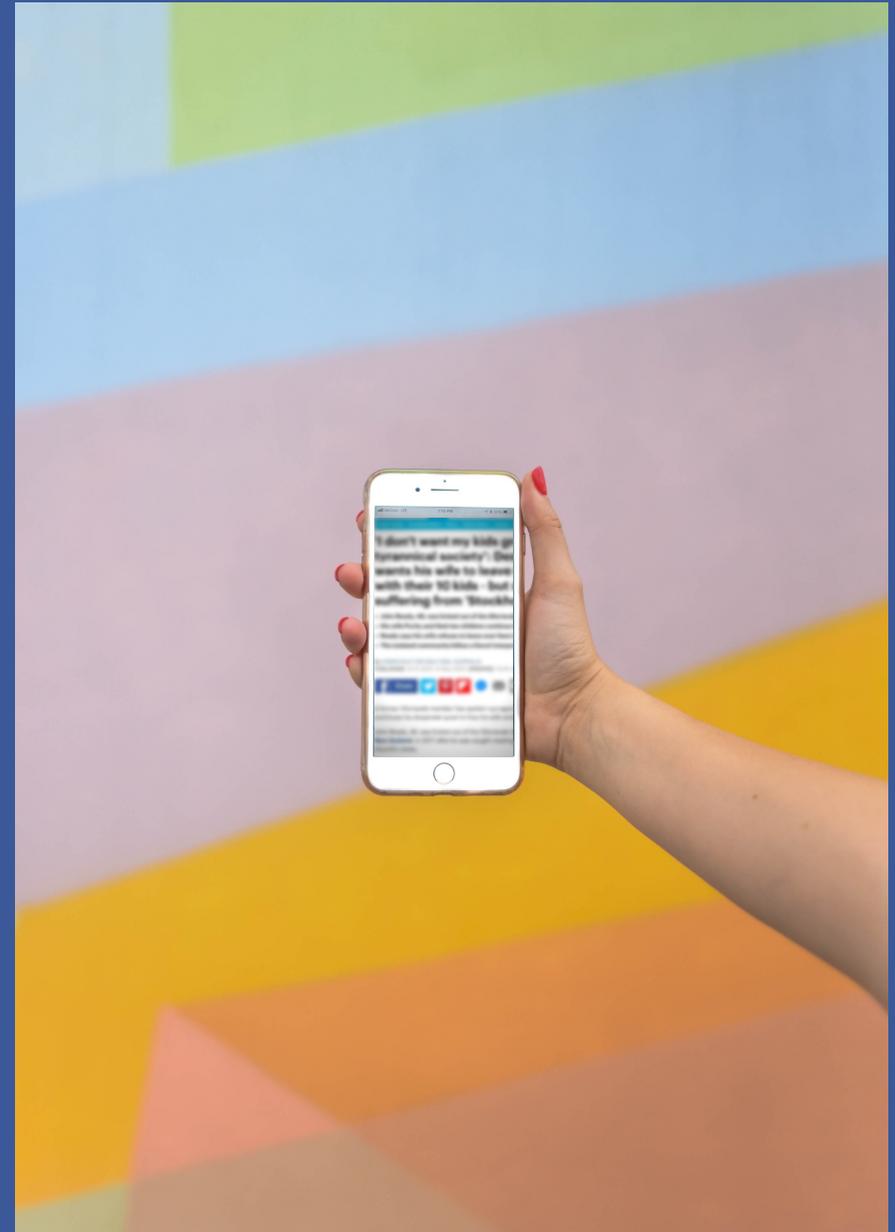


Regard sur les pratiques d'information au Canada | Digital News Report 2020

- 1 Le principal média utilisé
- 2 Les sources d'information en ligne
- 3 Les formats de nouvelles
- 4 L'écoute de baladodiffusions



Point méthodologique

Le DNR s'appuie sur un questionnaire en ligne administré par YouGov. Les données canadiennes sont calculées à partir d'un échantillon aléatoire de 2002 participants enregistrés auprès de cette firme de sondage, dont 418 francophones. Un échantillon francophone autonome a été complété de façon à y obtenir 1039 participants. Le questionnaire débute par une question filtre qui exclut les répondants qui n'ont pas consommé de nouvelles dans le mois précédant l'enquête.

Les données canadiennes ont été récoltées du 16 janvier au 25 février 2020, et donc avant les bouleversements majeurs engendrés par la pandémie de COVID-19. Les résultats sont pondérés pour représenter la population canadienne adulte. Il faut noter qu'une telle enquête est susceptible de sous-représenter les segments de la population canadienne qui n'ont pas accès à Internet : typiquement, il s'agit des personnes âgées, peu scolarisées, et de celles qui ont un faible revenu.



