

CONFÉRENCE
MONDIALE
SUR LA

LIBERTÉ DE LA PRESSE

LE 16 NOVEMBRE, 2020

Indépendance et Pérennité des Médias D'information

Mira Milosevic, Forum mondial pour le
développement des médias



INDÉPENDANCE ET PÉRENNITÉ DES MÉDIAS D'INFORMATION

Avis: Les vues et les positions exprimées dans le présent rapport n'engagent que les auteurs et ne représentent pas nécessairement celles du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement ou du gouvernement du Canada. Ce document est la traduction de la version originale anglaise.



Résumé

En deux décennies à peine, les changements qui sont survenus dans l'environnement politique, technologique, social et commercial ont mis en danger la pérennité et, par conséquent, l'indépendance du journalisme et des médias d'information à l'échelle mondiale. Comme cette crise est amplifiée par la pandémie de COVID-19, les prochaines années seront décisives pour l'avenir du journalisme.

Les recettes publicitaires, un des piliers de la stabilité financière de nombreuses salles de presse, disparaissent rapidement. Les utilisateurs accèdent de plus en plus aux nouvelles depuis leur téléphone ou leur appareil mobile. Les incitatifs et le modèle d'économies d'échelle qui sont l'apanage des plateformes numériques pénalisent la qualité de l'information et du journalisme.

Bien qu'ils constituent encore une part essentielle des sources de financement, les revenus tirés de la diffusion numérique ne combleront pas les manques à gagner laissés par le déclin de la publicité. Les subventions et les mécanismes de soutien actuels ne sont pas considérés comme étant suffisants pour pallier la défaillance du marché et la pénurie de journalisme local, ni pour garantir que le journalisme demeure un bien public. Ces tendances sont les plus prononcées dans les endroits les moins développés du monde et dans les contextes pauvres en ressources. À l'heure actuelle, il n'existe aucun mécanisme de marché solidement établi pour convertir la valeur sociale du journalisme professionnel et responsable en un rendement monétaire équivalent pour les médias d'information.¹

En l'absence de nouveaux financements publics, d'une réglementation des marchés numériques et de systèmes internationaux de soutien pour les médias à but non lucratif, le journalisme professionnel indépendant court le risque de devenir un luxe inabordable, plutôt qu'un bien public universel.

¹ Hamilton, James T. (July 22, 2016). "Accountability Journalism: A Cost-Benefit Analysis". *Nieman Reports*.

<https://niemanreports.org/articles/accountability-journalism-a-cost-benefit-analysis/>

Introduction

La démocratie et les libertés fondamentales se dégradent à l'échelle mondiale². Plus de 90 % de la population mondiale vit dans des pays où la liberté des médias a atteint un niveau considéré comme problématique, inquiétant ou très grave³. Les systèmes qui soutiennent la production professionnelle de nouvelles et d'information fiable font face à des défis, même dans les démocraties les plus avancées. La prochaine décennie sera décisive pour l'avenir du journalisme, étant donné que la pandémie amplifie les crises qui se conjuguent, notamment l'effondrement du modèle économique journalistique⁴.

Entre 2009 et aujourd'hui, la fermeture de près de 200 stations de radio au Venezuela a créé de vastes zones dépourvues de nouvelles locales⁵. Au Brésil, plus de 30 millions de personnes vivent dans un « désert médiatique », c'est-à-dire des municipalités qui n'ont pas d'organe médiatique⁶. Au moins un tiers des emplois de journalistes au Canada ont disparu depuis 2010⁷, tandis que les États-Unis ont perdu 2 100

journaux en 15 ans⁸. La pandémie⁹ et ses répercussions économiques mondiales¹⁰ ont considérablement accéléré cette tendance¹¹.

Une dégradation de la liberté et de l'indépendance de la presse due à la défaillance du marché

Effondrement des recettes publicitaires :

Depuis 2008, les recettes publicitaires des journaux sont en chute libre dans le monde entier. Elles ont dégringolé de 103 à 49 milliards¹² de dollars en 2019¹³. En raison de la COVID-19, ce montant devrait encore chuter de 25 % en 2020.¹⁴ Même s'il est prévu que l'ensemble du marché de la publicité en ligne continuera sa croissance à un taux annuel composé d'environ 20 %¹⁵, les recettes publicitaires numériques échappent largement aux éditeurs de presse¹⁶.

