**Combattre la crise de confiance à l'égard des médias:
le rôle de la vérification des faits et du journalisme scientifique**

**Mémoire présenté
à
la Commission de la culture et de l'éducation
de l'Assemblée nationale du Québec**

par l'Agence Science-Pressé

Montréal, le 21 mai 2019

L'effet le plus grave de la diffusion massive du faux, c'est de répandre un doute généralisé sur l'information, les institutions démocratiques et les savoirs scientifiques, disait l'an dernier Divina Frau-Meigs, de l'Université Paris-Sorbonne.

En effet, si tout est faux, alors la science l'est aussi, que ce soit celle du climat ou de la vaccination. *Ne plus pouvoir faire confiance à une information vraie génère une atmosphère malsaine, susceptible de miner tout projet démocratique qui suppose une confiance.*

Les pistes de solution sont connues et, de notre position privilégiée d'observateurs, au carrefour du journalisme scientifique et de l'éducation aux médias, nous avons réfléchi et expérimenté, ces dernières années, sur des manières de renforcer le sens critique des jeunes et des moins jeunes. Nous n'avons pas la prétention que nos expériences soient la panacée: mais nous voulons profiter de l'opportunité que nous a offert la Commission, pour élargir la perspective sur la crise des médias, dans ce contexte où les fausses nouvelles sont "à la mode".

1- LA VÉRIFICATION DES FAITS POUR LUTTER CONTRE LA DÉSINFORMATION

Depuis une quinzaine d'années, bien avant que Trump ne popularise l'expression "fausses nouvelles", des médias américains, puis français, s'étaient mis à créer des rubriques de vérification des faits ou, en anglais, "fact-checking". Un mouvement réjouissant, souvent porteur d'innovation, et qui traduisait —et traduit encore, avec près de 200 sites à travers le monde— une volonté de chercher des manières d'aider le public à mieux distinguer le vrai du faux dans cette surabondance d'information de l'ère Internet.

Observant cette évolution à l'Agence Science-Presse, nous nous étions dit en 2015: c'est bien, mais la plupart de ces sites —*PolitiFact* aux États-Unis, *Les Décodeurs* en France, et d'autres— se consacrent à l'information politique. Un politicien fait une déclaration douteuse, un journaliste remet les pendules à l'heure. N'y aurait-il pas lieu de faire la même chose autour de l'information scientifique?

C'est ainsi qu'est né, en 2016, le *Détecteur de rumeurs*. Bien vite, il s'est avéré qu'il n'était pas juste un outil de vérification des faits "en science". Il était un outil de vérification des faits, point. Et qui, par la bande, allait s'employer à donner des trucs et astuces au lecteur pour qu'il puisse apprendre à vérifier par lui-même.

Qu'est-ce que le Détecteur de rumeurs ?

C'est une rubrique produite par l'Agence Science-Presse. À raison d'un à deux textes par semaine, elle **démystifie des rumeurs et fausses nouvelles** en science, en santé, en alimentation ou en environnement, à l'intention du grand public et fournit à ce dernier **des outils pour qu'il développe par lui-même son sens critique face à la désinformation** véhiculée sur le web et sur les réseaux sociaux.

Quelles sont ses particularités?

Aucun projet de ce genre n'avait encore été développé en **français**. Et très peu en anglais: [un article](#) du magazine américain de vulgarisation *Undark* allait le constater en 2017 en tentant de faire un reportage sur les sites de *fact-checking* en science... pour finir par parler en majeure partie de nous !

Dès le début, le Détecteur de rumeurs se démarquait également par l'importance accordée aux réseaux sociaux: parce que c'est de là que partent aujourd'hui les rumeurs virales. il fallait donc penser la promotion de nos articles en fonction des formats propres à Facebook et à Twitter. Un titre fort, une photo parlante, et un résumé aussi court que possible —au bénéfice de ceux qui ne liraient pas l'article, mais prendraient au moins connaissance du verdict.

Pourquoi l'Agence Science-Presse?

L'Agence Science-Presse, fondée à Montréal il y a 40 ans, est un média indépendant et à but non lucratif.

