

ÉVITER LE DÉSERT MÉDIATIQUE : RELEVER LES DÉFIS DES MÉDIAS RÉGIONAUX DANS LE QUÉBEC ANGLOPHONE

Par Shannon Bell, M.A.P.

Revu par Brian Lewis, Ph. D.; Patrick Donovan, Ph. D.;
Lorraine O'Donnell, Ph. D.; Hugh Maynard

Novembre 2023

Les médias locaux, comme les journaux et les stations de radio, renforcent les liens entre les membres des communautés et contribuent à la vitalité de celles-ci. Dans son cadre de référence sur la vitalité des minorités linguistiques, le gouvernement du Canada souligne le rôle joué par les médias à cet égard (Patrimoine canadien, 2021). Grâce aux nouvelles locales, les gens peuvent demeurer informés de l'actualité politique et économique régionale ainsi que des activités d'intérêt dans leur milieu. La disparition des nouvelles locales peut, par conséquent, éroder le sens d'appartenance à la communauté (Matthews, 2022).

Une étude réalisée en 2017 met en évidence l'importance que revêtent les médias pour les minorités linguistiques canadiennes. « Ils contribuent à l'essor et à la vitalité des minorités linguistiques, et leur évitent d'être isolées. » (Fry, 2017, p. 4). L'étude remarque également que le gouvernement utilise la presse écrite pour « communiquer avec le grand public dans les deux langues officielles » (p. 4). Cette étude et d'autres du même genre ont amené les gouvernements fédéral et provinciaux à aider les médias locaux à surmonter leurs difficultés économiques. La portée de ce soutien reste toutefois à être étudiée de manière approfondie.

Bien qu'ils se comportent comme des journaux régionaux, les médias métropolitains¹ n'offrent généralement qu'une couverture partielle de l'actualité régionale. Les anglophones hors-Montréal trouvent que le *Montreal Gazette* contient peu d'articles au sujet de leur localité ou de leur milieu. La couverture radiophonique présente elle aussi des lacunes. En certains endroits, comme à Métis-sur-Mer ou sur la Basse-Côte-Nord, la population anglophone est hors de portée des tours de transmission utilisées pour diffuser des émissions d'affaires publiques en langue anglaise (CBC/Radio-Canada, s. d.).

¹ Selon Statistique Canada, une région métropolitaine est un grand centre urbain comptant 100 000 habitants ou plus.