Cette dissociation entre la publicité et le contenu journalistique est le résultat de deux tendances à long terme. Premièrement, en profitant de la forte concentration du marché, les grandes

² V-Dem Institute (2020). Democracy Report 2020. *Autocratization Surges – Resistance Grows*. https://www.v-dem.net/media/filer_public/31/c3/31c3e31a-75ad-4c72-83db-878a2ecb0b2d/screenshot_2020-03-22_at_190458.png

³ Reporters Without Borders. (May 2, 2019). "Only nine percent of humankind lives in a country where press freedom is good." <https://rsf.org/en/news/only-nine-percent-humankind-lives-country-where-press-freedom-good>

⁴ Reporters Without Borders. (2020). "2020 World Press Freedom Index: 'Entering a decisive decade for journalism, exacerbated by coronavirus.'" <https://rsf.org/en/2020-world-press-freedom-index-entering-decisive-decade-journalism-exacerbated-coronavirus>

⁵ Committee to Protect Journalists. (2020). "Mapping Venezuela's Shrinking Radio Landscape: Venezuelans Navigate an Information Desert amid COVID-19, Humanitarian, & Political Crises". https://cpj.org/2020/09/venezuela_radio_shutdowns_censor_broadcast/

⁶ Hernández, Nadya. (May 2, 2019). "Addressing Colombian News Deserts". International Journalists' Network. <https://ijn.net.org/en/story/addressing-colombian-news-deserts>

⁷ Public Policy Forum. (2017). *The Shattered Mirror: News, Democracy, and Trust in the Digital Age*. <https://shatteredmirror.ca/wp-content/uploads/theShatteredMirror.pdf>

⁸ Abernathy, Penelope M. (2020). *News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive*. UNC Hussman School Journalism and Media. https://www.cisl.org/wp-content/uploads/2020/06/2020_News_Deserts_Report_Final-Version-to-Design-Hammer-6-23-1.pdf

⁹ Media Foundation for West Africa. (April 2020). *Media and COVID-19 in West Africa: Liberia*. <https://www.mfwa.org/wp-content/uploads/2020/06/Media-and-COVID-19-in-Liberia-design.pdf>

¹⁰ Public Interest News Foundation. (March 26, 2020). "Three quarters of independent news providers in the UK at risk of closure due to COVID-19." <https://www.publicinterestnews.org.uk/post/research-three-quarters-of-independent-news-providers-in-the-uk-at-risk-of-closure-due-to-covid-19>

¹¹ International Federation of Journalists. (2020). "Exposed: The crisis facing journalism in the face of COVID-19." <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/press-releases/article/exposed-the-crisis-facing-journalism-in-the-face-of-covid-19.html>

¹² WAN-IFRA. (2010). *2010 World Press Trends* WAN-IFRA/ZenithOptimedia

¹³ Mayhew, Freddy. (September 14, 2010). "Report predicts five years of steep global decline for newspaper industry revenue (print and online)." <https://pressgazette.co.uk/report-predicts-five-years-of-steep-global-decline-for-newspaper-industry-revenue-print-and-online/>

¹⁴ GroupM. (June 22, 2020). "This year, next year: global mid-year forecast report". <https://www.groupm.com/this-year-next-year-global-mid-year-forecast-report/>

¹⁵ Mordor Intelligence. (2020). *Online Advertising Market – Growth, Trends, and Forecast 2020-2025*. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/online-advertising-market>

¹⁶ Mordor Intelligence. (2020). *Online Advertising Market – Growth, Trends, and Forecast 2020-2025*. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/online-advertising-market>

¹⁷ Srinivasan, Dina. (rev. July 30, 2020). "Why Google Dominates Advertising Markets". *Stanford Technology Law Review*, Vol. 24 (forthcoming). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3500919

plateformes et les intermédiaires ont capté le marché de la publicité numérique¹⁷ et d'autres secteurs d'activité numériques essentiels¹⁸, et ils ont compromis la diversité et la qualité du marché de notre écosystème d'information¹⁹. Deuxièmement, les entreprises spécialisées en technologies publicitaires permettent aux annonceurs d'empêcher que leurs publicités²⁰ apparaissent à proximité de toute information que ceux-ci considèrent comme controversée²¹, y compris de contenus journalistiques ou de nouvelles²².