Déjà, avec notre site, nous avons une bonne base de départ: avec plus de **1 million de visiteurs** par année (cette année: 1 300 000 visiteurs, en hausse!). Il est depuis longtemps un incontournable parmi les sites d'actualités scientifiques en français. Et aujourd'hui encore, plus de la moitié de son auditoire vient de la **francophonie**.

Ajoutons à cela que, dans les années précédant le Détecteur de rumeurs, nous avons développé une **expertise sur les réseaux sociaux**, qui allait s'avérer utile pour la visibilité du nouveau projet.

L'Agence s'activait par ailleurs déjà, depuis plusieurs années à **lutter contre la désinformation, par le biais d'articles** se donnant d'une part pour mission de remettre les pendules à l'heure face à des nouvelles montées en épingle, ou spécifiquement voués d'autre part à explorer les mécanismes de la désinformation.

Enfin, puisque nous sommes **une agence de presse**, c'est-à-dire un média dont une des missions est d'alimenter d'autres médias en reportages sur la science, le Détecteur de rumeurs bénéficie d'un avantage: les textes ne rejoindraient pas seulement les lecteurs de notre site, mais ceux des médias abonnés qui choisiraient de les rediffuser. Et à travers ces médias, nous rejoignons un public qui n'est pas toujours gagné à la science.

Comment éviter de ne parler qu'aux gens déjà convaincus?

C'était la question-clef lorsque nous avons lancé le Détecteur de rumeurs: une rubrique de vérification des faits a peu d'utilité si le déboulochage d'une rumeur pseudoscientifique ne rejoint que ceux qui étaient déjà convaincus qu'elle était pseudoscientifique. Or, notre objectif était très clair: ce projet ne devait pas viser que les convaincus, mais les nombreux internautes qui peuvent tomber sur une information fautive et la relayer en toute bonne foi.

Par conséquent, un soin particulier est apporté au format des articles afin qu'ils attirent l'attention de ces lecteurs non gagnés à la science : le texte est par exemple livré sous forme de questions/réponses, ou bien de "choses à savoir"; les titres des manchettes sont rédigés avec soin pour ne pas heurter les "croyants" et l'angle d'attaque est souvent ciblé de manière à intéresser autant les "pour" que les "contre".

Les médias abonnés à l'Agence Science-Presses constituent un autre atout: du journal *Métro* à *La Presse* en passant par des hebdomadaires francophones hors-Québec, ils ont un public qui n'est pas constitué d'amateurs de science. La régularité avec laquelle ils reprennent pourtant les articles du Détecteur de rumeurs tend à nous convaincre que nous avons frappé juste: en 2017, plus de 80% des articles du Détecteur de rumeurs ont été repris dans au moins un média. En 2018, c'était 100% ! Et notre record est détenu par deux articles qui, en 2018, ont chacun été repris par au moins 12 médias!

Nous avons aussi le plaisir de constater que sur Facebook, les articles du Détecteur de rumeurs sont systématiquement plus partagés, plus "aimés" et plus commentés que les articles "réguliers" de l'Agence.

Comment répondre aux critiques accusant le Détecteur de rumeurs d'être biaisé?

Tout d'abord, ces critiques sont inévitables. Les sites de vérification existants – pour la plupart, rappelons-le, spécialisés en politique – se font souvent descendre en flammes par les partisans des camps opposés. En science, les objections viennent à l'occasion des antivaccins, des climatosceptiques et des défenseurs de produits de "santé naturelle".

Mais pour pallier à ces critiques, nous avons pour politique de ne pas dénigrer les partisans d'un thème en particulier, mais d'apporter une perspective différente, basée sur des données scientifiques probantes, et présentée selon un processus rigoureux de vérification.

Enfin, pour éviter tout quiproquo, les sources de financement du projet sont détaillées en toute transparence.

La vérification des faits comme outil pour revaloriser le journalisme

Nous sommes à une époque où les médias et les journalistes n'ont pas la cote. Mais une époque où, en plus, un nombre croissant de gens puisent leur information sur Facebook, YouTube ou Instagram, sans se poser de questions sur la source de ces informations. La solution ne réside pas dans un argumentaire simpliste du genre "un média, c'est fiable". La solution réside dans la transmission d'outils et d'habiletés pour les amener à s'interroger sur la fiabilité d'une source —et de préférence, avant de partager cette info sur les réseaux sociaux.

