

## Minorités linguistiques et société Linguistic Minorities and Society



# L'effet de la disponibilité des médias et de la densité de la population minoritaire sur la langue d'exposition aux médias

Christiane Bernier, Simon Laflamme and Sylvie Lafrenière

Number 3, 2013

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1023803ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1023803ar>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques / Canadian Institute for Research on Linguistic Minorities

### ISSN

1927-8632 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this article

Bernier, C., Laflamme, S. & Lafrenière, S. (2013). L'effet de la disponibilité des médias et de la densité de la population minoritaire sur la langue d'exposition aux médias. *Minorités linguistiques et société / Linguistic Minorities and Society*, (3), 120–143. <https://doi.org/10.7202/1023803ar>

### Article abstract

This article examines language choices of official-language minorities with regards to their use of five types of media (radio, television, newspapers, books, internet). Their choices of English language media in Quebec and French language media in the other provinces are linked to the availability of minority language media in their province of residence and to the weight that the official language minority group represents within the municipality of residence. Although the weight of the group is the strongest of the two indicators, results show that both variables help to better understand the minority group's use of media.

# L'effet de la disponibilité des médias et de la densité de la population minoritaire sur la langue d'exposition aux médias

**Christiane Bernier**

*Département de sociologie  
Université Laurentienne*

**Simon Laflamme**

*Département de sociologie  
Université Laurentienne*

**Sylvie Lafrenière**

*Sociology  
Vancouver Island University*

## Résumé

Le présent texte propose de jeter un regard sur les choix linguistiques des minorités de langue officielle (de langue anglaise au Québec et de langue française dans les autres provinces) en ce qui a trait à leur usage de cinq médias (radio, télévision, journaux, livres, Internet), en fonction de la disponibilité des médias de langue minoritaire dans la province et de la densité de population de la minorité de langue officielle dans la municipalité de résidence. Bien que la densité soit le plus fort des deux indicateurs, les résultats montrent que les deux variables servent à éclairer le rapport des minoritaires aux médias.

## Abstract

This article examines language choices of official-language minorities with regards to their use of five types of media (radio, television, newspapers, books, internet). Their choices of English language media in Quebec and French language media in the other provinces are linked to the availability of minority language media in their province of residence and to the weight that the official language minority group represents within the municipality of residence. Although the weight of the group is the strongest of the two indicators, results show that both variables help to better understand the minority group's use of media.

## Éléments de contexte

La socialité contemporaine est inconcevable en dehors de l'intervention des médias. Elle fait appel aux médias ; elle est possible grâce à eux. Parce qu'en plus d'informer, de cultiver et de divertir, les médias créent du lien : ils permettent aux acteurs sociaux de se sentir en relation avec des ensembles divers – pour ne pas dire composites – de groupes sociaux, que ce soit au niveau de la communauté proche ou à celui de la société-monde. On l'a bien vu en février 2011 par l'importance de Facebook dans l'éclatement de la clameur égyptienne, voire proche-orientale, de même que dans les ralliements quotidiens des étudiants et des étudiantes et d'une partie de la société civile québécoise au printemps 2012, propulsés qu'ils furent par les médias sociaux. Information, mobilisation, partage, émotion : vécu, donc.

L'impact des nouveaux médias sociaux ne saurait pourtant ternir celui des médias traditionnels (radio, télévision, journaux) qui, en plus de constituer les bases de la circulation de l'information publique tous azimuts – d'autant qu'ils sont désormais disponibles sur plusieurs plateformes –, sont des producteurs et des diffuseurs de matériel symbolique (musique, fiction, art et autres) et, en ce sens, vecteurs de cohésion sociale ; en outre, ils servent de plaque tournante aux débats qui alimentent les représentations que se forment les individus dans leur compréhension de ce que sont les principaux enjeux qui animent tant la société globale que leur milieu communautaire. C'est dans les médias et à travers les messages publics qui s'adressent à elle dans sa langue et qui retransmettent ce qui se vit dans son environnement qu'une collectivité se représente à elle-même et à autrui. Les médias sont essentiels à sa reproduction, à son développement et à ses interactions avec les autres collectivités : une collectivité qui ne dispose pas de médias en propre est soumise aux messages qui ont été fabriqués par et pour d'autres populations, ce qui la rend perméable à l'ensemble des valeurs, des choix, des symboles autres que les siens. Elle n'a donc pas de base solide de visibilité pour elle-même et ne peut participer à la conversation interactive qui la ferait exister aux yeux des autres.

Pour les communautés de langue officielle en milieu minoritaire (CLOSM), au Canada, disposer de médias dans la langue de la minorité<sup>1</sup> s'avère d'autant plus important qu'elles sont inondées de messages médiatisés provenant à la fois de la culture majoritaire – canadienne ou québécoise, selon la province – et états-unienne, voire mondialisée.