**Précision d'ordre
méthodologique**

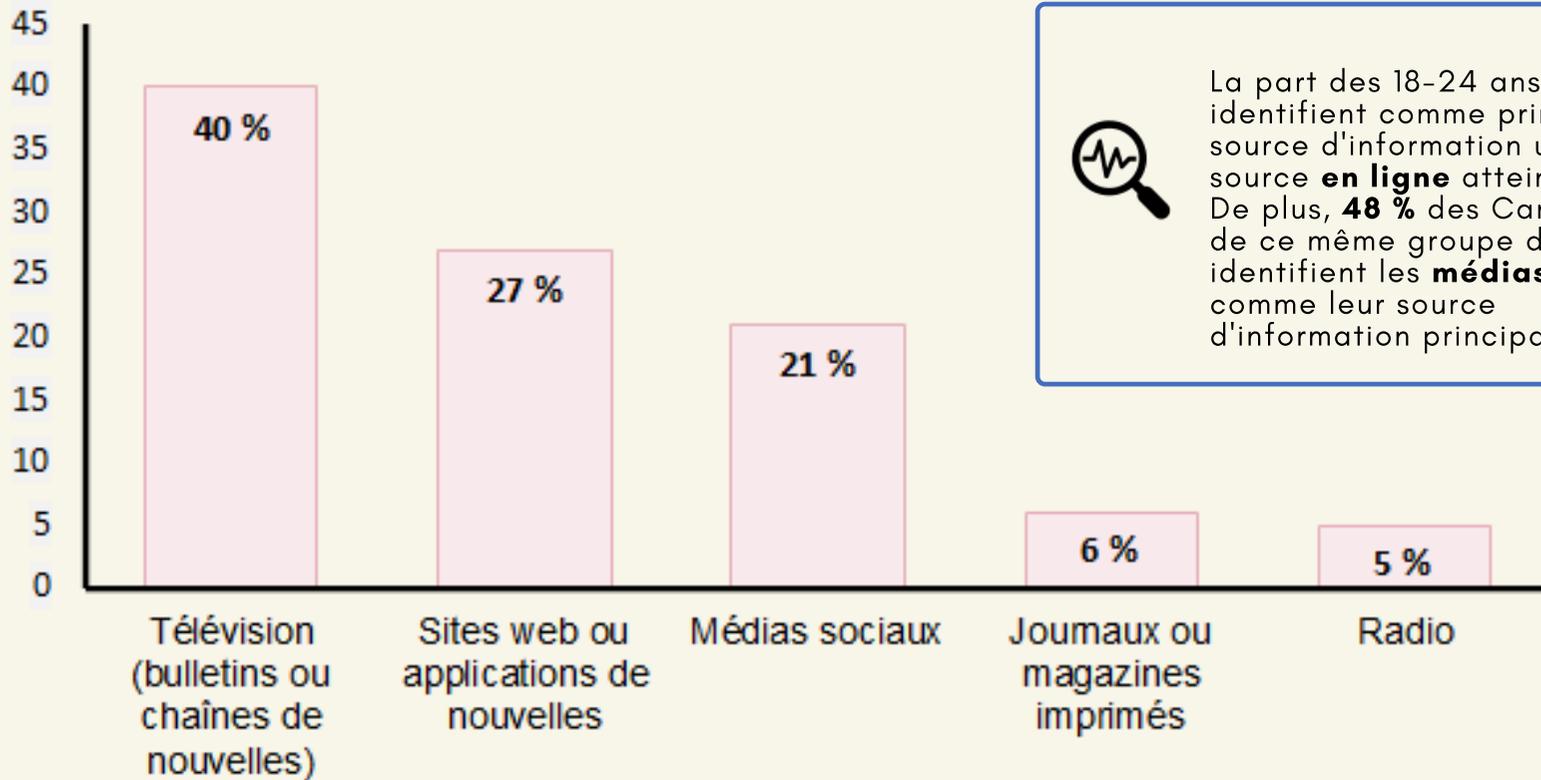


**Fait saillant présentant
un écart significatif par
rapport à l'ensemble des
répondants**

1

LE PRINCIPAL MÉDIA UTILISÉ

COMMENT LES RÉPONDANTS S'INFORMENT-ILS EN 2020?



La part des 18-24 ans qui identifient comme principale source d'information une source **en ligne** atteint **77 %**. De plus, **48 %** des Canadiens de ce même groupe d'âge identifient les **médias sociaux** comme leur source d'information principale.

