



En  
accès  
libre

LE VIRUS  
DE LA RECHERCHE

PAULINE AMIEL

**AIDER LA PRESSE  
À LUTTER CONTRE LE VIRUS  
DES *FAKE NEWS***

**PUG**

La collection « **LE VIRUS DE LA RECHERCHE** » est une initiative des PUG en partenariat avec [The Conversation](#) et l'Université Grenoble Alpes.

**Directrice de la publication :** Ségolène Marbach

**Directeur de la collection :** Alain Faure

Cette édition électronique a été réalisée pour les PUG par Catherine Revil, en télétravail, pendant la période de confinement.

ISBN 978-2-7061-4873-6 (*e-book PDF*)

ISBN 978-2-7061-4874-3 (*e-book ePub*)

© PUG, mai 2020

15, rue de l'Abbé-Vincent – F-38600 Fontaine

[pug@pug.fr](mailto:pug@pug.fr) / [www.pug.fr](http://www.pug.fr)

## L'OPÉRATION **LE VIRUS DE LA RECHERCHE**

En réaction à la situation inédite engendrée par le coronavirus, les PUG ont proposé à leurs auteurs et aux chercheurs intéressés d'**ouvrir la réflexion sur les enjeux de la crise du Covid-19 vus par le monde de la recherche, sur la base d'une contribution libre et volontaire.**

Nous avons demandé aux auteurs de questionner les modes de formulation et de diffusion des savoirs car l'urgence nous oblige sur cette voie. Les chercheurs sont des gens passionnés. Leur *virus de la recherche* formate leurs réflexions sur la marche du monde et il nous semble que la crise du Covid-19 favorise aussi un travail d'introspection sur les ressorts sensibles du métier de chercheur – ses tâtonnements, ses doutes, ses énigmes mais aussi ses espoirs.

**La collection « Le virus de la recherche », coordonnée par Alain Faure (CNRS, Sciences Po Grenoble, Pacte, UGA), rassemble les meilleurs textes issus de cette initiative dans une série d'e-books courts, en libre accès, en téléchargement sur le site des PUG, dans leur réseau de diffusion, et chez tous les libraires en ligne.**

Face à la crise, les PUG choisissent de faire preuve d'esprit coopératif, de réactivité et d'agilité et proposent ainsi à leurs lecteurs de garder les neurones en action dans l'effervescence des réflexions et du débat scientifique.

Bonne lecture à tous!



Les radios d'informations<sup>1</sup> affichent +40 % d'audience pour la première semaine du confinement. Les interfaces digitales des marques de presse quotidienne régionale<sup>2</sup> (PQR) totalisent +109 % de visites en mars. Même schéma pour les sites des médias nationaux. En parallèle, les abonnements numériques ne cessent d'augmenter. Les médias d'information s'imposent donc comme une ressource essentielle face à la crise sanitaire. Ils voient actuellement leurs audiences exploser. Et dans le même temps, la presse se retrouve face à des difficultés économiques majeures et n'a sans doute jamais été dans une situation aussi précaire. La situation actuelle pourrait permettre d'engager une réflexion globale sur le fonctionnement du système médiatique.

## En deuxième ligne

Depuis le début de la pandémie, la consommation d'informations en ligne, télévisée et radiophonique augmente<sup>3</sup>. Et même si la défiance envers les médias<sup>4</sup> s'exprime toujours dans les sondages, ils restent plus que jamais un refuge pour obtenir des informations fiables dans cette période troublée. Le public cherche à comprendre<sup>5</sup>, à lire des analyses pour appréhender la pandémie et à préparer le monde d'après.

Damien Allemand, responsable du service digital du groupe Nice-Matin, témoigne sur Twitter, ce lundi 13 avril, après le discours du président de la République :

« Point audiences sur @Nice\_Matin :

- elle a chuté de moitié pendant le discours de Macron
- elle est repartie 3 fois plus fort dès la fin de l'allocution

L'information c'est important. »

---

1. <https://www.acpm.fr/Actualites/Les-publications/Communiques-des-sites-et-applications/ACPM-Classements-Numeriques-OJD-mars-2020>

2. <https://www.366.fr/366/actualites/correspondances-locales-nouvelle-newsletter/>

