

## La télé québécoise boudée par les nouveaux arrivants

Source: Le Devoir

Date:10/17/2023

La télé québécoise peine à rallier les immigrants récemment installés au pays. Selon une récente étude, TVA et Radio-Canada réussissent encore à rejoindre la grande majorité des téléspectateurs nés ici, mais les deux grands réseaux francophones récoltent des scores famélicques chez les nouveaux arrivants. Et le manque de diversité dans nos productions ne pourrait expliquer à lui seul ce fossé. L'Observateur des technologies médias (OTM), une division de CBC/Radio-Canada, s'est penché l'an dernier sur les habitudes d'écoute de près de 4000 personnes arrivées au pays il y a moins de cinq ans. Les résultats ont ensuite été comparés avec ceux d'un sondage mené auprès des Canadiens de naissance. Le Devoir a pu mettre la main sur des chiffres qui concernent spécifiquement le Québec.

Il s'en dégage que 70 % des Québécois nés au pays avaient écouté TVA dans le mois précédant ce sondage ; 64 % pour ICI Télé. Or, seulement 16 % des nouveaux arrivants disaient avoir syntonisé au moins une fois le diffuseur public durant la même période. TVA fait un peu mieux, avec 22 % chez les immigrants arrivés au pays récemment. Quant à Noovo, un Québécois né au pays sur deux disait avoir regardé la chaîne, contre à peine 6 % pour les nouveaux arrivants.

« L'industrie de la télé au Québec souffre d'un préjugé très fort voulant qu'elle ne soit pas inclusive, qu'elle reste très blanche », avance Stéfany Boisvert, professeure à l'École des médias de l'UQAM. « Lorsque l'on fait des études, on s'aperçoit que ce n'est plus tout à fait vrai, qu'il y a eu beaucoup d'efforts en matière de diversité dans les dernières années. Même chez mes étudiants qui sont nés au Québec, c'est souvent évoqué comme raison pour justifier qu'ils ne sont pas abonnés aux plateformes québécoises. L'industrie va mettre des années à se défaire de ce stéréotype. » Selon Mme Boisvert, dont les travaux portent entre autres sur la représentation des minorités à l'écran, les faibles audiences des chaînes de télé québécoises chez les nouveaux arrivants peuvent s'expliquer en partie par cette perception négative tenace. Mais pas que. D'ailleurs, l'étude de l'OTM indique que les chaînes de télé au Canada anglais n'obtiennent pas non plus des scores mirobolants chez les nouveaux arrivants, même si elles ont la réputation de mettre davantage en avant les communautés culturelles dans leur programmation.

L'écart entre les immigrants arrivés récemment et les personnes nées au pays est toutefois bien moins spectaculaire au Canada anglais qu'au Québec. « Les gens qui sont nés au Québec sont encore très attachés à leurs chaînes de télé. Au Canada anglais, même les Canadiens de naissance tendent à boudier les chaînes canadiennes. C'est comme ça depuis très longtemps. Beaucoup de gens ont pris l'habitude d'écouter plutôt la télé américaine », de souligner Stéfany Boisvert. Tout cela pour dire que la diversité ne peut à elle seule attirer l'attention des nouveaux arrivants. Pour que ces derniers regardent la télé québécoise, encore faut-il leur proposer des émissions qui leur parlent.

« Oui, il y a des efforts qui ont été faits à la télé québécoise dans les dernières années pour la diversité. Mais ce sont des changements qui sont surtout cosmétiques. Tant qu'on ne fera pas d'émissions spécialement conçues pour les nouveaux arrivants, la télé québécoise ne les rejoindra pas. Pour le moment, les grands réseaux préfèrent se concentrer sur la majorité — et ça se comprend, tant que les minorités visibles n'auront pas dépassé un certain pourcentage dans la population », évoque Jean-Yves Roux, directeur général et fondateur de Natyf TV. Cette chaîne lancée en 2018 vise spécialement les communautés culturelles, surtout afrodescendantes, avec ses émissions sur la musique gospel ou encore sur la culture hip-hop. Natyf TV sera bientôt incluse dans le forfait de base, ce qui lui permettra sans doute d'élargir son audience.

Jean-Yves Roux a surtout les immigrants de deuxième et troisième générations dans sa mire. Ceux qui habitent au Québec depuis plusieurs années également. Mais les nouveaux arrivants, ceux-là mêmes qui sont le sujet de cette étude de l'OTM, ne font pas partie du principal groupe cible de Natyf TV. Car dans les dernières années, la technologie a fait en sorte qu'il est devenu beaucoup plus facile pour eux de rester connectés aux médias de leur pays d'origine. Plus besoin de payer une fortune pour un signal satellite qui donne accès à des chaînes étrangères. « La technologie donne aux immigrants davantage d'options. Et pour les réseaux de télé québécois et canadiens, c'est devenu encore plus difficile de plaire à ceux qui viennent d'arriver au pays », résume M. Roux.

Les données de l'OTM tendent en effet à démontrer que les nouveaux arrivants restent attachés aux productions culturelles de leur pays de naissance. À l'échelle canadienne, plus de la moitié d'entre eux consomment des contenus qui ne sont ni en anglais ni en français. Cela ne les empêche pas de regarder des émissions dans l'une des deux langues officielles. Reste que l'étude démontre que les nouveaux arrivants allophones consacrent plus de temps en moyenne aux contenus dans leur langue maternelle. « J'ose croire que c'est encore possible, même à l'ère numérique, d'avoir des références communes. Mais c'est clair que les incitatifs pour les nouveaux arrivants à regarder des contenus locaux sont moindres », appuie la professeure Stéfany Boisvert.

À noter que les nouveaux arrivants se distinguent aussi des personnes nées au Canada quant aux types de contenus qu'ils regardent, tant à la télé que sur les plateformes. S'ils sont moins nombreux à regarder les nouvelles et les émissions d'information, ils sont plus intéressés que les Canadiens de naissance par la mode, la technologie, l'activité physique et, surtout, la religion. À peine 5 % des Canadiens de naissance visionnent des contenus religieux, contre 26 % des nouveaux arrivants.