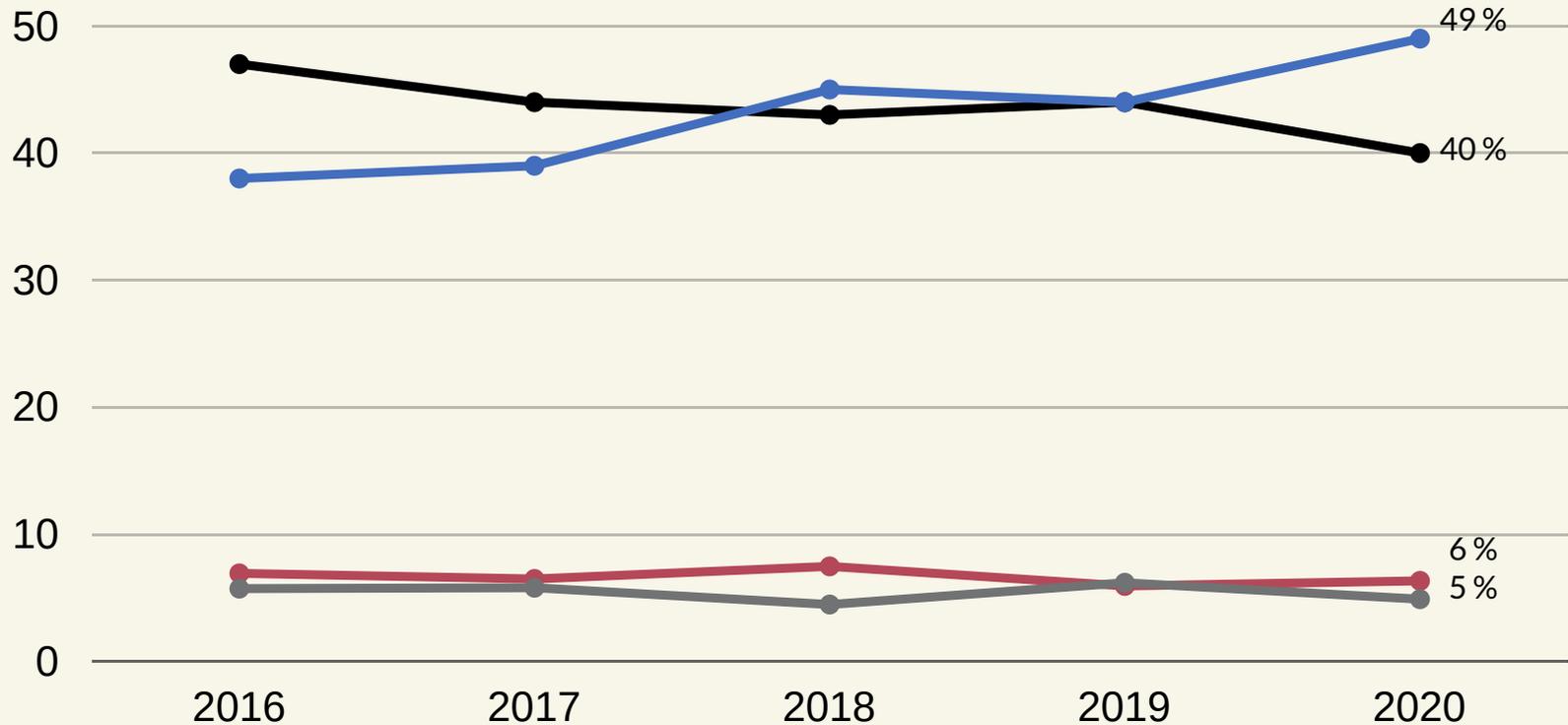


Parmi les sources d'information que vous avez consultées dans la dernière semaine, laquelle identifieriez-vous comme votre **principale source d'information**? Base: Tous les répondants qui ont consulté **au moins une source d'information dans la dernière semaine**.

1

LE PRINCIPAL MÉDIA UTILISÉ

EXPLORER LA TENDANCE CANADIENNE ENTRE 2016 ET 2020



● TÉLÉVISION

● SITES OU APPLICATIONS DE NOUVELLES, MÉDIAS SOCIAUX ET BLOGUES

● RADIO

● JOURNAUX IMPRIMÉS ET MAGAZINES

2

LES SOURCES

MARQUES EN LIGNE LES PLUS CONSULTÉES DANS LA DERNIÈRE SEMAINE

FRANCO

%	
32	TVA Nouvelles
29	ICI Radio-Canada/ICI RDI Nouvelles
23	La Presse
22	Journal de Montréal ou Journal de Québec
21	MSN Actualités
9	Yahoo! News
9	HuffPost (Huffington Post)
9	Le Devoir
8	L'Actualité

ANGLO

%	
25	CBC News
22	CTV News
19	CNN.com
19	Global News
15	MSN News
15	HuffPost (Huffington Post)
14	Globe and Mail
14	Yahoo! News
14	BuzzFeed News

Part des répondants **francophones** qui rapporte avoir consulté cette marque dans la semaine précédant l'enquête