3. <https://www.tns-sofres.com/communiques-de-presse/barometre-covid-19-letude-mondiale-sur-les-attitudes-des-consommateurs-les-habitudes-et-attentes-medias-en-periode-de-pandemie>

4. <https://www.edelman.com/research/edelman-trust-covid-19-demonstrates-essential-role-of-private-sector>

5. <https://larevuedesmedias.ina.fr/temoignages-coronavirus-comment-le-confinement-change-facons-informer>

L'information, c'est important. Nous en avons besoin, plus que jamais. Les journalistes, « dans la deuxième ligne » de lutte pendant la crise du Covid-19 (selon Emmanuel Macron), travaillent pour continuer à informer le public dans des conditions complexes. Soit sur le terrain, à prendre des risques quotidiens pour eux et pour leur famille, soit en télétravail, en s'adaptant, en cherchant des informations en ligne, par téléphone.

Les effectifs des rédactions sont réduits : journalistes en chômage partiel, en télétravail, ou même, pour certains, atteints de la maladie. Et ces difficultés ne font qu'accroître le casse-tête qu'ils subissent depuis des années : diminution des moyens, coupes budgétaires, réduction du nombre de postes, etc. La crise structurelle que traverse la presse avait déjà fait des ravages bien avant que la pandémie ne s'en mêle.

## Innovations et difficultés

La situation est critique et les flux tendus mais les rédactions se sont mobilisées et se sont adaptées rapidement. Les paginations des journaux ont été révisées. Des pages de soutien aux personnels hospitaliers et de conseils aux familles sont proposées quotidiennement. Les journaux télévisés ont augmenté leur temps d'antenne. Les rédactions de Radio France et des autres radios d'informations se sont adaptées pour proposer de l'information fiable en continu, tout en essayant de protéger leurs salariés. Le télétravail<sup>6</sup> a été massivement mis en place, générant une adaptation importante pour continuer d'offrir de l'information.

Sur le web, les initiatives fleurissent : des podcasts, des newsletters, du journalisme de solutions<sup>7</sup>, ou encore des *live* (directs) pour écouter le public, pour répondre aux questions. La PQR a joué le jeu de la proximité et de la solidarité<sup>8</sup> : de nombreuses plateformes, pages Facebook et autres ont rapidement été créées pour aider les populations locales et mettre en relation les habitants.

La presse qui, depuis plusieurs décennies, peine à renouveler son modèle économique et à s'acclimater au web, prouve son ingéniosité ainsi que sa capacité d'adaptation et de résilience.

---

6. <https://larevedesmedias.ina.fr/covid-19-coronavirus-confinement-medias-journalistes-teletravail>

7. <https://larevedesmedias.ina.fr/covid-19-le-journalisme-de-solutions-se-fraie-t-il-une-place>

8. <https://larevedesmedias.ina.fr/epidemie-coronavirus-covid-19-medias-locaux-role-solidarites>

Pourtant, la situation économique des entreprises de presse reste délicate. Du côté des revenus publicitaires, qui pèsent lourd dans le chiffre d'affaires, c'est la chute libre : Kantar média<sup>9</sup> évalue sa baisse pour la télévision, la radio et la presse à 70 % en avril. Une diminution inquiétante dans un contexte où les médias voient leurs revenus s'affaiblir depuis plusieurs décennies.

La perte économique s'accompagne d'une précarisation encore plus grande des journalistes. Chaque jour, des pigistes témoignent de leur situation sur Twitter ou à travers des collectifs comme Ras La Plume<sup>10</sup> : disparition des commandes, refus systématiques des propositions de sujet entraînant une perte sèche de salaire.

Le chômage partiel affecte des rédactions qui, parfois déjà très fragiles, craignent pour la suite et continuent de s'affaiblir malgré les rumeurs de plans sociaux. Pour rappel, depuis la fin 2019, les salariés de Radio France se sont mobilisés pendant plusieurs semaines face à l'annonce de coupes budgétaires et salariales majeures. La chaîne télévisée France 4, par exemple, était appelée à disparaître alors qu'elle propose aujourd'hui à destination des enfants des programmes d'éducation jouant un rôle ressource dans la continuité pédagogique.