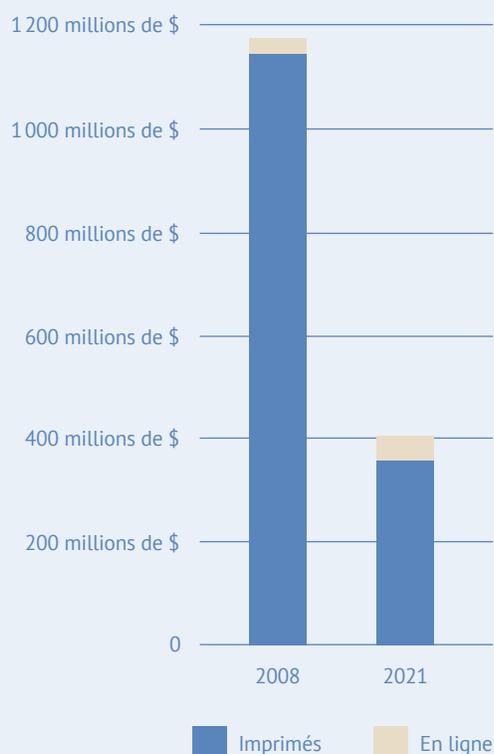
Les journaux régionaux face à une crise

La presse écrite affronte d'importants défis depuis de nombreuses années. Depuis le début des années 2000, certains journaux paraissent moins souvent, sont passés à une plateforme numérique ou ont complètement fermé leurs portes. Le modèle publicitaire des journaux a été considérablement mis à mal dans le sillage de la crise financière de 2008, et ces difficultés ont eu des conséquences sur tout le secteur de la publicité (Winseck, 2022). **Au Canada, le revenu total des journaux régionaux a chuté de près de 60 % entre 2008 et 2020**, les quotidiens étant le plus affectés par cette baisse (Greenspon et coll., 2022). Les revenus publicitaires des journaux locaux ont baissé à 401 millions de dollars canadiens en 2021, par rapport à 1,17 milliard de dollars canadiens en 2010 (Médias d'Info Canada, s. d.) (figure 1). Tout en reconnaissant que quelque chose devait être fait pour aider ce secteur, les gouvernements ont alimenté le déclin en réduisant leurs dépenses dans les médias imprimés (Beeby, 2016). Depuis 2008, au moins un tiers des postes de journaliste ont disparu au Canada (Greenspon et coll., 2022).

Entre 2008 et 2021, près de 450 organes d'information, dont des postes de télévision, des radios et des journaux régionaux, ont fermé leurs portes dans plus de 300 localités au Canada (Lindgren et Corbett, 2023). **Au Québec, 104 médias (presse écrite, radio, télévision) ont disparu, ont fusionné ou sont passés à un modèle exclusivement en ligne depuis 2008** (figure 2, page suivante). Les médias anglophones ou bilingues ont représenté 22 % de ces fermetures ou restructurations (Lindgren et Corbett, 2023). Étant donné que la communauté anglophone représente 16,9 % de la population de la province, **ces fermetures semblent avoir touché les anglophones de manière disproportionnée**. En 2023, le Québec a jusqu'à présent vu plusieurs médias imprimés ou en ligne cesser leurs activités, ce qui comprend le réseau de Métro Média, qui publiait un quotidien et 11 hebdomadaires dans les régions urbaines de Montréal et de Québec, certaines de ces publications étant presque centenaires (Duhamel, 2023).

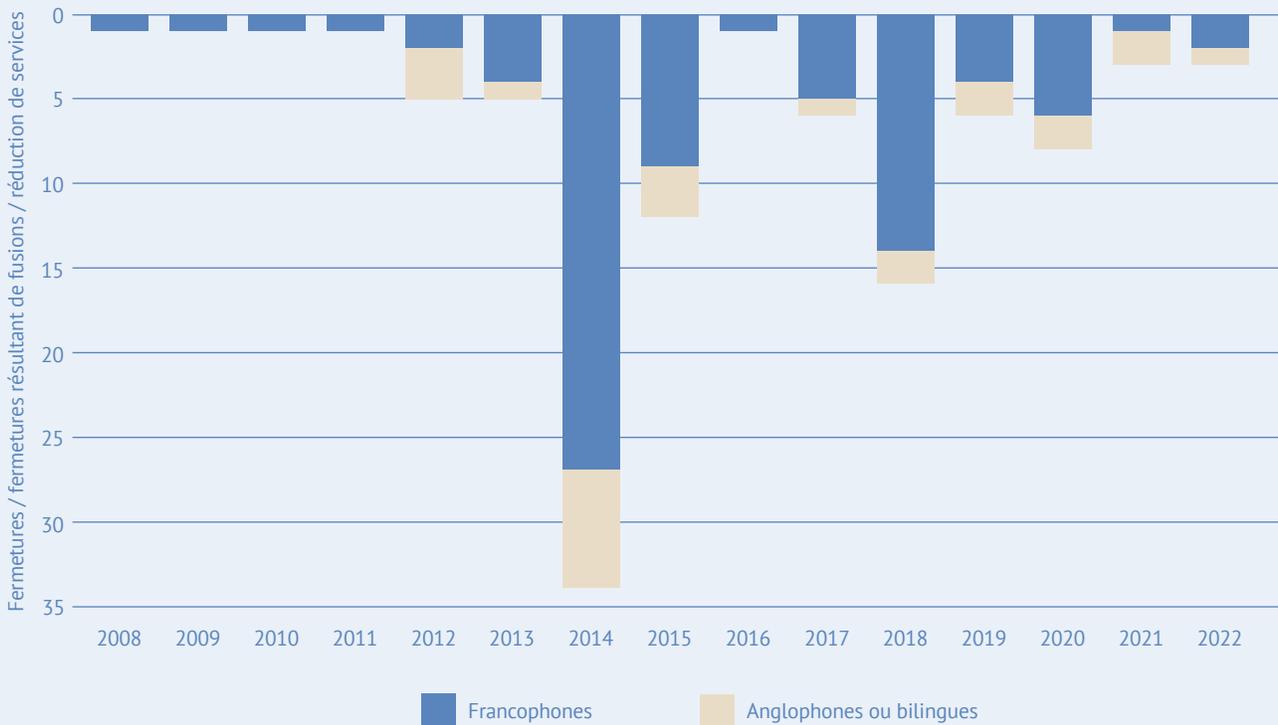
Bref, les médias régionaux sont en crise en raison de divers facteurs interreliés inhérents aux défis posés par les revenus en ligne et à la consolidation de la propriété des médias (Matthews, 2022).