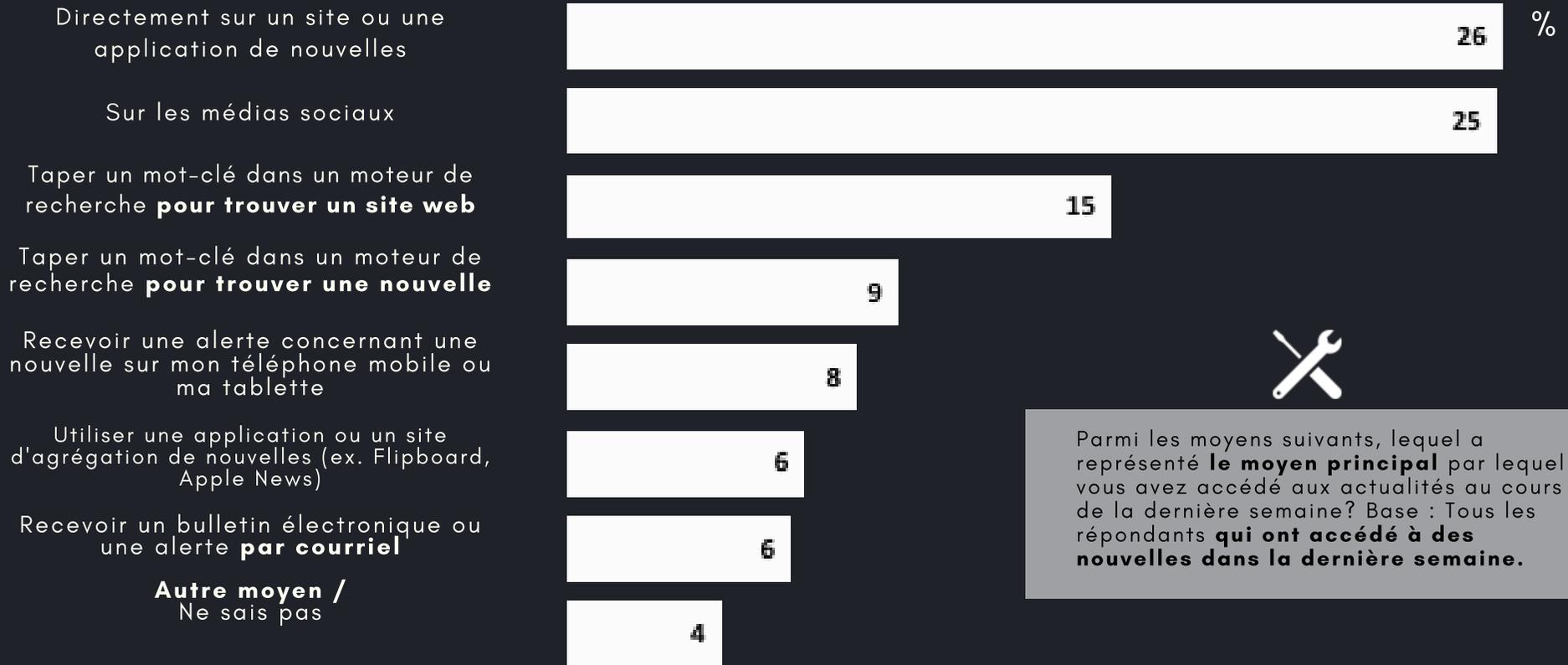


Parmi les marques suivantes, quelles sont celles que vous avez utilisées pour accéder aux actualités **en ligne** au cours de la dernière semaine? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent. Base : Tous les répondants. Note importante : Seules les neuf marques en ligne les plus consultées pour chaque groupe linguistique ont été rapportées dans les tableaux.

2

LE POINT D'ACCÈS

FAÇON PRINCIPALE D'ACCÉDER À DES NOUVELLES DANS LA DERNIÈRE SEMAINE



Parmi les moyens suivants, lequel a représenté **le moyen principal** par lequel vous avez accédé aux actualités au cours de la dernière semaine? Base : Tous les répondants **qui ont accédé à des nouvelles dans la dernière semaine.**



34 % des répondants qui ne détiennent **pas de diplôme d'études secondaires** rapportent avoir accédé à des nouvelles **principalement sur les médias sociaux**. Chez ceux qui ont complété **des études universitaires**, cette proportion est plutôt de **19 %**.

2

LES MÉDIAS SOCIAUX

MÉDIAS SOCIAUX UTILISÉS POUR LIRE, COMMENTER OU PARTAGER DES NOUVELLES

Part des répondants **francophones** qui rapporte avoir utilisé ce média social pour lire, commenter ou partager des nouvelles

FRANCO	
%	
46	Facebook
25	YouTube
19	Facebook Messenger
9	Instagram
7	Twitter
5	LinkedIn
4	WhatsApp
4	Pinterest
3	Snapchat

ANGLO	
%	
39	Facebook
27	YouTube
15	Twitter
11	Facebook Messenger
10	Instagram
6	WhatsApp
4	LinkedIn
4	Pinterest
3	Snapchat

