

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

L'Écosystème Médiatique Canadien

produit par
**l'Observatoire de
l'écosystème médiatique**
dans le cadre du
Réseau Canadien de Recherche
sur les Médias Numériques

RÉSEAU
CANADIEN DE
RECHERCHE

SUR LES MÉDIAS
NUMÉRIQUES

Résumé exécutif

Les gouvernements démocratiques sont préoccupés par la mésinformation et la désinformation. Cette situation crée un malaise puisque nous vivons de plus en plus dans une période de *post-vérité* où l'un des piliers fondamentaux de la démocratie, le libre échange d'informations factuellement exactes, est menacé. Ce qui se traduit par le fort sentiment qu'il faut agir.

Dans ce rapport, nous évaluons cette préoccupation en soulevant les questions suivantes : Quelles sont les constatations faites quant à la nature de l'écosystème de l'information? Est-il possible de l'évaluer? Comment évolue l'attitude des Canadiens par rapport à ce sujet? Les médias numériques que nous produisons et consommons sont-ils préjudiciables ou bénéfiques?

Dans certains cas, nous sommes en mesure de fournir des réponses directes, dans d'autres, nous pouvons évaluer certains de ces constats, tandis que pour le reste, nous pouvons simplement décrire ce que nous savons aujourd'hui en suggérant des pistes pour de futures recherches.

Notre méthode a consisté à collecter des données de sondage et de réseaux sociaux. D'abord, à partir de grands sondages nationaux collectés en 2018 et en 2023 ainsi que de sondages ciblés à des moments clés (par exemple, lors des élections partielles de juin 2023 ou, des les feux de forêt de 2023), nous avons pu déceler des tendances et étudier comment ces événements peuvent façonner nos comportements et nos attitudes. Ensuite, en utilisant une nouvelle méthode de collecte de données sur les réseaux sociaux à partir de l'analyse des comptes d'importants influenceurs politiques canadiens, nous avons pu décrire à la fois la concentration de l'influence et sa fragmentation dans le système informationnel canadien. Le rapport détaille nos nombreuses conclusions dont quatre principales.

La **plupart des Canadiens ne s'intéressent pas à la politique** : les Canadiens ne suivent pas régulièrement les nouvelles, ils présentent généralement un faible (et décroissant) niveau de connaissances en politique et ils connaissent mal les personnalités politiques importantes du Canada et des États-Unis. Lorsque les nouvelles ont été bloquées de Facebook les Canadiens (y compris, des personnes politiquement actives) n'ont pas modifié leur utilisation de cette plateforme et ne semblent pas s'être tournés vers d'autres plateformes de médias sociaux. La consommation d'information et les attitudes y étant liées sont demeurées généralement stables au cours des cinq dernières années. Peu de changements se sont produits dans les sources d'information traditionnelles que les gens consomment.

Malgré une continuité de consommation de Radio-Canada, du Globe and Mail, de La Presse, etc., nous constatons **une baisse importante de la confiance dans ces médias traditionnels au cours des cinq dernières années**. Nous constatons une **augmentation de l'utilisation des réseaux sociaux pour les nouvelles**, avec un recours croissant à Tik Tok, Instagram, WhatsApp, Reddit et Snapchat. Par

ailleurs, ceux qui utilisent ces nouveaux réseaux sociaux pour s'informer ont tendance à faire moins confiance aux médias traditionnels et sont moins susceptibles de participer à la vie politique.

Nous constatons ensuite un **degré élevé de concentration de l'influence des médias numériques**. Certaines entités reçoivent une part très disproportionnée de l'attention, de l'engagement et de l'impact en ce qui concerne le discours politique. Cette inégalité est particulièrement prononcée chez les élus fédéraux et provinciaux du Canada. Plusieurs grands médias canadiens, notamment Global News et CTV, ont réussi à amasser un grand nombre d'abonnés sur YouTube et TikTok respectivement, et à capter un pourcentage important de l'engagement lié à la politique et aux nouvelles.

Enfin, nous constatons que le **discours en ligne des politiciens provinciaux et fédéraux sur TikTok, Facebook et Instagram n'est pas très corrélé aux lignes partisans**. Au lieu de cela, le fédéralisme du Canada se reflète dans le système de l'information, les politiciens ayant tendance à partager un contenu similaire à celui de leur communauté politique provinciale. L'idéologie n'est pas la principale force qui façonne la structure du système canadien de l'information. Bien que certains sujets de discussion aient tendance à être associés à certaines familles de partis politiques plus que d'autres (par exemple, les partis de gauche comme le NPD ont tendance à se concentrer *sur la santé* plus que sur tout autre sujet), le reste du spectre politique a tendance à discuter de questions similaires, en mettant l'accent sur la politique internationale et les questions explicitement liées au gouvernement et à la gouvernance.

