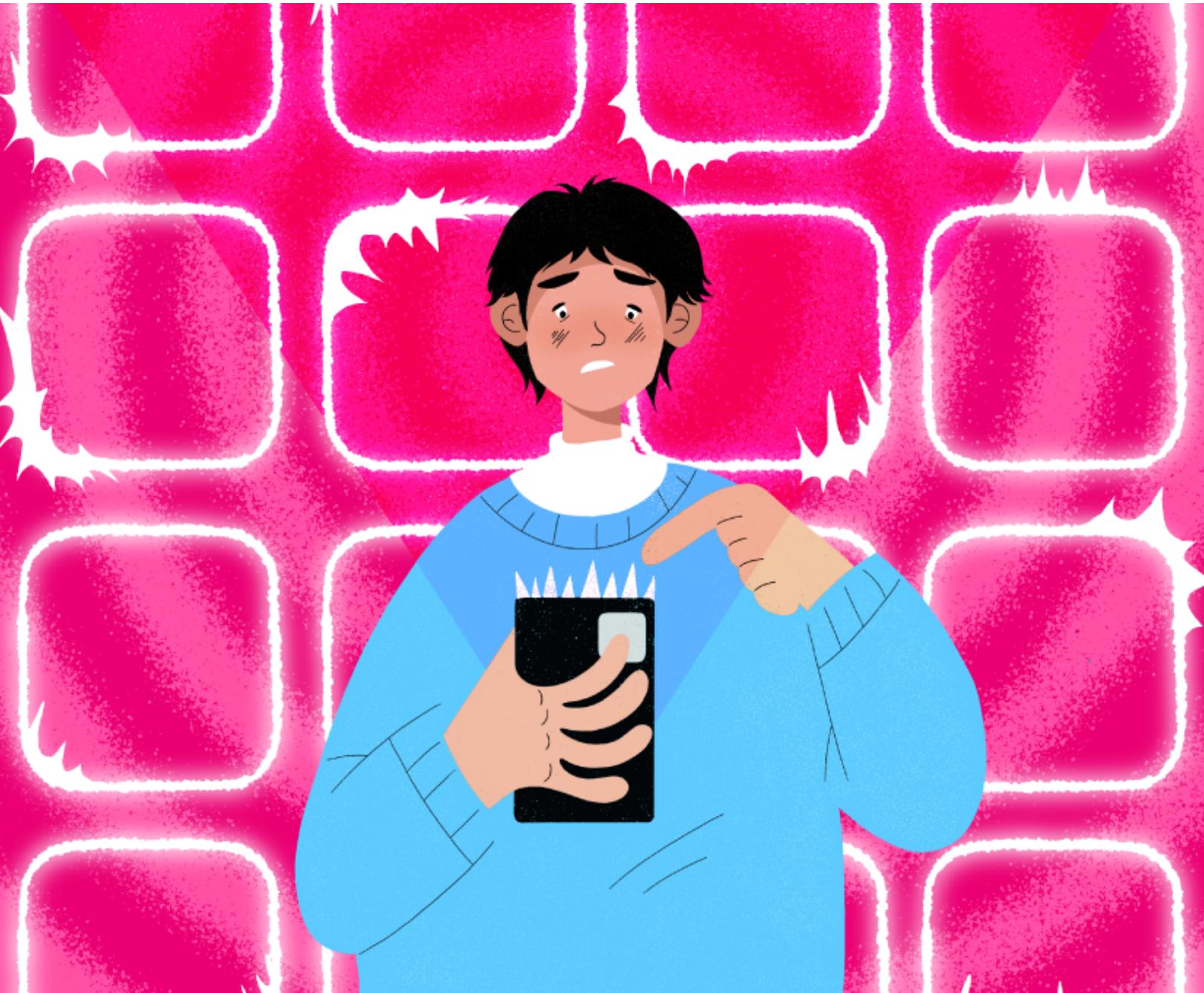


Sondage sur les préjudices en ligne au Canada 2024

Angus Lockhart, Mahtab Laghaei et Sam Andrey | Août 2024



Remerciements

The Dais est une plateforme canadienne vouée à l'élaboration de politiques audacieuses et au développement de meilleures et meilleurs leaders. Nous sommes un groupe de réflexion sur les politiques publiques et le leadership à l'Université Toronto Metropolitan, et nous travaillons à l'intersection de la technologie, de l'éducation et de la démocratie pour favoriser une prospérité et une citoyenneté partagées au Canada.

Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site dais.ca. Rue Dundas O., bureau 921, Toronto (Ontario) M5G 2C2



Pour citer ce rapport

Lockhart, Angus, Laghaei, Mahtab, Andrey, Sam. *Sondage sur les préjugices en ligne au Canada 2024*. The Dais. 2024. <https://dais.ca>

© 2024, Université Toronto Metropolitan, 350, rue Victoria, Toronto (Ontario) M5B 2K3



Cet ouvrage est distribué sous licence en vertu d'une licence Creative Commons 4.0 – Attribution, pas d'utilisation commerciale, partage dans les mêmes conditions. Vous pouvez partager, copier ou redistribuer ce matériel, à condition : d'attribuer le crédit approprié; de ne pas l'utiliser à des fins commerciales; de ne pas appliquer de conditions légales ou de mesures technologiques qui empêchent légalement d'autres personnes de faire quelque chose qu'autorise cette licence; et si vous mélangez, arrangez ou adaptez le contenu, vous devez diffuser vos contributions sous les mêmes conditions que cette licence, indiquer si des modifications ont été apportées et ne pas suggérer que le concédant de la licence vous soutient ou soutient la façon dont vous avez utilisé son œuvre.



Illustration

Zaynab Choudhry

Conception et formatage

Mariana Rodrigues

Travail éditorial

Suzanne Bowness, CodeWord Communications

Traduction

Marie-Pierre Lavoie

Collaboratrices et collaborateurs

Nina Rafeek Dow, Communications and Marketing Lead
Sultan Balarabe

Les données graphiques de ce rapport se trouvent ici : <https://github.com/thedaisTMU/online-harms-2024>.

Ce projet a été rendu possible en partie grâce au gouvernement du Canada.

Funded by the Government of Canada
Financé par le gouvernement du Canada



The Dais est fier d'engager un groupe diversifié de bailleurs de fonds pour appuyer et catalyser son travail, conformément à ses **valeurs** (en anglais) et sous réserve d'un examen interne approfondi. Comme institution non partisane et d'intérêt public, nous n'acceptons de fonds que d'organismes qui appuient notre mission et nous permettent d'entreprendre des travaux de manière indépendante, avec un contrôle rédactionnel total. Le nom de tous nos bailleurs de fonds est affiché publiquement et de manière transparente sur tous les documents en ligne et imprimés relatifs à chaque projet ou initiative.

Auteurs



Angus Lockhart

Analyste principal de politiques

Angus Lockhart est analyste principal des politiques à The Dais. Ses recherches portent sur la dispersion des technologies dans les secteurs public et privé, et le rôle que la politique peut jouer dans l'accélération de l'adoption de ces technologies. M. Angus est titulaire d'un baccalauréat ès arts en sciences politiques de l'Université de la Colombie-Britannique et d'une maîtrise ès arts en sciences politiques de l'Université Simon Fraser.



Mahtab Laghaei

Adjointe aux politiques et à la recherche

Mahtab Laghaei est stagiaire de recherche à The Dais, motivée par son intérêt pour l'économie de l'innovation et l'interaction entre la géopolitique et la politique technologique. Elle étudie à l'Université de Toronto en vue d'obtenir une maîtrise en affaires mondiales. En plus de ses études, Mme Laghaei est bénévole pour GoodBot et le Forum canadien sur la gouvernance de l'internet (FCGI).



Sam Andrey

Directeur général

Sam Andrey a dirigé l'élaboration de politiques publiques tout au long de sa carrière au gouvernement, dans des organismes sans but lucratif voués à la défense des intérêts et des droits et dans le milieu universitaire. Il a dirigé les efforts de recherche et de politique de The Dais axés sur la lutte contre les préjudices en ligne au Canada, y compris le Sondage sur les préjudices en ligne depuis 2019. Il enseigne également les politiques et le leadership publics à l'Université Toronto Metropolitan et au Collège George Brown.

Table des Matières

5	RÉSUMÉ
9	INTRODUCTION
10	MÉTHODOLOGIE
11	L'ENVIRONNEMENT DES MÉDIAS EN LIGNE
15	Plateformes comme source de nouvelles
21	Participation civique numérique
23	Confiance dans les plateformes et les nouvelles
26	Fournisseurs de services numériques
28	Sources d'information sur la littératie numérique
29	EXPÉRIENCE DES CONTENUS PRÉJUDICIALES EN LIGNE
29	Exposition aux préjudices en ligne
33	Hypertrucages
34	Expérience personnelle avec les préjudices en ligne
37	Blocage et signalement
39	Indice de désinformation
47	GOVERNANCE DES PLATEFORMES
47	Attribution des fautes
49	Attitudes à l'égard de l'intervention du gouvernement
50	Soutien des mesures de lutte contre les contenus préjudiciables en ligne
50	Règlementation des plateformes
53	Projet de loi sur les préjudices en ligne
55	Interdiction de TikTok
56	ANNEXE
56	Méthodologie du sondage
58	Texte des questions complètes

1

Résumé

L'information circule à vitesse grand V. Avec la prolifération des plateformes de médias sociaux, de la messagerie instantanée et de la numérisation des médias d'information, la « place publique » se trouve maintenant en ligne, où une pensée, une vidéo ou une photo peuvent être partagées instantanément avec n'importe qui et n'importe où.

Pour beaucoup, c'est une bonne chose, car les personnes marginalisées, par exemple, disposent de plateformes où elles peuvent faire entendre leur voix et raconter leur histoire en toute liberté. Toutefois, ces innovations ont également permis à des acteurs mal intentionnés de transformer ces mêmes plateformes en armes, en manipulant les algorithmes pour diffuser des théories du complot et des idées extrémistes ainsi que pour cibler les personnes marginalisées et les harceler.

Pour la plupart des gens, ce n'est rien de nouveau. Ce qui a changé, cependant, c'est l'apparition de technologies nouvelles et sophistiquées fondées sur l'intelligence artificielle (IA), qui abaissent la barrière des compétences pour créer de faux médias d'apparence réaliste. Une vidéo n'est peut-être plus une source de vérité. Une image ne vaut peut-être plus mille mots.

Nous sommes en plein dans l'ère de la désinformation, où les Canadiens sont de plus en plus exposés à des hypertrucages (« deepfakes ») et à des contenus politisés générés par des campagnes

de désinformation étrangères, à des théories du complot auxquelles on donne une apparence de légitimité par des méthodes synthétiques, à des images non consensuelles et prédatrices, et à des contenus haineux.

Comment pouvons-nous protéger la santé et la sécurité des Canadiens tout en respectant les droits et libertés qui nous sont conférés par la Charte? De quel soutien les gens ont-ils besoin pour composer avec les complexités de ce paysage numérique en évolution? Une chose est claire : Les Canadiens s'attendent à ce que le gouvernement intervienne et prenne des mesures, et notre dernier sondage montre que le soutien envers une action gouvernementale a augmenté.

Le Sondage sur les préjudices en ligne au Canada 2024 est le cinquième rapport de ce genre et le premier depuis le dépôt du projet de *Loi canadienne sur les préjudices en ligne*. À l'instar de nos publications précédentes, ce rapport fournit des renseignements à jour sur les expériences des résidents du Canada en matière de contenus préjudiciables en ligne, ainsi que leurs points de vue sur le rôle du gouvernement et des plateformes dans la lutte contre ces préjudices.

On a mené ce sondage en ligne en avril 2024 auprès d'un échantillon représentatif de 2 500 personnes résidentes du Canada âgées de 16 ans et plus.

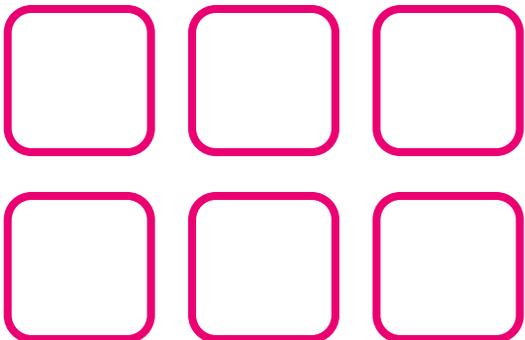
Principaux constats :

Usage des médias sociaux

- Les plateformes appartenant à Meta sont les plus utilisées, avec plus de la moitié des répondants qui déclarent utiliser Facebook tous les jours et plus du tiers qui utilisent Messenger (l'application de clavardage de Facebook) et Instagram.
- Instagram a poursuivi sa croissance : en 2019, seuls 48 % disaient utiliser Instagram. En 2022, ce pourcentage est passé à 55 % et est maintenant de 62 % (+14 points de pourcentage).
- Pour presque toutes les plateformes, la cohorte la plus jeune est la plus susceptible d'être des utilisateurs habituels : 72 % des personnes de 16 à 29 ans utilisent tous les jours Instagram, 51 % utilisent tous les jours YouTube, 45 % utilisent tous les jours Snapchat et 39 % utilisent tous les jours TikTok.

Sources de nouvelles

- Les nouvelles à la télévision, les sites Web d'information et les nouvelles à la radio demeurent les trois principales sources que les résidents du Canada déclarent utiliser pour se tenir au courant des nouvelles et de l'actualité, suivies de près par les moteurs de recherche.
- Pour les moins de 30 ans, Instagram est la principale source de nouvelles et d'actualités : 46 % disent utiliser la plateforme pour les nouvelles.
- Quarante et un pour cent des répondants affirment que la décision de bloquer les actualités canadiennes par Meta en raison de la Loi sur les nouvelles en ligne a eu un impact négatif sur leur capacité à se tenir au courant des nouvelles, dont 15 % qui affirment que cela a eu un impact très négatif.



Confiance dans les plateformes et les nouvelles

- On fait de moins en moins confiance aux plateformes de médias sociaux en ce qui concerne leur capacité à agir dans l'intérêt du public. Par exemple, 55 % font peu confiance à TikTok, comparativement à 8 % qui ont une grande confiance.
- Les fournisseurs de services numériques qui inspirent le moins confiance sont les protocoles d'échange de cryptomonnaie – plus de la moitié des répondants ont un faible niveau de confiance à l'égard des protocoles d'échange de cryptomonnaie, dont 29 % qui affirment n'avoir aucune confiance.
- Les résidents du Canada font largement confiance aux bibliothèques publiques (89 %) et aux écoles (81 %) comme ressources pour en savoir plus sur la littératie numérique et la désinformation, un niveau de confiance beaucoup plus élevé que celui dont jouissent les médias d'information et le gouvernement fédéral.

Exposition aux préjudices en ligne

- Trente-huit pour cent des répondants affirment qu'ils tombent dans le piège des fausses nouvelles au moins quelques fois par mois, un taux cohérent à celui de 2022.
- Les sujets désinformation les plus fréquemment cités en 2024 sont les actualités sur les vedettes, suivies par les hommes politiques américains (principalement Donald Trump), les escroqueries ou les fraudes, et le conflit israélo-palestinien.
- Alors que seulement 61 % des répondants blancs déclarent avoir vu des discours haineux en ligne, 71 % des personnes appartenant à une minorité visible en ont vu, dont 92 % des répondants du Moyen-Orient, 75 % des répondants d'Asie du Sud et 72 % des répondants noirs. Le résultat est également plus élevé pour les répondants appartenant à la communauté 2SLGBTQ+ (72 %) et les nouveaux arrivants au Canada qui sont ici depuis moins de 10 ans (73 %).
- Les sujets de discours haineux en ligne les plus fréquemment cités en 2024 sont le conflit israélo-palestinien, le racisme, l'antisémitisme et la haine anti-2SLGBTQ+.

Hypertrucages

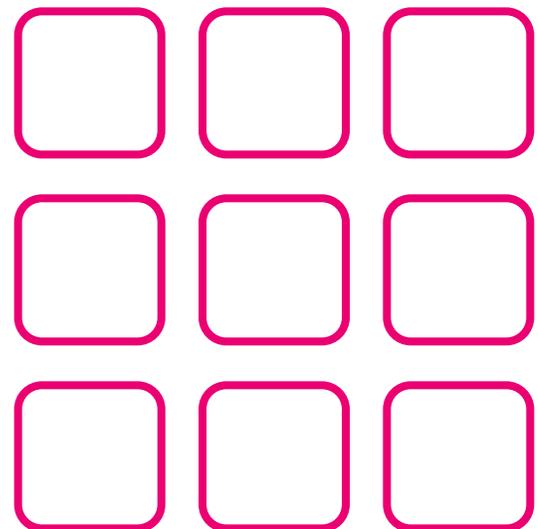
- Soixante pour cent des résidents du Canada disent avoir vu un hypertrucage (image d'une personne manipulée numériquement) en ligne, et 2 % d'entre eux déclarent voir des hypertrucages au moins quelques fois par semaine.
- Exposition aux hypertrucages est corrélée à l'utilisation de Facebook, YouTube, Twitter/X TikTok et ChatGPT. L'utilisation de ces plateformes est associée à une probabilité plus élevée de voir des hypertrucages et à voir des hypertrucages plus souvent.
- Les types les plus courants d'hypertrucages signalés sont des images ou des vidéos de vedettes (27 %) suivis de près par les hypertrucages politiques (22 %).

Expérience personnelle avec les préjudices en ligne

- Dix pour cent des résidents du Canada déclarent avoir été la cible de discours haineux, un pourcentage stable depuis 2022. Cependant, l'expérience personnelle est beaucoup plus courante chez les personnes qui appartiennent à une minorité visible : 28 % des répondants du Moyen-Orient, 14 % des répondants noirs et sud-asiatiques et 12 % des répondants d'Asie de l'Est ou du Sud-Est déclarent avoir été la cible de discours haineux.
- Les membres de la communauté 2SLGBTQ+ sont plus à même d'être victimes de discours haineux, 27 % ont été personnellement ciblés par des discours haineux en ligne. Les personnes en situation de handicap sont également touchées (19 % ont été personnellement victimes de discours haineux).
- Huit pour cent des répondants ont déclaré avoir été la cible de harcèlement en ligne, et que cela leur a fait craindre pour leur sécurité, ce pourcentage est également stable depuis 2022.
- Les jeunes au Canada en général signalent des niveaux plus élevés de préjudices en ligne. Qu'il s'agisse de l'exposition aux discours haineux ou aux contenus violents ou encore du fait d'être personnellement la cible de propos haineux et de harcèlement, les pourcentages des répondants concernés chez les personnes de 16 à 29 ans sont de 30 à 50 % plus élevés que dans l'ensemble de la population.

Croyance en la désinformation

- Les niveaux généraux de croyance dans les récits de désinformation sont restés en grande partie stables depuis 2022.
- Les personnes qui ont un niveau élevé de croyance en la désinformation sont plus susceptibles de faire confiance aux médias sociaux et moins susceptibles de faire confiance aux sources d'information grand public, et cet écart s'est creusé depuis 2022.
- Les personnes qui ont un niveau élevé de croyance en la désinformation sont plus susceptibles d'utiliser Facebook, YouTube, X, TikTok et les applications de messagerie comme sources de nouvelles.
- Les différences les plus importantes se situent dans le spectre politique auto-déclaré. Les personnes qui se placent à gauche du spectre sont beaucoup plus susceptibles d'identifier correctement la désinformation : 78 % ont identifié correctement au moins six énoncés sur huit, tandis que 34 % des répondants de droite en ont fait de même.

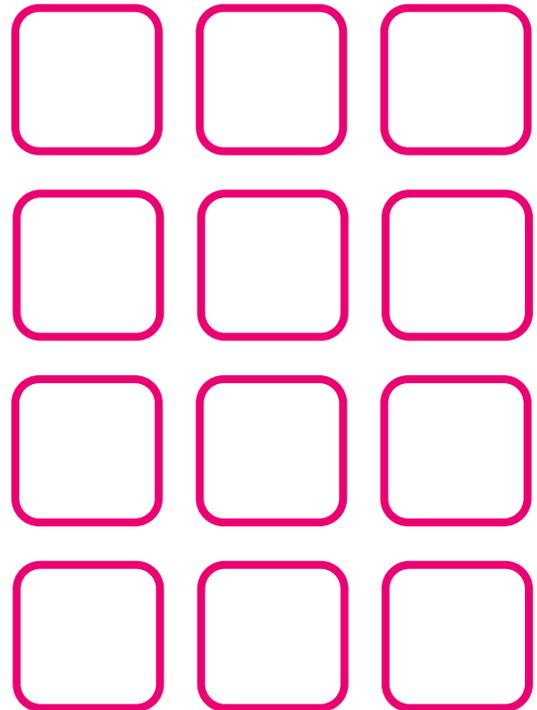


Attitudes à l'égard de l'intervention du gouvernement

- Environ deux résidents du Canada sur trois sont en faveur de l'intervention du gouvernement dans la réglementation des plateformes de médias sociaux.
- Les changements les plus notables depuis 2022 comprennent un soutien accru pour l'imposition d'une obligation aux plateformes de développer des mesures de sécurité spécifiques pour les enfants utilisateurs (une augmentation de +4, aujourd'hui 68 %), un soutien fort pour l'obligation d'exiger le retrait des comptes de robots (+4, aujourd'hui 68 %) et un soutien fort pour l'imposition aux plateformes de l'obligation d'identifier les hypertrucages (+4, aujourd'hui 64 %).
- À l'heure actuelle, la *Loi sur les préjudices en ligne* est peu connue (seuls 9 % des répondants affirment qu'ils la connaissent bien). Parmi les personnes qui connaissent au moins vaguement le projet de loi, 61 % disent qu'elles appuient la *Loi sur les préjudices en ligne* proposée, 20 % sont contre et 19 % sont neutres ou incertaines.

Interdiction de TikTok

- Une majorité de résidents du Canada croient que TikTok devrait être interdit au Canada d'une façon ou d'une autre; 33 % des répondants pensent qu'il devrait être complètement interdit, et 24 % croient qu'il devrait être interdit uniquement aux mineurs.
- Quarante pour cent des personnes âgées de 16 à 29 ans croient que TikTok ne devrait pas être interdit, tandis que seulement 15 % des personnes âgées de 60 ans et plus sont du même avis.



2

Introduction

De nos jours, la vie publique se déroule en majeure partie en ligne, sur la « place publique » numérique. Les options ayant été regroupées sur quelques plateformes en lignes dominantes, la place du village numérique continue de se transformer parallèlement aux nouvelles technologies émergentes, au paysage réglementaire changeant et à un contexte géopolitique en constante évolution. Même si les préjudices comme le harcèlement numérique et la désinformation ont presque toujours fait partie de ces espaces en ligne, les technologies d'intelligence artificielle (IA) génératives émergentes ont inondé les plateformes de contenus politisés faux provenant de campagnes étrangères de désinformation,¹ d'images sexuelles non-consensuelles et prédatrices² et la multiplication des contenus qui soutiennent les discours haineux.³ Ce projet vise à comprendre comment les expériences numériques des résidents canadiens ont changé en conséquence de cette dynamique fluide, et d'aider les décideurs à déterminer ce qui doit être fait pour que toutes les personnes qui vivent au Canada aient accès à des plateformes sécuritaires et fiables.

Malgré les préoccupations générales du public sur les préjudices causés aux enfants tout comme aux adultes en ligne, le gouvernement canadien a été relativement lent à réglementer ces plateformes, comparativement à d'autres administrations. Après plusieurs faux départs, la *Loi sur les préjudices en ligne* a été déposée en février 2024 dans le but d'établir un Bureau de la sécurité numérique qui chercherait à s'attaquer à sept catégories de contenu illégal sur les plateformes de médias sociaux.

The Dais a entrepris un programme de travaux qui s'étalera sur une longue période dans le but de comprendre les impacts des préjudices en ligne sur les personnes au Canada, ainsi que les impressions des Canadiens par rapport aux interventions possibles. Depuis 2019, nous menons régulièrement des sondages auprès des résidents canadiens à propos de leurs expériences en ligne et de leurs points de vue sur ce qui doit être fait à cet égard. Ce rapport présente les résultats de ce sondage, qui a été effectué en avril 2024 sous sa cinquième version après le dépôt de la *Loi sur les préjudices en ligne*. Une sixième mouture est en préparation pour le printemps 2025.

3

Méthodologie

Cette étude a été menée du 11 au 22 avril 2024 avec Pollara Strategic Insights. Au total, 2 501 résidents canadiens âgés de 16 ans et plus ont été interrogés pour le projet, à l'aide de répondants fournis par Léger. L'échantillon de 2 501 résidents canadiens a été pondéré en fonction de l'âge, du sexe, de la langue et de la région sur la base des dernières données du recensement, pour s'assurer

d'avoir un échantillon représentatif de l'ensemble du Canada. Le questionnaire complet et la ventilation démographique de l'échantillon sont présentés en annexe, de même que les renseignements sur la méthodologie des versions précédentes de l'étude. Les totaux présentés peuvent ne pas correspondre à 100 en raison des chiffres arrondis.

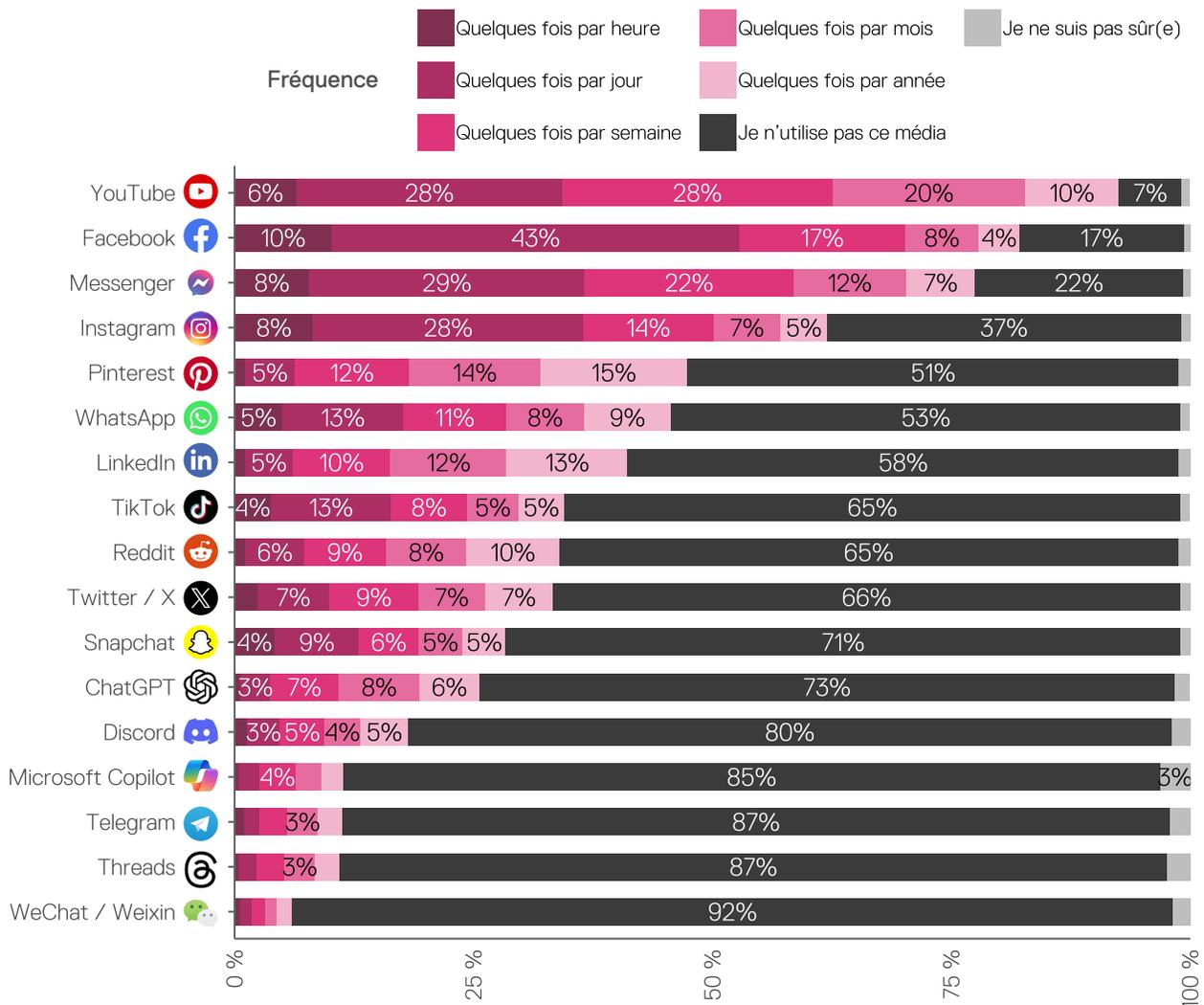
4

L'environnement des médias en ligne

Nous avons demandé aux répondants quels plateformes en ligne ils utilisent et à quelle fréquence ils les utilisent. Pour ce qui est de l'utilisation habituelle des plateformes (ceux qui utilisent une plateforme au moins plusieurs fois par jour), celles qui appartiennent à Meta sont les plus utilisées, avec plus de la moitié des répondants qui déclarent utiliser Facebook tous les jours et plus du tiers qui utilisent Messenger (l'application de clavardage de Facebook) et Instagram. La seule autre plateforme

qui voit autant d'utilisateurs quotidiens est YouTube : 34 % des répondants ayant déclaré l'utiliser au moins plusieurs fois par jour. Toutefois, l'examen de l'utilisation globale des plateformes révèle que YouTube est la plus utilisée, et ce, peu importe la fréquence. Seulement 7 % des répondants ont déclaré n'avoir jamais utilisé YouTube et un grand groupe l'utilise plusieurs fois par semaine (28 %) ou par mois (20 %).

