

# Les écarts générationnels dans la consommation des médias au Canada





**Auteur**

**Giovanni Casale**

**Date de publication**

**Juillet 2025**

**Copyright © 2025. Y4Y Québec.**

*Le contenu de cette publication peut être reproduit à des fins de formation, d'enseignement ou à d'autres fins non commerciales, à condition que Y4Y Québec soit dûment mentionné. Cette publication peut également être distribuée et/ou accessible à partir de votre site web à condition que Y4Y Québec soit cité comme source. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite à des fins commerciales sans l'autorisation expresse et préalable de Y4Y Québec.*

# TABLE DES MATIÈRES

|                            |   |
|----------------------------|---|
| PROBLÈME POLITIQUE         | 4 |
| CONTEXTE                   | 4 |
| QUESTIONS CLÉS             | 4 |
| RECOMMANDATIONS POLITIQUES | 5 |
| RÉFÉRENCES                 | 6 |

## PROBLÈME POLITIQUE

Au Canada, les jeunes générations et les générations plus âgées consomment l'information différemment. Les jeunes Canadiens s'appuient de plus en plus sur les médias sociaux, tandis que les générations plus âgées semblent faire davantage confiance aux médias traditionnels. Cet écart crée un décalage dans la manière dont les gens reçoivent l'information. Les médias sociaux, avec leurs algorithmes, leurs courtes vidéos et leur contenu généré par les utilisateurs, offrent une expérience très différente de celle des médias traditionnels. Les baby-boomers sont de plus en plus sceptiques à l'égard des informations diffusées sur les réseaux sociaux, tandis que la génération Z considère souvent les médias traditionnels comme dépassés et partiels (Lebouc, 2023 ; Byers, 2022). Ce fossé risque de rendre de plus en plus difficile l'établissement d'un consensus national sur des questions importantes.

## CONTEXTE

Le fossé générationnel dans la manière dont les gens consomment l'information se résume à une question de préférence. La génération Z et les milléniaux apprécient les réseaux sociaux pour leur contenu attrayant et parce qu'ils s'adaptent à leurs centres d'intérêt. Une étude du Pew Research Center a révélé que près de 40 % des adultes de moins de 30 ans s'informent auprès d'influenceurs sur des plateformes telles que YouTube, Instagram et TikTok (Levine & Counts, 2024). De plus, les algorithmes des réseaux sociaux renforcent cette tendance en proposant des contenus qui correspondent aux centres d'intérêt des utilisateurs tout en façonnant leur expérience de l'information.

À l'inverse, les baby-boomers et la génération X restent généralement fidèles aux médias traditionnels. Selon un sondage Ipsos, les trois quarts des baby-boomers plus âgés sont abonnés à des journaux, qu'ils soient imprimés ou en ligne. Environ 80 % des membres de la génération X consomment des informations provenant de médias en ligne établis (2022). Ces générations font confiance à des diffuseurs tels que CBC, CTV News et Global News en raison de leur crédibilité perçue et de leurs normes journalistiques (Pollara Strategic Insights, 2024, p. 10).

## QUESTIONS CLÉS

### 1. Disparités dans la qualité de l'information

L'environnement des réseaux sociaux, régi par des algorithmes, peut faciliter la propagation de fausses informations. Les informations erronées circulent librement en ligne, souvent sans aucune vérification des faits, ce qui peut induire en erreur les jeunes publics. Pendant ce temps, les médias traditionnels, qui mettent l'accent sur le journalisme d'investigation, ont du mal à attirer les jeunes. Pollara Strategic Insights a constaté que si les personnes âgées préfèrent la télévision, la radio et les journaux, les jeunes Canadiens se tournent vers les réseaux sociaux, passant ainsi à côté du journalisme d'investigation (2024, p. 3).