Ce rapport présente également quatre études de cas qui donnent un aperçu d'une ou de plusieurs facettes d'un système d'information unique au Canada.

La première étude est une évaluation de **la décision de Meta de bloquer les nouvelles sur ses plateformes** au Canada. Avant cette interdiction datant d'août 2023, les pages Facebook des médias canadiens généraient entre 5 et 8 millions de vues de contenus nouveaux d'information par jour. Le blocage a annihilé cet intérêt des Canadiens, entraînant une perte de visionnements estimée à 89,3 %. Les Canadiens demeurent actifs sur Facebook malgré l'interdiction, les groupes politiques n'ont pas vu de réduction de leurs activités, et nous trouvons des preuves suggérant que l'engagement politique sur Facebook n'est pas directement centré sur la consommation et le partage de contenu d'actualité. Certains organes de presse canadiens ont adopté des solutions de contournement, tandis que de nombreux médias locaux ont maintenant cessé d'être actifs.

La deuxième étude examine dans quelle mesure **les Canadiens connaissent le système médiatique de ceux qui parlent une autre langue officielle que la leur**. Nous constatons que les Canadiens ont de la difficulté à reconnaître et à nommer des personnalités politiques publiques, même si elles sont « très en vue » et bien connues de ceux qui suivent la politique de près. Ceux qui consomment les médias traditionnels sont beaucoup plus susceptibles de reconnaître les personnalités publiques que ceux qui s'informent sur les réseaux sociaux ou qui ont tendance à éviter complètement les nouvelles. Les Canadiens anglais sont

plus conscients de l'environnement politique et médiatique des États-Unis que de celui du Canada francophone : ils ont très peu de reconnaissance des personnalités publiques francophones, même parmi les personnalités francophones qui ont pris une importance à l'échelle nationale. De même, les Canadiens parant française comme langue première ne connaissent pas l'existence de personnalités publiques au Canada anglais. Les répondants bilingues ont tendance à être mieux informés sur les personnalités publiques à travers le pays.

Une troisième étude porte sur ce que les **Canadiens pensent des feux de forêt et sur la façon dont ils obtiennent de l'information sur ce sujet**. Nous constatons ici que des attitudes et comportements latents ont des répercussions importantes sur les sources de leur information, même en situation de crise. De plus, leur interprétation de la cause des phénomènes météorologiques extrêmes est fondée sur la croyance préalable aux changements climatiques induits par l'homme. Les Canadiens qui croient que les changements climatiques sont attribuables à l'activité humaine sont beaucoup plus susceptibles de déclarer que la saison des feux de forêt de 2023 les a personnellement touchés (pour ceux de l'Alberta) et/ou leurs amis et leur famille (partout au Canada). En d'autres termes, la position que vous prenez sur le changement climatique influe sur la façon dont vous vivez les phénomènes météorologiques extrêmes (de plus en plus courants). De plus, les climato-sceptiques sont généralement beaucoup moins enclins à consulter les médias traditionnels que ceux qui pensent que le changement climatique est dû à l'activité humaine. Les premiers ont tendance à obtenir plus d'informations sur les réseaux sociaux comme YouTube.

La quatrième étude examine **les attitudes et les comportements lors d'une série de quatre élections partielles** qui se sont tenues à l'été 2023. Nous constatons que les Canadiens qui se trouvaient dans une circonscription où s'est tenue une élection partielle, témoignent avoir été sujets à beaucoup plus de désinformation que la population canadienne en général. Malgré l'inquiétante grandissante des Canadiens sur des allégations d'ingérence étrangère dans le processus électoral, la plupart d'entre eux sont convaincus qu'Élections Canada est à l'abri de toute ingérence extérieure et ils sont généralement satisfaits de la démocratie. Ceux qui vivent une élection partielle sont, du moins temporairement, plus actifs politiquement que ceux qui ne le sont pas.