Figure 1 :
Recettes publicitaires des journaux régionaux canadiens



Source :
Médias d'Info Canada, sondages annuels sur les revenus, 2008 et 2021

Figure 2:
Fermeture d'organes d'information régionaux francophones et anglophones au Québec, de 2008 à 2022



Source :
 Lindgren, A., et Corbett, J. (2023). Local News Map Data : August 1, 2023. Local News Research Project.

Les « déserts médiatiques » : une crise pour la démocratie

Les difficultés des journaux régionaux, jumelées à une concentration de la couverture des nouvelles nationales et internationales, peuvent créer ce que la littérature appelle des « déserts médiatiques », soit des « localités dont les résidents ont un accès très limité au type de nouvelles et d'informations crédibles et complètes qui nourrissent la démocratie au niveau local » (Matthews, 2022).

De tels déserts peuvent créer des « angles morts », tant sur le plan géographique (couverture déficiente dans certaines régions) que thématique (couverture manquant de diversité), lesquels peuvent avoir des effets néfastes sur la vie démocratique (Morlandsto et Mathisen, 2022). **Les chercheurs associent le déclin des médias régionaux à une baisse des intentions de vote, à une corruption accrue, à une augmentation de la polarisation et à l'élection de candidats extrémistes** (Waldman, 2023).

Ce que le gouvernement a fait pour aider jusqu'à présent

Législation

En 2023, le gouvernement du Canada a pris des mesures pour s'attaquer à la baisse des revenus en ligne en adoptant le **projet de loi C-18 (Loi sur les nouvelles en ligne)**. Représentant sans doute l'intervention la plus visible du gouvernement fédéral à ce jour, **la loi s'attaque aux mécanismes qui ont permis à Google et à Meta (qui comprend Facebook et Instagram) de détenir une part combinée de 80 % des recettes publicitaires en ligne au Canada**, soit environ 9,7 milliards de dollars par an, en redirigeant le trafic des organes d'information régionaux (Sturino et Turner, 2018). Le projet de loi C-18 cherche à corriger le problème en imposant une « taxe sur les liens » aux géants médiatiques (loi C-18, 2022). Google et Meta ont réagi en bloquant les contenus d'actualité sur leurs plateformes.

Certains prétendent que ce boycottage signifie que la loi fait plus de tort que de bien (Ibbitson, 2023). Pour bon nombre de petits organes de presse, les médias sociaux sont un outil essentiel et peu coûteux pour élargir leur lectorat et distribuer leur contenu, et les éditeurs craignent de perdre un élément important de leur stratégie de diffusion (Rana, 2023). Ceux en faveur de la loi soutiennent qu'il s'agit d'une mesure nécessaire pour maintenir la compétitivité du marché et affirment que les redevances exigées des géants médiatiques sont presque insignifiantes pour eux. Dans un document de travail à paraître sous peu, des économistes des États-Unis estiment que Google et Meta doivent ensemble environ 14 milliards de dollars annuellement aux entreprises de presse de ce pays (Schiffrin et Mateen, 2023). À titre de comparaison, en 2022, Google et Meta ont déclaré un chiffre d'affaires annuel mondial de 279,8 milliards et de 116,6 milliards de dollars respectivement.