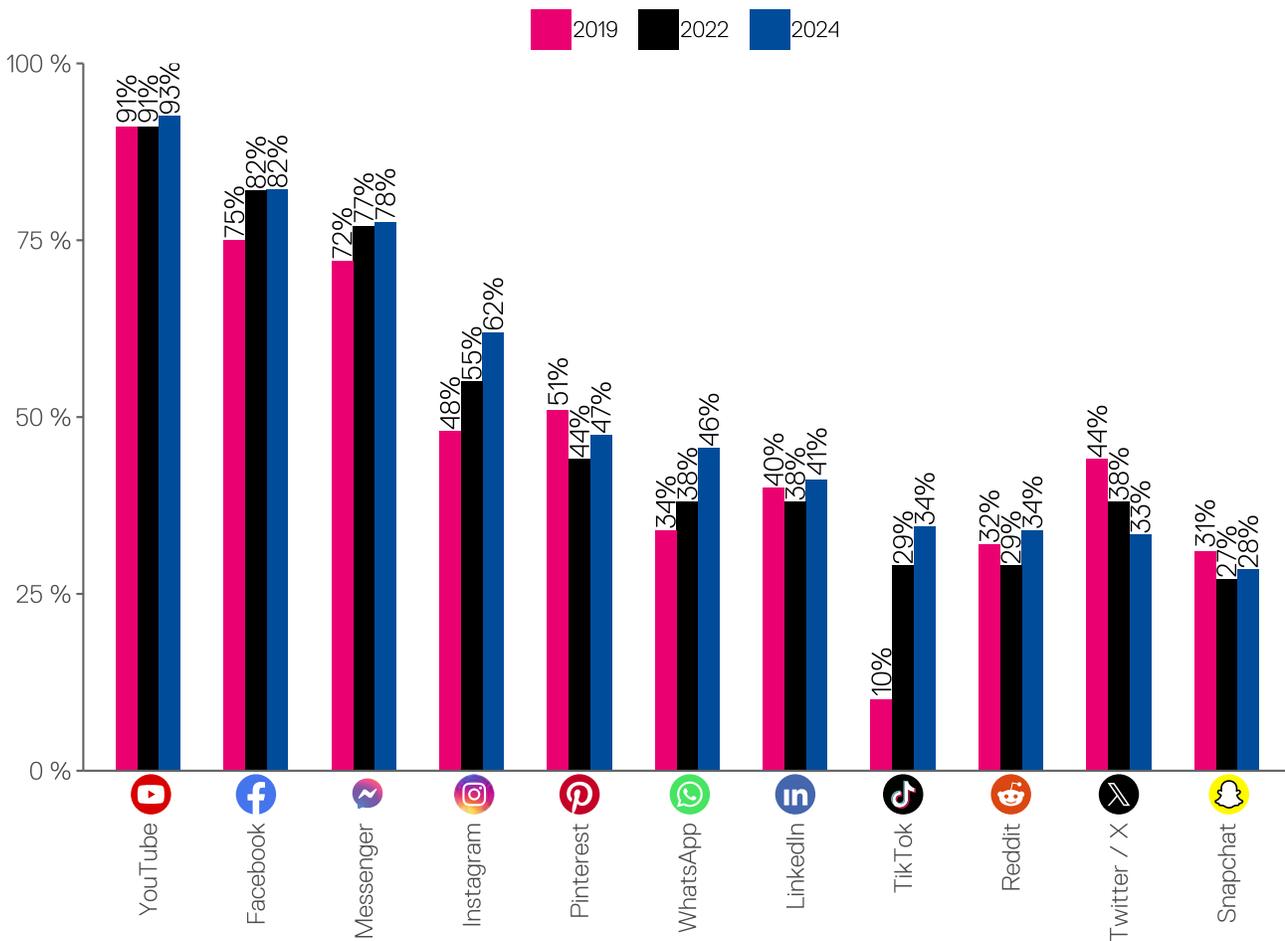
Figure 1 - Fréquence d'utilisation des plateformes en ligne au Canada



« Laquelle des options suivantes correspond le plus à la fréquence à laquelle vous utilisez les plateformes en ligne suivantes? »

Instagram a poursuivi sa croissance. En 2019, seuls 48 % disaient utiliser Instagram. En 2022, ce pourcentage est passé à 55 % et maintenant il se situe à 62 % (+14 %). De même, l'utilisation de WhatsApp est passée de 34 % en 2019 à 46 % en 2024 (+12 %). Toutefois, la plus forte croissance a été enregistrée par TikTok : en 2019, seuls 10 % des résidents du Canada avaient déclaré utiliser cette plateforme de vidéos, un pourcentage qui est passé à 29 % en 2022 et qui se situe maintenant à 34 % ou plus du tiers des répondants (+24 %).

Figure 2 - Changement global dans l'utilisation des plateformes en ligne au Canada

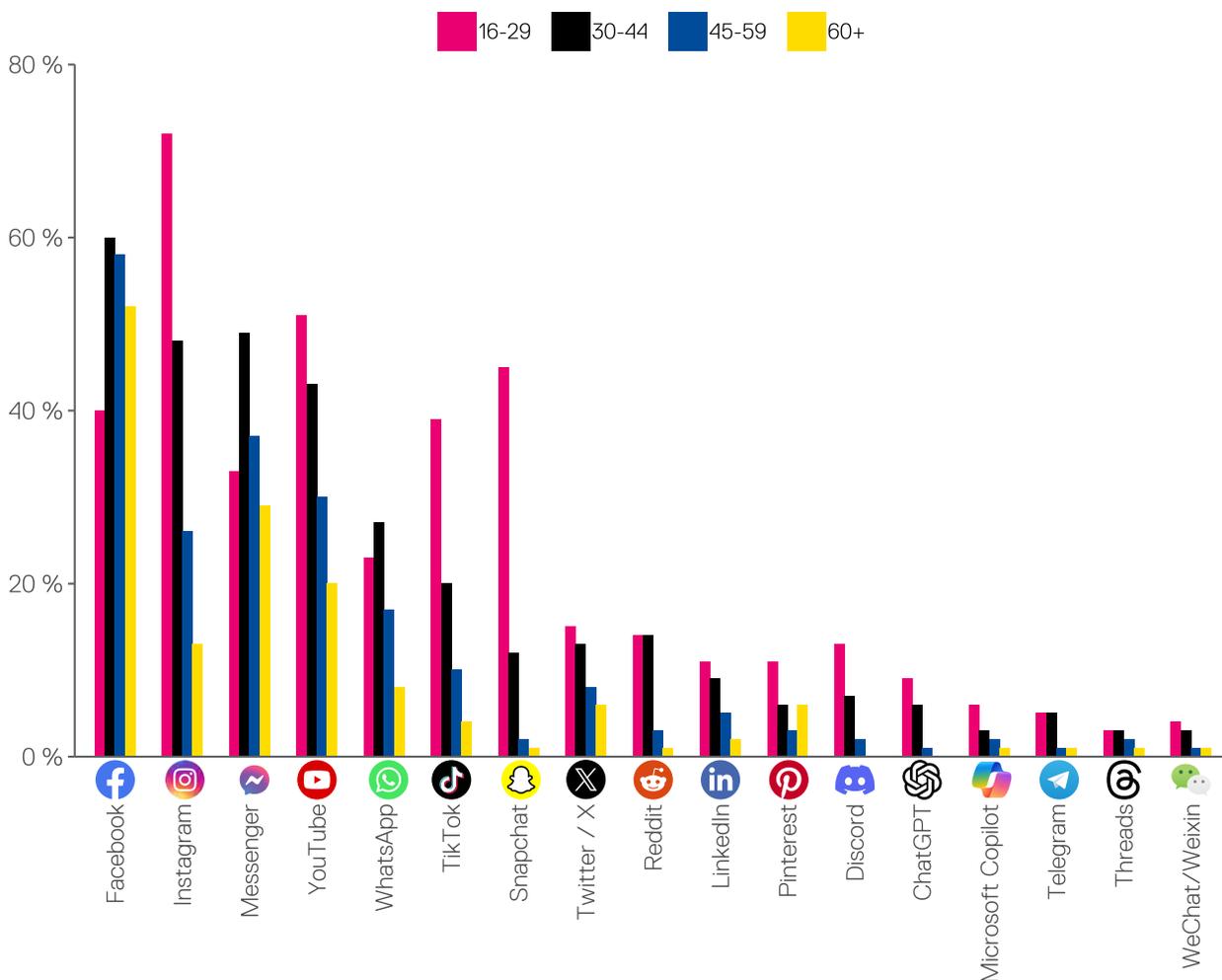


« Laquelle des options suivantes correspond le plus à la fréquence à laquelle vous utilisez les plateformes en ligne suivantes? »
 Pourcentage des personnes qui utilisent chaque plateforme au moins quelques fois par an.

La seule plateforme à avoir enregistré une baisse d'utilisation significative est Twitter/X. Le pourcentage d'utilisateurs est passé de 44 % des personnes vivant au Canada à seulement 33 % des résidents aujourd'hui (-11, avec seulement 10 % qui déclarent l'utiliser au moins chaque jour, comparativement à 19 % en 2019).

Pour presque toutes les plateformes, la cohorte la plus jeune est la plus susceptible d'être des utilisateurs habituels : 72 % des personnes de 16 à 29 ans utilisent tous les jours Instagram, 51 % utilisent tous les jours YouTube, 45 % utilisent tous les jours Snapchat et 39 % utilisent tous les jours TikTok. Pour toutes ces plateformes, les habitudes d'utilisation diminuent avec l'âge. Cette diminution est plus importante pour Snapchat, car seulement 12 % des personnes âgées de 30 à 44 ans utilisent Snapchat tous les jours et moins de 2 % des plus de 44 ans l'utilisent tous les jours.

Figure 3 - Utilisation quotidienne des plateformes selon le groupe d'âge



« Laquelle des options suivantes correspond le plus à la fréquence à laquelle vous utilisez les plateformes en ligne suivantes? »
 Pourcentage des personnes qui utilisent chaque plateforme au moins quelques fois par jour.

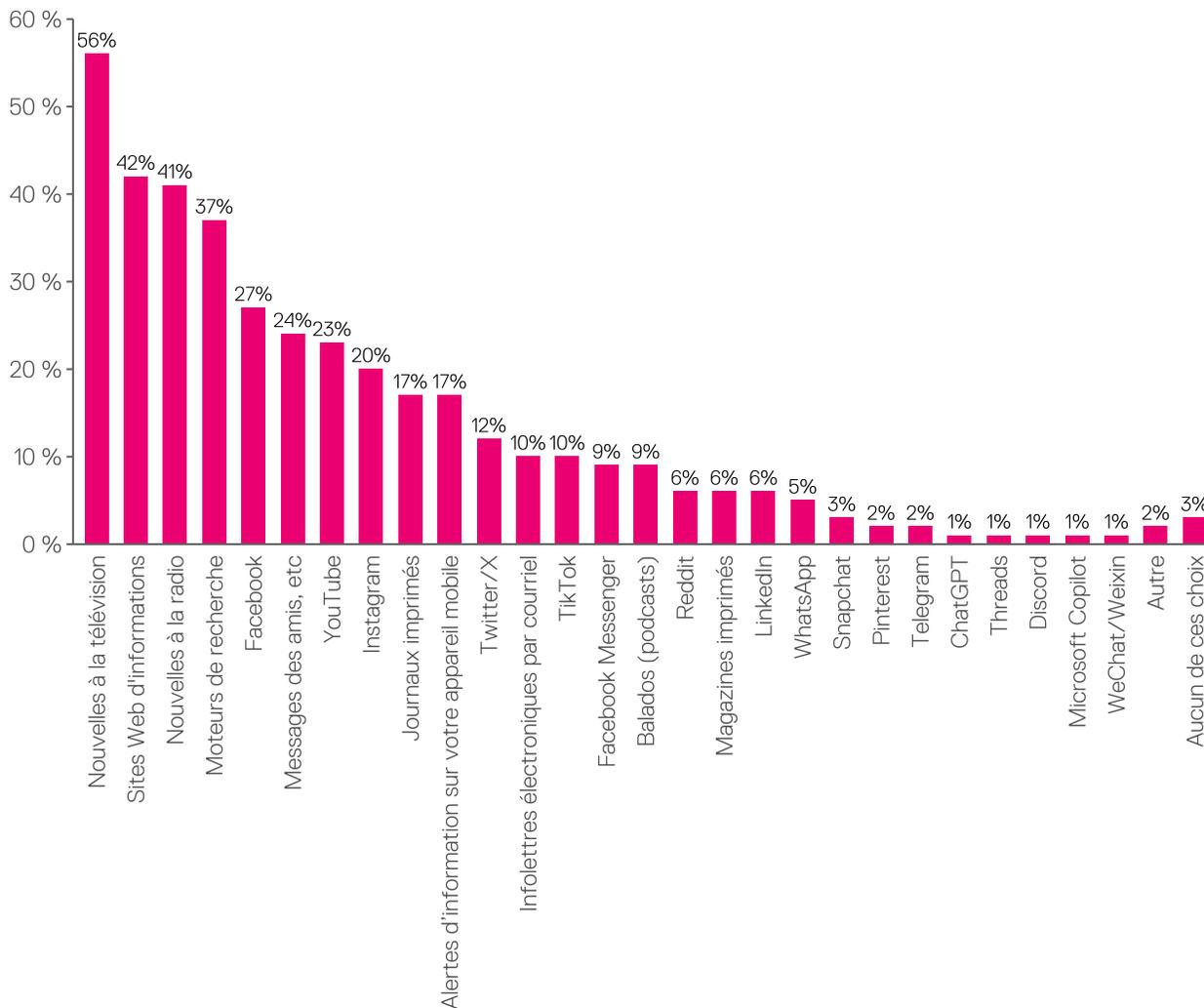
Même si le groupe le plus jeune est beaucoup plus susceptible d'utiliser YouTube (51 % des moins de 30 ans l'utilisent tous les jours, comparativement à seulement 20 % des moins de 60 ans), l'utilisation totale de la plateforme est constante d'un groupe à l'autre. Plus de 90 % des moins de 60 ans ont indiqué avoir déjà utilisé YouTube. De même, 87 % des 60 ans et plus ont déclaré avoir déjà utilisé YouTube.

Toutefois, Facebook et Messenger ne suivent pas le même schéma. Les personnes de 30 à 44 ans (une cohorte qui comprend la plupart de milléniaux) sont les plus susceptibles d'utiliser ces plateformes, avec 60 % qui utilisent Facebook tous les jours et 49 % qui utilisent Messenger tous les jours.

Plateformes comme source de nouvelles

Alors que les personnes vivant au Canada utilisent de plus en plus les médias sociaux, beaucoup se tournent encore vers des sources d'information plus traditionnelles. Les nouvelles à la télévision, les sites Web d'information et les nouvelles à la radio sont les trois principales sources que les résidents du Canada déclarent utiliser pour se tenir au courant des nouvelles et de l'actualité, suivies de près par les moteurs de recherche qui mènent le plus souvent à des sites Web de nouvelles.

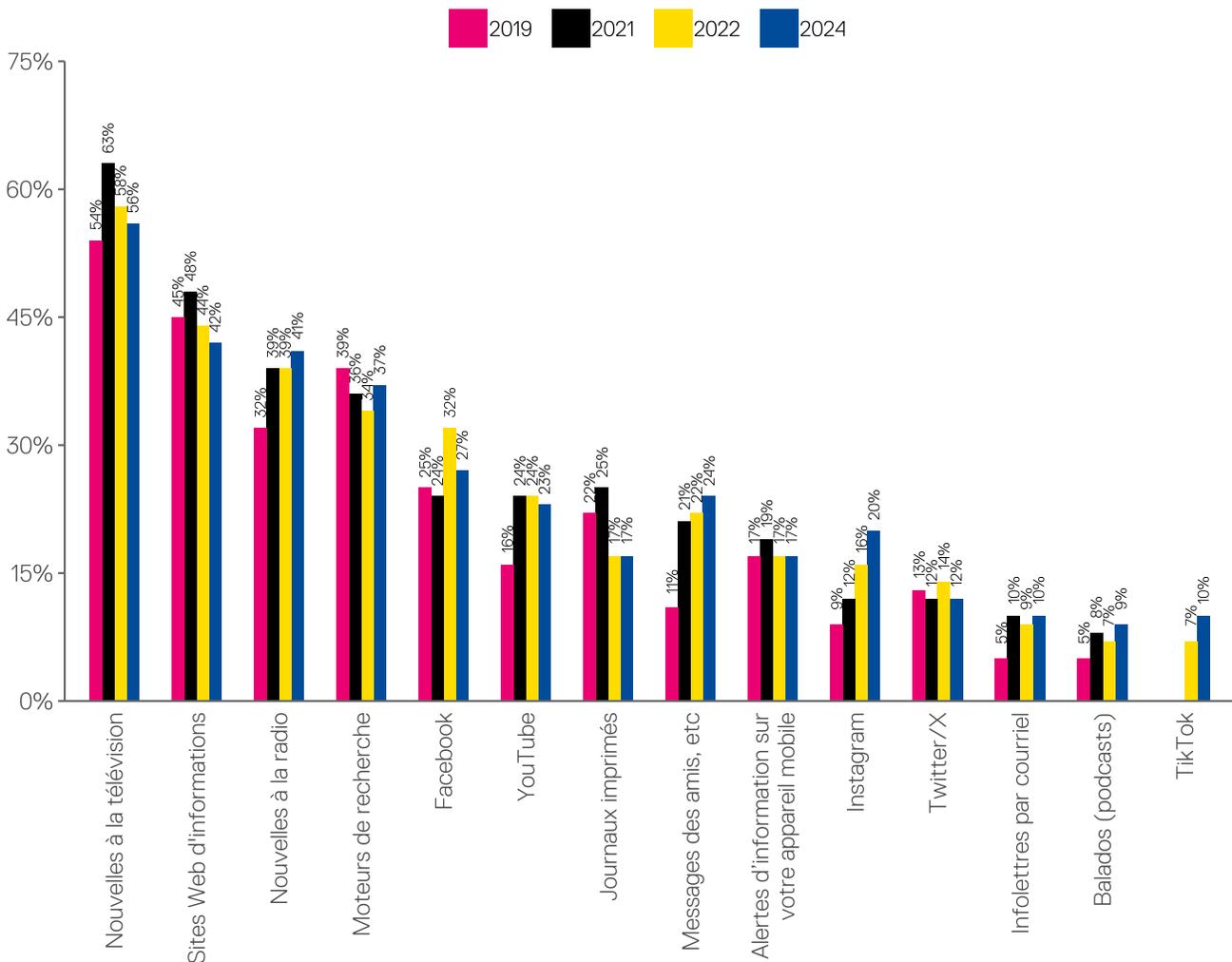
Figure 4 - Les sources d'information les plus courantes au Canada



« Lesquelles des sources suivantes utilisez-vous pour suivre l'actualité ou vous tenir au courant des nouvelles? »

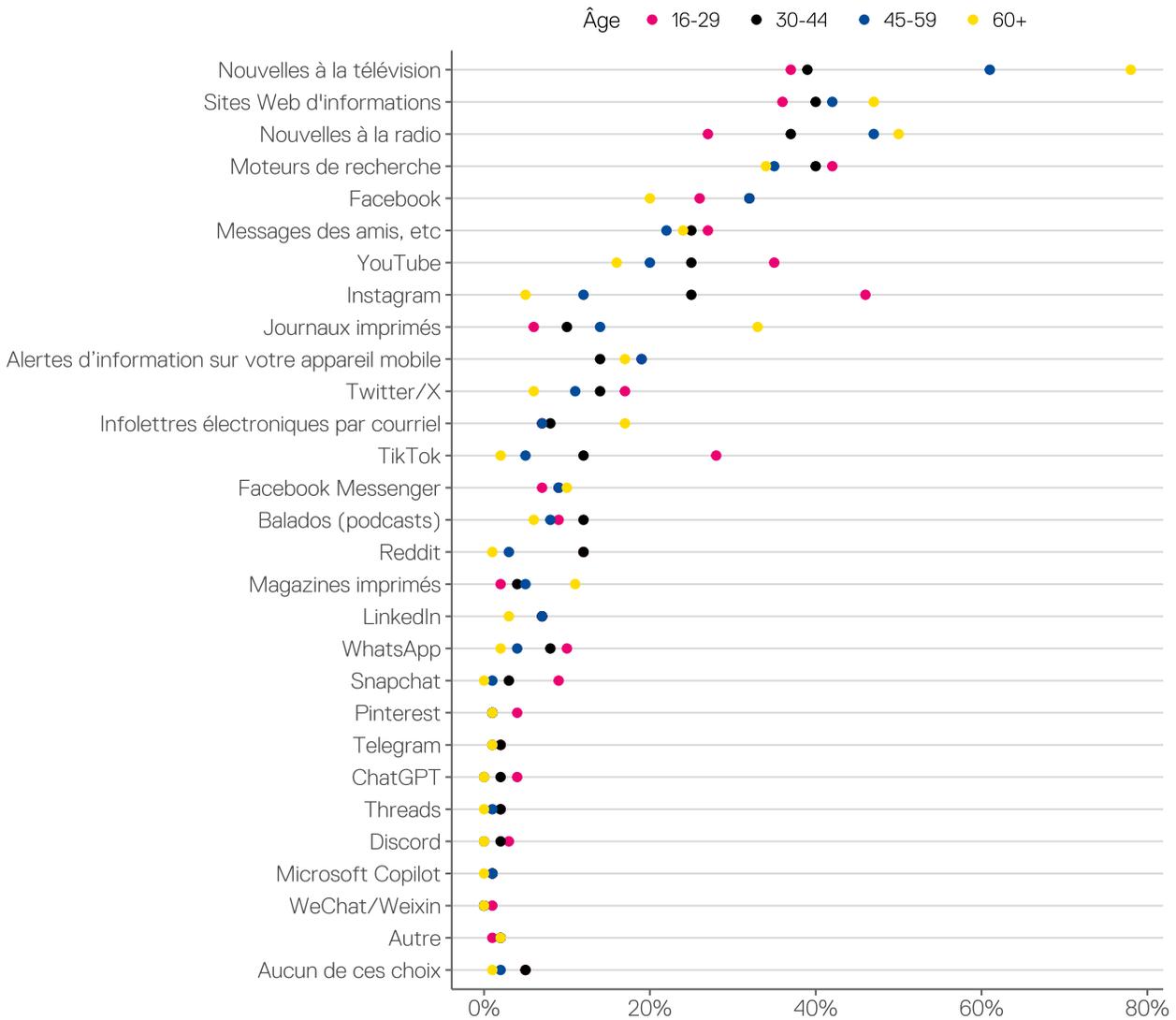
Après ces sources, Facebook, YouTube et Instagram sont des sources communes de nouvelles. Si Facebook demeure la principale plateforme de médias sociaux pour les nouvelles (27 %), son utilisation a diminué depuis 2022. Parmi les personnes qui utilisent la plateforme, six pour cent de moins déclarent maintenant utiliser Facebook comme source pour se tenir au courant des nouvelles, possiblement en réaction à la Loi sur les nouvelles en ligne, dont nous discutons plus en détail ci-dessous. Toutefois, d'autres plateformes de médias sociaux sont maintenant beaucoup plus utilisées comme source de nouvelles : parmi les personnes qui utilisent ces plateformes, six pour cent de plus qu'en 2022 déclarent utiliser TikTok et quatre pour cent de plus indiquent qu'ils utilisent Instagram pour s'informer. Cette croissance va plus loin que la simple croissance de la proportion des résidents qui utilisent ces plateformes.

Figure 5 - Les sources d'information les plus courantes au Canada au fil du temps



« Lesquelles des sources suivantes utilisez-vous pour suivre l'actualité ou vous tenir au courant des nouvelles? »

Figure 6 - Utilisation des sources de nouvelles au Canada selon l'âge



« Lesquelles des sources suivantes utilisez-vous pour suivre l'actualité ou vous tenir au courant des nouvelles? »

Quand on examine ces chiffres dans l'ensemble de la population, on se rend compte qu'ils masquent d'importantes différences selon l'âge. Les jeunes comptent sur des sources d'information radicalement différentes de celles des cohortes plus âgées.

Bien que les « nouvelles à la télévision » soient la principale source d'information pour les personnes de 60 ans et plus (78 % utilisent la télévision pour les nouvelles) et celles de 45 à 59 ans (61 % l'utilisent pour les nouvelles), seulement 39 % des personnes de 30 à 44 ans utilisent la télévision pour les nouvelles et seulement 37 % des personnes de moins de 30 ans regardent les nouvelles à la télévision.

Pour les moins de 30 ans, Instagram est la principale source de nouvelles et d'actualités : 46 % disent l'utiliser pour les nouvelles. Instagram est suivi des moteurs de recherche (42 %), des nouvelles à la télévision (37 %), des sites Web d'information (36 %), de YouTube (35 %) et de TikTok (28 %). TikTok, en particulier, est devenu une source d'informations pour 21 % des personnes âgées de 16 à 29 ans en 2022 (dont 32 % des 23 ans et moins).

Les différences d'âge sont plus importantes pour les journaux imprimés. Alors qu'un tiers (33 %) de la cohorte la plus âgée affirme utiliser les journaux imprimés pour se tenir au courant des nouvelles et de l'actualité, le lectorat diminue considérablement avec l'âge. Même chez les personnes de 45 à 59 ans, seulement 14 % lisent des journaux imprimés et, parmi les plus jeunes, seulement 6 % lisent des journaux imprimés.

En général, si les Canadiens les plus âgés continuent de compter fortement sur les sources traditionnelles de nouvelles comme la presse écrite et la télévision, les jeunes Canadiens sont largement passés aux sources de nouvelles numériques, soit les sites Web de nouvelles ou pour les plus jeunes, les médias sociaux.