La combinaison de sondages ciblés examinant des éléments spécifiques du système d'information, associée à une méthode novatrice de collecte de données sur le discours politique en ligne, permet un examen large et riche du système de l'information. Ce rapport démontre la valeur d'une telle approche, mais il n'est qu'une étape de plus vers l'élaboration, la validation et la corroboration d'un ensemble standard de mesures concernant la santé du système de l'information. S'il n'est pas facile d'examiner comment les événements et les discours façonnent les comportements et les attitudes, les approches et les méthodes présentées dans le présent rapport représentent un important pas en avant. Parmi les applications prometteuses, mentionnons l'examen de l'ingérence étrangère malveillante dans la politique canadienne, les flux d'information et d'influence transnationaux en général, la polarisation des enjeux et des affects,

la ségrégation idéologique et partisane, la dynamique de l'information entre les régions et les pays, et cette liste serait longue... De plus, ces données riches permettront d'identifier rapidement les changements majeurs dans le système de l'information (comme ceux qui pourraient se produire lors d'un incident d'ingérence étrangère) et d'apporter une réponse éclairée à la recherche, à la société civile et au gouvernement. L'Observatoire des écosystèmes médiatiques et d'autres membres du Réseau canadien de recherche sur les médias numériques travaillent d'arrache-pied sur ces sujets, entre autres.

RÉSUMÉ DES SECTIONS

Les résultats détaillés de chaque section du rapport sont fournis ici. Les détails, la discussion et la méthodologie se trouvent dans le corps du rapport.

La section 3, Cartographie du système canadien de l'information, permet de constater que :

1. L'utilisation des réseaux sociaux est omniprésente chez les politiciens canadiens, en particulier sur les plateformes Meta. 96 % des politiciens fédéraux et provinciaux canadiens ont une page Facebook, avec une forte utilisation d'Instagram et une concentration beaucoup plus faible sur les comptes YouTube et TikTok. Les politiciens du NPD et du Parti vert sont beaucoup plus susceptibles d'avoir des comptes TikTok que ceux des partis libéral et conservateur.
2. Il est possible de construire une cartographie du système de l'information en reliant les influenceurs politiques courants (politiciens, journalistes, organisations médiatiques, influenceurs) sur les plateformes de réseaux sociaux par le biais d'une gamme de connexions possibles. Nous nous concentrons ici sur les similitudes textuelles et sur l'engagement.
3. Nous démontrons la valeur de cette structure de données en évaluant la concentration d'influence. Nous constatons qu'un petit nombre d'acteurs ont une part importante et disproportionnée de l'engagement sur les réseaux sociaux avec YouTube et TikTok. La répartition des vues sur YouTube est plus concentrée, par rapport à celle de TikTok, où il y a relativement plus d'égalité. Global News est la chaîne politique canadienne la plus populaire sur YouTube, tandis que CTV est très suivie sur TikTok.
4. Nous illustrons davantage la valeur de cette structure de données à travers un examen de la fragmentation du discours politique sur Facebook, Instagram et TikTok. Sur Facebook, nous constatons que les politiciens semblent s'intéresser davantage aux médias de leur province d'origine qu'à leur affiliation politique. La province, et non le parti, semble être le principe prépondérant sur lequel l'engagement médiatique est organisé entre les politiciens sur Facebook.

5. Sur Instagram et TikTok, nous classons les contenus des réseaux sociaux publiés par les politiciens selon différents sujets. Nous constatons que les partis de gauche parlent davantage de santé que de tout autre sujet, tandis que le reste de l'échiquier politique accorde comparativement plus d'importance aux questions *internationales* ainsi qu'à celles du *gouvernement* et de la gouvernance. Tous les partis accordent néanmoins moins d'attention à d'autres sujets tels que les *inégalités*, la *criminalité*, la *désinformation* et *l'environnement*.

La section 4, Les Canadiens dans leur système de l'information, permet de constater que :

