



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Diversité des contenus en ligne : perception et compréhension du public au Canada et à l'étranger

Constataions canadiennes et internationales

Sommaire exécutif

Préparé pour le ministère du Patrimoine canadien

Nom du fournisseur : Ipsos Affaires publiques

Numéro de contrat : C1111-200414/001/CY

Valeur du contrat : 164 631,37 \$ (TVH comprise)

Attribution du contrat : 24 novembre 2020

Date de livraison : 14 mai 2021

Numéro d'enregistrement: POR 065-20

Pour de plus amples renseignements sur le contenu de ce rapport, veuillez communiquer avec le ministère du Patrimoine canadien à por-rop@pch.gc.ca.

This report is also available in English.

Diversité des contenus en ligne : perception et compréhension du public au Canada et à l'étranger

Constatations canadiennes et internationales

Sommaire exécutif

Préparé pour le ministère du Patrimoine canadien

Nom du fournisseur : Ipsos Affaires Publiques

Mai 2021

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats de quatre groupes de discussion en ligne et deux enquêtes en ligne réalisées par Ipsos Affaires publiques au nom du ministère du Patrimoine canadien.

Ipsos a mené une série de quatre groupes de discussion en ligne de 90 minutes composés de membres de la population canadienne âgés de 18 ans et plus qui utilisent les plateformes numériques (médias sociaux et contenu numérique) pour consommer des nouvelles et du contenu culturel. Un total de 32 personnes ont pris part à la recherche qualitative. Trois des groupes de discussion ont été menés en anglais et un en français. La recherche qualitative sur le terrain a eu lieu du 16 au 21 décembre 2020.

La première étude a été menée auprès de 2 006 Canadiens âgés de 18 ans ou plus du 5 au 11 février 2021.

La deuxième étude a été menée auprès de 3 201 répondants âgés de 18 ans ou plus résidant en Australie (n = 800), en Finlande (n = 800), en France (n = 800) et en Allemagne (n = 801) entre le 23 février et le 9 mars 2021.

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Veuillez obtenir au préalable une autorisation écrite du ministère du Patrimoine canadien. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec le ministère du Patrimoine canadien au : por-rop@pch.gc.ca.

Ministère du Patrimoine canadien

15, rue Eddy

Gatineau, QC K1A 0M5

Numéro de catalogue :

CH44-172/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-40163-8

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 065-20) :

Numéro de catalogue (Rapport final, Anglais) : CH44-172/2021E-PDF

ISBN : 978-0-660-40162-1

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministère du Patrimoine canadien, 2021

This publication is also available in English under the title: *Diversity of Content Online: Public Perceptions and Awareness in Canada and Abroad*.

SOMMAIRE EXÉCUTIF

1 But et objectifs de la recherche

Les principaux objectifs de cette recherche sur l'opinion publique comprennent, sans s'y limiter, les éléments suivants.

- les perceptions et la compréhension des citoyens à l'égard des **effets des algorithmes sur leur accès et leur exposition** à du contenu diversifié, y compris du contenu local;
- les perceptions des citoyens sur les effets des algorithmes sur leur exposition aux nouvelles et à l'information, particulièrement la **diversité des points de vue** offerts par le contenu en ligne;
- les perceptions des citoyens au regard des **répercussions du contenu en ligne sur les droits démocratiques** (c.-à-d. la liberté d'expression, la liberté d'opinion, le droit de prendre part à la vie culturelle de la communauté, le droit de participer au gouvernement, etc.);
- la **satisfaction des citoyens en ce qui concerne la diversité du contenu** qui leur est recommandé par les algorithmes des plateformes numériques;
- **l'interaction des citoyens avec le contenu** (la consommation de contenu fondé sur les algorithmes [programmée] par opposition à la consommation induite par l'utilisateur [organique ou recherches actives] et l'utilisation des réseaux [médias sociaux]);
- **les similitudes et les différences** entre les questions de la compréhension, de la perception et de la satisfaction des populations de **l'Australie**, de la **Finlande**, de la **France** et de **l'Allemagne** à l'égard de la diversité du contenu qui leur est recommandé par les algorithmes des plateformes numériques, à des fins de comparaison (voir le rapport distinct de la phase 3).

2 Méthodologie

Dans la **phase 1**, Ipsos a mené une série de quatre groupes de discussion en ligne de 90 minutes composés de membres de la population canadienne (âgés de 18 ans et plus) qui utilisent les plateformes numériques (médias sociaux et contenu numérique) pour consommer des nouvelles et du contenu culturel. Des questions filtrées ont été posées pour s'assurer que chaque groupe était composé de participants de sexe, d'âge, d'origine ethnique, de niveau de scolarisation et de profil socioéconomique diversifiés.

Pour chacune des séances, Ipsos a recruté dix participants afin de garantir la présence d'au moins huit d'entre eux. Un total de 32 personnes ont pris part à la recherche qualitative. Trois des groupes de discussion ont été menés en anglais et un en français (le 21 décembre). La recherche qualitative sur le terrain a eu lieu du 16 au 21 décembre 2020.