Or, le mouvement de *fact-checking* constitue une partie de la réponse: les sites regroupés dans le réseau de [l'International Fact-Checking Network](#) (dont fait partie le Détecteur de rumeurs) s'appuient sur des normes communes qui font d'eux des lieux crédibles où le public peut savoir si une rumeur douteuse est vraie, fausse, ou entre les deux.

C'est une piste que le ministère de la Culture aurait tout intérêt à explorer: s'il ne sert à rien de simplement marteler que seul un média est une source fiable, en revanche on peut subtilement faire comprendre au public ce que signifie une vérification de faits. L'idée que cela constitue l'ADN du journaliste, que cela permet de distinguer le journaliste de l'ensemble des donneurs d'opinions... Voilà des concepts qu'il vaudrait la peine de valoriser auprès du public, plus encore dans notre contexte de fausses nouvelles. Cela passe par des démarches de sensibilisation à ce que fait un journaliste, comment il accomplit son travail, quelles démarches il entreprend avant de publier... Cela passe aussi par des efforts pour amener le public à faire lui-même ces démarches de vérification pour mieux distinguer le vrai du faux, comme le font les vérificateurs de faits.

Recommandation no 1:

Valoriser le travail des vérificateurs de faits dans l'univers médiatique et inscrire cette valorisation dans un effort plus global de revalorisation du travail journalistique.

2- NOTRE PLACE DANS L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

L'expression "éducation aux médias" était inscrite dès 2016 dans les documents d'introduction au Détecteur de rumeurs:

Un volet d'éducation aux médias? Une nécessité!

Non seulement, cette plateforme s'affaire à pointer les dérapages et à remettre les pendules à l'heure, elle fournit des outils au grand public, auquel ce projet est destiné, pour qu'il se fasse lui-même critique face à la désinformation véhiculée sur le Web et les réseaux sociaux.

Elle constitue aujourd'hui une partie intégrante de notre site avec [une liste de ressources internationales pertinentes](#). Et elle constitue une partie importante de ce vers quoi ont porté nos efforts depuis trois ans.

Comme nous le répétons nous-même depuis le début du Détecteur de rumeurs: déboulonner une rumeur, c'est bien, apprendre au public à la déboulonner lui-même, c'est encore mieux.

Des formations pour les jeunes et moins jeunes

C'est ainsi que l'Agence Science-Presse a coproduit en 2017, avec la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), une formation destinée aux élèves du deuxième cycle du secondaire, qui a pour but de les aider à développer des réflexes de base pour lutter contre les fausses nouvelles.

Cette formation est fournie aux profs qui en font la demande, par un journaliste bénévole membre de la FPJQ. Mais elle n'a pas été conçue pour que ces journalistes aillent simplement vanter leur travail. Elle a été conçue en partant du principe que les jeunes n'utilisent pas les médias traditionnels; ils s'alimentent d'abord aux réseaux sociaux, et il faut les amener à

déconstruire leur démarche face à l'information. Pour cette raison, le message que martèle cette formation est *qu'avant de partager une information sur les réseaux sociaux, tu dois prendre 30 secondes pour...*

- la lire
- vérifier la source, l'auteur, la date...

Grâce à la FPJQ, cette formation a rejoint 6000 élèves depuis décembre 2017. Et de notre côté, depuis 2017, nous sommes allés encore plus loin: en deux ans, nous avons eu près d'une vingtaine de demandes pour donner des conférences auprès de groupes du primaire, du secondaire, du cégep et de l'université, en plus de clientèles adultes dans des bibliothèques, dans deux congrès professionnels et chez deux groupes de personnes âgées. Qui plus est, nous mettons à profit notre expertise en journalisme scientifique pour ajouter aux réflexes élémentaires face à l'information générale, des réflexes élémentaires à développer face à un reportage ou une vidéo YouTube qui parle de science ou de santé: *un chercheur est-il cité? Une étude est-elle citée? Quel genre d'étude?*

La logique derrière tout cela étant que:

- un nombre énorme de jeunes et d'adultes partagent une information sur la seule base du titre ou de la photo qui provoque chez eux une forte émotion;
- et même parmi ceux qui ont cliqué et lu le texte avant de le partager, certains n'ont pas vérifié si le site était, par exemple, un site de canulars.