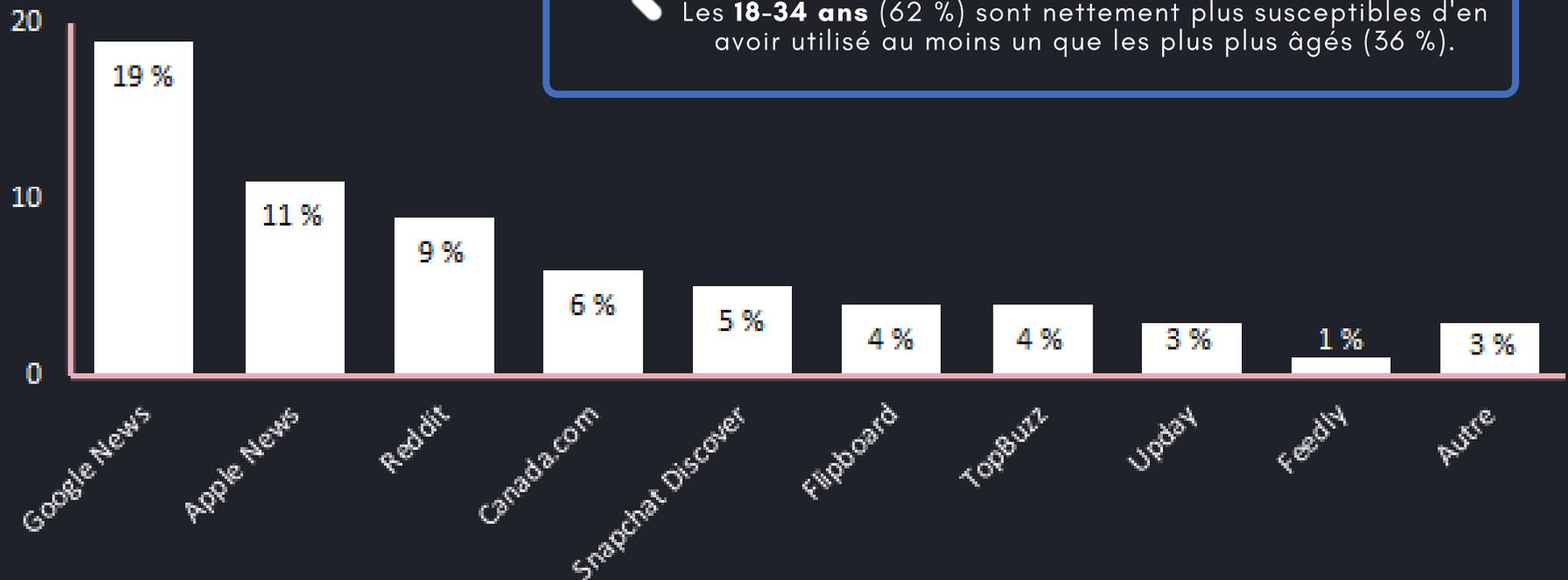


Parmi les sites (ou applications) suivants, quels sont ceux, le cas échéant, que vous avez utilisés au cours de la semaine passée pour **trouver, lire, regarder, partager des nouvelles ou en discuter**? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent. Base : Tous les répondants. Note importante : Seules les neuf plateformes les plus consultées pour chaque groupe linguistique ont été rapportées dans les tableaux.

2

LES AGRÉGATEURS

AGRÉGATEURS DE NOUVELLES UTILISÉS DANS LA DERNIÈRE SEMAINE



47 % des hommes et **38 % des femmes** rapportent avoir utilisé un agrégateur de nouvelles dans la semaine précédant l'enquête.

Les **18-34 ans** (62 %) sont nettement plus susceptibles d'en avoir utilisé au moins un que les plus âgés (36 %).



Lorsque vous avez utilisé Internet pour accéder aux nouvelles, avez-vous utilisé certains des **sites ou applications mobiles suivant(e)s** qui regroupent différents liens vers les nouvelles au cours de la semaine passée? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

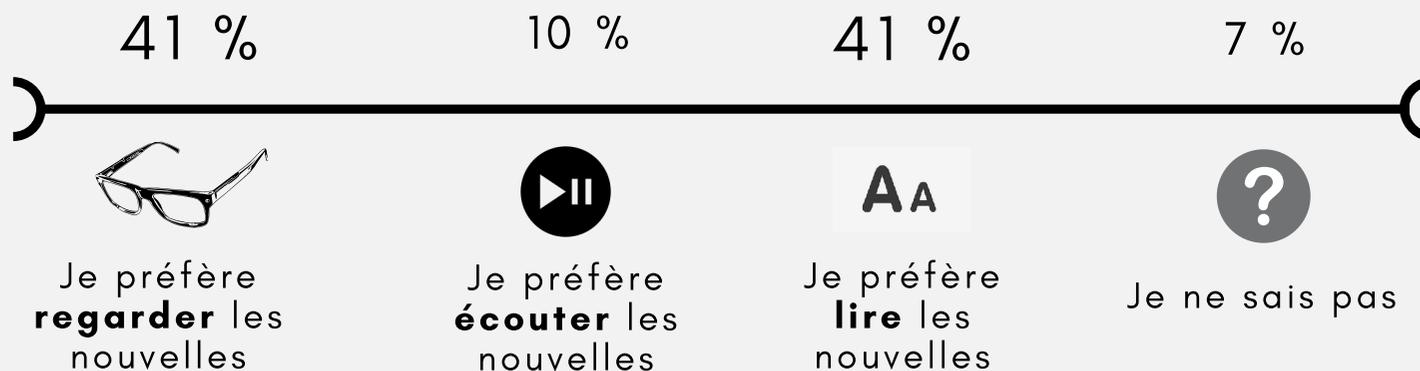
3

LE FORMAT DES NOUVELLES

LIRE, REGARDER OU ÉCOUTER LES NOUVELLES POUR S'INFORMER EN LIGNE ?