1. La plupart des Canadiens ne s'intéressent pas à la politique. En moyenne, les Canadiens ne consomment pas souvent les nouvelles, ont un faible niveau de connaissances politiques et connaissent peu les personnalités importantes de la politique au Canada.
2. Les habitudes de consommation de l'information ont été globalement stables au cours des cinq dernières années. Nous observons remarquablement peu de changements majeurs dans ce que les gens consomment et comment ils consomment leurs informations. Cependant, la confiance dans les médias traditionnels a connu un déclin marqué au cours des cinq dernières années.
3. Les personnes ayant des connaissances politiques élevées sont plus susceptibles d'avoir entendu parler des théories du complot et, en même temps, elles sont plus susceptibles d'être en mesure d'en identifier la supercherie.
4. La façon dont les gens s'informent et la provenance de l'information sont fortement associées à des attitudes et à des comportements politiques importants. Nous observons que les utilisateurs des médias traditionnels sont plus confiants et plus enclins à soutenir l'aide gouvernementale aux médias. Les utilisateurs de réseaux sociaux font moins confiance aux médias et sont moins susceptibles de participer à la politique. Lorsqu'ils y participent, c'est principalement en ligne.
5. Les Canadiens s'entendent sur les normes d'éthique journalistique dans les médias canadiens, sur le fait que la désinformation est un problème important et que le gouvernement et les plateformes de réseaux sociaux devraient prendre des mesures pour réduire la prévalence de la fausse information.

Étude de cas 1 : La décision de Meta de bloquer Nouvelles Canadiennes à l'été 2023 révèle que :

1. Les pages Facebook des médias canadiens généraient entre 5 et 8 millions de vues par jour de contenus d'information canadiens avant l'interdiction, et le blocage des nouvelles a entraîné une perte d'engagement visible estimée à 89,3 % pour le contenu publié par les médias canadiens sur Facebook.

2. Les Canadiens demeurent actifs sur Facebook malgré l'interdiction, et nous trouvons des preuves suggérant que l'engagement politique n'est pas centré sur la consommation et le partage de contenu d'information.
3. De nombreux médias locaux ont complètement cessé de publier. Certains médias canadiens ont adopté des solutions de contournement.

Étude de cas 2 : Les divisions linguistiques dans le système canadien de l'information révèle que :

1. Les Canadiens ont une faible connaissance des politiciens et des journalistes. Ils ont du mal à reconnaître et à nommer des personnalités politiques publiques, même si elles sont « très en vue » et bien connues de ceux qui suivent la politique de près.
2. Les utilisateurs de médias traditionnels et diversifiés sont beaucoup plus susceptibles de reconnaître les personnalités publiques (journalistes et politiciens) que ceux qui évitent les nouvelles et généralement plus susceptibles de reconnaître les personnalités publiques que ceux qui s'informent sur les réseaux sociaux.
3. Les Canadiens anglais sont plus conscients de l'environnement politique et médiatique des États-Unis que de celui du Canada francophone. Ils ont très peu de connaissance des personnalités publiques du Canada français, même parmi celles qui ont accédé à une notoriété nationale.
4. Les différences linguistiques contribuent à une connaissance et à des sous-systèmes distincts du système canadien de l'information.

Étude de cas 3 : Feux de forêt au Canada en 2023 révèle que :

1. Que vous croyiez ou non que les changements climatiques soient dus à l'activité humaine est fortement corrélé avec la conviction que la saison des feux de forêt de 2023 vous a personnellement touché (seulement en Alberta) ainsi que vos amis et votre famille (partout au Canada). En d'autres termes, la position que vous avez sur le changement climatique influe sur la façon dont vous vivez les phénomènes météorologiques extrêmes (de plus en plus courants).
2. Les climato-sceptiques sont généralement beaucoup moins enclins à consulter les médias traditionnels que ceux qui pensent que le changement climatique est dû à l'activité humaine. Ils ont tendance à obtenir plus d'informations sur les réseaux sociaux comme YouTube.

Étude de cas 4 : Les élections partielles canadiennes de juin 2023 révèlent que :

3. Les Canadiens vivant dans les circonscriptions électorales partielles déclarent être confrontés à beaucoup plus de désinformation que la

population canadienne en général. Les personnes qui ont répondu à notre sondage ont déclaré avoir été exposées à un large éventail de sujets de désinformation, y compris des articles liés à l'actualité internationale, comme la politique américaine et la guerre en Ukraine, ainsi qu'à des dirigeants politiques canadiens, dont Justin Trudeau et Pierre Poilievre.

4. De nombreux Canadiens ont fait part de leurs préoccupations au sujet des allégations d'ingérence étrangère dans le processus électoral en tant que sujet de désinformation. Cependant, la plupart des Canadiens, tant dans la population générale que dans les circonscriptions où se tiennent des élections partielles, sont convaincus qu'Élections Canada est à l'abri de toute ingérence extérieure et sont généralement satisfaits de la démocratie.
5. Ceux qui vivent dans des circonscriptions où il y a des élections partielles sont, du moins temporairement, plus actifs politiquement que ceux qui ne le sont pas.