C'est un premier pas: si tout le monde apprenait qu'il existe des vérifications élémentaires qui sont à portée de la main —vérifier la date, l'authenticité d'une photo, distinguer le fait de l'opinion, etc.— la portée des fausses nouvelles diminuerait. Petit à petit, le grand public prendra conscience qu'il est dans l'intérêt de tous de se tourner vers des sources fiables —par exemple, un média.

Des outils pour les jeunes et moins jeunes

Nous avons commencé aussi à créer des outils: [un mini-guide de vérification](#) pour les plus jeunes, [5 fiches sur ce qu'est un média et un journaliste](#)... D'autres sont à venir plus tard cette année.

Par ailleurs, en partenariat avec Savoir Média, (anciennement, Canal Savoir) nous avons coproduit ce printemps 13 capsules de 3 minutes appelées *Anatomie des fausses nouvelles* qui visent à expliquer le phénomène des fausses nouvelles par le prétexte, justement, du savoir: qu'est-ce qu'un biais de confirmation; pourquoi sommes-nous tous vulnérables aux fausses nouvelles; quelles sont les racines historiques des fausses nouvelles; etc.

Une journaliste en résidence à l'école

Enfin, en 2019, nous avons expérimenté un projet-pilote [encore plus ambitieux](#): une journaliste-en-résidence. Une fois par semaine pendant 8 semaines, [une journaliste de l'Agence Science-Presse](#) a fait office d'animatrice dans une classe de secondaire V de l'École Chomedey-de-

Maisonneuve, à Montréal : elle a dirigé des conférences et des ateliers, puis encadré les jeunes dans leur démarche de vérification. Ceux-ci devaient choisir une fausse nouvelle, la déboulonner et, en fin de parcours, expliquer leur démarche devant public. Le projet-pilote a été réalisé avec l'aide de la Maison de la culture Maisonneuve et grâce au soutien de deux enseignants (français et science). Une équipe technique a suivi le tout et produit un vidéo de l'expérience.

On l'aura compris, cette initiative vise à outiller les jeunes afin qu'ils puissent décoder eux-mêmes l'information. Mais elle va au-delà des mises en garde traditionnelles — soyez critiques face à l'information — et des ateliers pratiques — identifier une source, authentifier une image, etc. — en obligeant les jeunes à réfléchir à leur propre démarche, à la facilité de tomber dans le panneau, aux impacts positifs d'une vérification des faits, et au rôle des journalistes. Et ce, tout en privilégiant la désinformation en science (santé, alimentation, changements climatiques, etc.). Mieux outillés contre la désinformation, ces jeunes seront à même de mieux comprendre le monde qui les entoure. Ces réflexes qu'ils ont acquis au fil de l'atelier leur serviront, on l'espère, à contribuer aux débats publics et à exercer éventuellement leur plein pouvoir démocratique.

Ce projet vient tout juste de nous valoir [le prix conjoint Fondation pour le journalisme canadien/ Facebook](#) "pour la promotion de la culture de l'information", qui sera remis le 13 juin à Toronto.

Inclure les journalistes dans l'éducation à l'information

En théorie, l'éducation aux médias et à l'information (EMI) fait partie du programme scolaire québécois. Mais comme le signalait le chercheur Normand Landry dans un panel que nous avons organisé en novembre au congrès de la FPJQ, elle est laissée au bon vouloir de chaque professeur, et ceux-ci manquent d'incitatifs et d'outils.

À notre échelle, c'est donc ce que nous offrons : des incitatifs et des outils. Nos fiches, nos vidéos, et même certains de nos textes, peuvent être utilisés dans un contexte pédagogique.