## 2. Méfiance générationnelle

Les Canadiens plus âgés se méfient de plus en plus des informations diffusées sur les réseaux sociaux. Une enquête Ipsos réalisée en 2022 a révélé que 91 % des baby-boomers pensent que les réseaux sociaux diffusent de fausses informations, ce qui renforce les inquiétudes concernant les habitudes des jeunes Canadiens en matière d'information (Byers, 2022). À l'inverse, les jeunes Canadiens commencent à faire davantage confiance aux réseaux sociaux qu'aux médias traditionnels. Une étude réalisée par Kaiser & Partners a révélé que 26 % de la génération Z fait davantage confiance aux informations partagées en ligne qu'aux médias traditionnels, qu'elle considère comme dépassés ou partiels (Lebouc, 2023).

Ce fossé croissant entre les générations constitue un problème grave. Les jeunes Canadiens s'appuient davantage sur les médias sociaux, ce qui augmente leur exposition à des contenus potentiellement trompeurs. La désinformation peut se propager rapidement en ligne, entraînant confusion et mauvaises décisions. À l'inverse, les Canadiens plus âgés passent souvent à côté de la diversité des points de vue offerts par les réseaux sociaux, car ils dépendent encore largement des médias traditionnels (Ipsos, 2022, p. 1). Ce fossé peut accentuer la polarisation, rendant plus difficile pour les Canadiens de s'entendre sur des questions cruciales telles que la santé publique ou la politique. Si ce problème n'est pas résolu, il pourrait affaiblir davantage l'unité nationale.

## RECOMMANDATIONS POLITIQUES

1. Campagne nationale de sensibilisation aux médias : Lancer des programmes éducatifs dans les écoles et les communautés afin d'apprendre aux Canadiens à développer leur esprit critique face à l'actualité. Ces programmes devraient se concentrer sur la manière de repérer les fausses informations, de comprendre les biais et d'évaluer les sources, tant sur les réseaux sociaux que sur les plateformes traditionnelles.
2. Encourager la diversité et la réduction des préjugés dans les médias traditionnels : offrir des incitations aux organisations médiatiques afin qu'elles rendent leurs reportages plus équilibrés et incluent un éventail plus large de points de vue. En s'attaquant aux préjugés, les médias traditionnels peuvent regagner la confiance des jeunes publics tout en conservant leurs normes élevées.
3. Accroître la participation du public aux médias traditionnels : les plateformes de réseaux sociaux pourraient être encouragées à créer davantage de moyens permettant aux jeunes de s'intéresser à l'actualité. Cela pourrait notamment passer par leur offrir davantage d'occasions d'interagir avec le contenu ou même leur donner la possibilité de contribuer aux médias traditionnels. Cela permettrait de combler le fossé entre les générations plus âgées et les plus jeunes.

## RÉFÉRENCES

- Byers, L. (2022, December 23). *Young Canadians more trusting of information on social media than other generations*. Ipsos.  
<https://www.ipsos.com/en-ca/news-polls/Young-Canadians-More-Trusting-of-Information-on-Social-Media-Than-Other-Generations>
- Ipsos. (2022, December 23). *Social media: Factum*. Ipsos.  
[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2022-12/Social%20Media\\_Factum.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2022-12/Social%20Media_Factum.pdf)
- Lebouc, C. (2023, November 13). *Young Canadians are increasingly trusting news broadly shared on social media*. Kaiser & Partners.  
<https://kaiserpartners.com/young-canadians-are-increasingly-trusting-news-broadly-shared-on-social-media/>
- Levine, A. S., & Counts, A. (2024, November 18). *Young Americans rely on social media influencers for news, Pew says*. Bloomberg.  
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-11-18/young-americans-rely-on-social-media-influencers-for-news-pew-says>
- Pollara Strategic Insights. (2024, July). *Trust in media: How Canadians feel about news outlets* (Field window June 6–17, 2024). Pollara.  
<https://www.pollara.com/wp-content/uploads/2024/07/Trust-in-Media-July-2024-final.pdf>



5165, rue Sherbrooke Ouest,  
Bureau 107  
Montréal (Québec) H4A 1T6



[info@y4yquebec.org](mailto:info@y4yquebec.org)



514-612-2895



[www.y4yquebec.org](http://www.y4yquebec.org)