Changements profonds dans la diffusion et la consommation de nouvelles : Les utilisateurs accèdent de plus en plus aux nouvelles depuis leur appareil mobile²³, les médias sociaux et les plateformes de messagerie²⁴. Ils considèrent que les médias sociaux sont moins crédibles, objectifs et exacts que d'autres grandes plateformes médiatiques. Toutefois, en raison de la disponibilité et de l'accessibilité de l'information, ainsi que du système actuel d'incitatifs et de recommandations, le modèle d'économies d'échelle adopté par les plateformes est plutôt pénalisant pour la qualité du contenu.

Concentration de la propriété et captation des médias : Une poignée d'individus et

d'organisations contrôlent des parts de plus en plus importantes de la production, de la diffusion, de la collecte de données et des chaînes publicitaires des médias d'information²⁵. La recherche démontre que les journaux et les médias locaux figurent parmi ceux qui sont les plus vulnérables. L'une des principales menaces qui pèsent sur l'indépendance éditoriale dans un nombre croissant de pays partout dans le monde est la captation des médias²⁶ — une forme de contrôle qui résulte de la collusion entre des gouvernements et de puissants groupes d'intérêts²⁷.

Quelles sont les possibilités pour combler les lacunes du financement du journalisme?

Marchés numériques pour les nouvelles : S'il est vrai qu'il serait facile de rejeter la publicité numérique et de décréter qu'elle n'est pas pertinente dans le portefeuille des recettes du journalisme et des médias d'information²⁸, l'avenir de l'ensemble de notre système d'information est intrinsèquement lié aux marchés numériques et à la manière dont l'Internet est régi. En Australie²⁹, en Europe³⁰ et

¹⁷ Statt, Nick (Feb. 3, 2020). YouTube is a \$15 billion-a-year business, Google reveals for the first time. The Verge. <https://www.theverge.com/2020/2/3/21121207/youtube-google-alphabet-earnings-revenue-first-time-reveal-q4-2019>

¹⁸ Fung, Brian. (updated Oct. 7, 2020). Congress' Big Tech investigation finds companies wield 'monopoly power.' CNN Business. <https://edition.cnn.com/2020/10/06/tech/congress-big-tech-antitrust-report/index.html>

¹⁹ Brogi, Elda et al. (2020). *Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, and Turkey in the Years 2018-2019*. Centre for Media Pluralism and Media Freedom. <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67828/MPM20-20-PolicyReport.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

²⁰ CHEQ/University of Baltimore. (2019). *The Economic Costs of Keyword Blacklists for Online Publishers*. https://info.cheq.ai/hubfs/Research/The_Economic_Costs_of_Keyword_Blacklists_for_Online_Publishers.pdf

²¹ Global Alliance for Responsible Media. (2020). *GARM: Brand Safety Floor & Suitability Framework*. https://wfanet.org/lib/download/urn:uuid:7d484745-41cd-4cce-a1b9-a1b4e30928ea/garm+brand+safety+floor+suitability+framework+23+sept.pdf?format=save_to_disk&ext=.pdf

²² Martin, Nik. (Aug. 4, 2020). "Coronavirus: When using the c-word gets you blacklisted." Deutsche Welle. <https://www.dw.com/en/coronavirus-pandemic-blacklist-advertising-news-digital-covid-19/a-53056149>

²³ Handley, Lucy. (Jan. 24, 2019). "Nearly three quarters of the world will use just their smartphones to access the

internet by 2025." CNBC.

<https://www.cnn.com/2019/01/24/smartphones-72percent-of-people-will-use-only-mobile-for-internet-by-2025.html>

²⁴ Jigsaw Research. (Aug. 13, 2020). *News consumption in the UK: 2020*.

https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0013/201316/news-consumption-2020-report.pdf

²⁵ Brogi, Elda et al. *ibid*.

²⁶ Schiffrin, Anya (ed.). (2017). *In the Service of Power: Media Capture and the Threat to Democracy*. Center for International Media Assistance.

https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2017/08/CIMA_MediaCaptureBook_F1.pdf

²⁷ Dragomir, Marius. (2020). *Reporting Facts: Free from Fear or Favour – Preview of In Focus report on World Trends in Freedom of Expression and Media Development*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373572>

²⁸ Wieser, Brian. (June 22, 2020). *This Year, Next Year: Global Mid-Year Forecast Report*. GroupM. <https://www.groupm.com/this-year-next-year-global-mid-year-forecast-report/>

²⁹ Australian Competition and Consumer Commission. (July 26, 2019). *Digital Platforms Inquiry Report*.