Ces efforts sont une illustration de la raison pour laquelle il sera important d'inclure les journalistes dans les efforts futurs d'EMI. Il n'est pas question pour nous de nous substituer au programme scolaire ou aux enseignants pour l'écriture de manuels. Mais les journalistes ont une expertise que n'ont pas les professeurs. Notre rédacteur en chef, qui enseigne à l'université, dit toujours à la blague aux nouveaux étudiants en journalisme que les médias ont là-dessus 150 ans d'expérience : pourquoi tel type de titre est-il inefficace, voire contre-productif; pourquoi tel type de premier paragraphe ou tel type de structure de texte fait-il toute la différence pour attirer l'attention d'un public qui, a priori, n'aurait jamais cru être intéressé par un sujet...

Même des rubriques comme le Détecteur de rumeurs, aussi jeunes soient-elles, ont accumulé une expertise qui pourrait servir en classe: par exemple, des trucs et astuces pour déboulonner une fausse nouvelle sans braquer ceux qui y croyaient...

Enfin, tout ceci s'inscrit dans une expertise spécifique au Québec: il n'y a pas d'Agence Science-Pressé au Canada anglais, ni de Détecteur de rumeurs. Beaucoup de médias que

soutient le ministère de la Culture sont eux aussi uniques au Québec. À travers eux, le ministère aurait une opportunité pour contribuer à l'éducation aux médias et joindre ses forces avec le ministère de l'Éducation.

Recommandation no 2:
qu'à travers ses investissements dans les médias, le ministère de la Culture reconnaisse l'importance de l'éducation à l'information dans le contexte de la lutte à la désinformation. Qu'il encourage l'idée que l'EMI doive impliquer aussi les artisans des médias.

3- LE RÔLE DU JOURNALISTE SCIENTIFIQUE DANS LA LUTTE À LA DÉSINFORMATION

Inclure les journalistes dans le processus, c'est indispensable. Mais il faut se rappeler combien le journalisme scientifique est, au Québec, extrêmement fragile et dangereusement rare.

Il y a certes la crise plus large des médias, que d'autres intervenants devant cette Commission détailleront mieux que nous. Mais à l'intérieur de cette crise, le journalisme scientifique a d'autant plus de mal à tirer son épingle du jeu qu'il n'a jamais été une priorité des grands médias.

L'évolution du journalisme scientifique en quatre temps

1. L'émergence. C'est une invention du 20^e siècle. Selon l'auteure américaine [Dorothy Nelkin](#), la première association spécialisée apparaît aux États-Unis en 1934 : la NASW (*National Association of Science Writers*). Elle compte alors 12 membres, tous journalistes dans des quotidiens. En 1921 est aussi apparu aux États-Unis un lointain cousin de l'Agence Science-Presse : le [Science Service](#), une agence de presse vouée à alimenter les journaux en nouvelles scientifiques, et ce, avec un angle résolument optimiste : ces journalistes se voient alors comme « défenseurs des valeurs de la science ».

2. La croissance. L'explosion du journalisme scientifique se produit dans les années 1950 et 1960. On pointe souvent comme événement déclencheur le Spoutnik, en 1957: le lancement par les Russes du premier satellite artificiel provoque une onde de choc à Washington, qui se met à promouvoir la recherche et l'enseignement des sciences. Et ce changement d'attitude se répercute jusque dans les médias. Au Québec, à une échelle réduite, et grâce à l'aide de l'État, cette période de croissance voit naître, dans les années 1960 et 1970, *Québec Science*, l'Association des communicateurs scientifiques (ACS), l'Agence Science-Presse (1978), *Les Débrouillards* et quelques autres médias.

3. L'indépendance. C'est aussi à cette époque que le journalisme scientifique s'affranchit de ses lunettes roses. Jusque-là, il n'était pas rare de trouver des promoteurs pour qui le journaliste scientifique, à l'encontre de ses collègues journalistes politiques ou économiques, était "au service" d'une cause —la science, le progrès. Des chercheurs comme [Jacqueline Chervin](#) en France et [Jane](#)

[Gregory](#) en Grande-Bretagne démontrent qu'à partir des années 1960, cette attitude change: les reportages introduisent un regard plus critique —les interrogations éthiques en recherche biomédicale, par exemple— ainsi que des thématiques plus sociales : l'alimentation, les choix en matière d'énergie, l'environnement. Le journalisme scientifique se met à couvrir la science comme une partie intégrante de la société et de la culture, plutôt que comme un univers isolé dans son laboratoire.