Dans la **phase 2**, Ipsos a mené une enquête quantitative qui consistait en une série de questions ouvertes et fermées conçues en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien. Au Canada, l'enquête était offerte dans les deux langues officielles et 2 006 personnes âgées de 18 ans et plus y ont répondu du 5 au 11 février 2021. La durée moyenne de l'entrevue était de 13 minutes. Les répondants ont été tirés de l'échantillon du panel en ligne d'Ipsos, ce qui en fait un échantillon non probabiliste.

Dans la **phase 3**, un questionnaire similaire à celui de la phase 2 a été utilisé. Au total n = 5 207 réponses ont été recueillies auprès d'adultes âgés de 18 ans et plus résidant en Australie (n = 800), en Finlande (n = 800), en France (n = 800) et en Allemagne (n = 801). D'une durée moyenne de 13 minutes, les entrevues ont été réalisées entre le 23 février et le 9 mars 2021. Les répondants ont été tirés de l'échantillon du panel en ligne, ce qui en fait un échantillon non probabiliste.

3 Principales constatations

Les constatations des groupes de discussion de la **phase 1** (étude qualitative) avaient comme objectif de fournir des renseignements destinés à l'élaboration d'outils de recherche quantitative à mettre en œuvre ultérieurement durant les

phases 2 et 3 de la recherche. Quand il s'agit de décider des types de contenu en ligne à accéder, les participants semblent considérer un certain nombre de facteurs : la facilité d'utilisation, les préférences prédéterminées, l'information offerte par des sources fiables, l'information tendance ou d'actualité et l'information suggérée par les diverses plateformes. Les participants ont des avis mitigés sur les algorithmes et en reconnaissent les avantages et les limites. La plupart sont confiants en leur capacité de prendre des décisions éclairées à l'égard du contenu consommé en ligne. L'accès à un contenu diversifié est généralement perçu comme une responsabilité partagée entre les utilisateurs, les fournisseurs d'accès Internet, les plateformes et le gouvernement.

La **phase 2** (étude canadienne) a pris plusieurs de ces constatations des groupes de discussion et les a examinées du point de vue de l'opinion publique. Plus précisément, les Canadiens trouvent prioritaire que le contenu visionné en ligne soit véridique et qu'il provienne d'une source fiable. Cependant, ils ne sont pas exceptionnellement satisfaits avec leur expérience en ligne. Bien qu'une majorité de Canadiens soient satisfaits du contenu en ligne qui correspond à leurs intérêts, une moindre proportion est satisfaite de la disponibilité du contenu qui présente différents points de vue. Par ailleurs, seulement la moitié des Canadiens sont satisfaits de l'exactitude de l'information trouvée en ligne et encore moins sont satisfaits de l'exactitude du contenu suggéré. Alors que les Canadiens affirment s'informer surtout en ligne, il semble que les frontières entre les sources d'« information » et les sources de « divertissement » s'estompent. En effet, les mêmes sources sont citées en tant que sources privilégiées d'information et de divertissement.

En ce qui concerne les algorithmes, la moitié des répondants affirment avoir entendu le terme « algorithme en ligne » lorsqu'on le leur présente sans définition. Toutefois, beaucoup moins de répondants qui disent avoir entendu le terme sont capables de décrire de quoi il s'agit ou comment les algorithmes fonctionnent. Même après avoir entendu la définition d'un algorithme, moins de quatre répondants sur dix affirment avoir une certaine connaissance des algorithmes en ligne. Lorsqu'on leur demande qui doit être responsable de soutenir financièrement les journalistes et les éditeurs de nouvelles, les Canadiens sont partagés. En effet, ils n'attribuent pas cette responsabilité à une organisation ou à une industrie en particulier. Ils sont d'avis qu'elle devrait être distribuée entre les plateformes en ligne, les médias sociaux et le gouvernement.

La **phase 3** (étude internationale) consistait à poser les mêmes questions aux répondants vivant en Australie, en Finlande, en France et en Allemagne. Dans tous les pays, la fiabilité de la source est une priorité pour les répondants et occupe la première ou la deuxième place au palmarès des éléments importants. La base factuelle et la véracité du contenu en ligne sont considérées comme importantes pour la plupart des répondants de tous les pays, *mais pas pour tous*. En outre, les répondants ne sont pas particulièrement satisfaits des éléments relatifs à la découvrabilité et à la disponibilité du contenu en ligne.

Il existe aussi des parallèles internationaux entre les sources utilisées par les répondants pour s'informer et se divertir dans tous les pays sondés. À l'exception des Finlandais, pas plus d'un répondant sur quatre affirme avoir des connaissances au sujet des algorithmes. Les répondants de la Finlande ont le plus confiance en leurs connaissances. Tous les répondants des pays sondés considèrent que le soutien financier des journalistes et des éditeurs de nouvelles est une responsabilité partagée. Aucun n'attribue cette tâche à une organisation ou à une industrie en particulier, mais partagent plutôt la responsabilité entre les gouvernements, les plateformes Internet et les médias sociaux.