Cerner l'état de vitalité des communautés linguistiques minoritaires ne peut ainsi se comprendre en dehors de leur rapport aux médias, ne peut se faire sans tenter de découvrir

---

1. Pour alléger le texte, nous écrivons, à l'occasion, « langue minoritaire » dans le sens entendu de « langue officielle minoritaire ». De la même manière, nous utilisons parfois l'expression « médias minoritaires » en lieu et place de « médias de langue officielle minoritaire » et le vocable « les minoritaires ou le minoritaire » pour parler des locuteurs de langue officielle minoritaire. En outre, tout emploi de la désignation « le minoritaire » ou « le francophone » est générique et inclusif des deux genres.

dans quelle mesure elles disposent de médias qui peuvent les reproduire dans leur spécificité et dans quelle mesure leurs membres s'y exposent. C'est dans cette perspective que se situe notre questionnement.

Pour mieux saisir l'interaction entre les communautés minoritaires et les/leurs médias, nous nous sommes intéressés aux résultats de l'Enquête sur la vitalité des minorités de langue officielle (EVMLO<sup>2</sup>), enquête postcensitaire et première enquête nationale à interroger les minorités de langue officielle pour inventorier leurs intérêts et leurs défis particuliers. En ce qui a trait plus spécifiquement aux médias, l'enquête s'informe de la langue d'utilisation et de la fréquence d'usage de cinq médias : la télévision, la radio, Internet, les journaux et les livres<sup>3</sup>. L'enquête se penche aussi sur des ensembles d'opinions que les minoritaires ont de leur milieu et de la place qu'occupe, selon eux, la langue minoritaire dans leur environnement. Ces ensembles nous permettent de cerner leurs représentations et de les mettre en relation avec leur exposition aux médias dans la langue de la minorité.

## Éléments théoriques

Depuis une vingtaine d'années déjà, certains spécialistes en sciences sociales se penchent sur les rapports entre minorités linguistiques – ou régionales – et médias pour faire état de diverses questions qui touchent ces minorités de façon plus aiguë que les autres collectivités. Ainsi en est-il des difficultés plus prononcées liées à la concurrence des médias ; de la place symbolique de la langue de la minorité à l'échelle internationale ; des contraintes auxquelles sont exposés les producteurs de messages en milieu minoritaire ; et de la disponibilité des médias dans la langue de la minorité (Riggins, 1992 ; Harvey, 1992 ; Cormack et Hourigan, 2007 ; Beauchamp et Watine, 2006).

Ce qui, dans l'ensemble, ressort de ces études est qu'une minorité linguistique se porte d'autant mieux que ses membres disposent de médias et en font usage, et qu'il est important, voire essentiel qu'une partie significative des messages qu'elle reçoit soient produits par ses propres membres.

Au Canada, bien que l'on sache que les deux communautés de langue officielle (anglophone et francophone) appartiennent à des ensembles linguistiques qui occupent un espace important dans le champ sémantique global des messages de masse à l'échelle du monde, elles ne sont pourtant pas à égalité dans leurs rapports aux médias, ce qui produit un effet

---

2. Pour de plus amples informations sur l'enquête, voir *Les minorités prennent la parole : résultats de l'Enquête sur la vitalité des minorités de langue officielle*, Jean-Pierre Corbeil, Claude Grenier et Sylvie Lafrenière, Statistique Canada, 2007.

3. Nous avons intégré les livres aux autres médias, bien que ce soit peu habituel, parce qu'il nous est apparu que la lecture de livres procédait aussi d'un choix personnel. Peut-être même est-ce l'acte le plus individuel en relation aux choix de loisirs.

différentiel chez les minorités elles-mêmes. La minorité anglophone a, en effet, ceci de particulier qu'elle parle la langue dans laquelle est produit le plus grand nombre de messages médiatisés de la planète, pour des raisons historiques autant qu'économiques; ainsi, les renforcements extranationaux sont virtuellement plus nombreux pour l'anglophone que pour le francophone (Laflamme, 1992).

S'interroger sur l'exposition aux médias en milieu minoritaire pose donc d'entrée de jeu deux questions fondamentales. La première est liée à l'accessibilité : y a-t-il des médias de la langue de la minorité partout au Canada? Ce qu'il importe de voir ici, en fait, c'est si l'on peut parler d'une disponibilité *suffisante* de ces médias dans chaque province ou territoire<sup>4</sup>. La seconde porte, quant à elle, sur les contenus qui y sont présentés : ceux-ci correspondent-ils, en général, à leur public? Autrement dit, une partie *suffisante* de ces contenus est-elle destinée à refléter les communautés que ces médias desservent<sup>5</sup>?

