



## CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS

### **Les Québécois de langue française et l'information Les anciens et les modernes**

#### **Points saillants**

- Enquête conduite à la fin de 2006 et au début de 2007, en face à face, auprès de 485 personnes s'exprimant en français à Laval, Montréal, Québec et Rivière-du-Loup. Nous pensons que les quatre zones retenues sont représentatives de tout le Québec. Les marges d'erreur statistique sont de  $\pm 4,45\%$  19 fois sur 20.
- La télévision est le média utilisé le plus souvent et auquel on consacre le plus de temps pour s'informer. De fait le tiers (34 %) du temps passé à s'informer va à la télévision. Suivent les quotidiens (les éditions papier des titres payants au premier chef) qui recueillent un peu moins du quart du temps (22,7 %) et de la radio qui en obtient près d'un cinquième (18,3 %). Viennent ensuite les hebdomadaires régionaux et de quartier, les magazines, Internet en général et le cellulaire-Blackberry (Tableau 1).
- Plus on est scolarisé et plus les quotidiens, la radio et Internet occupent une place importante dans la consommation d'information. Moins on est scolarisé et plus on utilise la télévision. En ce qui concerne l'âge, plus on est âgé et plus les quotidiens sont importants, alors que plus on est jeune plus Internet joue un grand rôle. Par ailleurs, l'âge a peu d'effet sur la place occupée par la radio et par la télévision.
- Six Québécois sur dix n'utilisent aucun média moderne (nouveaux médias) sur une base régulière pour s'informer. Ils s'en remettent aux médias écrits traditionnels (quotidiens, hebdomadaires et magazines) ainsi qu'à la radio et à la télévision disponibles en mode hertzien ou par un abonnement à un service de distribution, alors que quatre Québécois sur dix utilisent Internet, le cellulaire ou le Blackberry. Toutefois, le temps passé à s'informer par l'intermédiaire des médias modernes ne représente que 12,6 % du temps total consacré à cet usage (Tableau 2). Notons toutefois que le recours à Internet pour s'informer paraît une pratique en croissance.
- Nous avons voulu connaître les sujets qui intéressent le plus les Québécois en demandant aux répondants de choisir parmi une liste de 19 les six sujets qui étaient les plus intéressants et les six qui étaient les moins intéressants. Le graphique 1 montre une nette préférence pour ce qui passe dans son milieu, ainsi que pour les découvertes et les sujets scientifiques. À l'inverse, la mode, les tendances et l'automobile sont les sujets qui suscitent le moins d'intérêt. Soulignons cependant que les sujets suivants

suscitent plus d'intérêt chez les plus grands consommateurs d'information que chez les autres : l'économie et les finances, la politique canadienne, la politique internationale, le sport et l'opinion de la population. Ces grands consommateurs montrent, par ailleurs, moins d'intérêt pour la décoration et l'ameublement, les voyages, les livres et les disques, le cinéma et l'automobile.

- En combinant les informations recueillies quant à l'intensité de la consommation d'information et celles relatives au niveau d'utilisation des médias plus « modernes », on peut dégager quatre types de consommateurs d'information :
  1. Les hors circuits : petits consommateurs d'information et de faible modernisme;
  2. Les informés traditionnels : gros consommateurs d'information et de faible modernisme;
  3. Les modernes peu informés : petits consommateurs d'information et de fort modernisme;
  4. Les accrocs modernes : gros consommateurs d'information et de fort modernisme.

Tableau 3 pour plus de détails.

Enquête réalisée par Michel Lemieux pour le Centre d'études sur les médias, avec la collaboration du Consortium canadien de recherche sur les médias.

Tableau 1

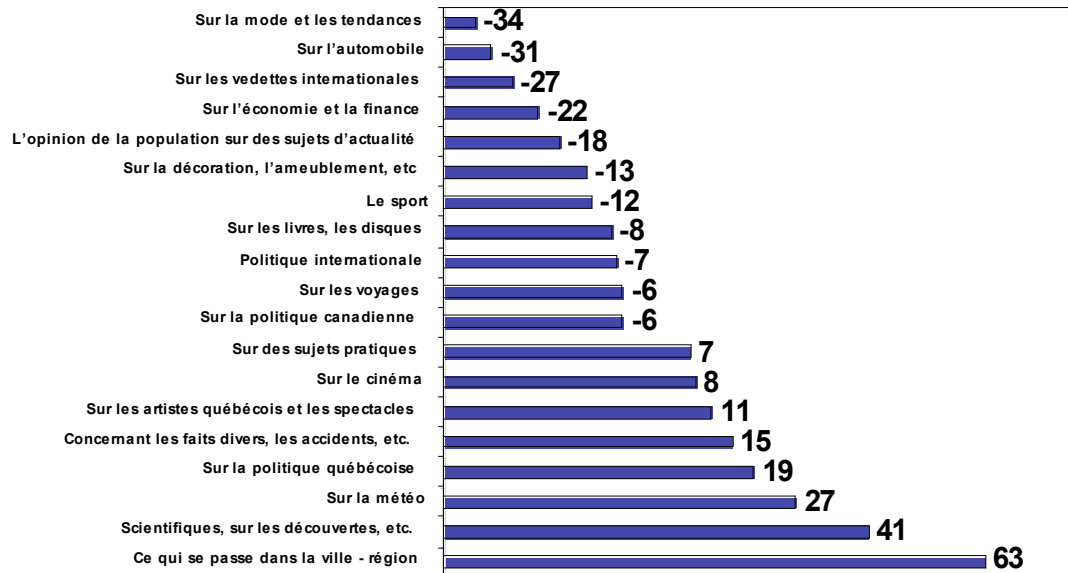
LA PART DE CHAQUE TYPE DE MÉDIA DANS L'INFORMATION TOTALE, (en % arrondis)	
Télévision	34,1
• Télévision traditionnelle	34,0
• Télévision sur internet	0,1
Quotidiens	22,7
• Quotidiens payants, papier	13,9
• Quotidiens gratuits, papier	4,4
• Quotidiens sur Internet	4,4
Radio	18,3
• Radio traditionnelle	17,0
• Radio sur Internet	1,3
	18,3
Hebdomadaires	9,4
Magazines	7,8
Internet en général	6,7
Infos sur cellulaire- Blackberry	0,1

Tableau 2

<b>LA PART DES MÉDIAS TRADITIONNELS ET DES MÉDIAS MODERNES DANS L'INFORMATION TOTALE (en % arrondis)</b>	
Médias traditionnels	86,5
• Télévision	34,0
• Quotidiens	18,3
• Radio	17,0
• Hebdomadaires	9,4
• Magazines	7,8
Médias modernes	12,6
• Internet en général	6,7
• Quotidiens sur Internet	4,4
• Radio sur Internet	1,3
• Télévision sur Internet	0,1
• Cellulaire-Blackberry	0,1

Graphique 1

# Indice de l'intérêt des rubriques



On donne un point à un sujet jugé intéressant, on enlève un point à un sujet moins intéressant, les autres recevant 0 point.