4 Limitations de la recherche

En ce qui concerne les constatations de la **phase 1**, elles sont de nature qualitative et ne sont pas le résultat d'une méthodologie de recherche quantitative représentative. Par conséquent, elles ne doivent pas être extrapolées à l'ensemble de la population canadienne. Elles doivent plutôt être considérées pour leur nature directionnelle avec l'intention de fournir des résultats thématiques larges et destinés à une compréhension accrue.

Pour ce qui concerne les **phases 2 et 3**, étant donné la nature non probabiliste de la recherche, la méthode d'échantillonnage ne permet pas que les résultats soient extrapolés au reste de la population australienne/canadienne/finlandaise/français/allemande. Toutefois, les enquêtes par panel en ligne comme celle-ci sont

communément utilisées pour les recherches sur l'opinion publique et les études de marché. Elles fournissent des observations intéressantes sur les connaissances et les opinions de la population, puisque les échantillons sont conçus pour être représentatifs de la population sur le plan régional, démographique et socioéconomique.

Le recours à l'échantillonnage par quotas et à la pondération fait en sorte que la composition de chaque échantillon reflète les dernières données du recensement du pays. Le groupe échantillon de la population générale a été pondéré selon l'âge, le sexe, la région et le niveau de scolarité.

5 Usage des résultats

Le gouvernement du Canada mène une initiative internationale sur la diversité des contenus en ligne. L'idée est que les citoyens exposés à divers types et sources de contenu devraient être mieux outillés pour participer pleinement aux débats publics. Les citoyens se tournent de plus en plus vers les plateformes numériques pour s'informer et se divertir. Ce nouvel écosystème amène son lot de nouvelles préoccupations comme le phénomène des bulles de filtres qui fait en sorte que les citoyens sont exposés uniquement à un spectre de renseignements et à des points de vue limités. Cette diversité réduite pourrait avoir un effet négatif sur la qualité de la participation démocratique dans les débats publics.

Le but premier de cette initiative est d'adopter des principes directeurs portant sur la diversité du contenu qui serviront de fondements normatifs pour établir des mesures concrètes que devront prendre les divers intervenants de la société civile et des secteurs public et privé. Un groupe de travail multipartite a été créé pour rédiger les principes directeurs. Ces derniers comporteront des attentes générales et encadreront l'élaboration de politiques articulées autour des quatre thèmes suivants :

- l'accès et la découvrabilité du contenu local et national;
- la rémunération et la viabilité économique des créateurs de contenu;
- l'accès à des sources diversifiées et fiables de renseignements, y compris les nouvelles locales;
- la transparence en ce qui concerne l'incidence des algorithmes sur l'accès et l'exposition à du contenu diversifié.

Des pays avec une vision similaire prennent part à une initiative collaborative d'élaboration de politiques visant à bien comprendre les enjeux et à cibler les interventions possibles. En ce moment, l'Australie, le Canada, la Finlande, la France et l'Allemagne poursuivent un programme de recherche collaborative sur plusieurs fronts. L'un d'entre eux est le besoin de mettre en place un cadre de mesure du rendement adapté aux multiples aspects de la question de la diversité du contenu, en utilisant les mesures et indicateurs existants, au besoin, et en ciblant les lacunes à combler.

Pour compléter ce programme de recherche, le ministère du Patrimoine canadien a entrepris une recherche sur l'opinion publique pour éclairer l'élaboration et le suivi des indicateurs servant à mesurer la perception de la population canadienne à l'égard de la diversité du contenu en ligne qu'elle consulte et auquel elle est exposée, principalement par l'entremise d'intermédiaires en ligne (Facebook, YouTube, Twitter).

Plusieurs éléments concernant la question d'une politique en matière de diversité du contenu ne sont toujours pas étayés par des données et des preuves factuelles. Parmi les lacunes, on remarque le peu de données relatives à la perception de la population et à sa compréhension des algorithmes et de leur effet sur l'accès et l'exposition à du contenu diversifié. Nous devons également évaluer plus en profondeur leurs connaissances et leurs perceptions relatives à la diversité des sources et à la diversité des types et des genres de contenu.

Pour soutenir l'élaboration de politiques, y compris l'établissement possible d'indicateurs qui témoignent de cette priorité, le ministère du Patrimoine canadien a réalisé une enquête nationale pour évaluer la perception des Canadiens à l'égard des enjeux liés à la diversité du contenu en ligne.

Les données recueillies lors de cette enquête contribueront à établir une base de données probantes pour éclairer l'élaboration des politiques dans le domaine.

6 Déclaration de neutralité politique

J'atteste par les présentes, à titre d'agent principal d'Ipsos, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Mike Colledge
Président
Ipsos Affaires publiques

7 Valeur du contrat

La valeur du contrat était de 164 631,37 \$ (TVH comprise).