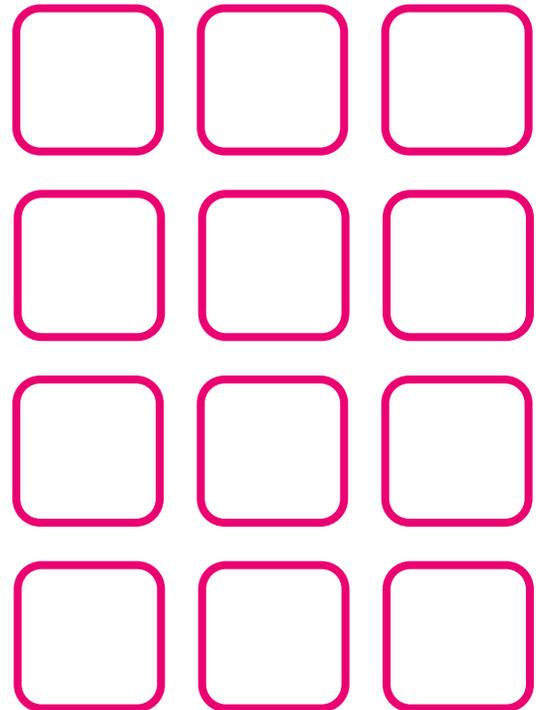
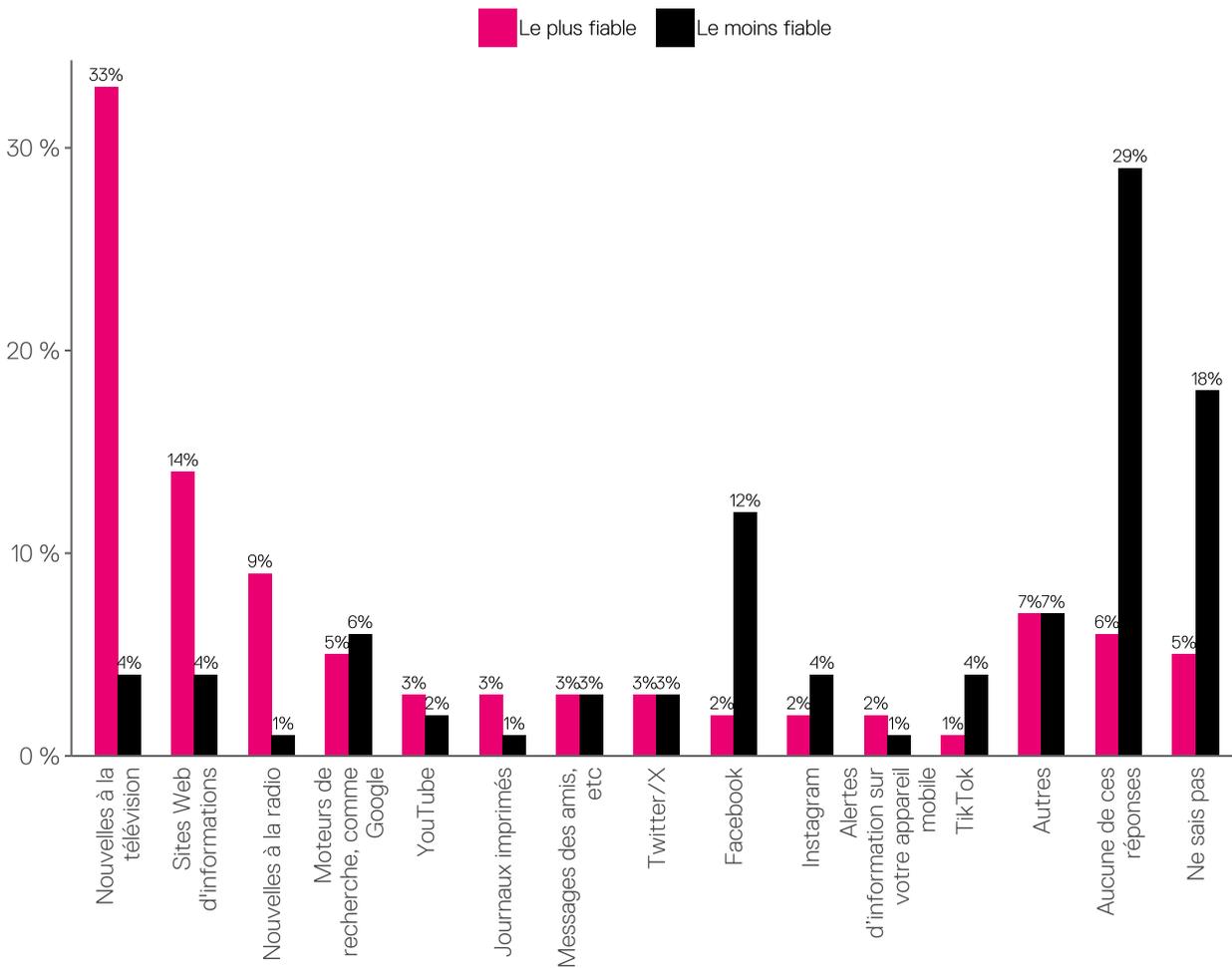


Figure 7 - Les sources d'information les plus fiables et les moins fiables (parmi les utilisateurs de chaque source)

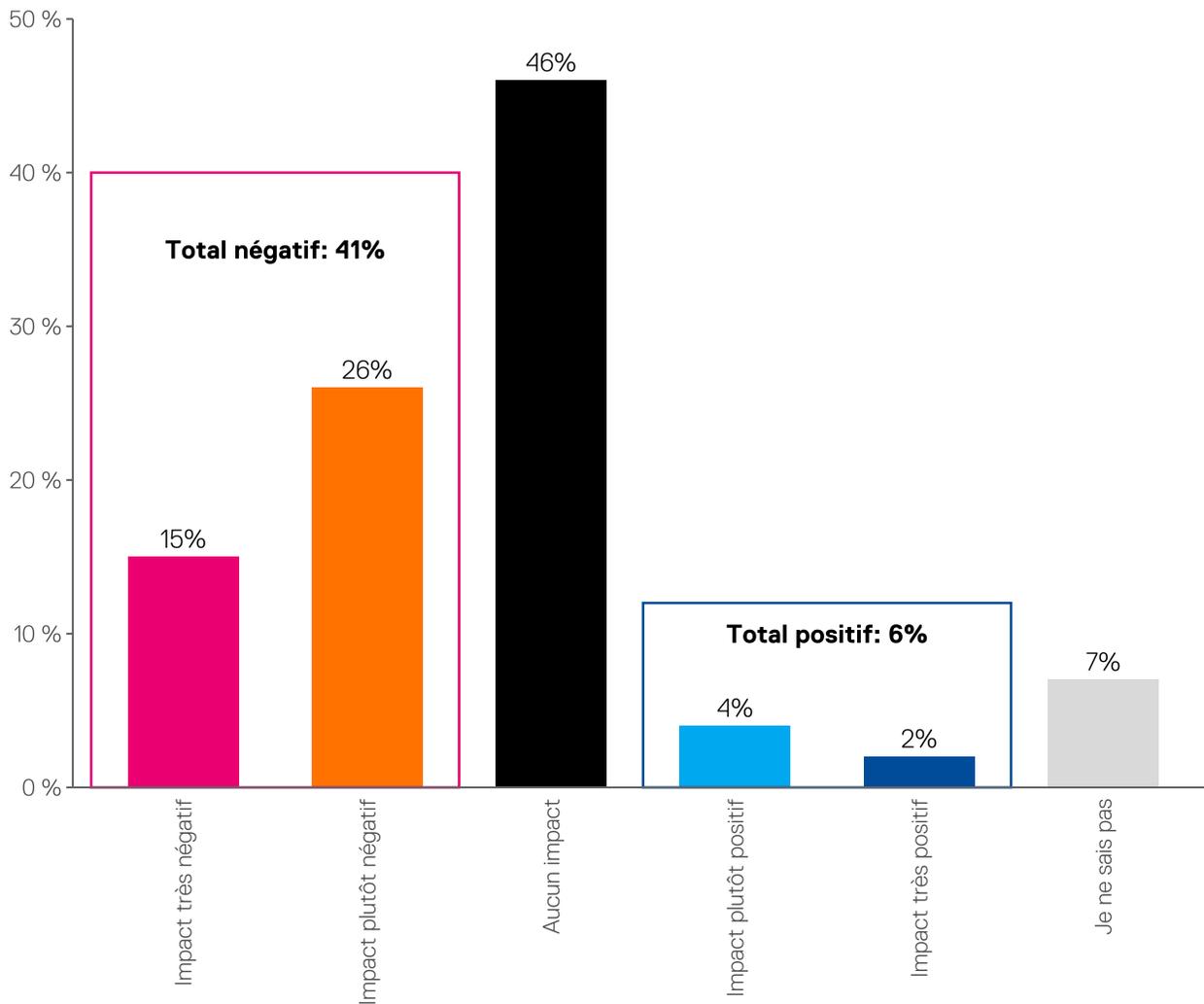


« Auquel de ces médias feriez-vous le [plus/moins] confiance pour vous tenir au courant des nouvelles ou de l'actualité? »

Malgré l'émergence des médias sociaux comme source d'information, les nouvelles traditionnelles diffusées à la télévision, sur les sites Web et à la radio demeurent la source d'information la plus fiable, représentant collectivement plus de la moitié des sources d'information auxquelles les Canadiens accordent le plus leur confiance.

Quand on leur demande quelle est la source d'information dans laquelle ils ont le moins confiance (parmi les seules sources de nouvelles qu'ils utilisent activement), la plupart disent qu'il n'y a pas de sources d'information auxquelles ils ne font pas confiance. Cela laisse entendre que les Canadiens évitent les informations qu'ils jugent non dignes de confiance. Cependant, pour les personnes qui ont choisi une source précise, Facebook est la source dont elles se méfient le plus, à 12 %.

Figure 8 - Impact perçu de la décision de Meta de bloquer les actualités au Canada



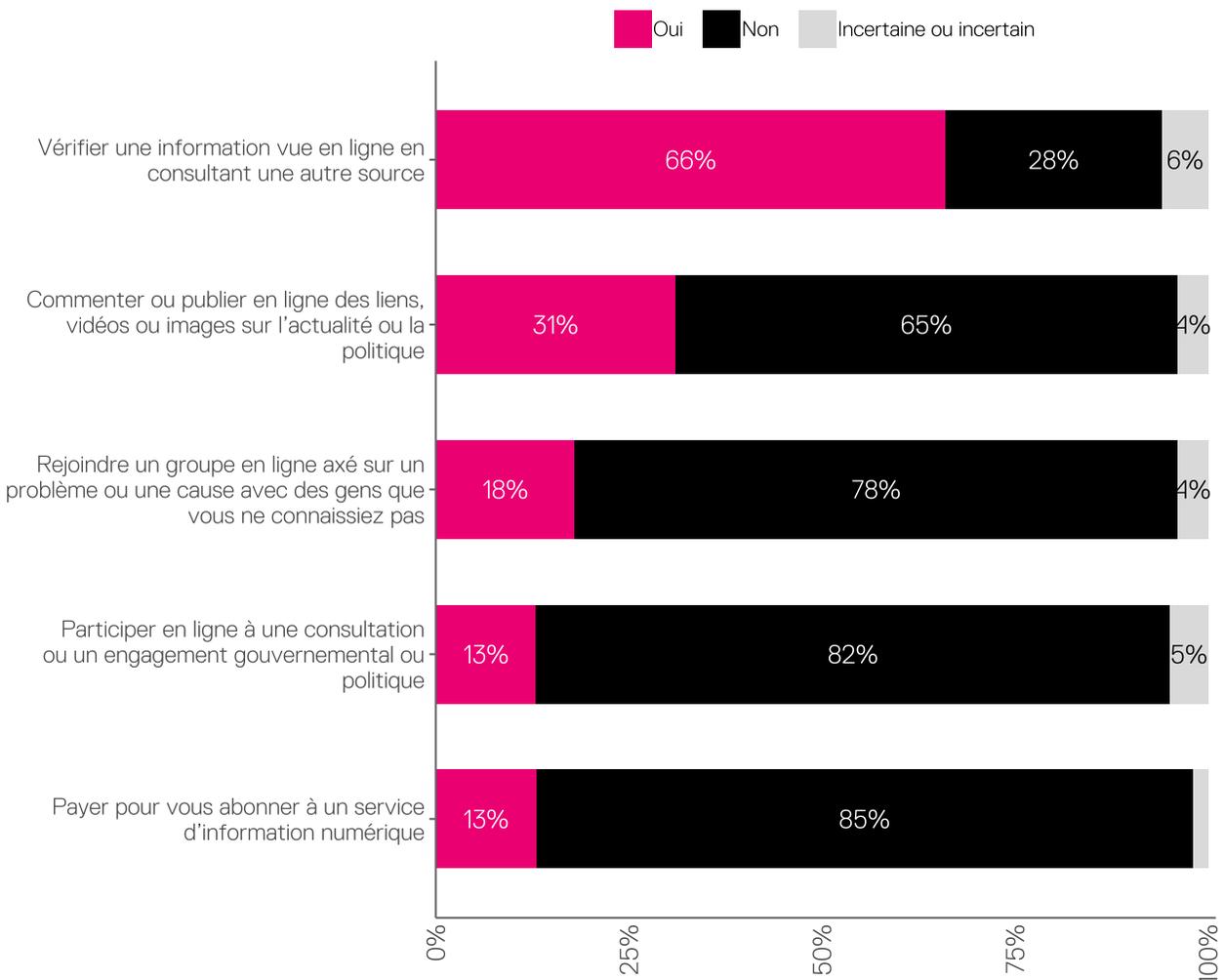
« En réponse à la législation du gouvernement fédéral visant à exiger des plateformes en ligne qu'elles compensent les organismes de presse pour la publication de liens vers des articles d'actualité, Meta a pris la décision de bloquer les actualités canadiennes à la fois sur Facebook et sur Instagram. La question de notre sondage était : À quel point la décision de Meta de bloquer les nouvelles canadiennes sur Facebook et Instagram a-t-elle eu un impact sur votre capacité à vous tenir au courant des nouvelles ou de l'actualité? »

Cette méfiance s'inscrit dans la foulée de la décision de Meta (en réaction à la *Loi sur les nouvelles en ligne* du gouvernement fédéral qui vise à compenser les organismes de presse) de bloquer les actualités canadiennes à la fois sur Facebook et sur Instagram. La majorité des répondants estiment que cela n'a eu aucun impact sur leur capacité à se tenir au courant des nouvelles ou de l'actualité, mais 41 % affirment que cela a eu un impact négatif, dont 15 % affirment que cela a eu un impact très négatif.

Participation civique numérique

Le plus souvent, les résidents du Canada s'engagent activement en ligne en vérifiant les faits, en publiant des commentaires sur l'actualité et la politique. Les deux tiers des répondants affirment avoir vérifié une information en ligne en consultant une autre source, et ce pourcentage est plus élevé chez les jeunes répondants (70 % des moins de 30 ans et 73 % des 30 à 44 ans). La différence la plus importante en matière de vérification des faits se situe au niveau du spectre politique déclaré⁴ : 82 % des personnes qui se disent de gauche affirment également avoir vérifié une information, tandis que 53 % de celles qui se disent de droite ont fait de même.

Figure 9 - Fréquence de la participation civique numérique au Canada



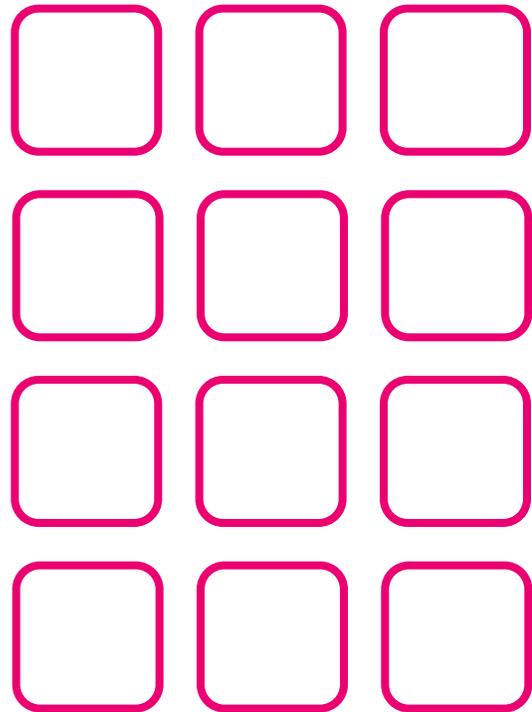
« Avez-vous déjà vécu l'une ou l'autre des situations suivantes? »

Lorsqu'il s'agit de commenter ou de publier sur l'actualité ou la politique en ligne, 31 % disent l'avoir déjà fait, les hommes (35 %) étant plus susceptibles que les femmes (27 %) de l'avoir fait. De même, les répondants ayant un niveau de scolarité plus élevé étaient plus susceptibles de dire qu'ils ont commenté ou publié sur l'actualité ou la politique en ligne — 34 % de ceux qui ont un diplôme universitaire l'ont fait, comparativement à 25 % de ceux qui ont un diplôme d'études secondaires ou moins.

D'autres formes d'engagement sont moins courantes. Un peu moins de deux répondants sur cinq (18 %) disent avoir rejoint un groupe en ligne axé sur un problème ou une cause avec des gens qu'ils ne connaissent pas. Les deux groupes les plus susceptibles de rejoindre un groupe en ligne sont les répondants en situation de handicap (31 %) et les répondants 2SLGBTQ+ (33 %). Il y a un écart marqué dans ce type de participation entre les personnes de plus et de moins de 60 ans. Chez les moins de 60 ans, environ un résident du Canada sur cinq déclare avoir rejoint un groupe en ligne, ce qui correspond à toutes les cohortes d'âge. Toutefois, parmi les 60 ans et plus, seulement 11 % l'ont fait.

Par ailleurs, 13 % ont participé en ligne à une consultation gouvernementale ou politique, les hommes (18 %) étant plus de deux fois plus nombreux que les femmes (8 %) à déclarer l'avoir fait. La participation aux consultations gouvernementales est étroitement liée au niveau de scolarité. Parmi les personnes qui ont fait des études universitaires, 20 % affirment l'avoir fait, alors que seulement 7 % de celles qui ont fait des études secondaires ou moins l'ont fait.

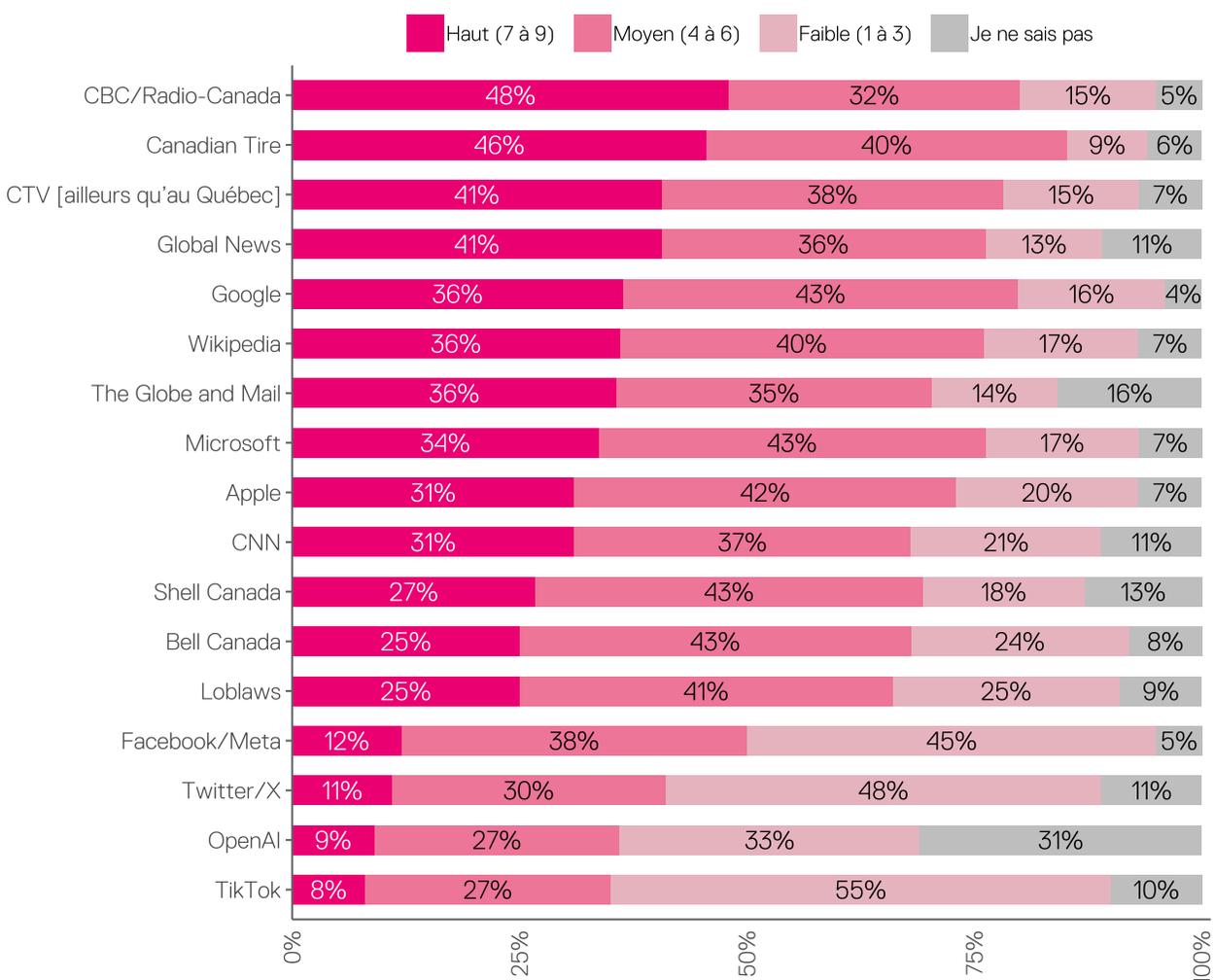
En dernier lieu, 13 % des résidents du Canada déclarent avoir payé pour s'abonner à un service d'information numérique. Le gouvernement fédéral offre un crédit d'impôt pour les abonnements aux nouvelles numériques, et selon les renseignements fournis par l'Agence du revenu du Canada, un peu plus de 300 000 Canadiens ont demandé ce crédit en 2020.⁵ Cette proportion est semblable à celle des 13 % qui ont déclaré un abonnement à un service d'information numérique en 2024, bien que le crédit d'impôt ne soit offert que pour les abonnements payants à des organismes de presse canadiens admissibles. Sans surprise, les abonnements payants aux sites d'information numérique sont les plus fréquents chez les ménages aux revenus les plus élevés : 21 % des ménages dont le revenu dépasse 100 000 \$ ont payé un abonnement à un service d'information numérique.



Confiance dans les plateformes et les nouvelles

La confiance dans les organismes de presse canadiens pour agir au mieux de l'intérêt du public s'est largement stabilisée après une légère baisse en 2022. Nous avons demandé aux participants dans quelle mesure ils faisaient confiance à certaines entreprises pour agir dans l'intérêt public, y compris les grands organismes de presse, les plateformes de médias sociaux et les fournisseurs de services numériques, ainsi que d'autres grandes entreprises canadiennes, pour en savoir le plus sur le contexte. Les quatre entreprises les plus dignes de confiance pour agir dans l'intérêt public étaient CBC, Canadian Tire, CTV et Global News, avec plus de 40 % des répondants qui ont déclaré leur faire confiance, soit un niveau de confiance d'au moins 7 sur 9. En ce qui concerne CBC / Radio-Canada, la confiance est stable depuis 2022, avec 48 % des répondants qui ont indiqué faire confiance à l'organisme pour agir dans l'intérêt du public, et CBC est maintenant l'organisme le plus digne de confiance testé.

Figure 10 - Confiance dans les organisations pour agir au mieux dans l'intérêt du public



« Sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie "pas du tout confiance" et 9 signifie "très confiance", dans quelle mesure faites-vous confiance à chacune des entreprises suivantes pour agir au mieux de l'intérêt du public? »

Radio-Canada jouit particulièrement d'une grande confiance au Québec, où 64 % des répondants ont un niveau de confiance élevé envers l'organisme. Cependant, la confiance à l'égard de CBC en Alberta est particulièrement faible – seulement 34 % ont un degré élevé de confiance envers l'organisme. En général, l'Alberta a tendance à avoir moins confiance dans les organismes de presse. Seulement 36 % ont très confiance en Global News, 34 % en CTV et seulement 21 % à *The Globe and Mail*.

Pour presque toutes les entreprises étudiées, les personnes qui se situent sur la droite du spectre politique sont plus susceptibles que celles qui se trouvent sur la gauche de croire qu'elles agiront dans l'intérêt du public, ce qui reflète les différences générales d'appui au libre marché dans l'ensemble du spectre politique. En général, les différences sont moindres pour les organismes de presse, mais la seule entreprise à laquelle la gauche (57 %) fait davantage confiance que la droite (41 %) est CBC. Cela reflète probablement la nature de CBC en tant qu'entité financée par l'État et les appels récents de certains membres de la droite politique à diminuer ou à supprimer le financement de CBC.

La confiance envers les grandes entreprises technologiques est partagée, alors que certaines inspirent une grande confiance, d'autres pas du tout. Google, Microsoft et Apple sont toutes en tête de liste des grandes entreprises technologiques.

Cependant, les plateformes de médias sociaux inspirent beaucoup moins confiance. Meta, Twitter/X et TikTok figurent parmi les entreprises auxquelles les gens ont le moins confiance, la majorité des répondants ayant peu confiance en elles (entre 1 et 3) pour agir dans l'intérêt public. Ces plateformes forment un groupe à part au bas de l'échelle, et la seule autre entreprise qui les a rejointes est le créateur de ChatGPT, OpenAI, qui, même s'il ne jouit pas d'une grande confiance, n'est pas encore bien connu. Près du tiers des répondants ne savent toujours pas s'ils font confiance à OpenAI pour agir dans l'intérêt du public.

