



COVID-19 ET CONSOMMATION DES NOUVELLES

Ottawa – 25 août 2020 - L'OTM publie son plus récent rapport Les nouvelles à l'ère de la COVID. Dans l'univers de la diffusion de nouvelles, la pandémie de COVID-19 est un événement exceptionnel. Les mesures de confinement, les restrictions de voyage et une foule d'autres facteurs ont à un point ou à un autre touché tous les Canadiens, d'où l'importance de la pandémie dans la consommation médiatique des Canadiens. Ces derniers voulaient être au courant des plus récentes nouvelles sur la propagation du virus, sur l'évolution des politiques publiques et des restrictions ainsi que d'autres nouvelles liées à la COVID-19. Ce rapport jette un regard sur la consommation des nouvelles pendant la pandémie et les sources de nouvelles utilisées par les Canadiens pour s'informer.

Faits saillants de ce rapport :

- La consommation des nouvelles a augmenté durant la pandémie de COVID-19. Près de 50 % d'internautes canadiens de plus ont regardé des nouvelles télévisées locales pendant la pandémie qu'à l'automne 2019. L'écoute des chaînes d'information canadiennes a aussi augmenté de 27 %.
- La télévision reste le média principal pour se tenir au courant de l'évolution de la COVID-19. Près de la moitié des internautes canadiens ont indiqué que les nouvelles télévisées sont leur source principale de nouvelles. Cette proportion est plus de deux fois plus importante que des sites web et des applications de nouvelles. Par ailleurs,, les anglophones sont plus susceptibles de s'informer sur les sites web que les francophones, mais les francophones sont plus susceptibles de regarder des émissions de nouvelles diffusées en continu sur le web.
- Les diffuseurs traditionnels sont les sources les plus populaires de nouvelles sur la COVID-19. 81 % des internautes canadiens regardent les nouvelles d'un diffuseur traditionnel comme Radio-Canada, TVA Nouvelles ou La Presse (télévision, Internet ou radio). Les médias sociaux sont la deuxième source de nouvelles sur la pandémie la plus souvent mentionnée. Près d'un quart des internautes canadiens disent s'informer sur des sites comme Facebook, Twitter ou Reddit.

[VOIR LE RAPPORT](#)

À PROPOS DE L'OTM

L'Observateur des technologies médias (OTM©) est le premier outil de recherche pour l'adoption et l'utilisation d'appareils technologiques du Canada. Avec plus de 12000 entrevues téléphoniques réalisées chaque année (notamment auprès d'un échantillon de personnes possédant uniquement un cellulaire), l'OTM a sondé plus de 140 000 Canadiens (répartis en parts égales entre francophones et anglophones) au cours des dix dernières années, ce qui en fait l'enquête de suivi sur les technologies médias la plus précise et complète qui soit.