En réfléchissant à **vos habitudes d'accès aux nouvelles en ligne**, quelle est parmi les affirmations suivantes celle qui vous correspond le mieux? Veuillez sélectionner une seule réponse. Base : Tous les répondants.



Les **25-34 ans** (52 %) et les **35-44 ans** (47 %) sont plus portés à préférer **lire les nouvelles** que les répondants des autres tranches d'âge.

Les **francophones** sont aussi plus nombreux à préférer **lire les nouvelles** (44 %) qu'à les regarder (38 %).

3

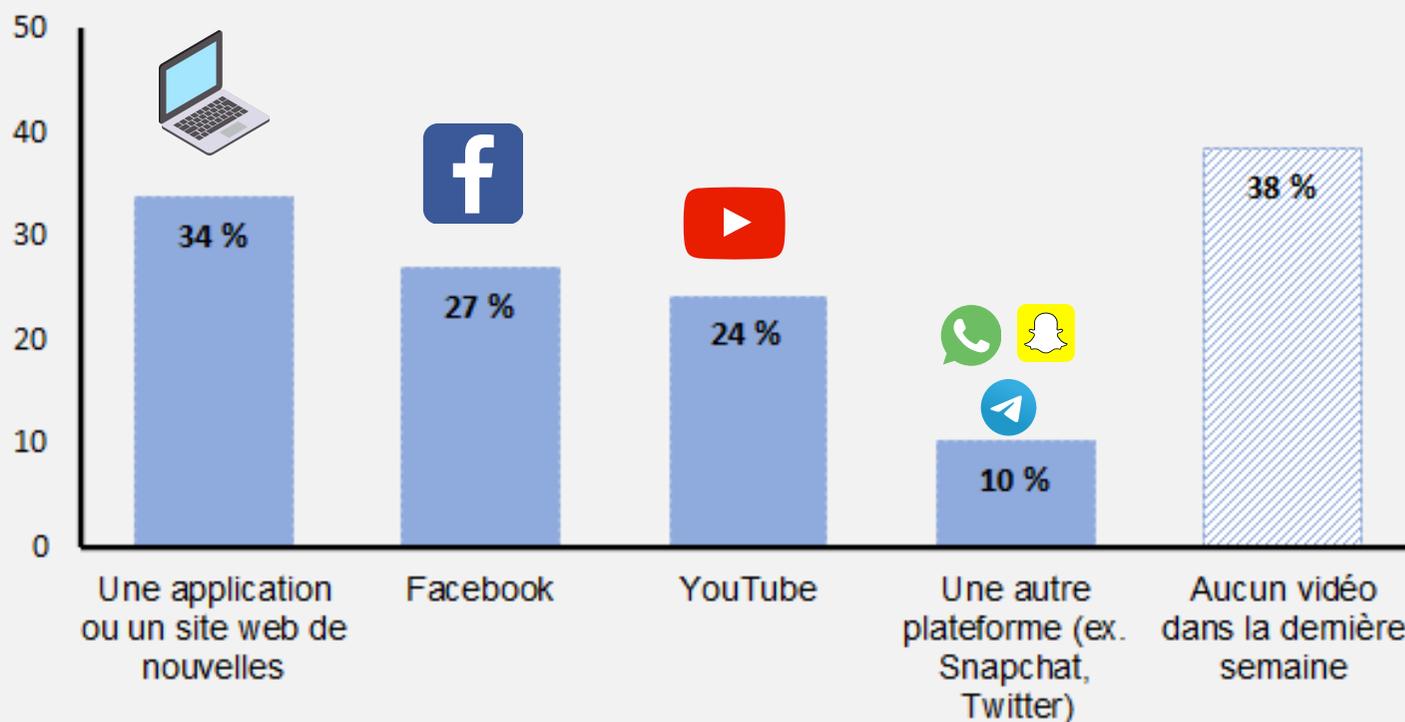
VIDÉOS ET PLATEFORMES

OÙ LES RÉPONDANTS ONT-ILS CONSOMMÉ DES NOUVELLES EN FORMAT VIDÉO
DANS LA DERNIÈRE SEMAINE ?



Concernant votre consommation de vidéos d'actualité en ligne (de tout type) au cours de la semaine dernière, quelle(s) action(s) de la liste suivante avez-vous réalisée(s) ? : «**J'ai regardé une vidéo en lien avec l'actualité sur...**»

Veuillez choisir toutes les réponses qui s'appliquent.
Base: Tous les répondants.