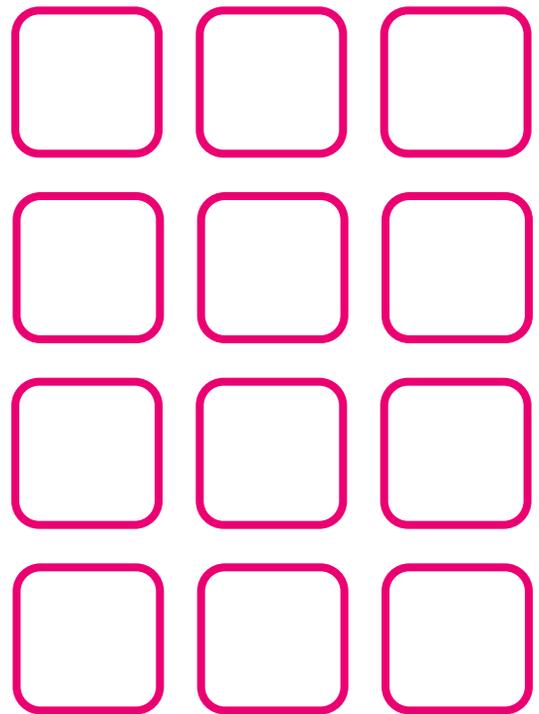
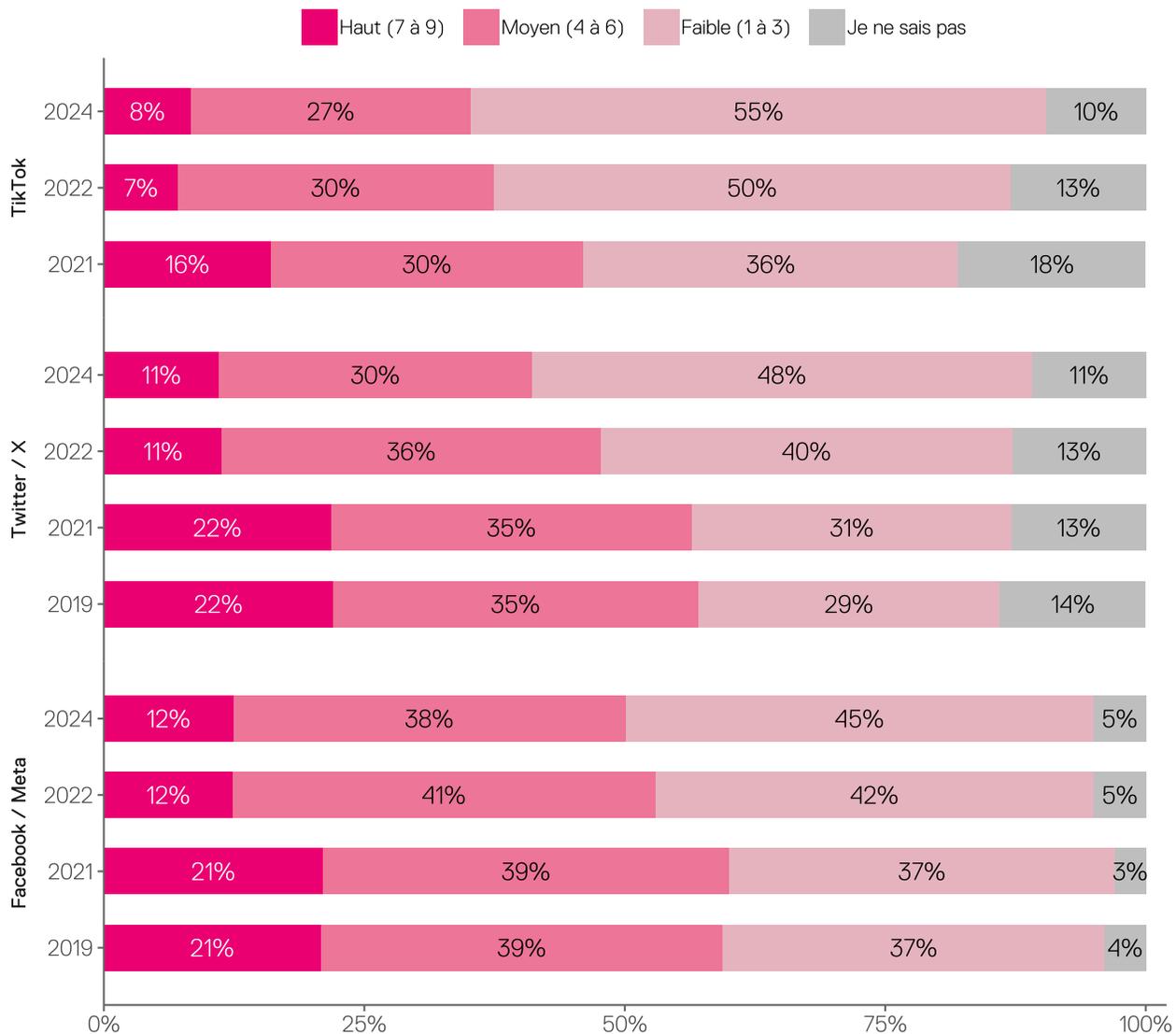


Figure 11 - La confiance dans les plateformes de médias sociaux au Canada au fil du temps



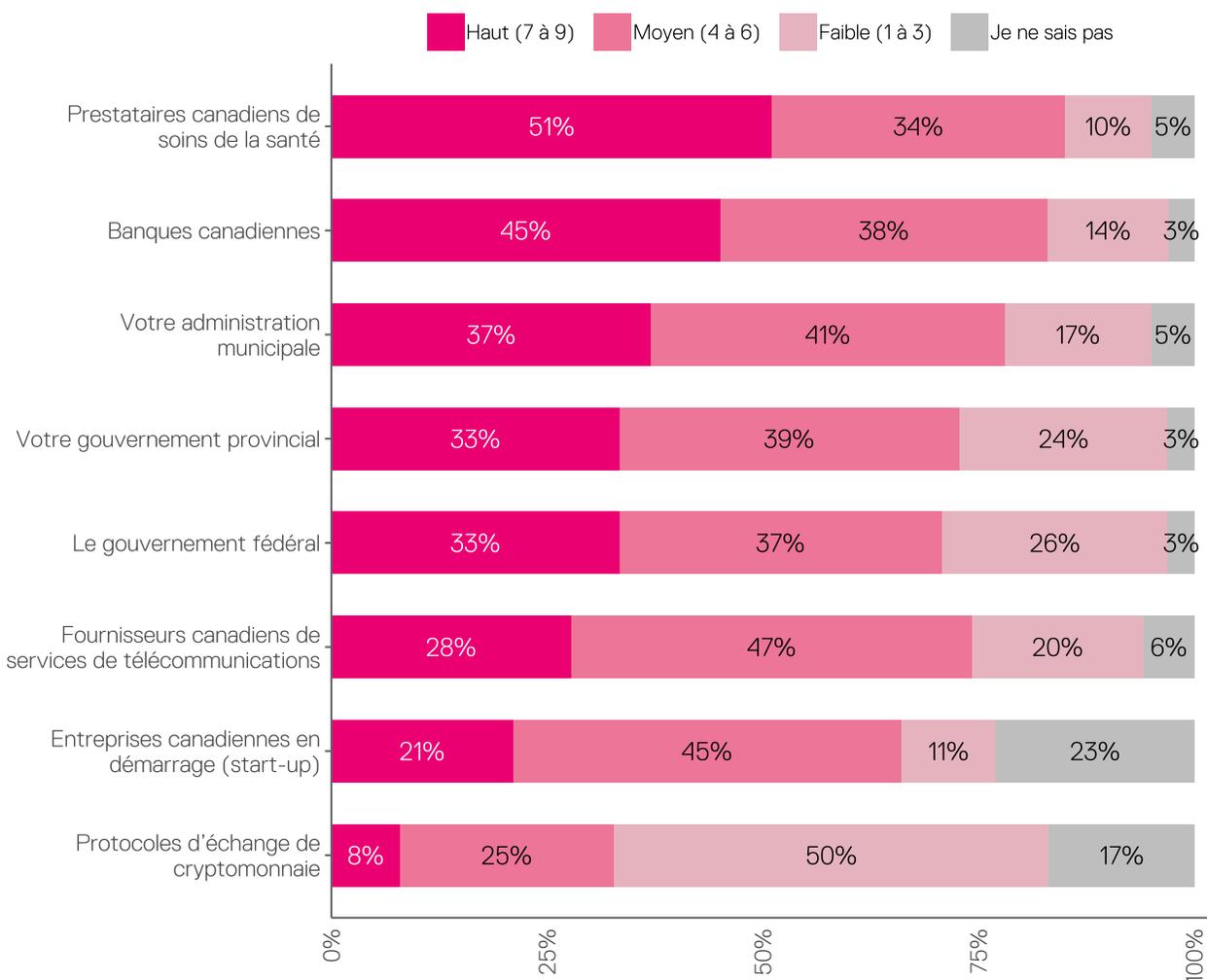
« Sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie "pas du tout confiance" et 9 signifie "très confiance", dans quelle mesure faites-vous confiance à chacune des entreprises suivantes pour agir au mieux de l'intérêt du public? »

Pour la plupart des entreprises, la confiance est très stable depuis 2022. Les trois exceptions sont Twitter/X, TikTok et Loblaw's, qui ont tous fait l'objet d'une couverture médiatique négative au cours de la dernière année. Pour Twitter/X, il n'y a pas eu de changement dans la proportion des gens qui ont un degré élevé de confiance (11 % en 2024 et en 2022); cependant, le groupe dont le degré de confiance est faible est passé de 40 % en 2022 à 48 % aujourd'hui. Pour TikTok, la proportion des gens ayant un faible degré de confiance est passée de 50 % en 2022 à 55 %. Pour Loblaw's, le changement a été beaucoup plus spectaculaire. En 2022, 34 % des gens avaient un degré élevé de confiance en cette entreprise. Depuis, ce pourcentage est passé à seulement 25 %, tandis que celui des personnes dont le degré de confiance est faible a presque doublé, passant de 13 % en 2022 à 25 % en 2024.

Fournisseurs de services numériques

Lorsque l'on détermine si les gens qui vivent au Canada croient que les fournisseurs de services numériques leur offriront des plateformes sécuritaires et responsables, on se rend compte que les résidents ont le degré le plus élevé de confiance à l'égard des prestataires de soins de santé, la majorité d'entre eux ayant un degré de confiance élevé (au moins 7 sur une échelle de 9 points). Les banques canadiennes jouissent d'un niveau de confiance presque aussi élevé : 45 % des gens affirment avoir un niveau élevé de confiance dans les services numériques offerts par les banques.

Figure 12 - Confiance dans des services numériques sécuritaires et responsables de chaque fournisseur



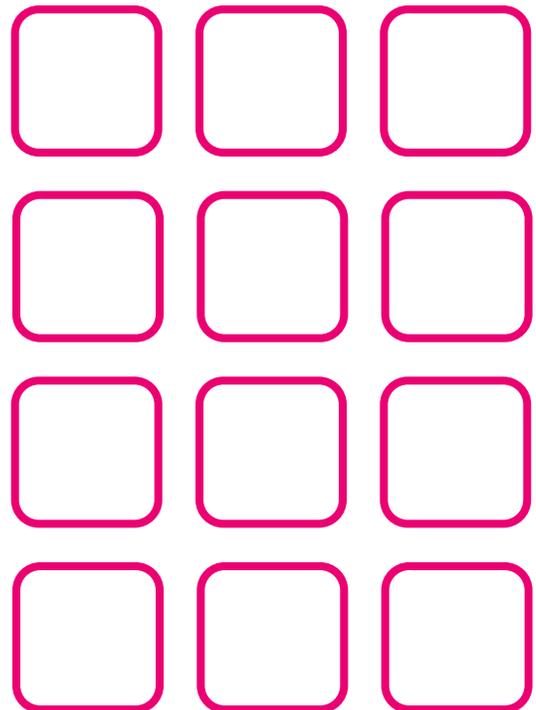
« Vous interagissez probablement avec un certain nombre de services numériques dans votre vie quotidienne. Nous aimerions que vous réfléchissiez à quels secteurs vous faites le plus confiance pour fournir des services numériques sécuritaires et responsables. Cela signifie des produits et services qui sont modernes et fiables, qui garantissent votre consentement éclairé, respectent votre confidentialité, protègent vos informations contre les cyberattaques et sont conformes à l'intérêt public.

Sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie "pas du tout confiance" et 9 signifie "très confiance", dans quelle mesure faites-vous confiance à chacune des entreprises suivantes pour fournir des services numériques sécuritaires et responsables : »

Les gouvernements se situent complètement au centre – les administrations municipales inspirent le plus confiance, avec 37 % des gens qui leur font confiance, tandis 33 % des personnes qui vivent au Canada affirment faire confiance aux gouvernements provinciaux et au gouvernement fédéral pour fournir des services numériques sécuritaires et responsables.

Les fournisseurs de services qui inspirent le moins confiance sont les protocoles d'échange de cryptomonnaie – plus de la moitié des répondants ont un faible niveau de confiance dans les protocoles d'échange de cryptomonnaie, dont 29 % qui ont déclaré qu'ils n'ont pas du tout confiance en ces fournisseurs. La confiance à l'égard des protocoles d'échange de cryptomonnaie varie considérablement en fonction de l'âge : seuls 37 % des moins de 30 ans déclarent ne pas avoir confiance dans les protocoles d'échange de cryptomonnaie, comparativement à 54 % des 45 à 59 ans et à 65 % des 60 ans et plus. En revanche, 13 % des moins de 30 ans déclarent avoir un degré élevé de confiance dans les protocoles d'échanges de cryptomonnaie.

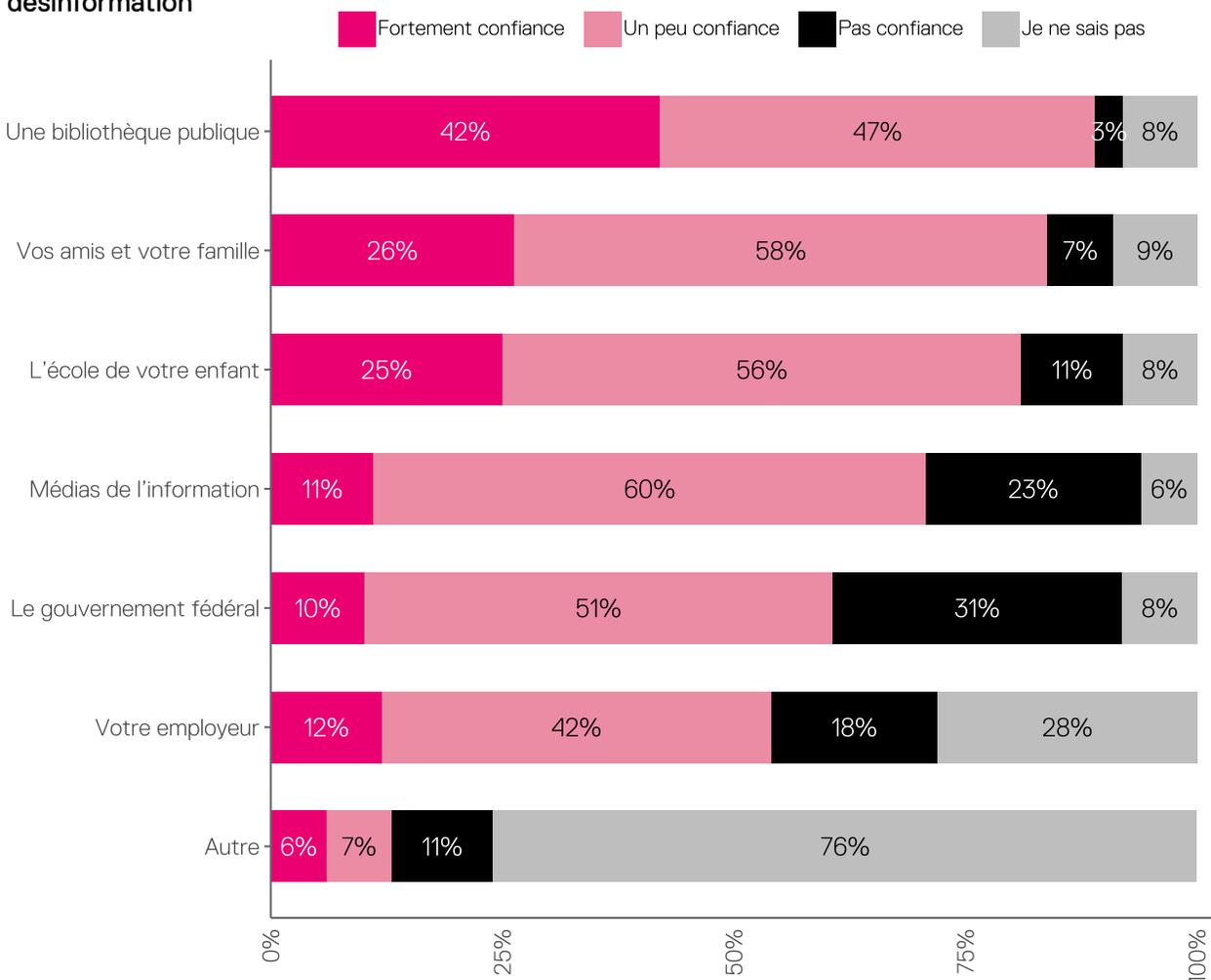
Pour tous ces fournisseurs de services, la confiance a baissé depuis 2022, même si dans la plupart des cas, la baisse est faible. Les baisses les plus importantes concernent le gouvernement fédéral (le pourcentage des gens qui ont un degré élevé de confiance envers le gouvernement fédéral est passé de 38 % à 33 %, tandis que ceux qui ont un faible degré de confiance est passé de 21 % à 26 %) et les prestataires de soins de santé (le degré élevé de confiance est passé de 55 % à 51 %, bien que le faible degré de confiance ne soit passée que de 8 % à 10 %).



Sources d'information sur la littératie numérique

Pour mieux comprendre l'engagement des Canadiens à l'égard des préjudices et de la désinformation en ligne, il est essentiel de connaître les sources vers lesquelles les Canadiens peuvent se tourner et auxquelles ils peuvent avoir confiance. Pour les décideurs, le renforcement de la littératie médiatique et un meilleur accès à des informations fiables sont des éléments essentiels pour atténuer la désinformation et les préjudices en ligne. À l'aide d'un ensemble de sources présélectionnées, nous avons demandé aux répondants dans quelle mesure ils feraient confiance à chacune d'elles s'ils voulaient en savoir plus sur la désinformation et la littératie numérique.

Figure 13 - La confiance dans différentes sources pour en savoir plus sur la littératie numérique et la désinformation



« Dans quelle mesure feriez-vous confiance à chacune des sources suivantes, si vous vouliez en savoir plus sur la désinformation et la littératie numérique? »

Notre sondage montre que la majorité des résidents du Canada font confiance aux bibliothèques publiques (soutien global de 89 %), suivies des amis et de la famille (83 %) et de l'école de leur enfant pour ceux qui ont des enfants de moins de 18 ans (81 %, n=647). Bien que le soutien global ait dépassé 60 % pour les deux, la confiance à l'égard des médias d'information et du gouvernement fédéral est relativement faible (11 % et 10 %). Même si nos résultats indiquent des niveaux de confiance plus élevés que ceux présentés par d'autres études, le manque de confiance dans les médias d'information correspond à un déclin à long terme dénoté au Canada.⁶

5

Expérience des contenus préjudiciables en ligne

Exposition aux préjudices en ligne

La plupart des résidents du Canada disent qu'ils voient presque tous les types de contenus préjudiciables en ligne au moins quelques fois par an. En général, 75 % des répondants ont vu des informations ou des nouvelles qu'ils soupçonnaient

d'être fausses, et 68 % des personnes ont vu des informations à propos de l'actualité qu'ils pensaient vraies et ont découvert ensuite qu'elles étaient fausses. Un répondant sur trois dit voir de fausses nouvelles quelques fois par semaine, tandis que 9 % des répondants déclarent voir des nouvelles qu'ils croient fausses quelques fois par jour.

Figure 14 - Fréquence des expositions aux contenus préjudiciables en ligne au Canada



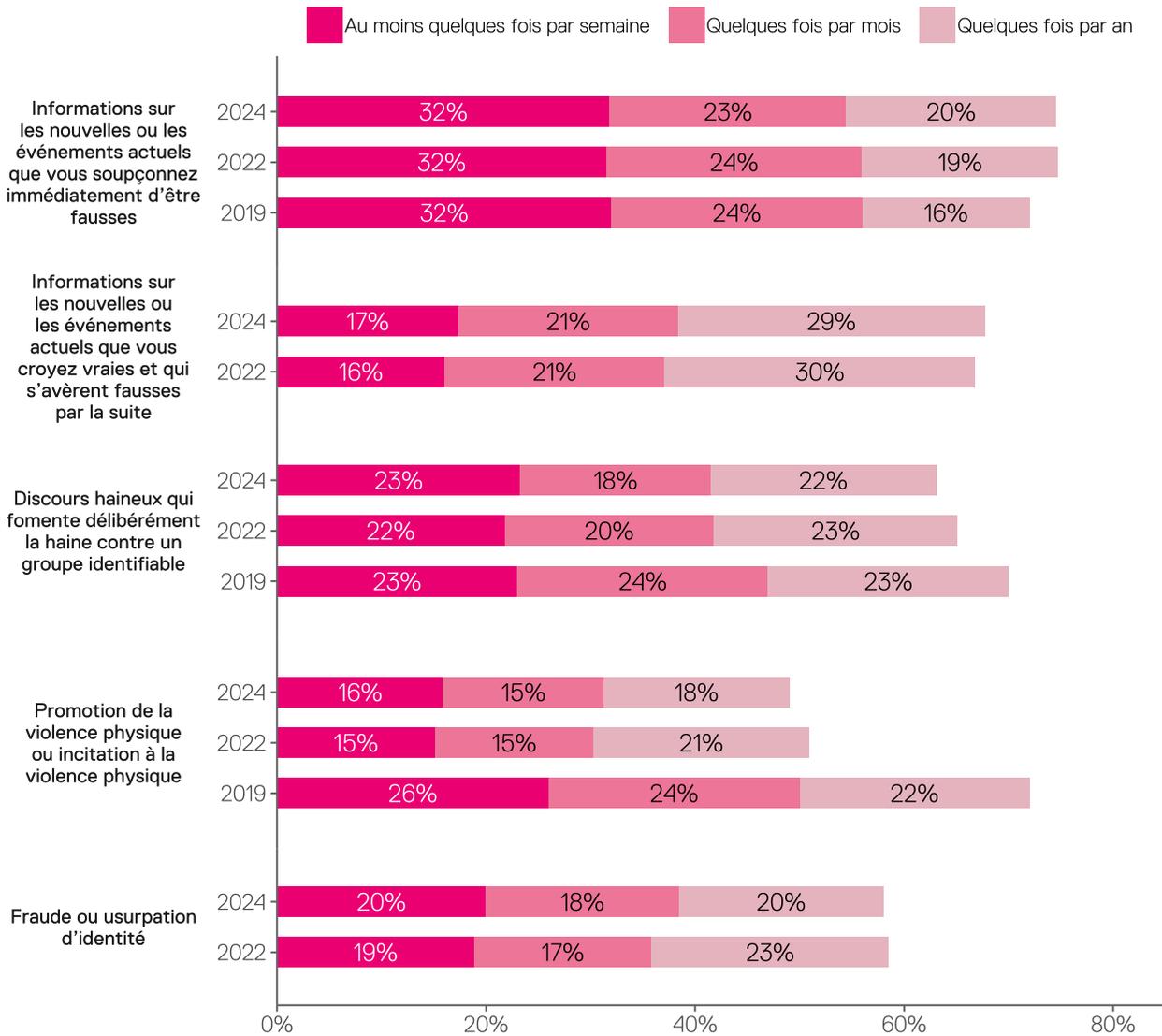
« En réfléchissant à votre utilisation des plateformes en ligne, laquelle des options suivantes correspond le plus à la fréquence à laquelle vous voyez ces types d'informations, que ce soit dans des publications, des liens, des images ou des vidéos? »

Un peu moins des deux tiers (63 %) ont déclaré avoir déjà vu des discours haineux en ligne et des proportions semblables ont vu des hypertrucages (60 %) ou encore des fraudes ou de l'usurpation d'identité (58 %). Les discours haineux en particulier sont observés plus fréquemment par les répondants appartenant à une minorité visible. Alors que 61 % des répondants blancs déclarent voir des discours haineux en ligne, 71 % des personnes appartenant à une minorité visible en ont vu, dont 92 % des répondants du Moyen-Orient, 75 % des répondants d'Asie du Sud et 72 % des répondants noirs. La vue de discours haineux est également plus élevée pour les répondants appartenant à la communauté 2SLGBTQ+ (72 %) et les nouveaux arrivants au Canada qui sont ici depuis moins de 10 ans (73 %).

Le préjudice le moins courant qu'ont vu les répondants en ligne est la promotion de la violence physique, bien que 49 % affirment qu'ils l'ont vue au moins quelques fois par an et 16 % qu'ils l'ont vue plus d'une fois par semaine. Les jeunes répondants sont beaucoup plus susceptibles de l'avoir vue : 61 % des moins de 30 ans ont vu la promotion de la violence en ligne, comparativement à seulement 43 % des plus de 60 ans, et 20 % des plus jeunes disent l'avoir vue au moins quelques fois par semaine. Les personnes appartenant à une minorité visible sont également plus susceptibles d'avoir vu la promotion de la violence – 57 % affirment l'avoir vue, comparativement à seulement 47 % des répondants blancs.

Dans tous les cas (à l'exception des hypertrucages, qui n'ont pas été mesurés dans les versions précédentes de ce sondage), l'exposition au contenu préjudiciable a été constante en ligne, avec seulement des changements mineurs. Dans le cas des discours haineux et de la promotion de la violence, cette légère diminution s'inscrit dans la continuité des premiers déclinis que nous avons observés entre 2019 et 2022.

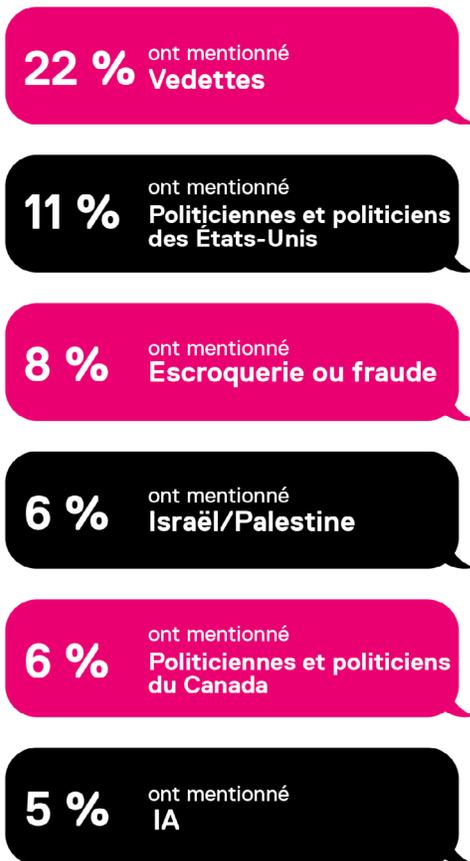
Figure 15 - Fréquence des expositions aux contenus préjudiciables en ligne au fil du temps au Canada



« En réfléchissant à votre utilisation des plateformes en ligne, laquelle des options suivantes correspond le plus à la fréquence à laquelle vous voyez ces types d'informations, que ce soit dans des publications, des liens, des images ou des vidéos? »

Pour mettre en contexte ces niveaux déclarés d'exposition globale, nous avons demandé à ceux qui avaient vu de la désinformation en ligne de fournir un exemple récent, que 65 % ont fourni (n=1 275) et qui ont ensuite été codés selon leurs catégories. Parmi les exemples fournis, les plus fréquents (22 %) étaient de fausses nouvelles au sujet de vedettes (p. ex., faux décès, faux endossements de produits, fausses nouvelles au sujet de la famille royale), 11 % de répondants ont indiqué de fausses nouvelles provenant de politiciens américains, en particulier Donald Trump. Le sujet le plus courant était la désinformation sur le conflit israélo-palestinien (6 %). Un autre groupe de 6 % des répondants a mentionné de la désinformation provenant de politiciens canadiens, en particulier le premier ministre Justin Trudeau et le chef de l'opposition Pierre Poilievre.

Les personnes interrogées qui ont vu de la **désinformation** en ligne ont été invitées à fournir un exemple récent de ce qu'elles ont vu :



Nous avons également demandé un exemple récent de discours haineux en ligne, que 60 % ont fourni (n=928). La haine découlant du conflit israélo-palestinien était le sujet le plus courant (21 %), suivi par des exemples de racisme (12 %), d'antisémitisme (10 %) et de haine anti-2SLGBTQ+ (10 %). La haine manifestée par Donald Trump (8 %) et la haine ciblant des politiciens canadiens ou provenant d'eux (7 %) étaient également des sujets courants.

Les personnes interrogées ayant vu des propos **haineux** en ligne ont été invitées à fournir un exemple récent de ce qu'elles ont vu :



Hypertrucages

Avec l'émergence d'outils d'IA générative peu coûteux et faciles à utiliser comme Midjourney ou DALL-E, la plupart des résidents du Canada ont déjà vu des hypertrucages (images ou vidéos d'une personne manipulées numériquement) apparaître en ligne (60 % en ont déjà vu). Pour bon nombre d'entre eux, cela se produit régulièrement : 23 % d'entre eux déclarent voir des médias synthétiques au moins quelques fois par semaine.

Les jeunes répondants sont plus susceptibles de déclarer avoir vu des hypertrucages : 74 % des moins de 30 ans affirment avoir vu un hypertrucage (dont 31 % qui affirment avoir vu des hypertrucages quelques fois par semaine), comparativement à 49 % des répondants de plus de 60 ans (et seulement 17 % des plus de 60 ans voient des hypertrucages au moins quelques fois par semaine).

Exposition aux hypertrucages est corrélée à l'utilisation de Facebook, YouTube, Twitter/X TikTok et ChatGPT. L'utilisation de ces plateformes est associée à une probabilité plus élevée de voir des hypertrucages et à voir des hypertrucages plus souvent.

Nous avons demandé à ceux qui ont dit avoir vu un hypertrucage de nous donner un exemple récent, que 59 % ont fourni (n=867). Les types les plus courants d'hypertrucages signalés étaient des images ou des vidéos de vedettes (27 %) suivis de près par les hypertrucages politiques (22 %).

Pour certaines personnes, il y avait confusion entre les hypertrucages et les images qui étaient à l'origine authentiques, mais qui ont été éditées manuellement par Photoshop ou un outil similaire. Cette distinction est également de moins en moins évidente, car les plateformes, y compris Photoshop, ont intégré des capacités d'IA générative dans les logiciels d'édition d'images.

