la rédaction de cette note thématique, veuillez consulter le site [Tendances mondiales en matière de liberté d'expression et de développement des médias](https://fr.unesco.org/world-media-trends). <https://fr.unesco.org/world-media-trends>

Photo de couverture : Nidal Alwahidi
Graphiste: Marc James

Publié en 2020 par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France ©UNESCO. Œuvre publiée en libre accès sous la licence Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Les utilisateurs du contenu de la présente publication acceptent les termes d'utilisation de l'Archive ouverte de libre accès UNESCO (www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-fr). Les désignations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les idées et les opinions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs ; elles ne reflètent pas nécessairement les points de vue de l'UNESCO et n'engagent en aucune façon l'Organisation.