Financement

Le Québec est la seule province à avoir adopté des programmes de financement des médias communautaires (Greenspon et coll., 2022). Pendant la pandémie de COVID-19, **l'Aide au fonctionnement pour les médias communautaires** a été élargie, et 9,5 millions de dollars ont été octroyés à 153 organismes en 2021-2022, puis 6,14 millions de dollars supplémentaires à 155 organismes en 2022-2023.

Au cours des dernières années, le gouvernement fédéral a mis en place un certain nombre de programmes et de crédits d'impôt afin d'atténuer les effets de la diminution des sources de financement dans ce secteur. En 2018, réagissant à la « catastrophe qui secoue le pilier informationnel de la démocratie » (Greenspon et coll., 2022), l'État a créé **l'Initiative de journalisme local (IJL)**. Ce programme prévoyait que 50 millions de dollars sur cinq ans seraient remis à de petites entreprises médiatiques pour qu'elles engagent des journalistes dans les régions mal desservies. Le gouvernement fédéral finance aussi le **Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires**, qui offre un soutien à la planification et des stages rémunérés aux médias communautaires de langues officielles (Patrimoine canadien, 2018). Créé en 2022, le **Fonds du Canada pour les périodiques** comprend un volet Aide aux éditeurs, qui fournit un appui financier à différents types de publications, y compris aux journaux imprimés (Gouvernement du Canada, 2022).

Nouveaux modèles

Contrairement à ce que l'on croyait, le passage à Internet ne s'est pas avéré une solution entièrement efficace au déclin de l'imprimé (Hagey et coll., 2019). Les journaux régionaux ont tout particulièrement eu du mal à compenser la perte de revenus publicitaires principalement occasionnée par Facebook et Google. Des enquêtes ont également montré que les lecteurs sont moins enclins à payer pour des nouvelles locales en ligne que pour des publications imprimées, et les médias régionaux peinent à tirer un revenu suffisant des abonnements en ligne (Walker, 2019).

Les nouveaux modèles qui s'appuient moins largement sur les recettes publicitaires misent plutôt sur l'abandon de la consolidation et sur des projets fondés sur la confiance et sur les dons de la communauté, dans un esprit d'entrepreneuriat local (Sturino et Turner, 2018). Au Québec, ce modèle trouve écho dans *The 1019 Report*, un journal imprimé et en ligne hyperlocal de la région de Vaudreuil-Soulanges fondé en 2020 par un ancien journaliste du *Montreal Gazette*. Après avoir fermé ses portes en 2018 à la suite de rachats et de consolidations, *The Gleaner*, dans la vallée de Châteauguay, a été relancé grâce à un projet d'économie sociale novateur s'appuyant sur un financement participatif et des campagnes d'abonnement.

Le modèle du bulletin d'information Substack pousse quant à lui un peu plus loin la notion de prise en charge locale. Substack permet à des journalistes de créer du contenu sans publicité et de le rendre accessible moyennant un abonnement à une plateforme en ligne. Fondé lui aussi par un ancien journaliste du *Montreal Gazette*, *The Rover* est un exemple québécois bien connu.