Les personnes interrogées ayant vu des **médias synthétiques** en ligne ont été invitées à fournir un exemple récent de ce qu'elles ont vu :

27 % ont mentionné
Vedettes

22 % ont mentionné
**Politiciennes,
politiciens / politique**

9 % ont mentionné
**Image éditée par
Photoshop ou autre logiciel**

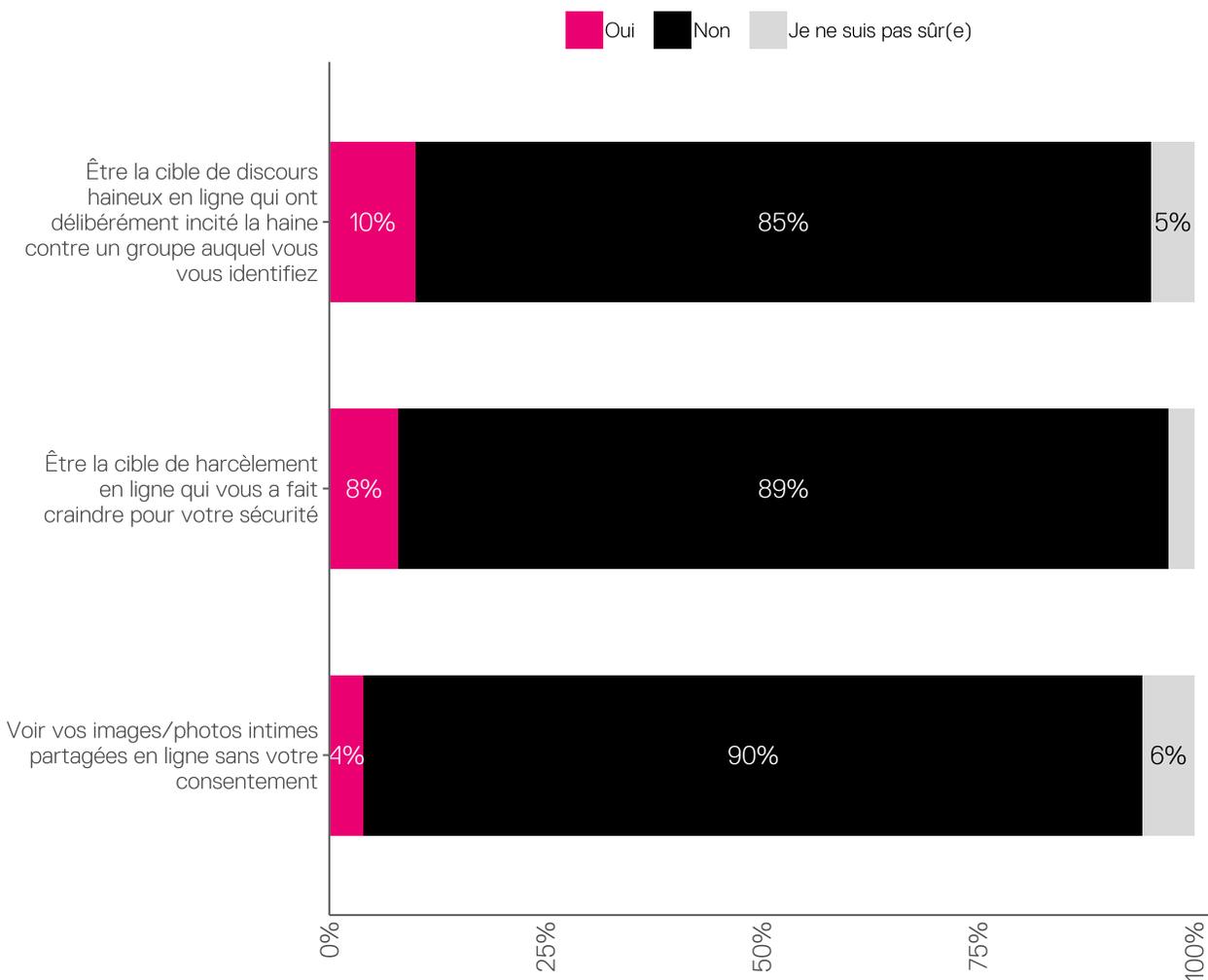
6 % ont mentionné
Voix/vidéo générée par IA

6 % ont mentionné
Image générée par IA

Expérience personnelle avec les préjudices en ligne

Même si la plupart des résidents du Canada ont vu des contenus préjudiciables en ligne, ils sont moins nombreux à avoir déclaré qu'ils ont été la cible de ces contenus. Parmi les personnes interrogées, 10 % disent avoir été spécifiquement ciblées par des propos haineux, soit le même taux global qu'en 2022. Cependant, cette expérience est beaucoup plus courante chez les personnes qui appartiennent à une minorité visible : 28 % des répondants du Moyen-Orient (bien que la taille de l'échantillon des répondants du Moyen-Orient soit faible à n=33), 14 % des répondants noirs et sud-asiatiques et 12 % des répondants d'Asie de l'Est ou du Sud-Est déclarent avoir été la cible de discours haineux. Même si l'échantillon était petit (n=22), 43 % des répondants juifs affirment avoir été la cible de propos haineux en ligne. Les membres de la communauté 2SLGBTQ+ sont plus à même d'être victimes de discours haineux, 27 % ont été personnellement ciblés par des discours haineux en ligne. Parmi les personnes en situation de handicap, 19 % ont été personnellement victimes de discours haineux.

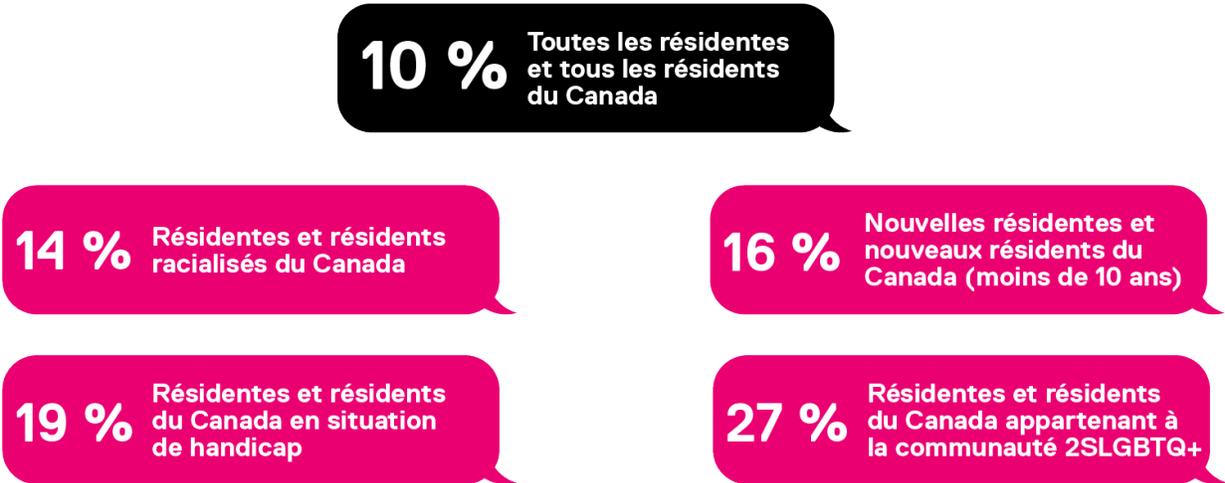
Figure 16 - Expérience personnelle avec les contenus préjudiciables en ligne au Canada



« Avez-vous déjà vécu l'une ou l'autre des situations suivantes? »

Huit pour cent des répondants ont déclaré avoir été la cible de harcèlement en ligne, et que cela leur a fait craindre pour leur sécurité, ce pourcentage est également stable depuis 2022. La répartition de ces cas est conforme à la répartition des personnes victimes de propos haineux, soit les personnes 2SLGBTQ+ (16 %) et les personnes en situation de handicap (15 %) sont les plus susceptibles de signaler également le harcèlement qui leur a fait craindre pour leur sécurité.

Figure 17 - Discours haineux ciblant les populations vulnérables

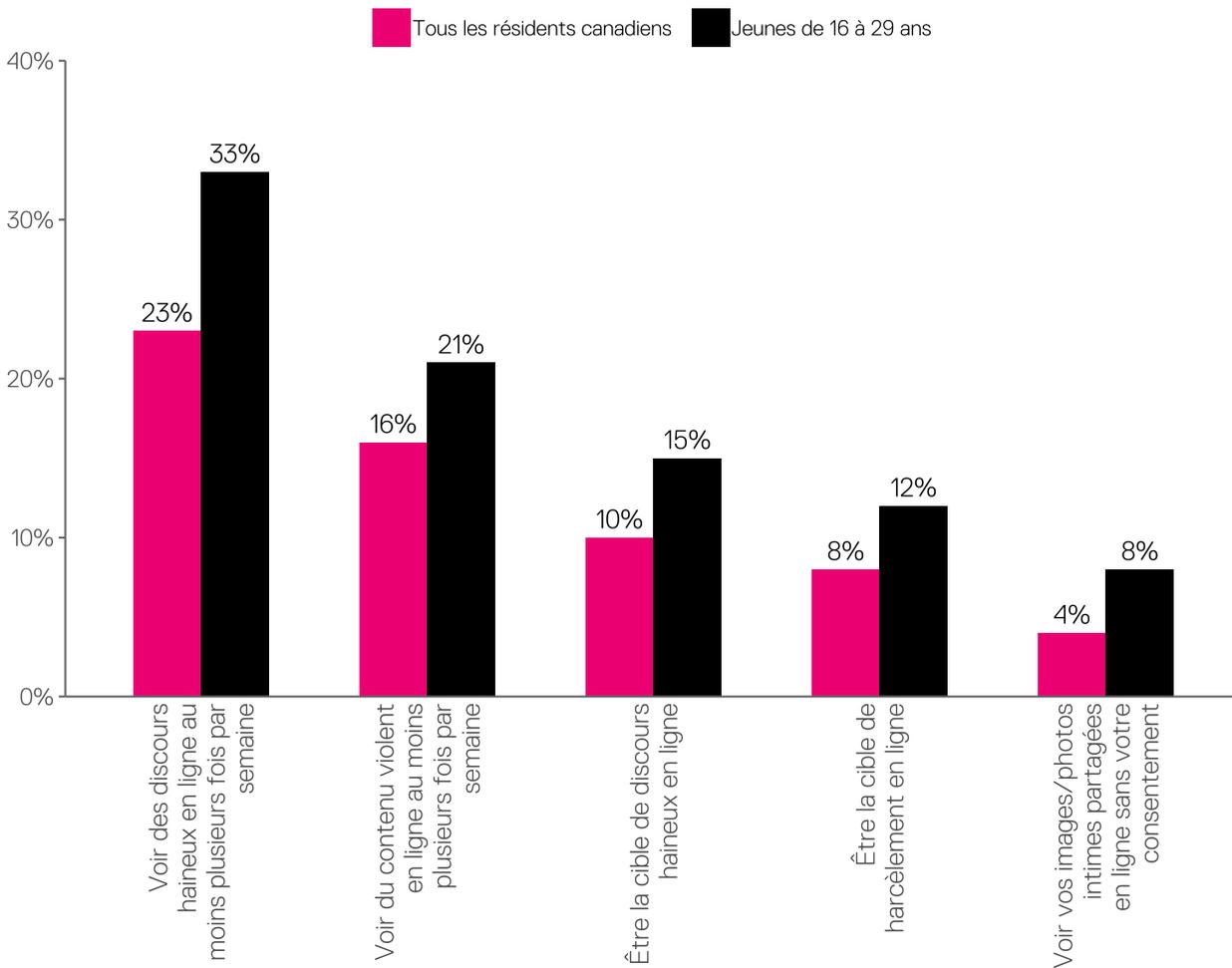


« Avez-vous déjà vécu l'une ou l'autre des situations suivantes? - Être la cible de discours haineux en ligne qui ont délibérément incité la haine contre un groupe auquel vous vous identifiez

Enfin, 4 % des répondants déclarent que des images intimes d'eux-mêmes ont été partagées en ligne sans leur consentement, tout comme en 2022. Ce pourcentage est le même pour les hommes et les femmes, mais il varie selon l'âge : 8 % des moins de 30 ans en ont fait l'expérience par rapport à seulement 1 % des plus de 60 ans.

En fait, les jeunes Canadiens en général signalent des niveaux plus élevés de préjudices en ligne. Qu'il s'agisse de l'exposition aux discours haineux ou au contenu violent ou encore du fait d'être personnellement la cible de propos haineux et de harcèlement, les pourcentages des répondants concernés chez les personnes de 16 à 29 ans sont de 30 à 50 % plus élevés que dans l'ensemble de la population.

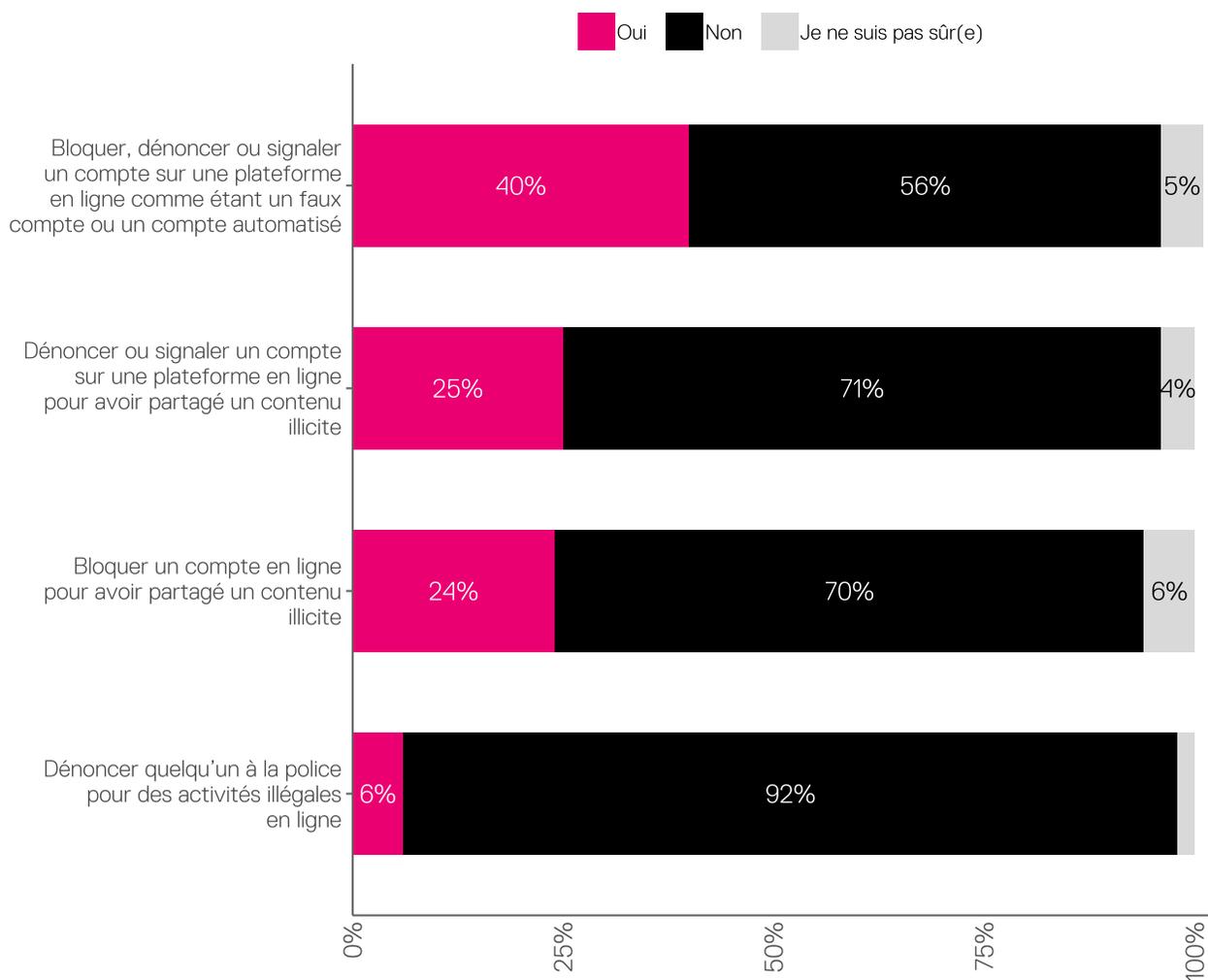
Figure 18 - Exposition des jeunes aux contenus préjudiciables en ligne



Blocage et signalement

La plupart des plateformes contiennent des outils intégrés permettant aux utilisateurs de modérer eux-mêmes le contenu qu'ils voient et avec lequel ils interagissent, même si la plupart des Canadiens ne les ont pas utilisés, bon nombre l'ont fait. Un peu moins de la moitié (40 %) disent qu'ils ont bloqué, dénoncé ou signalé un compte sur une plateforme en ligne précisément parce qu'il était faux ou automatisé.

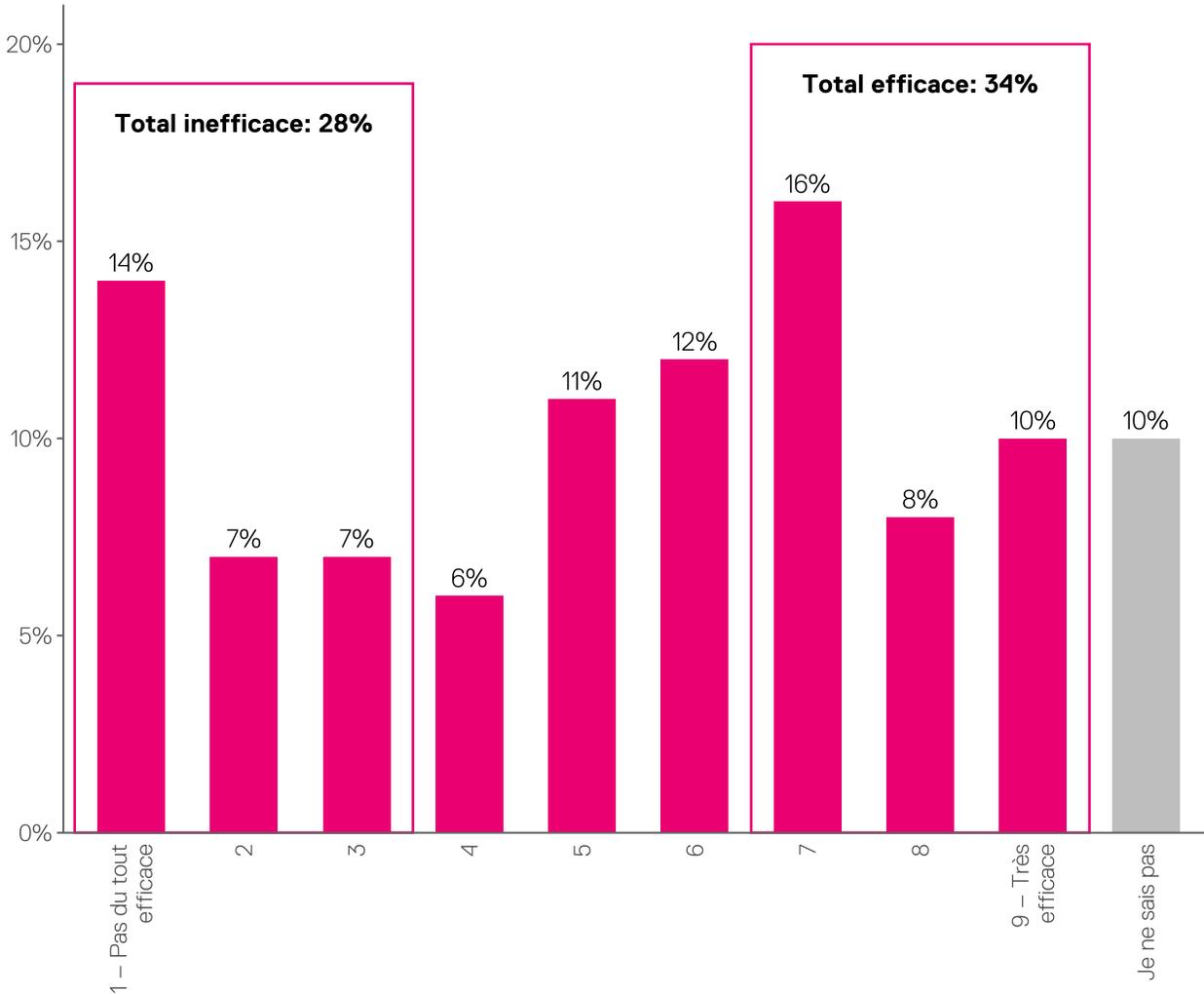
Figure 19 - Fréquence du blocage ou des signalements en ligne



De même, 25 % ont dénoncé ou signalé un compte pour avoir partagé un contenu illégal et 24 % ont bloqué un compte pour les mêmes raisons. Moins de gens ont pris des mesures au-delà des plateformes pour signaler des contenus – seuls 6 % affirment avoir signalé une activité illégale en ligne à la police.

L'efficacité perçue du blocage, des dénonciations et des signalements de contenus en ligne est mitigée. Alors que 34 % des répondants disent que ces mesures sont efficaces, 28 % déclarent qu'elles ne le sont pas, dont 14 % qui disent qu'elles ne sont pas du tout efficaces. Cette évaluation de l'efficacité est stable depuis 2019.

Figure 20 - Efficacité perçue du blocage et des signalements en ligne



« Vous avez mentionné que vous avez dénoncé, bloqué ou signalé une personne ou un compte en ligne. Comment évalueriez-vous l'efficacité de ces actions sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie "pas du tout efficace" et 9 signifie "très efficace"? »

Indice de désinformation

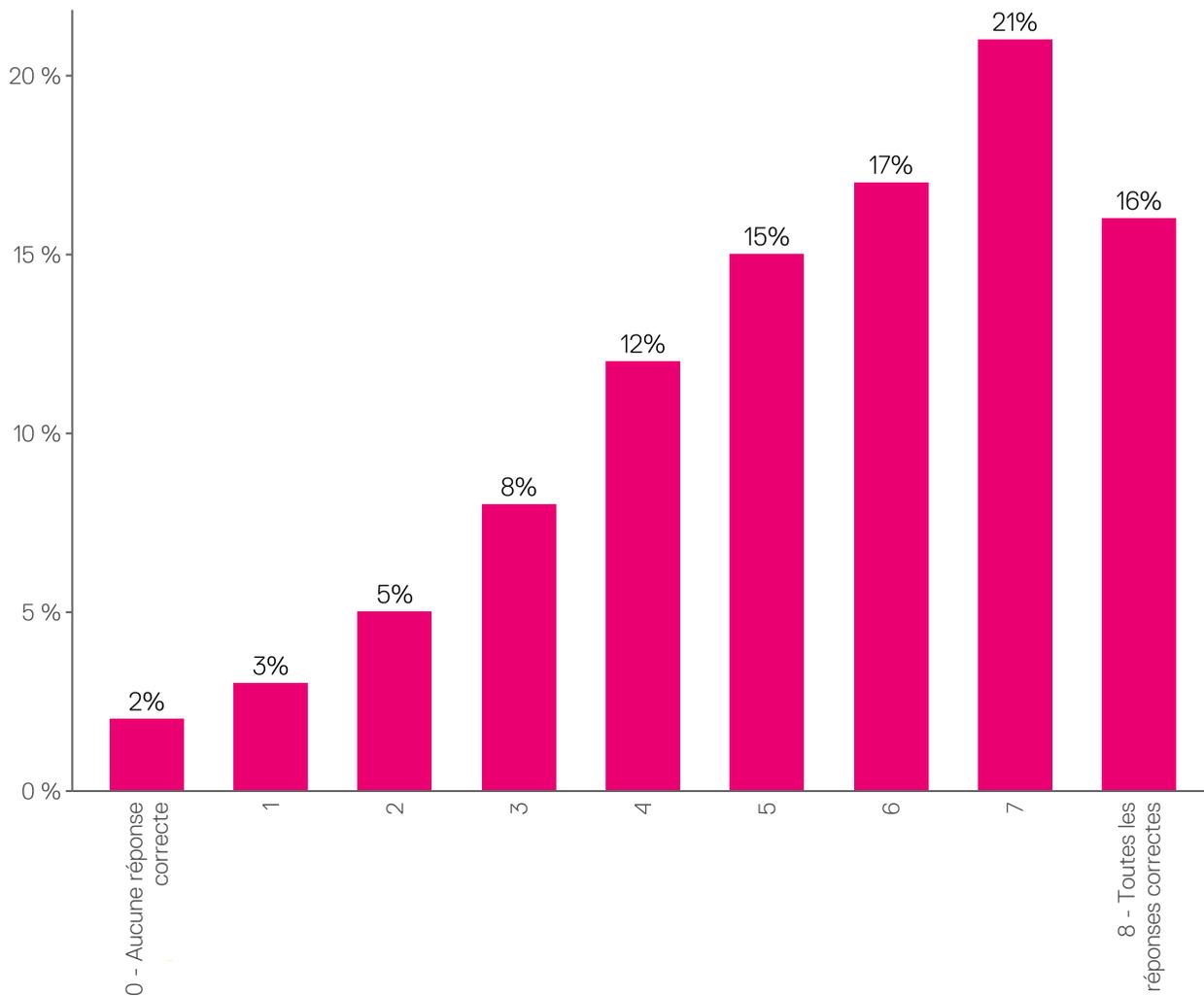
Nous avons demandé aux répondants s'ils croyaient qu'une série d'énoncés étaient vrais ou faux. Chaque énoncé était basé sur un mythe complotiste ou de la désinformation. Dans la plupart des cas, les déclarations étaient fausses. Cependant, un énoncé vrai – le nombre de catastrophes naturelles augmente en raison du changement climatique – a été inclus à des fins de contrôle. En fonction du nombre d'énoncés erronés correctement identifiés, les répondants ont été répartis en groupes de désinformation faible, moyenne ou élevée.

Voici les énoncés de désinformation qui ont été soumis aux répondants dans un ordre aléatoire :

NON VRAI Bill Gates a utilisé la pandémie de COVID-19 pour faire approuver un vaccin avec une micropuce capable de suivre les gens à la trace	NON VRAI Le nationalisme ukrainien est un mouvement néonazi, donc la Russie a envahi l'Ukraine pour protéger les gens	NON VRAI Il existe un groupe de personnes au Canada qui essaient de remplacer les Canadiens de naissance par des immigrants qui partagent leurs opinions politiques	NON VRAI Le changement climatique est un phénomène naturel qui n'est pas causé par les activités humaines
NON VRAI L'Holocauste a été exagéré	NON VRAI Le succès d'un homme dans ses relations amoureuses est entièrement déterminé par son attrait physique et est donc déterminé à la naissance	NON VRAI La ville de 15 minutes est conçue pour suivre et limiter les mouvements des Canadiens à leur voisinage immédiat	VRAI Le nombre de catastrophes naturelles augmente en raison du changement climatique

La croyance la plus répandue chez les Canadiens est qu'il existe un groupe de personnes au Canada qui essaient de remplacer les Canadiens de naissance par des immigrants qui partagent leurs opinions politiques (ou la « théorie du grand remplacement »), même si seulement 25 % croient que cet énoncé est certainement ou plutôt vrai. Cette croyance a considérablement augmenté depuis 2022, quand seulement 16 % des répondants pensaient la même chose. Cette augmentation s'inscrit dans la foulée de la conversation accrue dans les médias au sujet du rythme de l'immigration au Canada au cours des dernières années, bien que la conversation générale ne soit pas axée sur l'idée que les immigrants remplacent les Canadiens existants.