4. La stagnation ou le recul. Toutefois, la croissance s'arrête après 1980. Au Québec, aucun des magazines nés depuis cette date, sauf dans le secteur jeunesse, n'a survécu jusqu'à aujourd'hui. Aux États-Unis, le nombre de pages ou sections « science » dans les journaux passe d'une centaine en 1989 à moins d'une vingtaine aujourd'hui. En parallèle, le reste du métier de journaliste en général se précarise: les nouvelles chaînes de télé embauchent des journalistes à la recherche sur des contrats à durée limitée (quelques mois ou quelques semaines), tandis que le journalisme à la pige prend de plus en plus de place. Le journalisme scientifique en subit les contrecoups: c'est une spécialisation qui, au Québec, se fait de plus en plus fragile au cours des années 1990 et 2000. Les contrats sont à durée de plus en plus courte et, en presse écrite, les tarifs de pige stagnent.

Croissance des relations publiques, recul du journalisme

En plus d'être le parent pauvre des médias, le journalisme scientifique fait face à un autre obstacle: l'explosion des métiers de la communication. Relationnistes dans les universités et dans le secteur privé et agents d'information ou consultants en communication... C'est une bonne nouvelle pour la vulgarisation en général, mais une mauvaise pour le journalisme: des pigistes qui doivent courir d'un contrat à l'autre sont de plus en plus dépendants d'une information pré-mâchée. Et les industries les plus riches sont celles qui sont le plus à même d'influencer le flot de l'information.

Un des exemples les plus tristement célèbres est celui des relationnistes embauchés par les compagnies de tabac: des années 1950 jusqu'aux années 1980, ils ont réussi avec succès à combattre l'information scientifique sérieuse. Pendant que la communauté médicale faisait consensus autour du lien entre tabac et cancer, la stratégie de communication scientifique des compagnies réussissait en effet à créer l'illusion qu'il subsistait un débat légitime sur le caractère cancérigène du tabac.

Par la suite, à partir des années 1990, on a vu les compagnies pétrolières employer la même stratégie, avec tout autant de succès, pour créer l'illusion que le réchauffement climatique n'était pas un fait scientifique solide.

Aujourd'hui au Québec, en-dehors de Radio-Canada (*Les Années-Lumière* à la radio et *Découverte* à la télé) il n'existe pour ainsi dire aucune équipe de journaliste scientifique qui travaille à temps plein et à l'année longue. Au moment d'écrire ces lignes, il n'y avait aucun journaliste assigné spécifiquement aux sciences dans les salles des nouvelles de Radio-Canada ou de TVA. *La Presse* en emploie 2 et *Le Devoir* une, plus un journaliste en environnement. *Le Soleil* en emploie un... et ce journal est à notre connaissance, en-dehors de Montréal, le seul à employer un journaliste scientifique. *Québec Science* et l'Agence Science-Presses emploient une poignée de gens à temps plein: nous sommes l'équivalent de trois et demi chez Science-Presses, dont la journaliste à temps plein assignée au Détecteur de rumeurs grâce à une subvention spéciale... dont rien ne garantit pour l'instant qu'elle sera renouvelée à la fin de 2019 !

La précarité des pigistes

L'essentiel de ce que vous lisez dans *Québec Science* est rédigé par des journalistes pigistes, tout comme la quasi-totalité des reportages que vous pouvez lire dans les magazines québécois. Des pigistes —d'autres intervenants l'auront peut-être signalé lors de ces audiences — dont la rémunération au feuillet n'a qu'à peine augmenté... depuis 30 ans. Certaines publications québécoises —pas en science, heureusement— paient à leurs journalistes débutants le même tarif au feuillet ou au mot qu'ils payaient... dans les années 1990 ! C'est là le plus gros contentieux du journalisme à la pige au Québec, un problème que nous enjoignons le ministère de la Culture à mettre au coeur de toute réflexion sur l'amélioration de la qualité de l'information: en effet, si tant de pigistes préfèrent les sujets faciles et superficiels aux reportages fouillés et approfondis, c'est parce qu'ils ont un loyer à payer, et parce qu'aucune loi n'oblige un éditeur à indexer les tarifs à l'inflation. Il n'existe non plus aucune forme de contrat-type obligatoire dans ce métier, comme il en existe, par exemple, pour les membres de l'Union des artistes.

