

Perception de l'importance des médias traditionnels comme sources d'information pour les internautes du Québec

Contrairement à ce qui est couramment admis, les usagers d'Internet ne repoussent pas les médias traditionnels (journaux, radio et télévision) à la marge de leur univers médiatique. Ce constat découle de données recueillies auprès de 600 répondants francophones du Québec dans le cadre du Projet Internet Canada.¹

En premier lieu, les usagers d'Internet sont plus nombreux que les non-usagers à considérer que la radio (72 %), les journaux (61 %) et, bien sûr, Internet (55 %) sont des sources significativement importantes d'information. La télévision, par contre, semble tout aussi importante, comme source d'information, pour les usagers d'Internet que pour les non-usagers. (graphique 1).

Si être, ou ne pas être, un usager d'Internet est un facteur déterminant concernant la perception de l'importance des médias traditionnels comme source d'information, nous pouvons maintenant nous demander si, parmi les usagers, le nombre d'heures passées sur Internet influence cette perception.

Dans le graphique II, nous remarquons que le nombre d'heures passées sur Internet change peu la perception que les usagers se font de l'importance des médias traditionnels comme source d'information. En effet, les usagers qui passent de 2 à 5 heures, de 5 à 10 heures ou 10 heures ou plus accordent, à peu de différence près, une grande importance aux médias traditionnels comme source d'information. Les usagers les plus assidus d'Internet (10 heures ou plus) perçoivent bien évidemment cette technologie comme une source d'information significativement plus importante que les personnes qui naviguent moins longtemps chaque semaine.

Une dernière lecture de ces données a été réalisée en fonction de la fréquence de consultation des nouvelles sur Internet (graphique III). Elle nous permet d'observer que les usagers, indépendamment de leur fréquence de consultation continuent de percevoir les médias traditionnels comme une importante source d'information. Il existe en effet très peu de différence pour ce qui est de l'importance des médias traditionnels comme source d'information entre les usagers qui consultent chaque jour, une ou plusieurs fois ou jamais les nouvelles sur Internet. Nous constatons toutefois que les usagers qui naviguent chaque jour sur Internet perçoivent de façon significative cette technologie comme étant plus importante comme source d'information (70 %), que ceux qui y consultent de l'information une ou plusieurs fois par semaine (51 %) ou jamais (42 %).

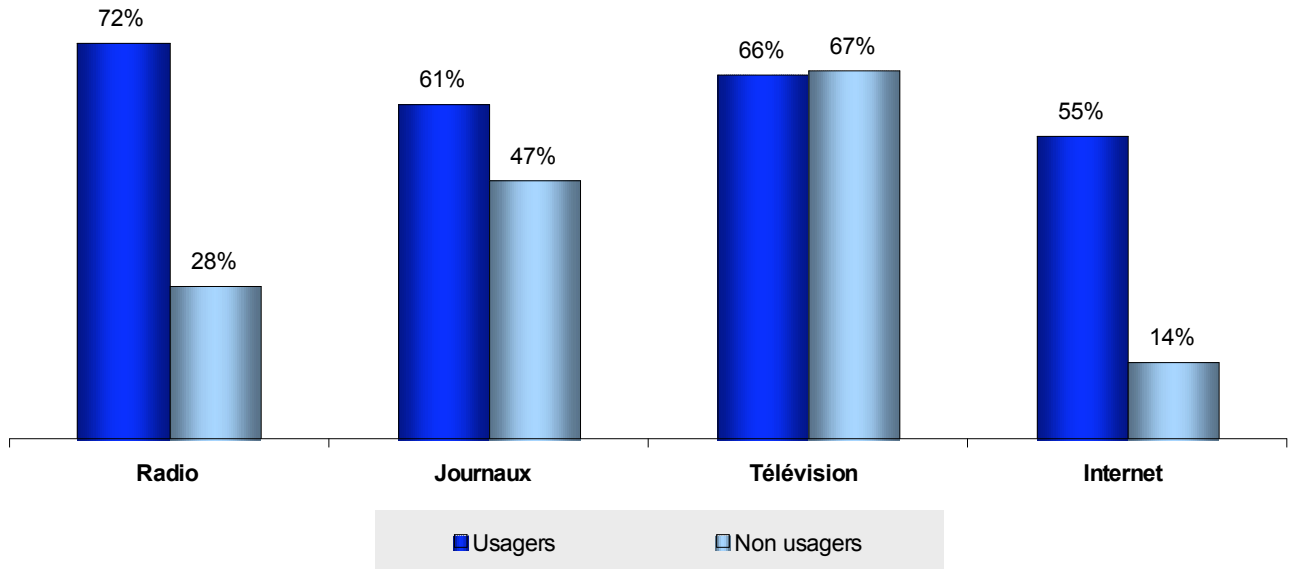
Internet n'a donc pas diminué de façon générale la perception de l'importance que les usagers accordent aux médias traditionnels comme source d'information, quel que soit le nombre d'heures qu'ils y passent ou la fréquence à laquelle ils y consultent les nouvelles. Cependant, ces derniers développent possiblement d'autres pratiques. Ils consultent, par exemple, les sites Internet de quotidiens ou ceux de certaines stations de radio ou de télévision pour obtenir l'information que d'autres obtiennent, ou qu'ils obtenaient, sur des supports plus traditionnels.