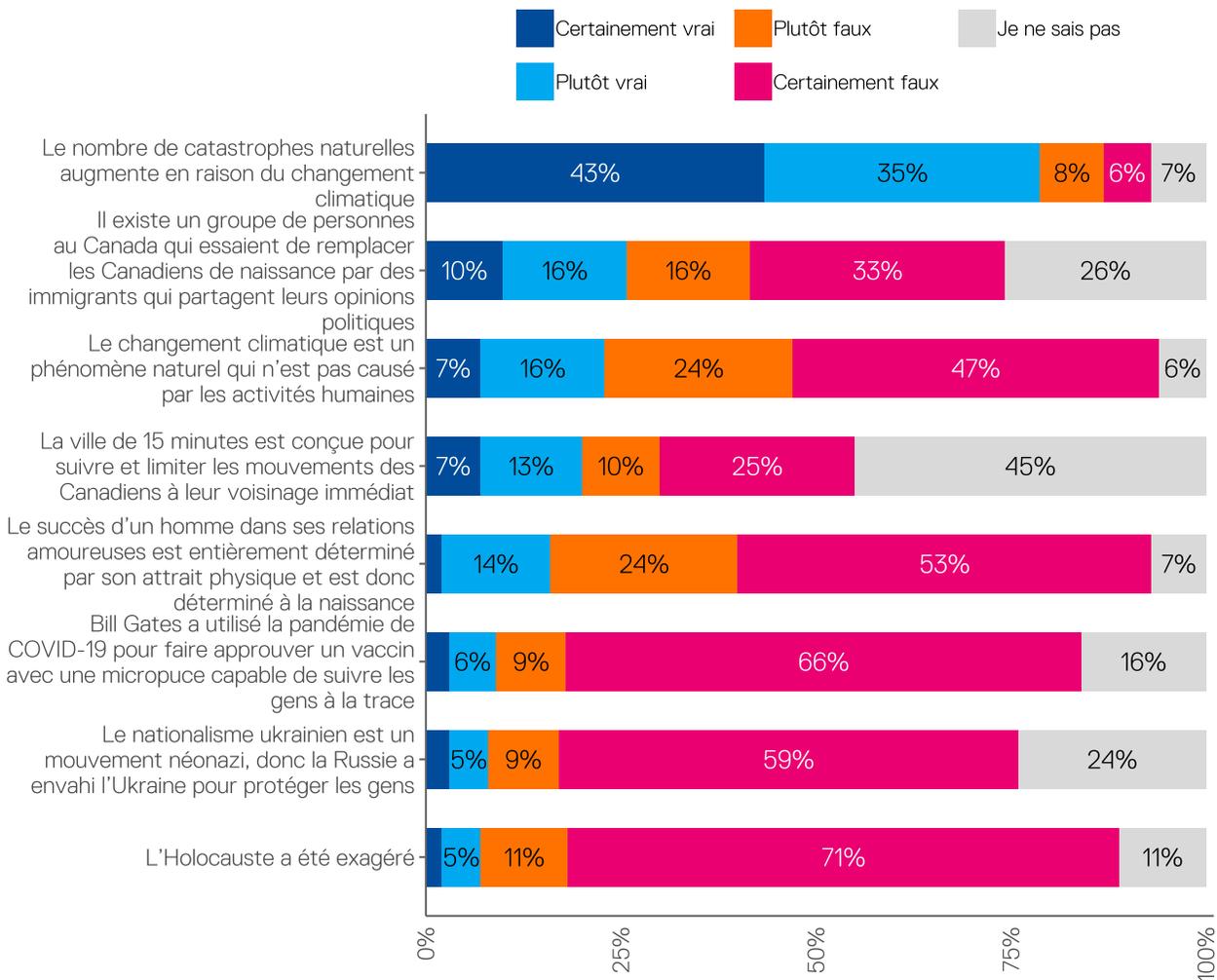
Figure 21 - Distribution des huit énoncés de désinformation correctement identifiés



La croyance que le changement climatique n'est pas causé par les activités humaines et que la ville de 15 minutes est conçue pour suivre et limiter les mouvements des Canadiens est presque aussi élevée, avec respectivement 23 % et 20 % des répondants qui les partagent. Dans le cas de l'énoncé de ville de 15 minutes, seulement 35 % des répondants ont été en mesure de déterminer qu'il était faux – près de la moitié des résidents canadiens (45 %) demeurent incertains à ce sujet en raison d'un manque de connaissance du concept ou d'une réelle indécision.

La croyance en la désinformation climatique est demeurée stable depuis 2022. La proportion de répondants qui croyaient que le changement climatique n'était pas causé par les activités humaines a augmenté de façon insignifiante, passant de 22 % à 23 %. De même, la proportion de personnes qui ne croyaient pas que le changement climatique contribuait à l'augmentation du nombre de catastrophes naturelles est passée de 13 % à 14 %.

Figure 22 - Croyance en la désinformation au Canada

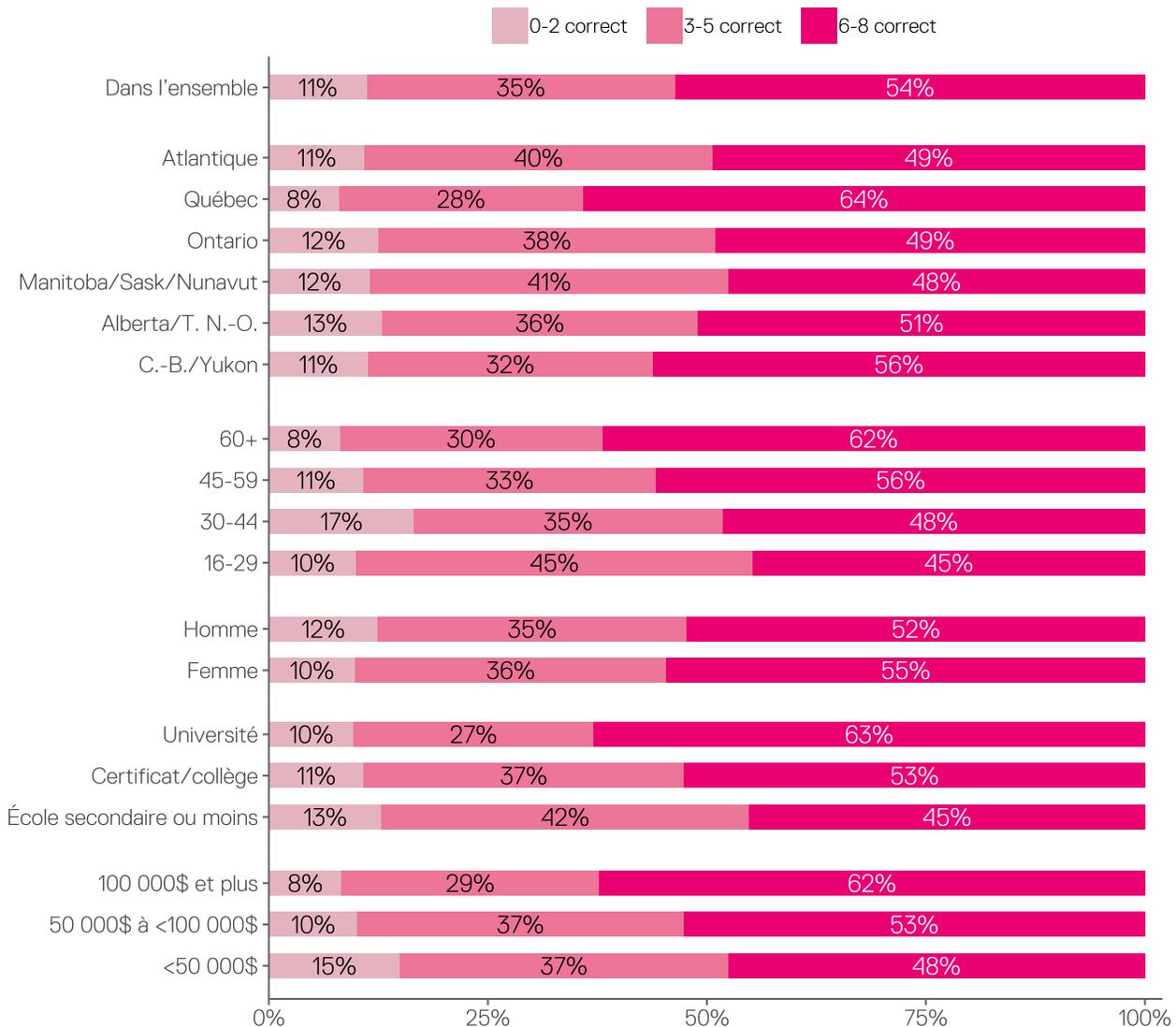


« Dans quelle mesure pensez-vous que chacune des affirmations suivantes est vraie? »

Bien que certaines des questions utilisées pour créer l'indice de désinformation aient changé depuis la dernière version de cette enquête pour y intégrer de nouvelles croyances, les niveaux globaux de croyance en la désinformation sont demeurés plus ou moins stables. La plupart des répondants (54 %) ont correctement identifié au moins six des huit affirmations erronées et seulement 11 % ont obtenu moins de trois énoncés exacts.

Alors que les hommes et les femmes avaient à peu la même probabilité d'identifier au moins six énoncés correctement (52 % des hommes et 55 % des femmes), les répondants plus âgés étaient beaucoup plus susceptibles d'en identifier correctement au moins six (62 % des 60 ans et plus) que les répondants plus jeunes (seuls 45 % des moins de 30 ans). De même, les répondant aux revenus les plus élevés et ceux ayant un niveau de scolarité plus élevé étaient également plus susceptibles d'identifier correctement les affirmations de désinformation.

Figure 23 - Croyance en la désinformation par groupe démographique



Nombre d'énoncés de désinformation correctement identifiés. Les répondants non-binaires ne figurent pas sur le tableau en raison d'un échantillon trop petit ($n < 20$).

Les différences les plus importantes se situent dans le spectre politique auto-déclaré. Les personnes qui affirment avoir un penchant à gauche étaient beaucoup plus susceptibles d'identifier correctement la désinformation : 78 % ont identifié correctement au moins six déclarations sur huit, dont 32 % qui ont correctement identifié les huit. Les répondants qui penchent à droite étaient beaucoup moins susceptibles d'obtenir au moins six réponses correctes, 34 % ayant obtenu six réponses correctes ou plus et seulement 6 % ayant identifié correctement les huit réponses.

Pour toutes les affirmations, les répondants de droite étaient beaucoup moins susceptibles d'identifier correctement la désinformation que les répondants de gauche ou les centristes; cependant, la différence est la plus marquée pour les deux énoncés liés aux changements climatiques. Alors que 89 % des répondants de gauche et 73 % des répondants centristes ont indiqué que les changements climatiques sont causés par les activités humaines, et seuls 49 % des répondants de droite l'ont fait. De même, 93 % des répondants de gauche et 79 % des centristes ont déclaré que le nombre de catastrophes naturelles augmente en raison du changement climatique, tandis que seulement 61 % des répondants de droite sont du même avis.

Sans surprise, ceux qui croient le plus en la désinformation sont ceux qui disent qu'ils ne se tiennent pas au courant des nouvelles et de l'actualité sur quelque plateforme que ce soit, en ligne ou non. De même, ceux qui s'informent sur des plateformes qui ne sont généralement pas des sources de nouvelles, comme la plateforme d'IA générative ChatGPT, ou les applications de messagerie Telegram ou WhatsApp, figurent également parmi les plus enclins à croire la désinformation.

À l'autre extrémité du spectre, ceux qui utilisent des sources de nouvelles traditionnelles, comme les sites Web d'information, les journaux imprimés et la radio, ont tendance à être moins susceptibles de croire la désinformation. Parmi les diverses plateformes de médias sociaux étudiées, le réseau Reddit est associé au taux de croyance le plus faible en la désinformation, donc considérée comme une source d'information nettement meilleure que toutes les autres plateformes de médias sociaux.

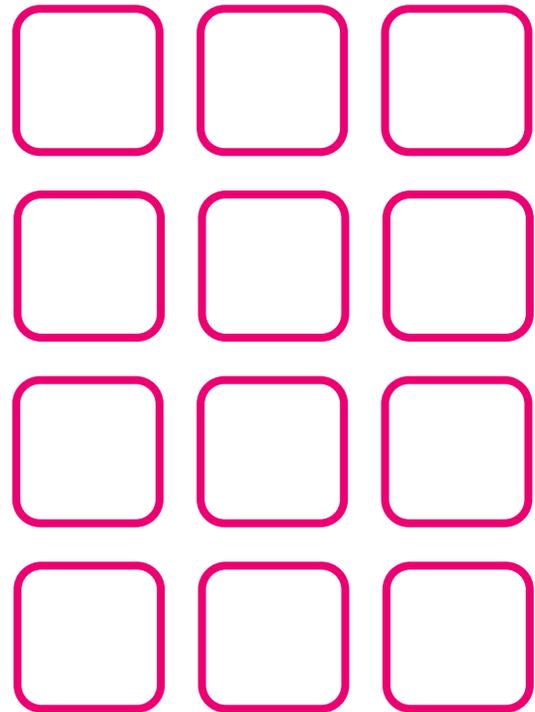
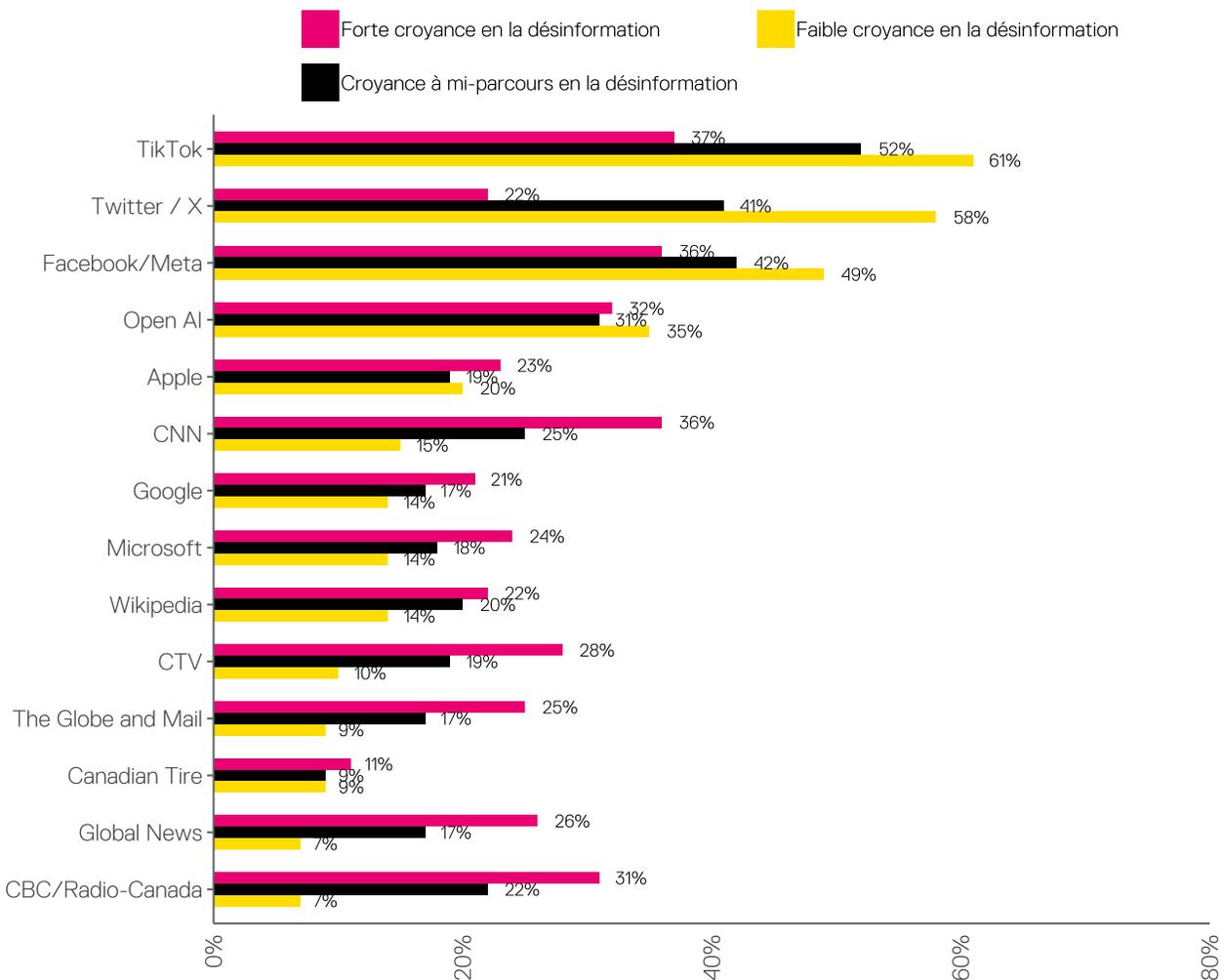


Figure 24 - Nombre moyen de déclarations de désinformation correctement identifiées par source de nouvelles

Sources de nouvelles	Nombre moyen de bonnes réponses
Sites Web d'information	6,07
Reddit	5,93
Alertes de nouvelles sur les appareils mobiles	5,89
Balados	5,86
Infolettres par courriel	5,79
Journaux imprimés	5,79
Nouvelles à la radio	5,77
Magazines imprimés	5,74
Actualités à la télévision	5,72
Threads	5,68
Moteurs de recherche, comme Google	5,67
Messages d'amies ou d'amis, de membres de la famille ou de collègues	5,52
Moyenne	5,36
LinkedIn	5,28
Instagram	5,17
Facebook	5,00
YouTube	4,96
Twitter/X	4,89
Pinterest	4,86
Discord	4,80
WeChat/Weixin	4,76
TikTok	4,72
Facebook Messenger	4,58
Snapchat	4,43
WhatsApp	4,08
Microsoft Copilot	4,00
Telegram	3,85
ChatGPT	3,82
Aucune de ces réponses	3,76

Les personnes qui croient beaucoup à la désinformation sont également beaucoup plus susceptibles de faire confiance aux plateformes de médias sociaux pour agir dans l'intérêt du public, alors que leur niveau de confiance dans les sources de nouvelles traditionnelles est plus faible. Par exemple, il y a un écart de confiance de 24 % dans TikTok entre les personnes qui croient beaucoup à la désinformation et celles qui n'y croient pas (37 % comparativement à 61 %), et cet écart a augmenté de sept points depuis 2022. L'écart pour Twitter/X a augmenté de façon encore plus spectaculaire, pour passer de 9 points en 2022 à 36 points. En revanche, ceux qui croient beaucoup en la désinformation sont plus susceptibles d'avoir un faible niveau de confiance envers CBC/Radio-Canada que ceux qui n'y croient pas (31 % comparativement à 7 %). Cet écart de 24 points a également augmenté de sept points depuis 2022.

Figure 25 - Faible confiance dans les organisations en raison de la croyance en la désinformation



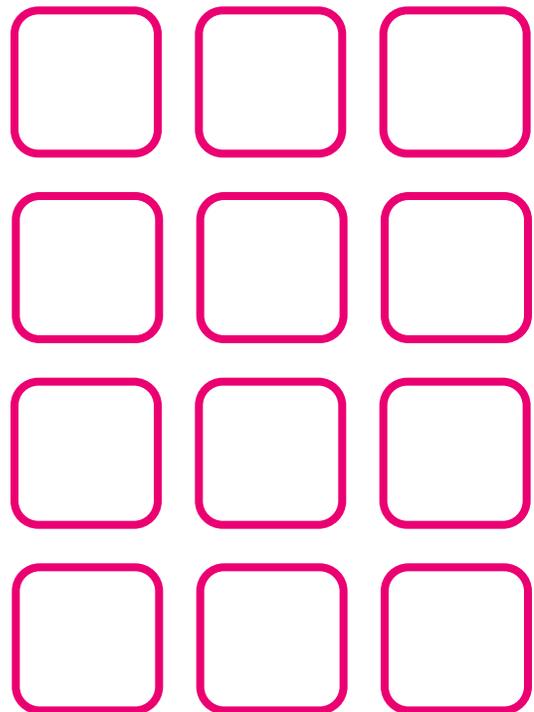
« Sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie "pas du tout confiance" et 9 signifie "très confiance", dans quelle mesure faites-vous confiance à chacune des entreprises suivantes pour agir au mieux de l'intérêt du public? » – On montre ici les personnes qui ont attribué une note de 1 à 3 à chaque plateforme.

Dans le même ordre d'idées, les personnes qui paient pour un abonnement à un service d'information numérique sont également plus susceptibles d'avoir un faible niveau de confiance dans la désinformation, bien qu'elles soient tout aussi susceptibles d'avoir un niveau élevé de confiance dans la désinformation. Le principal changement se situe dans le groupe modéré, alors que 37 % des personnes qui ne paient pas pour un abonnement à un service d'information numérique font partie du groupe du milieu, seulement 21 % de celles qui paient pour un service d'information numérique font partie du groupe du milieu.

Les adeptes de la désinformation sont moins susceptibles de vérifier activement les faits lorsqu'ils voient une information, mais ils sont, dans une certaine mesure, plus conscients du fait qu'il s'agit de désinformation. Seuls 40 % des personnes qui croient en des niveaux élevés de désinformation affirment qu'elles ont déjà vérifié des faits en ligne en consultant une autre source, ce qui est nettement inférieur aux 72 % de celles qui croient en des niveaux faibles de désinformation. Cela dit, au moins certains membres de ce groupe sont conscients qu'ils voient et croient parfois de fausses informations – 23 % disent qu'ils voient des informations qu'ils pensent vraies, mais découvrent ensuite qu'elles sont fausses au moins quelques fois par semaine, et 10 % disent qu'ils les voient tous les jours. Seuls 16 % disent qu'ils n'ont jamais vu des informations qu'ils croient et découvrent ensuite qu'elles sont fausses.

Quand on examine la confiance dans les sources pour en savoir plus sur la désinformation et la littératie numérique chez les répondants qui ont un niveau élevé de croyance dans la désinformation, la confiance diminue considérablement par rapport à l'ensemble de la population, surtout la confiance dans les médias d'information (-26 %), le gouvernement fédéral (-23 %) et l'école de leur enfant (-16 %). Dans l'ensemble, le soutien au sein de ce groupe est le plus élevé pour les amis et la famille, suivis par la bibliothèque publique.

Les personnes qui croient la désinformation sont aussi plus à risque lorsqu'il s'agit de cryptomonnaie. Bien qu'une proportion semblable d'entre elles aient possédé des cryptoactifs à un moment donné, celles qui croient beaucoup à la désinformation continuent également d'avoir des niveaux de confiance relativement élevés à l'égard des protocoles d'échange de cryptomonnaie. La confiance dans les protocoles d'échange de cryptomonnaie n'est que de 5 % chez les personnes qui ont des niveaux de croyance faibles à la désinformation, comparativement à 17 % chez celles qui ont des niveaux élevés de croyance en la désinformation.



6

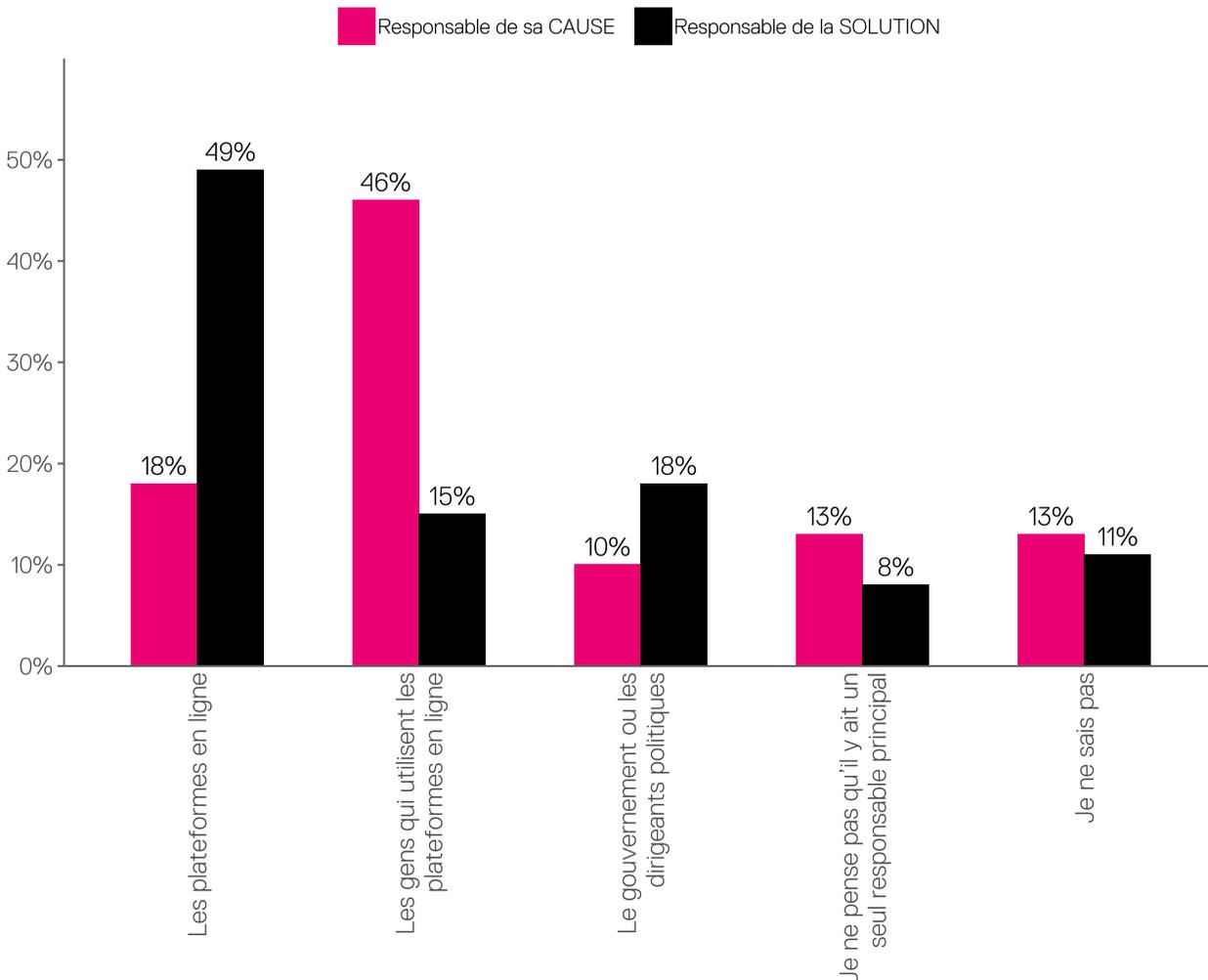
Gouvernance des plateformes

Attribution des fautes

Conformément à nos constatations des années précédentes, les résidents du Canada appuient généralement l'intervention du gouvernement afin d'empêcher la propagation des préjudices en ligne, comme les discours haineux, le harcèlement et

les fausses informations. Bien que les répondants considèrent que les utilisateurs des plateformes en ligne sont les principaux responsables des contenus préjudiciables en ligne, ils croient que les plateformes sont tenues d'atténuer les préjudices.

Figure 26 - Attribution de la responsabilité relativement à l'augmentation des contenus préjudiciables en ligne au Canada



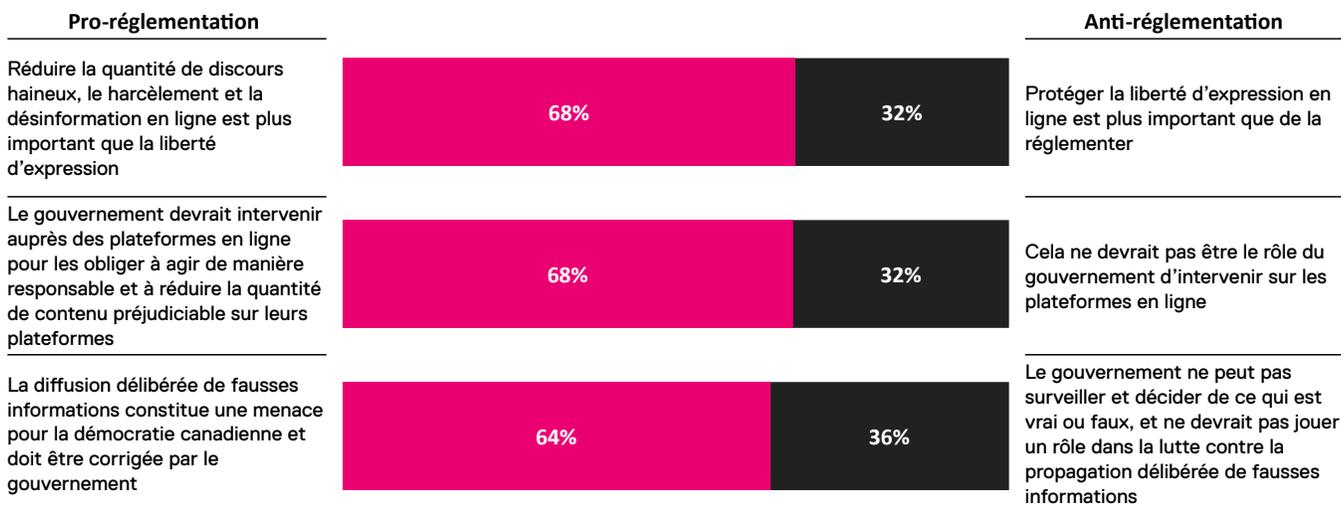
« On s'inquiète d'une augmentation des contenus préjudiciables tels que les discours haineux, le harcèlement et les fausses informations sur les grandes plateformes en ligne, comme YouTube, Facebook ou Instagram. À votre avis, qui contribue principalement à l'augmentation des contenus préjudiciables en ligne, que ce soit activement ou passivement? Et à votre avis, qui devrait être principalement responsable de contrer l'augmentation des contenus préjudiciables en ligne? »

Lorsqu'on leur pose des questions sur la responsabilité des contenus préjudiciables en ligne, la plupart des répondants rejettent cette responsabilité sur les utilisateurs des plateformes en ligne (46 %), mais affirment qu'il incombe aux plateformes d'y remédier (49 %). Très peu attribuent la responsabilité principale au gouvernement ou aux dirigeants politiques. Cela est cohérent avec nos constatations de 2022; le pourcentage de répondants qui pensent que les utilisateurs des plateformes sont responsables des contenus préjudiciables a diminué de seulement 2 %, tout comme le pourcentage de répondants qui pensent que les plateformes sont responsables d'y remédier. Les répondants qui croyaient que le gouvernement causait des préjudices en ligne ont augmenté de 1 % par rapport à l'an dernier, et ceux qui croyaient qu'il incombait au gouvernement de régler le problème ont augmenté de 2 % par rapport à 2022.