<https://www.accc.gov.au/site-search/digital%20platforms>

³⁰ European Commission. (2020). "A Europe Fit for the Digital Age: Empowering People with a New Generation of Technologies." https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_en

aux États-Unis³¹, les autorités ouvrent la voie à de futures réglementations³².

Du côté des consommateurs, la demande de nouvelles crédibles a fortement augmenté à cause de la pandémie, et elle s'est accompagnée d'une croissance considérable de l'auditoire des journaux télévisés et des sources d'information en ligne³³. Les éditeurs de presse établissent des relations durables avec des lecteurs prêts à payer pour obtenir du contenu en ligne sous la forme d'abonnements, d'adhésions³⁴, d'accès à des articles payants, de dons ou de micropaïements³⁵.

Cependant, même dans les pays où les niveaux de paiement sont élevés, le journalisme numérique demeure aux prises avec une dynamique qui ne laisse guère que des miettes aux salles de presse³⁶. Bien qu'ils constituent encore une part essentielle des sources de financement, les revenus de la diffusion numérique, estimés à seulement 5 milliards de dollars en 2019³⁷, ne combleront pas le manque à gagner global laissé par le déclin de la publicité³⁸. De plus, la dépendance quasi exclusive aux abonnements et aux adhésions soulève la question de savoir si tous les

segments de la société auront accès à un journalisme indépendant et à une information fiable.

Financement public, subventions et subventions croisées : Dans le passé, des subventions et différents modèles d'aides publiques ont été utilisés en Europe et dans d'autres régions³⁹, principalement pour maintenir la diversité des médias⁴⁰, le journalisme local⁴¹ et la concurrence.

Les subventions et les mécanismes de soutien actuels ne suffisent ni à pallier la pénurie de journalisme local et la défaillance du marché, ni à garantir que le journalisme demeure un bien public. Le rapport *Cairncross Review* au Royaume-Uni a demandé des subventions directes et indirectes, des allègements fiscaux et d'autres formes d'incitatifs financiers⁴².

Les médias de service public⁴³ sont une forme de médias qui bénéficie encore d'un financement public solide. Ce modèle fait de plus en plus l'objet d'attaques⁴⁴ et a malheureusement connu moins de succès dans d'autres régions⁴⁵. Le problème demeure que, dans de nombreux pays, les gouvernements se

³¹ United States House of Representatives, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Antitrust, Commercial, and Administrative Law. (2020). *Investigation of Competition in Digital Markets*.

https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets.pdf?utm_campaign=4493-519

³² Kaye, Byron and Jonathan Barrett. Reuters. (August 31, 2020). "Facebook to block news on Australian sites after new law, riling lawmakers." Reuters.

<https://www.reuters.com/article/us-australia-media-facebook-idUSKBN25S36J>

³³ Newman, Nic. (2020). *Digital News Report: Executive Summary and Key Findings of the 2020 Report*. Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford. <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/>

³⁴ Lichterman, Joseph (Aug. 6, 2020). "Three new reports from INN, Membership Puzzle Project, and the Lenfest Local Lab". The Lenfest Institute. <https://www.lenfestinstitute.org/solution-set/three-new-reports-from-inn-membership-puzzle-project-and-the-lenfest-local-lab/>

³⁵ Jenkins, Joy. (2020). "Publish less, but publish better: Pivoting to paid in local news." Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publish-less-publish-better-pivoting-paid-local-news?utm_campaign=The%20Media%20Roundup%20from%20Media%20Voices&utm_medium=email&utm_source=Revue%20newsletter

³⁶ Newman, Nic. *Ibid*.

³⁷ Mayhew, Freddy. *Ibid*.

³⁸ Les autres ressources sur l'indépendance de média à le Global Forum for Media Development. (n.d.). Internet Governance Resource Centre. <https://gfmfd.info/internet-governance/>

³⁹ Government of the United Kingdom. (Feb. 12, 2019). *The Cairncross Review: A Sustainable Future for Journalism*. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/779882/021919_DCMS_Cairncross_Review.pdf

⁴⁰ Government of Canada. (2020). Local Journalism Initiative. <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/funding/local-journalism-initiative.html>

⁴¹ Waterson, Jim. (March 19, 2019). "BBC plans charity to fund local news reporting in Britain". *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2019/mar/19/bbc-plans-charity-to-fund-local-news-reporting-in-britain>

⁴² Cairncross Review. *Ibid*.

