



La perception des médias

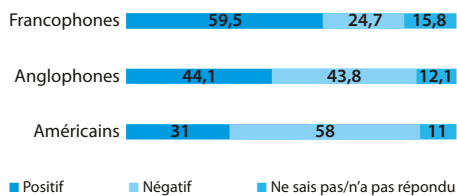
Les francophones en ont une perception plus favorable que les autres Canadiens.

Les Canadiens s'intéressent beaucoup à l'information: 55% se disent très intéressés, seulement 2% pas du tout intéressés. Les francophones sont moins nombreux à se dire très intéressés (49%) que les anglophones (58%). Pourtant, les Québécois, particulièrement les francophones, font davantage confiance aux médias d'information que les autres Canadiens. Cette conclusion générale se dégage des réponses à plusieurs questions dans le cadre d'une même enquête. Par ailleurs, les Canadiens en général semblent avoir une perception plus favorable que les Américains, bien qu'ils s'inquiètent de certaines influences que subirait les médias.

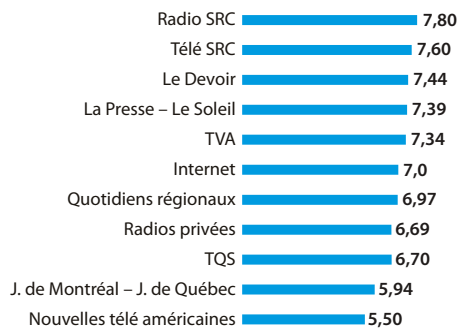
Les Québécois francophones considèrent majoritairement que les médias ont un rôle social plutôt constructif. Les répondants anglophones, eux, sont divisés, alors que plus de la moitié des Américains croient que les médias font plutôt obstacle à la résolution des problèmes de société (*graphique 1*). Les Québécois francophones sont aussi plus nombreux à trouver que l'information est généralement équilibrée (44%, comparativement à 36% des anglophones) et que les médias donnent suite aux plaintes du public (61% contre 51%). Ils sont cependant plus portés (dans une proportion de 38%) à considérer que les médias font une critique excessive des politiques et programmes gouvernementaux (29% des anglophones). Rappelons qu'à l'époque où le sondage a été réalisé, les mouvements de contestation du gouvernement de Jean Charest occupaient une place importante dans l'actualité québécoise. Toutefois, les données ne tiennent pas compte des contenus des médias, mais uniquement des perceptions et attitudes du public.

Principale ombre au tableau: 76% des Canadiens considèrent que les médias sont influencés par des individus ou des groupes puissants de la société, et 78% croient que les préférences personnelles des journalistes orientent quelquefois l'information. La concentration de la propriété inquiète plus de la moitié des répondants (57%). Seulement 5% des Canadiens considèrent qu'il s'agit d'un changement positif; 36% croient que cela ne fait pas de différence.

1. Perception du rôle social des médias (%)



3. Classement des médias de langue française selon la valeur moyenne accordée (1-10)

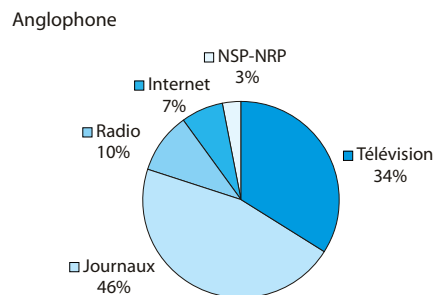
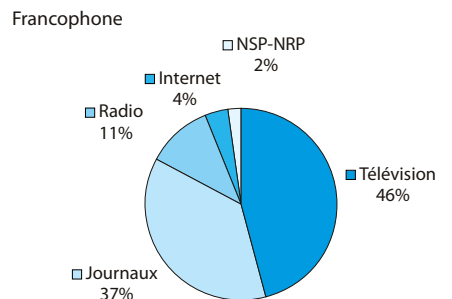


Les francophones du Québec, qui s'informent davantage à la télévision, ont une perception plus positive de ce média et moins favorable des quotidiens que l'ensemble des Canadiens: meilleure vue d'ensemble des événements, plus grande diversité des points de vue et meilleures explications pour comprendre l'actualité (*graphique 2*). Même s'ils sont quelque peu moins portés que les anglophones à s'informer régulièrement sur Internet (11% contre 17%), les deux groupes sont nettement moins nombreux à le faire que les allophones (23%), particulièrement ceux d'origine chinoise (38%).

Les médias pris individuellement

Les répondants ont évalué certains médias d'information sur une échelle de 1 à 10. Le regroupement de ces appréciations individuelles confirme que les personnes qui s'informent en

2. Types de médias offrant les meilleures explications



français sont plus satisfaites (42,8% des valeurs accordées sont supérieures à 8) que celles qui s'informent uniquement en anglais (34,1%).

Le classement des médias (*graphique 3*) ne reflète pas les usages réels des Québécois en matière d'information, ce qui peut sembler paradoxal. Radio-Canada est en tête de liste, suivie du *Devoir*, de *La Presse* et du *Soleil*, puis de TVA. *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* sont au bas de la liste, juste avant les nouvelles télévisées américaines. On peut y voir une distinction faite entre le média « idéal » et le média « accessible », ou même une distance critique des consommateurs par rapport à leurs propres habitudes en matière d'information. Mais l'explication la plus plausible serait que les réponses correspondent à une norme de prestige perçue par les répondants. Bref, ils répondent ce qu'ils croient que les sondages veulent entendre...

Sources: Sondage réalisé à l'automne 2003 par la firme Mustel de Vancouver pour le Groupe de recherche sur la crédibilité des médias canadiens, dirigé par Donna Logan (School of Journalism, University of British Columbia), dans le cadre des activités du Consortium canadien de recherche sur les médias. 3012 personnes ont répondu au sondage, dont 601 résidents du Québec. La marge d'erreur est de ±2%, 19 fois sur 20 pour l'ensemble du Canada et de ±4%, 19 fois sur 20 pour le Québec. Les données américaines proviennent d'une étude menée en 2002 par le Pew Research Center for the People and the Press.