Attitudes à l'égard de l'intervention du gouvernement

Nous avons de nouveau demandé aux participants d'examiner trois paires d'énoncés et de sélectionner celui qui correspond le plus à leur point de vue sur l'intervention du gouvernement dans la réglementation des contenus préjudiciables en ligne. Nous avons constaté que, dans l'ensemble, pour chaque question, environ deux Canadiens sur trois étaient favorables à l'intervention du gouvernement.

Figure 27 - Attitudes à l'égard de la réglementation des plateformes en ligne au Canada



« Pour chacune des paires d'énoncés ci-dessous, veuillez sélectionner l'énoncé qui correspond le plus à votre point de vue. »

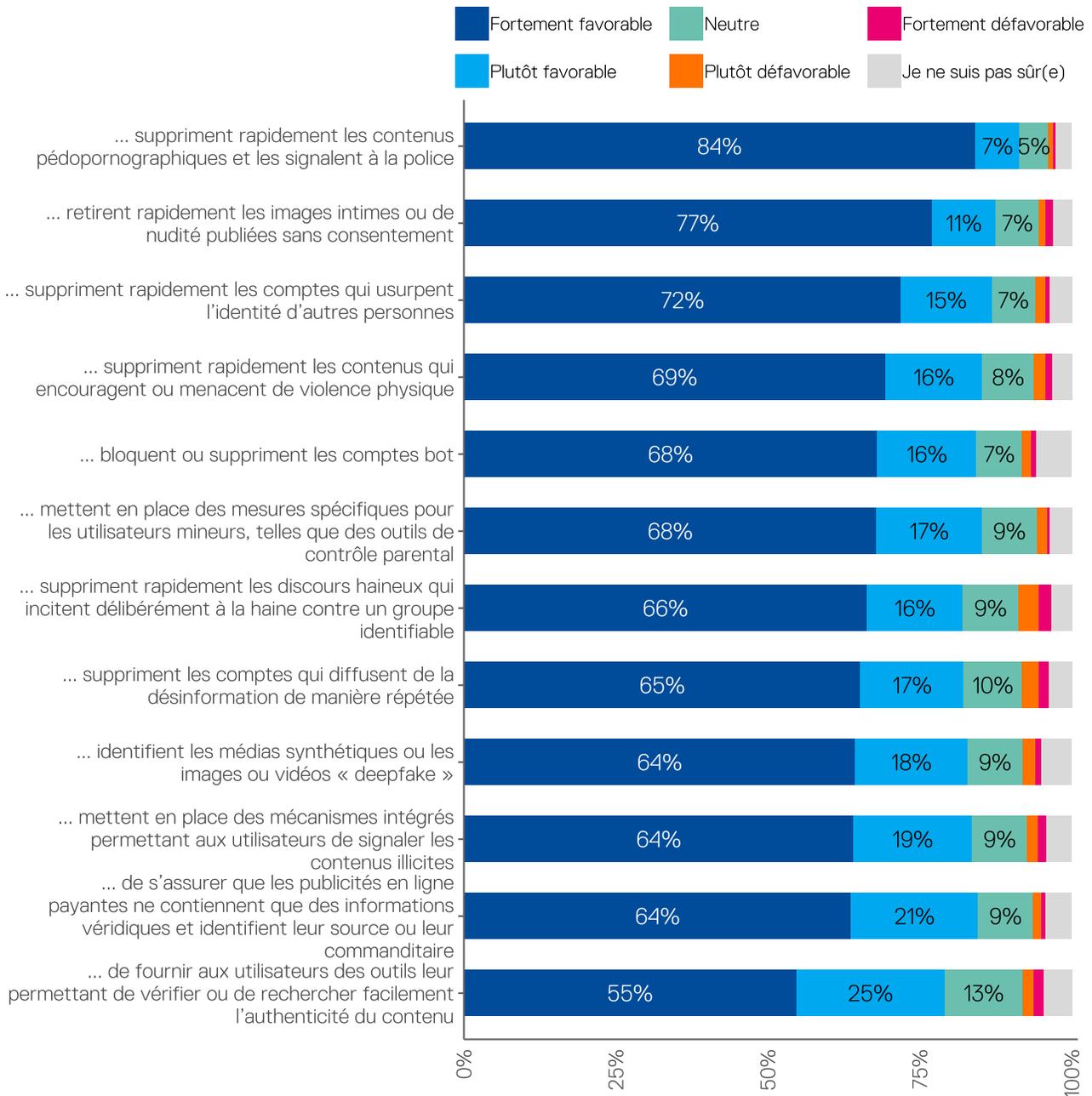
Dans l'ensemble, il n'y a eu aucun changement important dans les attitudes à l'égard de l'intervention, que ce soit pour ou contre la réglementation, depuis 2021. À savoir si le gouvernement devrait ou non intervenir auprès des plateformes en ligne, 68 % des répondants sont d'accord, tandis que 32 % ne croient pas que les gouvernements devraient jouer un rôle dans la réglementation des plateformes. Il s'agit d'un changement de seulement 1 % par rapport aux résultats de l'année dernière, en faveur de l'intervention du gouvernement. La troisième question demandait aux répondants s'ils croyaient que la propagation de la désinformation constituait une menace pour la démocratie canadienne et que le gouvernement doit s'y attaquer, deux répondants sur trois étant d'accord. Ce pourcentage est stable depuis 2022, lorsque 66 % des répondants étaient d'accord.

Nous pouvons combiner les résultats de ces trois questions pour voir dans quelle mesure les Canadiens sont cohérents dans leurs croyances au sujet de la réglementation du discours en ligne. Ce faisant, nous avons constaté que pour les trois compromis, 46 % des répondants ont systématiquement choisi les options pro-réglementation, indiquant qu'ils préféreraient toujours l'action à l'inaction. Seuls 15 % des répondants étaient systématiquement contre la réglementation, et les 39 % restants ne concordaient pas avec leurs réponses entre la réglementation et l'absence de réglementation.

Soutien des mesures de lutte contre les contenus préjudiciables en ligne

Règlementation des plateformes

Figure 28 - Soutien des exigences spécifiques pour des plateformes en ligne



« Un certain nombre de mesures ont été proposées pour lutter contre les contenus préjudiciables sur les grandes plateformes en ligne, comme YouTube, Facebook ou Instagram. Pour chacune des options suivantes, veuillez indiquer si vous êtes fortement favorable, plutôt favorable, neutre, plutôt défavorable ou fortement défavorable : Exiger des plateformes qu'elles... »

Les Canadiens sont demeurés majoritairement en faveur des actions politiques visant à lutter contre les contenus préjudiciables. Lorsqu'on leur présente les différentes mesures qui pourraient être prises pour atténuer les préjudices en ligne, les Canadiens soutiennent chacune d'entre elles à au moins 80 %. La plupart des répondants ont soutenu l'obligation pour les plateformes de supprimer les contenus pédopornographiques et de les signaler à la police (92 %), suivie par la suppression des images intimes publiées sans consentement (88 %) et des comptes usurpant l'identité d'autres personnes (87 %).

L'opposition n'a pas dépassé 5 % pour aucune des options, et a été la plus élevée à 5 % pour ce qui est d'exiger que les plateformes suppriment rapidement les discours haineux qui encouragent délibérément la haine contre des groupes identifiables. Parmi les répondants opposés à cette option, la moitié faisait partie du groupe ayant un niveau élevé de croyance en la désinformation en fonction de notre indice de désinformation. Dans l'ensemble, les adeptes de la désinformation étaient presque toujours plus susceptibles de s'opposer à la réglementation que leurs homologues.

Les changements les plus notables par rapport aux résultats de 2022 comprennent une augmentation du soutien pour la suppression des comptes de robots (+4, aujourd'hui 68 %), du soutien pour l'obligation pour les plateformes de mettre en place des mesures spécifiques pour les enfants utilisateurs (+4, aujourd'hui 68 %) et du soutien pour l'identification par les plateformes des hypertrucages (+4, aujourd'hui 64 %), ce dernier point pouvant refléter des réactions à un paysage de l'information de moins en moins digne de confiance. L'augmentation de ces réponses est en grande partie attribuable aux personnes se trouvant dans le camp « plutôt favorable ».

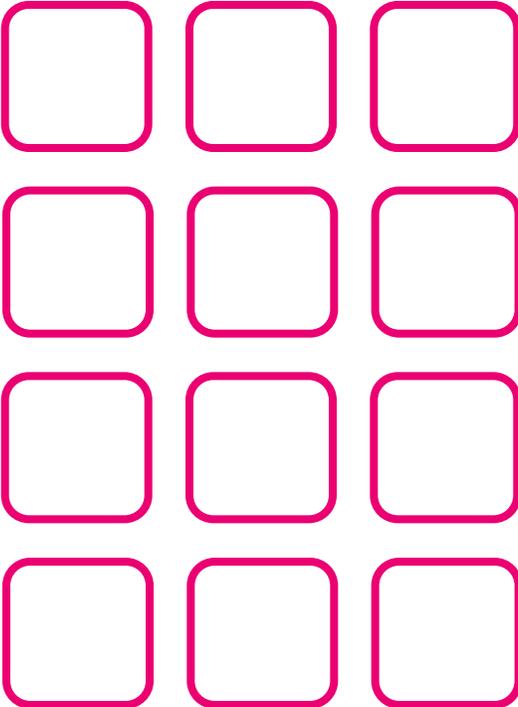
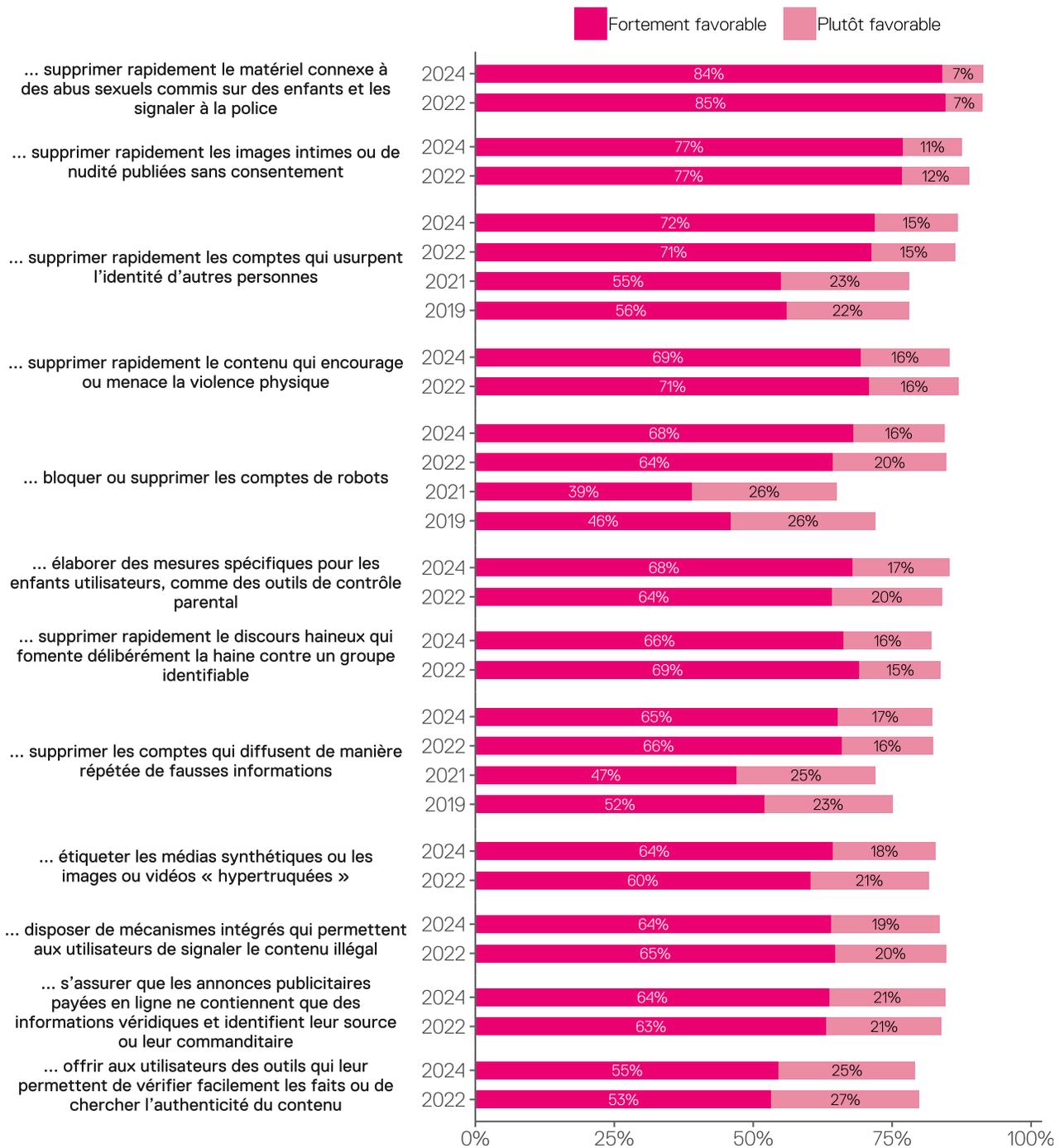


Figure 29 - Soutien pour des exigences spécifiques pour les plateformes en ligne au fil du temps



« Un certain nombre de mesures ont été proposées pour lutter contre les contenus préjudiciables sur les grandes plateformes en ligne, comme YouTube, Facebook ou Instagram. Pour chacune des options suivantes, veuillez indiquer si vous êtes fortement favorable, plutôt favorable, neutre, plutôt défavorable ou fortement défavorable : Exiger des plateformes qu'elles... » *Avant 2022, la question se lisait comme suit : « Exiger que le contenu automatisé ou les comptes qui utilisent des bots soient bannis ».

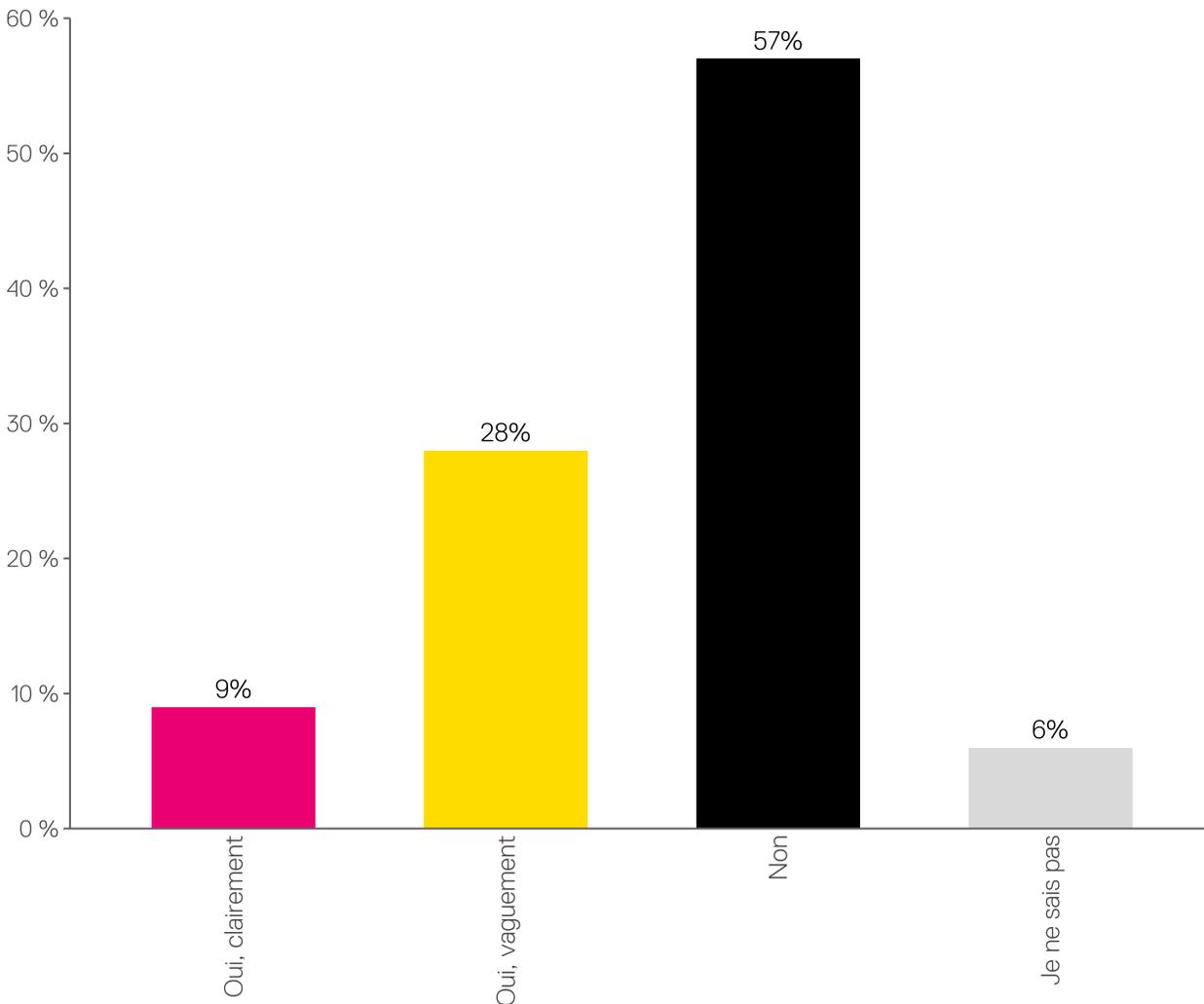
Projet de loi sur les préjudices en ligne

Avec le dépôt du projet de loi C-63, la *Loi sur les préjudices en ligne*, nous avons posé aux répondants deux questions pour évaluer leur soutien à leurs mécanismes de recours préférés concernant les décisions des plateformes en ligne de supprimer des contenus, et aussi pour évaluer l'opinion générale au sujet de la proposition de *Loi sur les préjudices en ligne*.

Parmi les trois options de mécanismes de recours énoncées dans le nouveau projet de loi, la plupart des répondants (51 %) soutiennent la création d'un

poste de commissaire à la sécurité numérique qui peut auditer les plateformes et leur ordonner de supprimer les contenus illicites, suivi des répondants (44 %) qui pensent que les plateformes en ligne devraient disposer de leurs propres mécanismes de recours. Viennent ensuite 37 % des répondants qui soutiennent la nomination d'un ombudsman indépendant pour aider les utilisateurs à naviguer le processus d'appel des plateformes. Seuls 3 % appuient d'autres options, 7 % n'ont sélectionné aucune des options et 16 % étaient incertains. La plupart des répondants qui n'ont appuyé aucune des options ci-dessus étaient des adeptes de la désinformation.

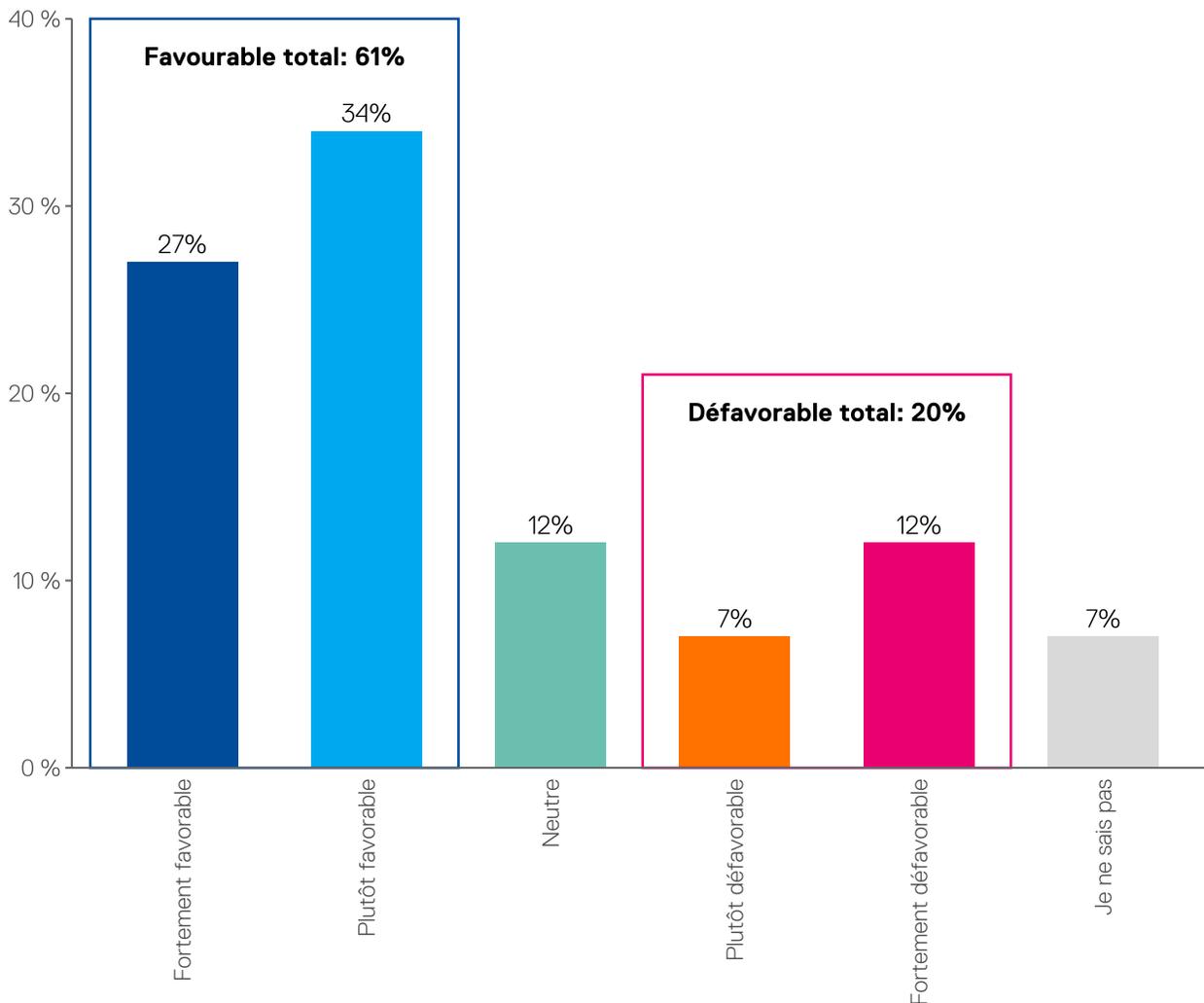
Figure 30 - Connaissance du projet de Loi canadienne sur les préjudices en ligne



« Le gouvernement Trudeau a présenté la Loi sur les préjudices en ligne afin de permettre aux Canadiens d'avoir un droit de recours dans les décisions des grandes plateformes en ligne de supprimer des contenus illégaux, tels que les discours haineux ou la promotion de la violence. Avant de participer à ce sondage, aviez-vous entendu parler de la Loi sur les préjudices en ligne? »

La connaissance de la *Loi sur les préjudices en ligne* demeure assez faible. La majorité des répondants ne connaissaient pas le projet de loi, seuls 9 % d'entre eux le connaissaient clairement. Parmi ceux qui connaissaient au moins vaguement le projet de loi, 61 % appuyaient la *Loi sur les préjudices en ligne* proposée, 20 % s'y opposaient et 12 % étaient neutres. Les femmes étaient généralement plus favorables à la loi (70 %) que les hommes (55 %), et le groupe des 60 ans et plus était le plus favorable à la loi (70 %). Nos résultats concordaient avec un rapport de Léger sur le soutien général des Canadiens à la *Loi sur les préjudices en ligne*, dans lequel près de 70 % des répondants ont dit appuyer le plan du gouvernement visant à réglementer les contenus en ligne.⁷

Figure 31 - Soutien au projet de Loi canadienne sur les préjudices en ligne

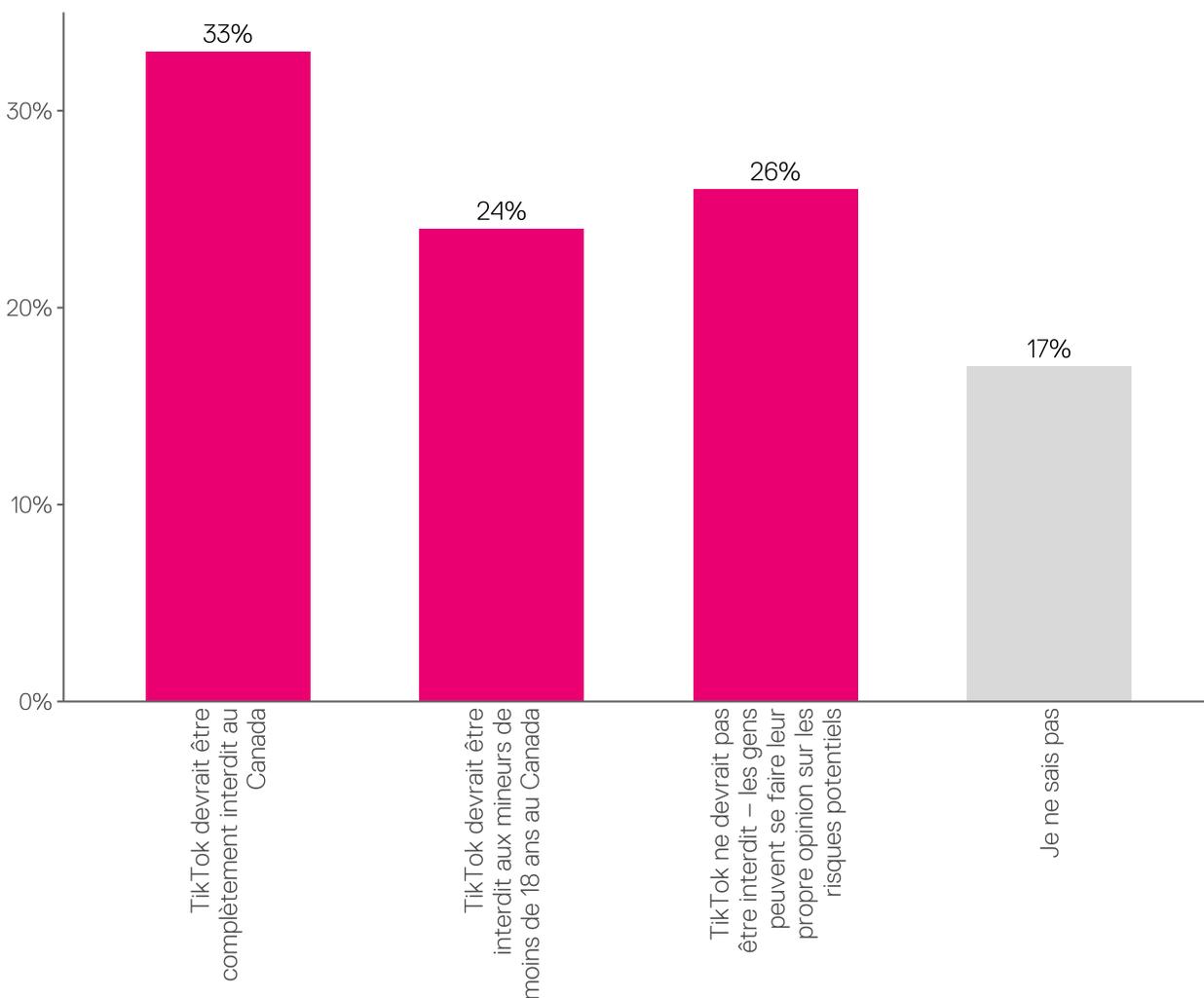


« D'après ce que vous avez entendu, êtes-vous favorable ou défavorable à la Loi sur les préjudices en ligne? »

Interdiction de TikTok

À l'aide de l'exemple de l'interdiction récente par le gouvernement d'utiliser TikTok sur les appareils des fonctionnaires en raison de préoccupations concernant le risque potentiel d'espionnage ou d'interférence du gouvernement chinois, nous avons demandé aux répondants s'ils étaient en faveur d'une interdiction plus large de TikTok. Dans l'ensemble, 33 % des répondants pensent que TikTok devrait être complètement interdit au Canada, et 24 % croient qu'il ne devrait être interdit qu'aux mineurs. En examinant la répartition des réponses par âge, nous constatons que 40 % des personnes de 16 à 29 ans pensent que TikTok ne devrait pas être interdit, tandis que seulement 15 % des personnes de 60 ans et plus sont du même avis. Un rapport Léger a également révélé que les jeunes s'opposaient davantage à l'interdiction de TikTok que les personnes âgées.⁸

Figure 32 - Soutien de l'interdiction de TikTok au Canada



« TikTok a été interdit sur les appareils gouvernementaux au Canada en raison de préoccupations concernant le risque potentiel d'espionnage ou d'interférence de la part du gouvernement chinois, du fait que la société mère de TikTok est basée en Chine. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre point de vue? »

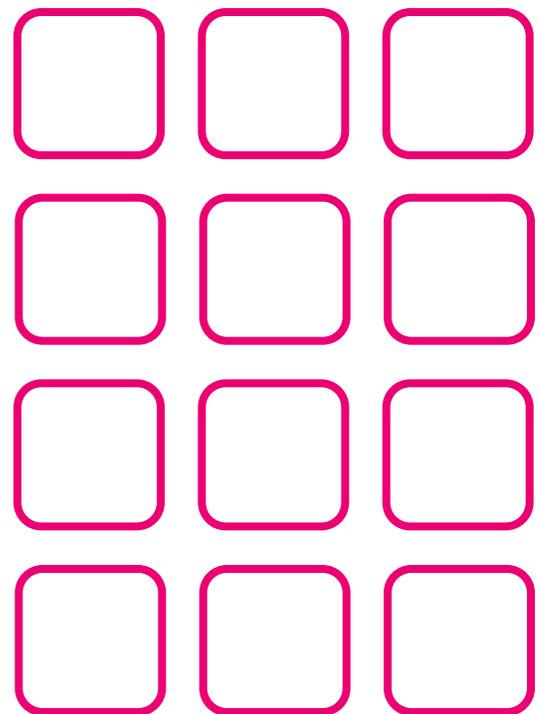
Annexe

Méthodologie du sondage

Le sondage sur les méfaits en ligne au Canada a été mené auprès de 2 501 personnes de 16 ans et plus au Canada, du 11 au 22 avril 2024, en anglais et en français. Un échantillon aléatoire de panélistes a été invité à répondre au sondage à partir du panel Léger, avec des quotas de réponse établis par région, langue, âge et genre, pour s'assurer que l'échantillon reflète la population du Canada. Les membres du panel Léger sont recrutés auprès de diverses sources, à la fois en personne et en ligne, par le biais du recrutement téléphonique, d'événements publics, de publicité et de recommandations, afin d'assurer la représentativité du panel.

