

Les Canadiens s'adaptent au blocage des nouvelles sur Facebook et Instagram

Source: Le Devoir

Date: 05/15/2024

Le blocage des contenus journalistiques sur Facebook et Instagram depuis près d'un an a poussé les Canadiens à changer leurs habitudes pour suivre l'actualité. Près de 30 % des internautes au pays consultent maintenant plus souvent les applications et les sites Web des grands médias, selon une étude publiée cette semaine. Un peu moins de 20 % disent regarder plus souvent la télévision et écouter la radio. Le recours aux médias traditionnels est particulièrement marqué chez les francophones.

« La décision de Meta a été très difficile au départ pour les grands médias. Mais on voit que les gens ont adopté de nouveaux réflexes, notamment en se rendant directement à la source. Les médias sont en train de se sevrer de leur dépendance aux plateformes de Meta », note Jean-Hugues Roy, professeur à l'École des médias de l'UQAM, au vu de ce nouveau coup de sonde.

L'étude a été réalisée pour le compte de l'Observatoire des technologies médias, une division de CBC/Radio-Canada, entre octobre et décembre, soit quelques mois après que Meta eut retiré de ses plateformes les contenus journalistiques pour protester contre l'adoption par le gouvernement fédéral de Loi sur les nouvelles en ligne.

La décision de Meta a été très difficile au départ pour les grands médias. Mais on voit que les gens ont adopté de nouveaux réflexes, notamment en se rendant directement à la source. Les médias sont en train de se sevrer de leur dépendance aux plateformes de Meta. Jean-Hugues Roy »

Rappelons que cette loi, couramment appelée C-18, oblige les géants numériques à négocier des ententes avec les médias traditionnels pour le partage des revenus tirés des contenus journalistiques. La société mère de Facebook et Instagram a plutôt réagi en bloquant complètement les nouvelles de ses plateformes.

Depuis, 33 % des internautes francophones au Canada disent se rendre plus souvent sur les sites et les applications des médias du pays. Ils sont 26 % à affirmer suivre davantage les nouvelles à la télévision pour s'informer depuis la décision de Meta ; 23 % pour ce qui est de la radio.