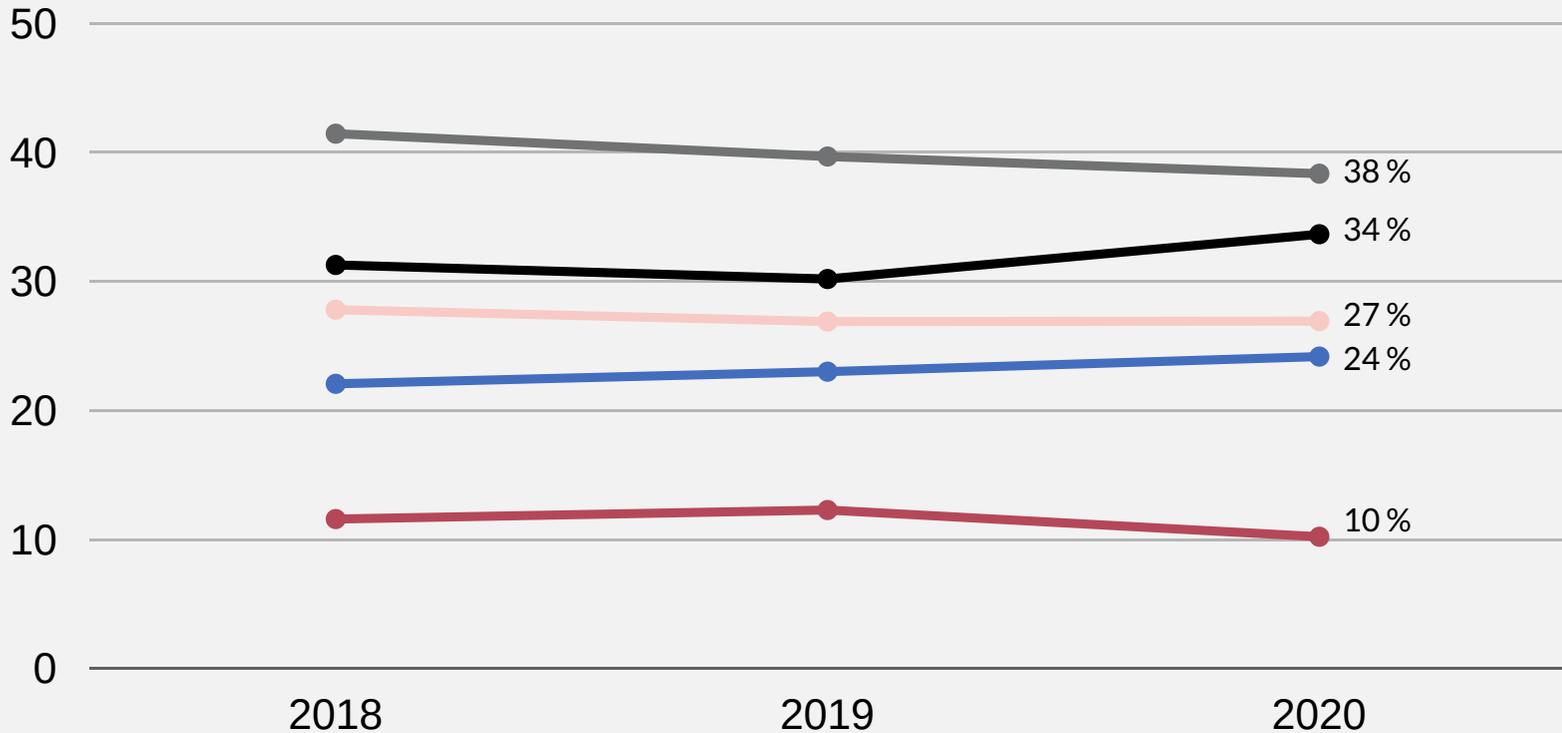


29 % des hommes ont consommé un **vidéo de nouvelles sur Youtube** dans la dernière semaine comparativement à **20 % des femmes**. Ces dernières sont également **plus nombreuses** (42 %) à rapporter **n'avoir vu aucun vidéo** de ce genre que les hommes (35 %).

3

TENDANCE CANADIENNE

PRINCIPALE MANIÈRE D'ACCÉDER À DES VIDÉOS D'ACTUALITÉS
EN LIGNE DANS LA SEMAINE PRÉCÉDANT L'ENQUÊTE



● SITE WEB OU APPLICATION DE NOUVELLES

● SUR YOUTUBE

● AUCUN VIDÉO

● SUR FACEBOOK

● SUR UNE AUTRE PLATEFORME

4

LES BALADODIFFUSIONS

QUELS TYPES DE BALADODIFFUSIONS AVEZ-VOUS ÉCOUTÉ DANS LE DERNIER MOIS ?