Si les stations de radio régionales rejoignent moins d'auditeurs et couvrent moins l'actualité que leurs équivalents imprimés, les médias en ligne à base de balados et de vidéos demeurent utiles pour communiquer des informations communautaires hyperlocales, tout particulièrement pour les minorités linguistiques à la recherche de programmation locale. Toute personne qui a une connexion Internet peut y avoir accès, ce qui permet de contourner les problèmes liés aux radiofréquences. On en trouve plusieurs exemples au Québec, et ils sont souvent l'initiative d'organismes communautaires plutôt que d'entreprises de presse. Le balado *MCQ Views & Voices* en Mauricie-Centre-du-Québec et *Bonfyre Media*, un projet médiatique soutenu par la population de la Gaspésie, ne sont que deux exemples.

Conclusion

Il y a déjà un certain temps que le paysage médiatique est en mutation. Les recherches se poursuivent, mais les études préliminaires montrent que les déserts médiatiques se multiplient et que le Québec n'échappe pas à ce phénomène. Les communautés isolées et les minorités sont les plus durement touchées par cette situation.

Le présent résumé a étudié le déclin des sources d'information traditionnelles et présenté des projets régionaux novateurs susceptibles de changer la donne. **Le gouvernement pourrait maintenant envisager de soutenir la recherche ciblant les modèles issus de la population afin d'en évaluer la portée et l'éventuelle durabilité.** À l'heure actuelle, les interventions visant à soutenir les médias existants, comme le Fonds du Canada pour les périodiques et le projet de loi C-18 n'aboutissent pas à des résultats concluants, si bien que des mesures d'urgence pourraient être nécessaires.

En finançant ce type d'études, le gouvernement se trouverait à reconnaître la nécessité de faire renaître la couverture journalistique au niveau régional et il jouerait, de concert avec les citoyens, un rôle de pionnier dans l'exploration des nouvelles frontières médiatiques.