⁴³ European Broadcasting Union. (Sept. 10, 2019). "Democracy and Public Service Media. How a Nation's Democratic Health Relates to the Strength of its Public Service Media." https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/democratie-et-msp

⁴⁴ Davies, Caroline. (Sept. 30, 2020). "BBC under attack and in dangerous place, says Andrew Marr." *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2020/sep/30/bbc-under-attack-and-in-a-dangerous-place-says-andrew-marr>

⁴⁵ Jakubowicz, Karol. (April 8, 2011). "Public Service Broadcasting: Product (and Victim?) of Public Policy." In Robin Mansell & Marc Raboy (eds.), *The Handbook of Global Media and Communication Policy* (pp. 210-229). Wiley-Blackwell. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781444395433.ch13>

servent de leur influence budgétaire pour pratiquer la captation des médias⁴⁶.

Philanthropie et soutien des donateurs :

Dans les démocraties en développement, les régions qui sortent d'un conflit ou celles qui sont en proie à la captation des médias, le soutien au journalisme et aux médias indépendants est un élément incontournable du développement international depuis la chute de l'Union soviétique. Aujourd'hui, l'aide publique au développement (APD) qui finance le développement des médias représente environ 500 millions de dollars américains par an⁴⁷. Dans les marchés les plus développés, la philanthropie joue un rôle de plus en plus vital dans le soutien à l'information à but non lucratif. Entre 2010 et 2015, plus de 32 000 subventions totalisant 1,8 milliard de dollars américains ont été accordées à des organismes de journalisme à but non lucratif⁴⁸.

Une combinaison de recettes commerciales, de contributions des utilisateurs et de financement de donateurs est rapidement en train de devenir le nouveau modèle commercial hybride⁴⁹ du secteur du journalisme indépendant et à but non lucratif⁵⁰.

Le besoin urgent de combler le manque de financement du journalisme est décrit dans une étude de faisabilité pour le Fonds international pour les médias d'intérêt public⁵¹. De nombreuses autres initiatives⁵² cherchent des moyens de susciter des changements systémiques⁵³ et des financements à grande échelle⁵⁴, d'éliminer les obstacles qui entravent une collaboration efficace⁵⁵ et le partage des connaissances⁵⁶, ainsi que de créer des systèmes évolutifs⁵⁷ pour soutenir les organisations de presse à but non lucratif⁵⁸.

Recommandations

En l'absence de nouveaux financements publics, d'une réglementation des marchés numériques et de systèmes internationaux de soutien pour les médias à but non lucratif, le journalisme professionnel indépendant court le risque de devenir un luxe inabordable plutôt qu'un bien public universel.

Les communautés liées à la liberté et au développement des médias se sont jointes aux organisations journalistiques et médiatiques pour exhorter, entre autres, la communauté internationale⁵⁹, le gouvernement des États-

⁴⁶ Open Society Foundations (July 2014). *Mapping Digital Media: Global Findings. Digital Journalism: Making News, Breaking News.*

<https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/02fc2de9-f4a5-4c07-8131-4fe033398336/mapping-digital-media-overviews-20140828.pdf>

⁴⁷ Myers, Mary, and Juma, Linet Angaya. June 19, (2018). *Defending Independent Media: A Comprehensive Analysis of Aid Flows.* Center for International Media Assistance (CIMA).

<https://www.cima.ned.org/publication/comprehensive-analysis-media-aid-flows/>

⁴⁸ Nisbet, Matthew et al. (June 18, 2018). *Funding the News: Foundations and Nonprofit Media.* Shorenstein Center on Media, Politics, and Public Policy, Harvard Kennedy School. <https://shorensteincenter.org/funding-the-news-foundations-and-nonprofit-media/>

⁴⁹ Clarke, Prue et al. (2020). *From start to success. A handbook for digital media entrepreneurs.* DW Akademie. dw-akademie-media-viability-handbook-september-2020.pdf

⁵⁰ Schiffrin, Anya. (2019). *Fighting for Survival: New Report on Media Startups in the Global South.* Columbia University SIPA. <https://www.cima.ned.org/blog/fighting-for-survival-new-report-on-media-startups-in-the-global-south/>

⁵¹ Luminate. (2020). *Enabling Media Markets to Work for Democracy: An International Fund for Public Interest Media Feasibility Study.*

<https://luminategroup.com/storage/894/IFPIM-Feasibility-Study.pdf>

⁵² Pennington, Elizabeth. (Dec. 21, 2018). "Review: *An Introduction to Funding Journalism and Media* by Sameer Padania for the Ariadne Network."