Cette information, multiple, complémentaire, nous mène loin de nos paysages médiatiques et de leurs évaluations traditionnelles. Les abonnements ou les taux d'écoute qui déterminent l'importance de tels ou tels médias doivent sans aucun doute être réévalués. Ces médias dépendent maintenant de nouveaux facteurs et de nouveaux supports technologiques qui investissent notre quotidien, qui définissent de nouveaux espaces, de nouvelles dimensions collectives et privées, de nouveaux temps, de nouveaux rythmes. Gratuité, mobilité, spontanéité, disponibilité sont d'ailleurs des valeurs qui les composent et que nous nous devons, par conséquent, d'étudier plus profondément.

¹ Ce projet a été dirigé par : André H. Caron, Université de Montréal; Fred Fletcher, Université York et Charles Zamaria, Université Ryerson. Le projet a été financé par Bell Canada, Patrimoine Canada, Industrie Canada, la direction du dirigeant principal de l'information du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, Téléfilm Canada, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario.

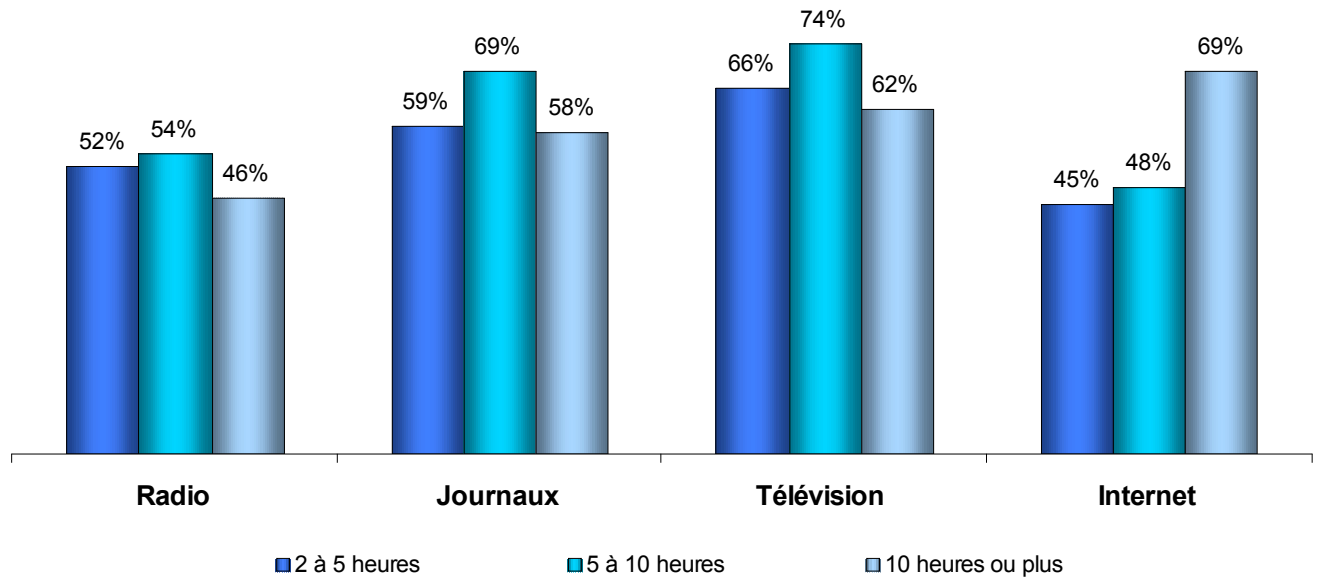
Graphique I

Pourcentage d'usagers d'Internet et de non-usagers à considérer les médias comme des sources très importantes d'information

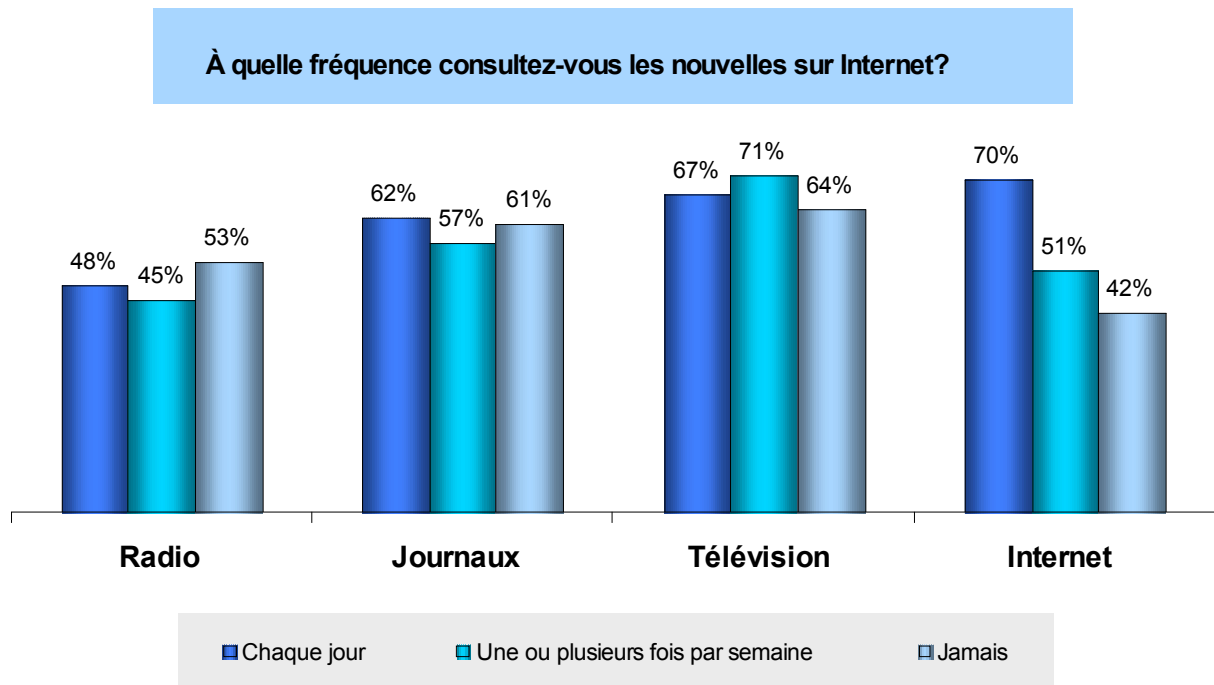


Graphique II

Pourcentage de petits, moyens et grands usagers d'Internet à considérer les médias comme des sources très importantes d'information



Graphique III



Responsable de ce numéro : André H. Caron, titulaire de la Chaire Bell en recherche interdisciplinaire sur les technologies émergentes et directeur du CITÉ, département de communication, Université de Montréal.