Solution: un statut pour le journaliste

C'était une recommandation-clef du rapport de Dominique Payette en 2010 ([*L'information au Québec: un intérêt public*](#)), le plus récent rapport sur l'état des médias à avoir été commandé par le gouvernement du Québec: création d'un statut pour les journalistes professionnels.

Nous ne nous étendrons pas sur cette question dans ce mémoire, mais qu'il suffise de dire que nous endossons pleinement les recommandations de longue date de l'Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ), qui réclament qu'une loi attribue au journaliste un statut, à l'instar de ce que les lois sur le statut de l'artiste ont accordé aux professionnels d'une foule de métier de la culture il y a déjà 30 ans.

Une telle loi améliorerait minimalement les conditions de travail des journalistes pigistes... et, du coup celles du journalisme scientifique.

Recommandation no 3:

Que le ministère de la Culture endosse la recommandation du rapport de 2010 sur l'avenir de l'information au Québec et la revendication de l'AJIQ sur l'attribution d'un statut de journaliste professionnel.

Améliorer la qualité de l'information scientifique

L'indifférence face au sort du journaliste en général et du journaliste scientifique en particulier est d'autant moins logique qu'il y a des dizaines d'années que des acteurs de tous les secteurs de la société insistent sur le fait que nous vivons dans une société du savoir, une société où "la science est partout".

Le fait que l'information scientifique soit le plus souvent traitée par des journalistes généralistes qui sont pressés par le temps et obligés de produire à la chaîne, n'est pas rassurant —et

explique la plupart des erreurs et des exagérations dont un amateur de science a raison de se plaindre. Nous avons organisé en 2016 [une campagne de promotion et de valorisation](#) du journalisme scientifique, que nous avons introduite ainsi:

Chaque semaine, vous voyez passer des énormités sur votre fil Facebook. Vous connaissez des gens prêts à y croire sans vérifier.

Des ananas pour guérir le cancer, c'est absurde. La météorite qui va causer la fin du monde, on l'a assez entendue. Mais l'insecticide qui tue des foetus, c'est vrai? Le nuage de monoxyde de carbone qui permettrait de prédire des séismes, c'est possible?

Certaines de ces nouvelles sont drôles, d'autres nous laissent perplexes. Et parfois, elles ont un impact dangereux : sur des décisions que prend une personne pour sa santé. Sur des décisions que prendront, ou pas, des politiciens.

Même des médias sérieux tombent dans le piège. Difficile, quand on n'est pas soi-même scientifique, de dégager le vrai du faux.

Vous voulez lutter contre cette désinformation? Embauchez un journaliste scientifique !

Quiconque travaille en journalisme scientifique pourrait vous raconter les moments où il a eu honte de son quotidien préféré ou de son bulletin de nouvelles favori, qui avait diffusé un reportage sur une thérapie absurde. Ou qui avait monté en épingle une étude qui ne le méritait pas, là où un journaliste scientifique aurait tout de suite vu le piège —une cité maya soi-disant découverte par un adolescent, par exemple.

Embaucher plus de journalistes scientifiques

Si, au lieu de désinvestir dans le journalisme scientifique [à partir des années 1980](#), on avait plutôt continué à y investir, l'histoire se serait peut-être écrite différemment. Si les médias avaient été nombreux à souligner et re-souligner ce qui différencie une recherche scientifique d'une opinion, si des [DéTECTEURS DE RUMEURS](#) avaient existé en plus grand nombre, une plus grande proportion de la population saurait aujourd'hui distinguer le vrai du faux sur Facebook.

À tout le moins, la déferlante du phénomène des fausses nouvelles depuis 2016 a eu pour avantage de faire prendre conscience du problème. S'y attaquer constitue une grosse commande, et c'est pourquoi ce n'est pas seulement une commande qui relève de l'éducation, mais aussi des médias. C'est une commande que peuvent remplir des DéTECTEURS de rumeurs, mais aussi le journalisme scientifique dans ce qu'il a de meilleur.