<https://medium.com/@MediaGFMD/https-medium-com->

[mediagfmd-review-an-introduction-to-funding-journalism-and-media-3139e74cf726](https://medium.com/@MediaGFMD/https-medium-com-mediagfmd-review-an-introduction-to-funding-journalism-and-media-3139e74cf726)

⁵³ Di Mento, Maria. (2019). "Five CEOs of Wealthy Foundations Pledge to Do More to Help Charities Pay Overhead." *The Chronicle of Philanthropy.*

<https://www.philanthropy.com/article/five-ceos-of-wealthy-foundations-pledge-to-do-more-to-help-charities-pay-overhead/>

⁵⁴ Internews (March 26, 2020). "Internews Launches Rapid Response Fund to Support Local Journalism Worldwide." <https://internews.org/updates/internews-launches-rapid-response-fund-support-local-journalism-worldwide>

⁵⁵ Thomas, Adam. (Feb. 8, 2018). "Blueprints for better collaboration between journalists and donors". European Journalism Centre. <https://medium.com/we-are-the-european-journalism-centre/blueprints-for-better-collaboration-between-journalists-and-donors-a7e63181ee08>

⁵⁶ Benequista, Nicholas. (March 28, 2019). "Confronting the Crisis in Independent Media: A Role for International Assistance." Center for International Media Assistance.

<https://www.cima.ned.org/publication/confronting-the-crisis-in-independent-media/>

⁵⁷ Civitates. (n.d.). "Independent Public Interest Journalism." <https://civitates-eu.org/independent-public-interest-journalism/>

⁵⁸ Hume, Ellen, & Schiffrin, Anya. (April 2019). *Creating a Global Fund for Investigative Journalism.*

<https://gfmd.info/gfmd-content/uploads/2019/08/Creating-a-Global-Fund-for-Investigative-Journalism.pdf>

⁵⁹ Global Forum for Media Development. (May 5, 2020). "Joint Emergency Appeal for Journalism and Media

Unis⁶⁰ et les États membres de l'Union européenne⁶¹ à adopter des politiques et des budgets ambitieux qui correspondent à l'urgence et à l'ampleur de la crise. Parmi les recommandations figurent :

Positionner fermement le soutien au secteur dans le cadre de l'aide générale au développement international et de l'appui à la gouvernance, et élargir à plus grande échelle le financement pour le journalisme et les médias, surtout dans les pays à revenu faible et moyen⁶².

Créer des mécanismes pour soutenir le journalisme d'intérêt public local (surtout dans les « déserts médiatiques » et les zones où le public est mal desservi), la responsabilisation et

le journalisme d'enquête, ainsi que l'innovation liée aux nouveaux modèles commerciaux hybrides. Le renforcement du soutien institutionnel et du soutien de base, le développement des capacités et les financements flexibles à long terme⁶³ sont nécessaires.

Pallier la défaillance du marché numérique et la disparité de réglementation entre les plateformes numériques et les entreprises de médias fortement réglementées par des actions positives en faveur de la visibilité du contenu journalistique, de la diversité et de la pluralité des médias⁶⁴.

Support.” <https://gfmd.info/emergency-appeal-for-journalism-and-media-support-2/>

⁶⁰ News Media Alliance (2020). “Local Journalism Sustainability Act.” <https://www.newsmediaalliance.org/advocacy/advocacy/local-journalism-sustainability-act/>

⁶¹ European Centre for Press and Media Freedom. (June 4, 2020). “Joint call on EU Member States to adopt an ambitious Multiannual Financial Framework.” <https://www.ecpmf.eu/joint-call-on-eu-member-states-to-adopt-an-ambitious-multiannual-financial-framework/>

⁶² Luminate. (2020). *ibid.*

⁶³ Global Forum for Media Development. (Feb. 8, 2019). “GFMD Submits Joint Statement on Donor Assistance to Media Development.” <https://gfmd.info/gfmd-submits-joint-statement-on-donor-assistance-to-media-development/>

⁶⁴ Steenfadt, Olaf. (July 2020). *Sustaining Journalism during COVID-19*. Friedrich Ebert Stiftung. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/budapest/16406.pdf>