FRANCO

%	
11	Sujets spécialisés (science et techno., médias, santé...)
10	Actualité , politique, couverture internationale
7	Mode de vie (mode, art, littérature, voyage...)
7	Vie contemporaine (enjeux sociétaux, crimes...)
7	Sport
73	Aucune baladodiffusion

Part des répondants **francophones** qui rapporte avoir écouté ce type de baladodiffusion dans le mois précédant l'enquête.

ANGLO

%	
15	Sujets spécialisés (science et techno., médias, santé...)
14	Actualité , politique, couverture internationale
13	Mode de vie (mode, art, littérature, voyage...)
11	Vie contemporaine (enjeux sociétaux, crimes...)
7	Sport
65	Aucune baladodiffusion



Lequel des **types de baladodiffusions** suivants avez-vous écouté le mois dernier? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.
Base : Tous les répondants.

4

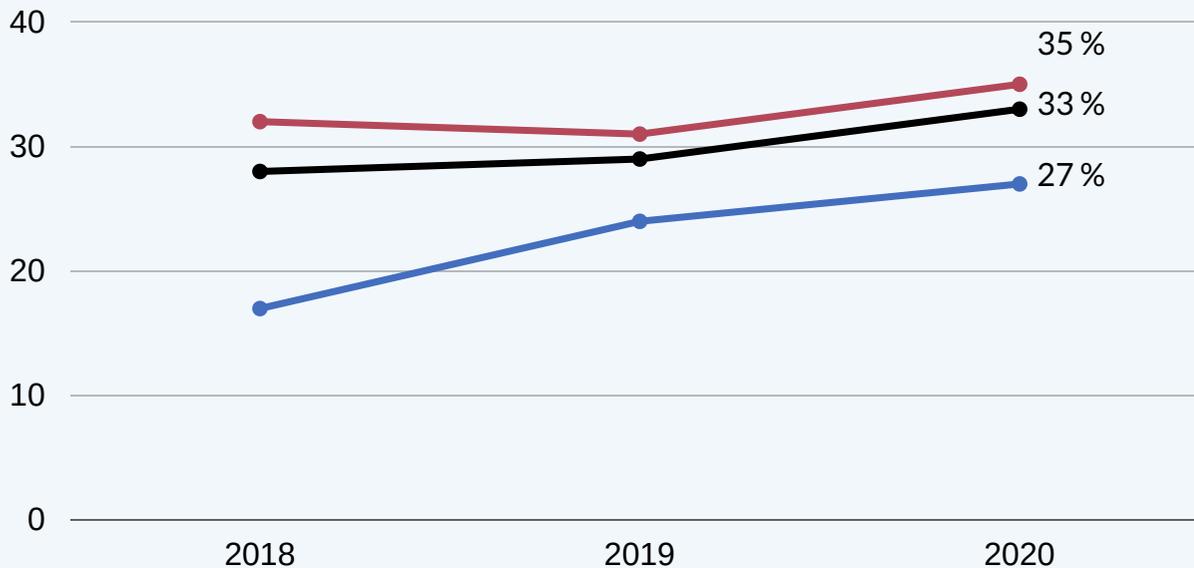
LES BALADODIFFUSIONS

EXPLORER LA TENDANCE CANADIENNE ENTRE 2018 ET 2020



Les baladodiffusions semblent **plus populaires chez les hommes**. En 2020, **38 %** d'entre eux ont consommé une baladodiffusion dans le dernier mois (tous sujets confondus) contre **28 % des femmes**.

Parmi les répondants qui ont écouté une baladodiffusion dans le mois précédant le sondage, **56 %** estiment qu'elles offrent un **plus large éventail de sujets et de perspectives** que d'autres formes de médias.



Lequel des **types de baladodiffusions** suivants avez-vous écouté le mois dernier? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.
Base : Tous les répondants.



CANADIENS AYANT ÉCOUTÉ UNE BALADODIFFUSION



FRANCOPHONES AYANT ÉCOUTÉ UNE BALADODIFFUSION



ANGLOPHONES AYANT ÉCOUTÉ UNE BALADODIFFUSION

À PROPOS DU CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS



CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS

Le CEM est un organisme sans but lucratif qui est un lieu de recherche, mais également un agent de concertation entre les entreprises de communication, les milieux gouvernementaux, et les milieux universitaires. Il compte trois partenaires universitaires: le Département d'information et de communication de l'Université Laval, l'École des médias de l'UQAM et l'Université de Montréal.

Depuis 1992, le Centre d'études sur les médias (CEM) mène des recherches et produit de brèves analyses visant à mieux comprendre l'évolution des médias d'ici. Nous nous intéressons tout particulièrement aux politiques publiques, à l'économie des médias, aux changements dans les habitudes des consommateurs ainsi qu'aux transformations que connaît le journalisme.

Centre d'études sur les médias

Colette Brin, directrice

Équipe de projet

Sébastien Charlton, coordonnateur aux opérations

Erika Bisailon, auxiliaire de recherche

Consultez le digitalnewsreport.org pour les données internationales

Merci à Kamille Leclair pour son apport au projet

Avec le soutien financier de :