Bibliographie

- Beeby, D. (1^{er} septembre 2016). Ottawa cuts newspaper ad spending amid worries about sector. *CBC News*. <https://www.cbc.ca/news/politics/newspapers-canadian-heritage-public-policy-forum-digital-news-gathering-internet-1.3743580>
- Projet de loi C-18 : Loi concernant les plateformes de communication en ligne rendant disponible le contenu de nouvelles aux personnes se trouvant au Canada. (2022). https://www.justice.gc.ca/fra/csj-sjc/pl/charter-charte/c18_1.html
- CBC/Radio-Canada. (s. d.). *CBC Channels and Frequencies* [carte]. Consultée le 4 septembre 2023 : <https://www.cbc.ca/radio/frequency>
- Duhamel, F.-X. (13 août 2023). Closing of Métro Média sparks concern over gap in local news coverage. *The Globe and Mail*. <https://www.theglobeandmail.com/canada/article-metro-media-closure-newspapers/>
- Fry, H. (2017). *Disruption: Change and churning in Canada's media landscape*.
- Gouvernement du Canada. (20 octobre 2022). Fonds du Canada pour les périodiques. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/fonds-periodiques.html>
- Greenspon, E., Dornan, C., Moscrop, D., et Davey, K. (2022). *Le miroir éclaté, cinq ans plus tard : Plateformes, innovations et actualités locales*. Forum des politiques publiques.
- Hagey, K., Alpert, L. I., et Serkez, Y. (4 mai 2019). In news industry, a stark divide between haves and have-nots. *Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/graphics/local-newspapers-stark-divide/>
- Ibbitson, J. (30 juin 2023). What Bill C-18 is trying to save might be too far gone. *The Globe and Mail*. <https://www.theglobeandmail.com/politics/article-what-bill-c-18-is-saving-might-be-too-far-gone/>
- Lindgren, A., et Corbett, J. (2023). Local News Map Data: August 1, 2023. Local News Research Project. <http://localnewsresearchproject.ca/category/local-news-map-data>
- Matthews, N. (2022). Life in a news desert: The perceived impact of a newspaper closure on community members. *Journalism*, 23(6), 1250-1265.
- Médias d'Info Canada. (s. d.). *Rapport 2021 sur les volumes publicitaires nets au Canada*. Consulté le 12 septembre 2023 : <https://nmc-mic.ca/research-statistics/newspaper-revenue/>
- Morlandsto, L., et Mathisen, B. R. (2022). Blind spots and diversity in a local media landscape. *Journalism*, 0 (0), 1-18.
- Patrimoine canadien. (4 octobre 2018). Plan d'action pour les langues officielles : Appui aux médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire et à la prochaine génération de professionnels des médias. *NewsWire*. <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/plan-daction-pour-les-langues-officielles--appui-aux-medias-communautaires-de-langue-officielle-en-situation-minoritaire-et-a-la-prochaine-generation-de-professionnels-des-medias-695173641.html>
- Patrimoine canadien, Direction générale des langues officielles. (2021). *Cadre de référence sur la vitalité des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM)*. Gouvernement du Canada.
- Rana, A. (3 août 2023). Loss of Facebook for sharing stories a blow to small N.B. news outlets, communities. *CBC News*. <https://www.cbc.ca/news/canada/new-brunswick/local-nb-news-outlets-worry-news-ban-will-be-detrimental-1.6927025>
- Schiffrin, A., et Mateen, H. (2023). *Google and Meta owe US news publishers about \$14 billion a year, our research estimates*. Poynter Institute. <https://www.poynter.org/commentary/2023/google-and-meta-owe-us-news-publishers-about-14-billion-a-year-our-research-estimates/>
- Statista. (2023a). *Google's annual global revenue* [ensemble de données]. <https://www.statista.com/statistics/266206/googles-annual-global-revenue/>
- Statista. (2023b). *Meta's annual global revenue* [ensemble de données]. <https://www.statista.com/statistics/268604/annual-revenue-of-facebook/>
- Sturino, I., et Turner, G. (27 février 2018). How to save local news without massive government bailouts. *CBC Radio : The Current*. <https://www.cbc.ca/radio/thecurrent/the-current-for-february-27-2018-1.4552703/how-to-save-local-news-without-massive-government-bailouts-1.4553452>
- Waldman, S. (8 août 2023). The local-news crisis is weirdly easy to solve. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2023/08/local-news-investment-economic-value/674942/>
- Walker, M. (2019). *Who Pays for Local News in the U.S.?* Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/09/12/who-pays-for-local-news-in-the-u-s/>
- Winseck, D. (2022). *Media and Internet Concentration in Canada, 1984-2021* (Global Media and Internet Concentration Project). Université Carleton. <https://doi.org/10.22215/gmicp/2022.02>



Le présent document a été produit par le [Réseau de recherche sur les communautés québécoises d'expression anglaise \(QUESCREN\)](#), un réseau collaboratif constitué de chercheurs, d'intervenants, d'établissements d'enseignement et d'autres organismes qui œuvrent à une meilleure compréhension des communautés québécoises d'expression anglaise et cherchent à renforcer leur vitalité. QUESCREN est affilié à l'École des affaires publiques et communautaires de l'Université Concordia, à Montréal.

Collaboratrices et collaborateurs de ce résumé

Auteure : Shannon Bell, M.A.P.

Gestion et production : Patrick Donovan, Ph. D.

Révision du contenu : Brian Lewis, Ph. D.; Patrick Donovan, Ph. D.; Lorraine O'Donnell, Ph. D.; Hugh Maynard

Révision linguistique : Linda Arui

Modèle de conception et mise en page : [WILD WILLI Design](#) - Fabian Will

Le Secrétariat aux relations avec les Québécois d'expression anglaise a financé ce résumé de recherche.

Secrétariat aux relations
avec les Québécois
d'expression anglaise



Les opinions exprimées ici ne représentent pas nécessairement celles de QUESCREN ou de ses partenaires financiers.

Le gouvernement du Canada, l'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques et l'Université Concordia apportent un soutien financier à QUESCREN

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2023.



ICRML
Institut canadien
de recherche
sur les minorités
linguistiques

CIRLM
Canadian Institute
for Research
on Linguistic
Minorities