Bien que l'on n'applique pas en général de marges d'erreur aux sondages menés auprès de panels en ligne, la marge d'erreur pour un échantillon aléatoire de même taille fondé sur la probabilité est de +/- 2 points de pourcentage, 19 fois sur 20. La marge d'erreur est plus grande pour les sous-échantillons. Les données ont été pondérées en fonction des données du recensement pour que l'échantillon soit représentatif de la population du Canada, en ce qui concerne l'âge, le genre et la région. Les totaux peuvent ne pas correspondre à 100 en raison des chiffres arrondis. Le codage inductif des questions ouvertes a été effectué indépendamment par deux chercheurs; un troisième examinateur a résolu les conflits entre les catégories codées.

Ce projet a été mené par The Dais de la Toronto Metropolitan University avec Pollara Strategic Insights et bénéficie du soutien du gouvernement du Canada dans le cadre du Programme de contributions en matière de citoyenneté numérique. Les données de référence comprennent des sondages comparables menés par The Dais auprès de 3 000 résidents en août 2019, de 2 000 résidents en mai 2020, de 2 500 résidents en mars 2021 et de 2 022 résidents en octobre 2022, dont la dernière publication se trouve [ici](#).



	#	Non pondérées	Pondérées	Recensement
Total	2 501	100 %	100 %	100 %
Colombie-Britannique / Yukon	348	14 %	14 %	14 %
Alberta / Territoires du Nord-Ouest	280	11 %	11 %	12 %
Manitoba/Saskatchewan/Nunavut	164	7 %	6 %	7 %
Ontario	966	39 %	39 %	39 %
Québec	576	23 %	23 %	22 %
Atlantique	167	7 %	7 %	6 %
16 à 29 ans	465	19 %	20 %	21 %
30 à 44 ans	651	26 %	24 %	25 %
45 à 59 ans	582	23 %	24 %	23 %
Plus de 60 ans	803	32 %	31 %	31 %
Femmes	1236	49 %	51 %	51 %
Hommes	1244	50 %	48 %	49 %
Non-binaire / troisième genre	21	1 %	1 %	<1 %

Texte des questions complètes

D1. Où résidez-vous actuellement?

D2. Quel âge avez-vous?

D3. À quel genre vous identifiez-vous?

- A. Homme
- B. Femme
- C. Non-binaire / troisième genre
- D. Je préfère identifier mon genre
- E. Je préfère ne pas répondre

D4. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous ayez terminé?

- A. Aucun certificat, diplôme ni grade
- B. Diplôme d'études secondaires ou certificat équivalent
- C. Certificat d'apprenti ou certification professionnelle
- D. Certificat ou diplôme d'études collégiales, d'un cégep ou autre
- E. Diplôme universitaire
- F. Je préfère ne pas répondre

Q1. Dans quelle mesure pensez-vous que chacune des affirmations suivantes est vraie?

- Bill Gates a profité de la pandémie de COVID-19 pour promouvoir un vaccin doté d'une puce électronique capable d'effectuer le suivi des gens
- Le nationalisme ukrainien est un mouvement néo-nazi, donc la Russie a envahi l'Ukraine pour protéger les gens
- Au Canada, un groupe de personnes tente de remplacer les personnes canadiennes de souche par des personnes immigrantes qui partagent leurs opinions politiques
- Les changements climatiques sont un phénomène naturel qui n'est pas causé par l'activité humaine
- Le nombre de catastrophes naturelles augmente en raison des changements climatiques
- L'Holocauste a été exagéré
- Le succès d'un homme dans ses relations amoureuses est entièrement déterminé par son attrait physique et est donc déterminé à la naissance
- La ville de 15 minutes est conçue pour effectuer le suivi des mouvements des Canadiens et des Canadiennes et les limiter à leur voisinage immédiat
- Les États-Unis connaîtront très probablement une guerre civile au cours des dix prochaines années
- La Chine a tenté d'interférer dans les élections fédérales canadiennes de 2019 et 2021
- Lors des élections canadiennes, les votes sont comptabilisés correctement
- La démocratie comporte peut-être des problèmes, mais elle est toujours mieux que toute autre forme de gouvernement

- A. Certainement vrai
- B. Plutôt vrai
- C. Plutôt faux
- D. Certainement faux
- E. Je ne sais pas

Q2. Sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie « pas du tout confiance » et 9 signifie « très confiance », dans quelle mesure faites-vous confiance à chacune des entreprises suivantes pour agir au mieux de l'intérêt du public?

- Apple
- Bell Canada
- Canadian Tire
- CBC/Radio-Canada
- CTV
- CNN
- Facebook/Meta
- Global News
- Google
- Loblaws
- Microsoft
- OpenAI
- Shell Canada
- Banque TD
- TikTok
- The Globe and Mail
- Twitter/X
- Wikipedia

Q3. Vous interagissez probablement avec un certain nombre de services numériques dans votre vie quotidienne. Nous aimerions que vous réfléchissiez à quels secteurs vous faites le plus confiance pour fournir des services numériques sécuritaires et responsables. Cela signifie des produits et services qui sont modernes et fiables, qui garantissent votre consentement éclairé, respectent votre confidentialité, protègent vos informations contre les cyberattaques et sont conformes à l'intérêt public.

Sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie « pas du tout confiance » et 9 signifie « très confiance », dans quelle mesure faites-vous confiance à chacune des entreprises suivantes pour fournir des services numériques sécuritaires et responsables?

- Le gouvernement fédéral
- Votre gouvernement provincial
- Votre administration municipale
- Entreprises canadiennes en démarrage (start-up)
- Banques canadiennes
- Protocoles d'échange de cryptomonnaie
- Fournisseurs canadiens de services de télécommunications
- Prestataires canadiens de soins de la santé

Q4. Lequel des énoncés ci-après décrit le mieux la fréquence à laquelle vous utilisez habituellement les plateformes en ligne suivantes?

- YouTube
- Facebook
- Facebook Messenger
- Pinterest
- Instagram
- Threads
- Snapchat
- Twitter/X
- TikTok
- LinkedIn
- WhatsApp
- Reddit
- Telegram
- Discord

- WeChat/Weixin
- ChatGPT
- Microsoft Copilot

- A. Quelques fois par heure
- B. Quelques fois par jour
- C. Quelques fois par semaine
- D. Quelques fois par mois
- E. Quelques fois par année
- F. Je n'utilise pas ce média
- G. Incertaine ou incertain

Q5A. Lesquelles des sources suivantes utilisez-vous pour suivre l'actualité ou vous tenir au courant des nouvelles? (sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)

- A. Toutes les options ont été utilisées au moins quelques fois par an pendant à la Q4.
- B. Nouvelles à la télévision
- C. Nouvelles à la radio
- D. Moteurs de recherche, comme Google
- E. Sites Web d'information
- F. Journaux imprimés
- G. Magazines imprimés
- H. Alertes d'information sur votre appareil mobile
- I. Messages d'amies ou d'amis, de membres de la famille ou de collègues
- J. Balados
- K. Infolettres par courriel
- L. Autres
- M. Aucune de ces réponses

Q5B. Auquel de ces médias feriez-vous le plus confiance pour vous tenir au courant des nouvelles ou de l'actualité?

Q5C. Auquel de ces médias feriez-vous le moins confiance pour vous tenir au courant des nouvelles ou de l'actualité?

Q5D. À quel point la décision de Meta de bloquer les nouvelles canadiennes sur Facebook et Instagram a-t-elle eu un impact sur votre capacité à vous tenir au courant des nouvelles ou de l'actualité?

- A. Impact très négatif
- B. Impact plutôt négatif
- C. Aucun impact
- D. Impact plutôt positif
- E. Impact très positif
- F. Je ne sais pas

Q6A. En réfléchissant à votre utilisation des plateformes en ligne, laquelle des options suivantes correspond le plus à la fréquence à laquelle vous voyez ces types d'informations, que ce soit dans des publications, des liens, des images ou des vidéos?

- Informations dans l'actualité ou les nouvelles que vous soupçonnez immédiatement d'être fausses
- Informations dans l'actualité ou les nouvelles que vous pensez vraies et découvrez ensuite qu'elles sont fausses
- Un discours haineux qui incite délibérément à la haine contre un groupe identifiable
- Promotion ou incitation à la violence physique
- Fraude ou usurpation d'identité

- Médias synthétiques ou les images ou vidéos « deep fake » qui montrent des personnes faisant ou disant des choses qui ne se sont jamais produites

- A. Quelques fois par jour
- B. Quelques fois par semaine
- C. Quelques fois par mois
- D. Quelques fois par année
- E. Jamais
- F. Je ne suis pas sûr(e)

Q6B. Pourriez-vous nous en dire plus sur un exemple récent de désinformation que vous avez vu? De quoi s'agissait-il? Qu'est-ce qui vous a fait penser que c'était une fausse information?

Q6C. Pourriez-vous nous en dire plus sur un exemple récent de discours haineux que vous avez vu? De quoi s'agissait-il? Qu'est-ce qui vous a fait penser que c'était un discours haineux?

Q6D. Pourriez-vous nous en dire plus sur un exemple récent de médias synthétiques ou d'image ou de vidéo « deep fake » que vous avez vu? De quoi s'agissait-il? Qu'est-ce qui vous a fait penser qu'il s'agissait d'un faux?

Q7A. Avez-vous déjà vécu l'une ou l'autre des situations suivantes?

Section 1 – questions posées à tous les répondants

- Voir vos images/photos intimes partagées en ligne sans votre consentement
- Être la cible de discours haineux en ligne qui ont délibérément incité la haine contre un groupe auquel vous vous identifiez
- Être la cible de harcèlement en ligne qui vous a fait craindre pour votre sécurité

Section 2 – Chaque répondant a répondu à 2 questions (n pour chacune = 1 230)

- Commenter ou publier en ligne des liens, vidéos ou images sur l'actualité ou la politique
- Payer pour vous abonner à un service d'information numérique
- Rejoindre un groupe en ligne axé sur un problème ou une cause avec des gens que vous ne connaissiez pas
- Participer en ligne à une consultation ou un engagement gouvernemental ou politique

Section 3 – Chaque répondant a répondu à 2 questions (n pour chacune = 1 230)

- Bloquer un compte en ligne pour avoir partagé un contenu illicite
- Dénoncer ou signaler un compte sur une plateforme en ligne pour avoir partagé un contenu illicite
- Bloquer, dénoncer ou signaler un compte sur une plateforme en ligne comme étant un faux compte ou un compte automatisé (p. ex. un « bot »)
- Dénoncer quelqu'un à la police pour des activités illégales en ligne

Section 4 – Chaque répondant a répondu à 1 questions (n pour chacune = 820)

- Posséder des crypto-actifs, comme Bitcoin, Ethereum ou des jetons non fongibles (NFT)

- Vérifier une information vue en ligne en consultant une autre source
 - Interagir avec l'intelligence artificielle (IA) et croire au moment de l'interaction que vous communiquiez avec une vraie personne
- A. Oui
B. Non
C. Je ne suis pas sûr(e)

Q7B. Vous avez mentionné que vous avez dénoncé, bloqué ou signalé une personne ou un compte en ligne. Comment évalueriez-vous l'efficacité de ces actions sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie « pas du tout efficace » et 9 signifie « très efficace »?

- Q8A** On s'inquiète d'une augmentation des contenus préjudiciables tels que les discours haineux, le harcèlement et les fausses informations sur les grandes plateformes en ligne, comme YouTube, Facebook ou Instagram. À votre avis, qui contribue principalement à l'augmentation des contenus préjudiciables en ligne, que ce soit activement ou passivement?
- A. Les plateformes en ligne
B. Les gens qui utilisent les plateformes en ligne
C. Le gouvernement ou les dirigeants politiques
D. Je ne pense pas qu'il y ait un seul responsable principal
E. Je ne suis pas sûr(e) / Je ne sais pas

- Q8B.** Et à votre avis, qui devrait être principalement responsable de contrer l'augmentation des contenus préjudiciables en ligne?
- A. Les plateformes en ligne
B. Les gens qui utilisent les plateformes en ligne
C. Le gouvernement ou les dirigeants politiques
D. Je ne pense pas qu'on ait besoin ou qu'on puisse corriger la situation
E. Je ne suis pas sûr(e) / Je ne sais pas

- Q9.** Pour chacune des paires d'énoncés ci-dessous, veuillez sélectionner l'énoncé qui correspond le plus à votre point de vue :
- A. Protéger la liberté d'expression en ligne est plus important que de la réglementer
B. Réduire la quantité de discours haineux, le harcèlement et la désinformation en ligne est plus important que la liberté d'expression

- A. Le gouvernement devrait intervenir auprès des plateformes en ligne pour les obliger à agir de manière responsable et à réduire la quantité de contenu préjudiciable sur leurs plateformes
B. Cela ne devrait pas être le rôle du gouvernement d'intervenir sur les plateformes en ligne
- A. La diffusion délibérée de fausses informations constitue une menace pour la démocratie canadienne et doit être corrigée par le gouvernement
B. Le gouvernement ne peut pas surveiller et décider de ce qui est vrai ou faux, et ne devrait pas jouer un rôle dans la lutte contre la propagation délibérée de fausses informations

Q10. Un certain nombre de mesures ont été proposées pour lutter contre les contenus préjudiciables sur les grandes plateformes en ligne, comme YouTube, Facebook ou Instagram. Pour chacune des options suivantes, veuillez indiquer si vous êtes fortement favorable, plutôt favorable, neutre, plutôt défavorable ou fortement défavorable : [Chaque répondant a vu 8 énoncés, n pour chacun = 1 667]

- Exiger des plateformes qu'elles mettent en place des mécanismes intégrés permettant aux utilisateurs de signaler les contenus illicites, tels que les discours haineux ou les contenus violents
- Exiger des plateformes qu'elles suppriment rapidement les comptes qui usurpent l'identité d'autres personnes
- Exiger des plateformes qu'elles suppriment rapidement les discours haineux qui incitent délibérément à la haine contre un groupe identifiable
- Exiger des plateformes qu'elles suppriment rapidement les contenus pédopornographiques et les signalent à la police
- Exiger des plateformes qu'elles suppriment rapidement les contenus qui encouragent ou menacent de violence physique
- Exiger des plateformes qu'elles bloquent ou suppriment les comptes bot
- Exiger des plateformes qu'elles mettent en place des mesures spécifiques pour les utilisateurs mineurs, telles que des outils de contrôle parental ou empêcher les adultes de rechercher ou d'envoyer des messages aux enfants
- Exiger des plateformes qu'elles retirent rapidement les images intimes ou de nudité publiées sans consentement
- Exiger des plateformes qu'elles identifient les médias synthétiques ou les images ou vidéos « deepfake » qui montrent des personnes faisant ou disant des choses qui ne se sont jamais réellement produites
- Exiger des plateformes de fournir aux utilisateurs des outils leur permettant de vérifier ou de rechercher facilement l'authenticité du contenu qu'ils voient en ligne
- Exiger des plateformes de s'assurer que les publicités en ligne payantes ne contiennent que des informations véridiques et identifient leur source ou leur commanditaire
- Exiger des plateformes qu'elles suppriment les comptes qui diffusent de la désinformation de manière répétée

- A. Fortement favorable
B. Plutôt favorable
C. Neutre
D. Plutôt défavorable
E. Fortement défavorable
F. Je ne suis pas sûr(e)

Q11. Le gouvernement du Canada envisage des options pour fournir aux Canadiens un droit de recours concernant les décisions des grandes plateformes en ligne de supprimer le contenu illégal, comme les discours haineux ou la promotion de la violence. Auxquelles des options suivantes seriez-vous favorable? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent) [échantillon partagé avec la Q12, n=1 228]

- A. Exiger des plateformes en ligne qu'elles disposent d'un mécanisme permettant de faire appel aux décisions de suppression de contenus ou d'utilisateurs
- B. Désigner un ombudsman indépendant pour aider les utilisateurs à naviguer le processus d'appel et faire des recommandations concernant la sécurité numérique
- C. Désigner un commissaire à la sécurité numérique qui peut auditer et ordonner aux plateformes de supprimer les contenus illicites
- D. Une autre option ou idée? [boîte de texte]
- E. Aucune de ces choix
- F. Je ne suis pas sûr(e)

Q12A. Le gouvernement Trudeau a présenté la Loi sur les préjudices en ligne afin de permettre aux Canadiens d'avoir un droit de recours dans les décisions des grandes plateformes en ligne de supprimer des contenus illégaux, tels que les discours haineux ou la promotion de la violence.

Avant de participer à ce sondage, aviez-vous entendu parler de la Loi sur les préjudices en ligne? [échantillon partagé avec la Q11, n=1 273]

- A. Oui, clairement
- B. Oui, vaguement
- C. Oui, pas clairement
- D. Non, pas du tout
- E. Je ne sais pas

Q12B. [Si au moins Oui, vaguement, n=471] D'après ce que vous avez entendu, êtes-vous favorable ou défavorable à la Loi sur les préjudices en ligne?

- A. Fortement favorable
- B. Plutôt favorable
- C. Neutre
- D. Plutôt défavorable
- E. Fortement défavorable
- F. Je ne sais pas

Q13. TikTok a été interdit sur les appareils gouvernementaux au Canada en raison de préoccupations concernant le risque potentiel d'espionnage ou d'interférence de la part du gouvernement chinois, du fait que la société mère de TikTok est basée en Chine. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre point de vue?

- A. TikTok devrait être complètement interdit au Canada
- B. TikTok devrait être interdit aux mineurs de moins de 18 ans au Canada
- C. TikTok ne devrait pas être interdit – les gens peuvent se faire leur propre opinion sur les risques potentiels

Q14. Certains ont appelé à l'interdiction des téléphones cellulaires dans les classes de la maternelle à la 12e année en raison de leurs effets négatifs sur la santé mentale et l'apprentissage. Que pensez-vous d'une telle interdiction?

- A. Fortement favorable
- B. Plutôt favorable
- C. Neutre
- D. Plutôt défavorable
- E. Fortement défavorable
- F. Je ne sais pas

Q15. Dans quelle mesure feriez-vous confiance à chacune des sources suivantes, si vous vouliez en savoir plus sur la désinformation et la littératie numérique? [Très confiance, Assez confiance, Pas confiance, Je ne sais pas]

- A. L'école de votre enfant
- B. Une bibliothèque publique
- C. Les médias d'information
- D. Votre employeur
- E. Vos amis et votre famille
- F. Le gouvernement fédéral
- G. Autre [boîte de texte]

D5. Y a-t-il des enfants de moins de 18 ans qui habitent dans votre foyer?

- A. Oui
- B. Non
- C. Je préfère ne pas répondre

D6. Si l'on vous demande de vous situer sur un spectre politique allant de 1= tout à fait d'extrême gauche et 9 signifie tout à fait d'extrême droite, quelle que soit votre interprétation de « la gauche » et de « la droite », où vous situeriez-vous?

D7. Quel était le revenu annuel total, avant impôt et déductions, de tous les membres de votre ménage en 2023?

- A. Moins de 30 000 \$
- B. De 30 000 \$ à moins de 50 000 \$
- C. De 50 000 \$ à moins de 70 000 \$
- D. De 70 000 \$ à moins de 100 000 \$
- E. De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$
- F. 150 000 \$ ou plus
- G. Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

D8. Vous identifiez-vous en tant que...? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent et/ou précisez, le cas échéant)

- A. Arabe, du Moyen-Orient ou d'Asie occidentale (p. ex. Afghan, Iranien)
- B. Noir (p. ex. Africain, Afro-Caribéen, Afro-Canadien)
- C. Est-Asiatique (p. ex. Chinois, Coréen, Japonais, etc.)
- D. Autochtone, c'est-à-dire Premières Nations (inscrit/non inscrit), Métis ou Inuit
- E. Latino-Américain ou Hispanique
- F. Sud-Asiatique (p. ex. Indien, Pakistanais, Sri Lankais, etc.)
- G. Asiatique du Sud-Est (p. ex. Philippin, Thaïlandais, Vietnamiens, etc.)
- H. Blanc
- I. Origine ne figurant pas dans la liste – veuillez préciser : [boîte de texte]
- J. Je préfère ne pas répondre

D9. Depuis quand vivez-vous au Canada?

- A. Né(e) au Canada
- B. Moins de 10 ans
- C. 10 ans ou plus
- D. Je préfère ne pas répondre

D10. Quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison?

- A. Anglais
- B. Français
- C. Une langue autre que l'anglais ou le français
- D. Je préfère ne pas répondre

D11. Vous identifiez-vous comme une personne handicapée?

- A. Oui
- B. Non
- C. Je préfère ne pas répondre

D12. Vous identifiez-vous comme lesbienne, gai, bisexuel(le), transgenre, bispirituel(le), asexuel(le), pansexuel(le) ou queer?

- A. Oui
- B. Non
- C. Je préfère ne pas répondre

D13A. Vous considérez-vous comme une personne appartenant à une religion ou une confession en particulier?

- A. Oui
- B. Non
- C. Je préfère ne pas répondre

D13B. Quelle religion ou confession?

- A. Catholique
- B. Protestant
- C. Anglican
- D. Chrétien évangélique
- E. Juif
- F. Musulman
- G. Bouddhiste
- H. Hindou
- I. Autre – veuillez préciser [boîte de texte]
- J. Je préfère ne pas répondre

D14. Laquelle des options suivantes correspond le plus à votre situation d'emploi actuelle?

- A. Employé(e) dans une entreprise à but lucratif
- B. Employé(e) dans un organisme sans but lucratif
- C. Employé(e) dans une organisation publique ou gouvernementale
- D. Travailleur(se) autonome / à votre compte
- E. Retraité(e)
- F. Au foyer/aidant(e) à temps plein
- G. Sans emploi, en congé ou incapacité de travailler
- H. Autre
- I. Je préfère ne pas répondre

D15. Sur une échelle de 1 à 9, où 1 signifie « très insatisfait(e) » et 9 « très satisfait(e) », à quel point êtes-vous satisfait(e) de votre vie en général en ce moment?

Final : Y a-t-il d'autres commentaires ou réflexions dont vous aimeriez nous faire part concernant les activités préjudiciables en ligne et des changements potentiels à la façon dont les plateformes en ligne sont régies?

Notes de fin

1 Todd C. Helmus, (*Artificial Intelligence, Deepfakes, and Disinformation: A Primer*. (RAND Corporation, 2022), <http://www.jstor.org/stable/resrep42027>.

2 Rebecca Umbach, Nicola Henry, Gemma Beard, et Colleen Berryessa, *Non-Consensual Synthetic Intimate Imagery: Prevalence, Attitudes, and Knowledge in 10 Countries*. Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (New York : Association for Computing Machinery, 2024) 779, 1–20. <https://doi.org/10.1145/3613904.3642382>.

3 P. Lorenz, K. Perset et J. Berryhill, « Initial Policy Considerations for Generative Artificial Intelligence » OECD Artificial Intelligence Papers, No. 1 (Paris : OECD Publishing, 2023), <https://doi.org/10.1787/fae2d1e6-en>.

4 On a demandé aux répondants : « Si l'on vous demande de vous situer sur un spectre politique allant de 1= tout à fait d'extrême gauche et 9 signifie tout à fait d'extrême droite, quelle que soit votre interprétation de "la gauche" et de "la droite", où vous situeriez-vous? » La gauche était définie comme allant de 1 à 3 et la droite de 7 à 9.

5 Sarah Scire, Canada Offered a Tax Credit to Encourage Digital News Subscriptions. Here's How It's Going, *Nieman Lab*, 26 avril 2022, <https://www.niemanlab.org/2022/04/canada-offered-a-tax-credit-to-encourage-digital-news-subscriptions-heres-how-its-going/>.

6 Colette Brin et Sébastien Charlton, *Digital News Report 2024: Canada,* Reuters Institute for the Study of Journalism, Université d'Oxford, 2024, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/canada>.

7 Leger, « Online Content Regulation: Survey of Canadians », avril 2024, https://leger360.com/wp-content/uploads/2024/04/Leger-x-CP--Online_Content_Regulation-1.pdf.

8 Ibidem.