Québec Science et l'Agence Science-Pressé reçoivent des subventions de fonctionnement du ministère de l'Économie, dans le cadre de son enveloppe allouée à la culture scientifique. Il n'est donc pas question de demander au ministère de la Culture d'ajouter la sienne. Mais dans le cadre d'une réflexion sur l'avenir des médias, et la crise de confiance du public, il serait plus que pertinent de songer à améliorer la place de l'information scientifique dans les médias en général.

Recommandation no 4 :
encourager les médias à embaucher plus de journalistes scientifiques

Cela peut passer par des incitatifs fiscaux ou par des bourses destinées aux pigistes: chaque année, un certain nombre d'entre eux pourraient effectuer un reportage fouillé sous réserve de la promesse d'un média de publier.

Il y a d'autres voies possibles, qui débordent du mandat de cette Commission mais que nous offrons pour susciter la réflexion.

- Achat de publicités: il est normal pour le secteur de la culture d'acheter de la publicité dans les journaux locaux et nationaux. Il devrait être normal pour le milieu universitaire, de l'enseignement ou de la recherche, d'acheter de la publicité et de réclamer qu'elle soit placée dans une section science: ce serait la meilleure façon d'obliger un média à assigner un journaliste à la science.
- Un pourcentage des fonds de recherche qui serait automatiquement alloué au journalisme scientifique. Sur le modèle du 1% que l'on retrouve aussi en culture. Il serait dans l'intérêt du secteur scientifique et technique – et dans l'intérêt public– que d'avoir au Québec un journalisme scientifique fort et indépendant. Car sur une chose du moins, tous s'entendent : pour avoir de l'information de qualité, il faut être prêt à y mettre le prix.

Intégrer les petits médias à la conversation

Si ces pistes débordent du mandat du ministère de la Culture, il en est une, en revanche, où il peut avoir une influence: ces deux ou trois dernières années, aux yeux du public, les plus visibles des réflexions sur une réforme des programmes d'aide financière aux médias ont tourné autour des journaux (quotidiens et hebdomadaires). Le ministère de la Culture soutenant lui-même des médias peu connus et peu visibles (communautaires et culturels) aurait une opportunité pour amener la réflexion à un autre niveau : il serait temps d'inclure dans la conversation les petits médias de même que les nouveaux. Nous étions une [douzaine de médias](#) à faire officiellement cette proposition l'automne dernier dans la foulée d'une aide financière —encore hypothétique à ce jour— du fédéral aux médias: comme nous l'écrivions alors, il existe une "diversité de voix à considérer".

Recommandation no 5:
que la réflexion à venir sur l'aide financière aux médias englobe une plus grande diversité de voix.

Conclusion

Les journalistes scientifiques ont une expertise traditionnellement sous-estimée. Et la vérification des faits, au Québec et à l'étranger, commence à faire la preuve qu'elle peut avoir un impact dans la lutte à la désinformation et dans l'éducation à l'information.

Dans un monde idéal, nous serions comme *Les Décodeurs* ou *PolitiFact* qui emploient chacun une quinzaine de journalistes à temps plein ! Nous n'atteindrons peut-être jamais un tel niveau au Québec, mais nous pouvons, à notre échelle, faire une différence, pour peu qu'on sorte de la précarité et de la marginalisation qui ont trop longtemps été la caractéristique du journalisme scientifique.

Sortir de la marginalisation est aussi la meilleure façon d'impliquer le public: celui-ci fait la preuve sur nos réseaux sociaux que notre travail répond à un besoin, tout comme la vingtaine de demandes en deux ans pour des conférences ou des ateliers témoigne aussi de ce besoin. Or, les approches décrites dans ce document prennent tout leur sens lorsque le public se les approprie. Un journaliste qui vérifie la véracité d'une affirmation, en effet, ne s'adresse pas juste à un public qui attend passivement qu'on lui lance des faits. Il s'adresse à un public actif qui saisit au vol les outils qu'on lui propose dans l'espoir qu'il puisse, la fois suivante, distinguer lui-même le vrai du faux.

Pascal Lapointe, rédacteur en chef
Josée Nadia Drouin, directrice générale