## **Fake news et conspirationnisme**

Information, éducation, soutien, service, analyse : les missions des journalistes sont indispensables, et tout particulièrement face au déferlement des *fake news*. Théorie du complot, conspirations, rumeurs, informations mensongères, peu importe le terme, depuis de nombreuses années, ces *fake news*<sup>11</sup> polluent le web, trouvant une audience inédite grâce à la facilité de propagation sur les réseaux sociaux. Certaines peuvent prêter à sourire. Mais elles sont, le plus souvent, une réelle menace sur l'espace public et la démocratie.

Alors que le temps de consommation d'écran redouble, l'exposition aux *fake news* croît. L'Observatoire du conspirationnisme a établi une carte mondiale<sup>12</sup> des « commentaires, déclarations et propos à caractère complotiste autour

---

9. <https://www.tns-sofres.com/communiqués-de-presse/barometre-covid-19-letude-mondiale-sur-les-attitudes-des-consommateurs-les-habitudes-et-attentes-medias-en-periode-de-pandemie>

10. <https://www.facebook.com/raslaplume/>

11. Alexandre Joux, Maud Péliissier (dir.), *L'information d'actualité au prisme des fake news*, Paris, L'Harmattan, 2018.

12. [https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1cHsugxKs32ptkmt45VHLggljjsEYW7\\_f&ll=4.282263513972222%2C-22.10797846395326&z=2](https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1cHsugxKs32ptkmt45VHLggljjsEYW7_f&ll=4.282263513972222%2C-22.10797846395326&z=2)

de la pandémie de Covid-19 », et sa lecture est édifiante. L'incertitude de la période, les tâtonnements des pouvoirs publics, le manque d'informations sur le virus ainsi que notre propre angoisse renforcent la propagation de ces fausses nouvelles. On peut lire par exemple que le Covid-19 se répandrait par la 5G, par le compteur Linky, que le virus aurait été créé par des scientifiques en laboratoire, etc.

Même si nous pouvons adopter « des gestes barrières numériques »<sup>13</sup>, le meilleur rempart actuel contre ces fausses informations reste le journalisme de qualité. Les rédactions poursuivent leur mission habituelle en démontant ces théories. Chaque semaine, l'Observatoire du conspirationnisme publie une revue de presse<sup>14</sup> de la lutte des médias contre les *fake news*.

## Les citoyens ont les médias qu'ils méritent

Le public doit s'engager en achetant la presse, en s'y abonnant, en soutenant les médias d'information. Les pouvoirs économiques et publics doivent aider financièrement les entreprises de presse, qui, pour certaines, risquent de ne pas se relever de cette crise. Parce que ce sont les journalistes qui, aujourd'hui, perpétuent une forme d'égalité, un savoir commun et l'espace public. Les plateformes doivent enfin rémunérer les éditeurs à la juste valeur de leurs contenus. Parce que ce sont les journalistes qui confrontent les *fake news*, et si peu les algorithmes.

Bien sûr, la pandémie actuelle ne permet pas d'oublier la défiance envers la presse et les mauvaises pratiques de certains journalistes, la crise des Gilets jaunes, la concentration des médias, le manque de pluralisme, la propagation des stéréotypes et le peu de représentativité de l'information.

Au-delà de cette crise, il faut engager un vrai travail de fond, une analyse structurelle du système médiatique et enfin mettre en place une vraie éducation aux médias, pour tous. Toutes les parties doivent s'y mettre : des écoles de journalisme, aux médias eux-mêmes, en passant par les experts, les annonceurs, les journalistes, les législateurs. Comme dans d'autres domaines, la crise actuelle pourrait permettre d'engager cette réflexion réclamée par beaucoup depuis longtemps mais jamais effectuée. ●

13. <https://theconversation.com/epidemie-dinfo-des-gestes-barrieres-numeriques-a-adopter-aussi-135219>

14. <https://www.conspiracywatch.info/conspiracy-news-15-2020.html>

## L'AUTEURE

Journaliste durant plusieurs années, **Pauline Amiel** est aujourd'hui maître de conférences à l'EJCAM (École de journalisme et de communication d'Aix-Marseille université) et responsable du master Journalism. Elle mène ses recherches à l'IMSIC (Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication).



---

## PARU AUX PUG

*Le journalisme de solutions*, collection « Journalism en + », 2020.

[Découvrir l'ouvrage](#)

[Découvrir la collection](#)

**Découvrir d'autres titres de la collection [LE VIRUS DE LA RECHERCHE](#).**