En outre, ces deux problématiques en appellent une troisième qui porte sur ce que sont les obligations de l'État fédéral en matière de fourniture de services médiatiques aux communautés minoritaires de langue officielle.

### **Disponibilité des médias et reflet régional dans la programmation**

Il n'est pas aisé de répondre à la première question. Une seule recherche, à notre connaissance, s'est intéressée à l'accès aux médias au Canada en fonction de la minorité linguistique; mais l'analyse n'a porté que sur les Acadiens du Nouveau-Brunswick et les Franco-Ontariens (de la Garde et Paré, 1992). Aucune n'a tenté d'établir une comparaison de la disponibilité des médias de langue minoritaire entre les provinces et entre les deux communautés minoritaires de langue officielle. Nous tenterons de remédier à cet état de fait dans le présent texte.

Par contre, plusieurs travaux se sont penchés sur la programmation et le reflet des minorités dans les contenus diffusés, principalement chez les franco-minoritaires. Il s'agit, pour la plupart, d'interventions qui proviennent du milieu lui-même, producteurs ou journalistes qui s'inquiètent du peu de présence des communautés minoritaires dans la programmation d'ordre public. Selon un rapport du Commissariat aux langues officielles (CLO) portant sur la production télévisuelle en milieu minoritaire, plusieurs intervenants reprochaient, voici

---

4. Sur ce point, Roger de la Garde et Denise Paré écrivaient en 1992 (103) : « Une [...] façon d'examiner la situation privilégie le point de vue de la communauté et se fonde sur la distinction que nous avons proposée entre "accès" et "accessibilité". [...] Si on lie médias et promotion de la langue française, il est permis de croire que l'avenir réside en partie dans la consommation de produits massmédiatiques francophones. Plus ces produits seront accessibles, mieux sera assurée la promotion de l'usage de la langue française. »

5. Une telle question exige nécessairement une analyse de contenu qui examinerait les thèmes traités par les médias de langue française disponibles et accessibles en milieu minoritaire. Les membres des CLOSM doivent non seulement avoir accès à des informations médiatisées dans la langue de la minorité, ils doivent aussi se reconnaître dans les messages qui y sont véhiculés. Cette analyse dépasse le cadre de la présente recherche.

quelques années, aux émissions de langue française à contenu canadien « de ne pas, ou de trop peu, refléter leur réalité » (2009 : 23). Ainsi la Société Nationale de l'Acadie déplorait, en 2007, les transformations de la programmation à RDI–Radio-Canada, qui avait supprimé la fenêtre *Atlantique en direct*. De même, dans l'Ouest canadien, certains intervenants avaient signalé leurs craintes que d'autres productions régionales ne soient aussi éliminées, en disant que « l'accroissement de la présence régionale à l'antenne nationale demeure illusoire [...] [et que] ce n'est pas en concevant une télévision pour le marché québécois qu'on peut servir les régions » (CLO, 2009 : 23). En focalisant sur les bulletins de nouvelles en français et en anglais de la télévision d'État, on a montré que des régions sont écartées du *Téléjournal*, l'émission privilégiant les nouvelles québécoises au détriment des contenus canadiens et, donc, franco-minoritaires (Lord, 2009). Il est à noter toutefois que, depuis 2008, Radio-Canada a tenté de remédier en partie à cet état de fait en développant une nouvelle structure regroupant des services en région qui intègrent les médias de la radio, de la télévision et d'Internet. Un sondage, effectué la même année auprès des leaders d'opinion francophones de l'Ouest canadien, semblait indiquer un certain taux de satisfaction envers ces nouveaux formats (*Opinion-Impact*, 2008, tel que cité par le CLO, 2009 : 23).

Même écho en ce qui a trait à la production journalistique. Dans l'ouvrage collectif de Beauchamp et Watine (2006), pas moins de cinq chapitres mettent l'accent sur la pratique journalistique francophone en milieu minoritaire.

D'une part, certains de ces chapitres soulignent l'importance d'une production axée sur le milieu et la quête incessante chez les consommateurs de messages qui reflètent leur éthos (Lord, 2006; Proulx, 2006; et Boutin, 2006). Ainsi, Lord se penche sur le rôle des radios communautaires, entre autres, qui consiste à rendre audible, différemment de ce que fait Radio-Canada, la langue des auditeurs; alors qu'autant Proulx que Boutin y mettent en évidence les défis de Radio-Canada qui, par son propos souvent trop général ou trop éloigné du vécu des utilisateurs, repousse les auditoires et sert ainsi l'évolution des radios communautaires<sup>6</sup>.

---

6. Ce constat est à ce point répandu dans la francophonie minoritaire que, au printemps 2012, la Fondation canadienne pour le dialogue des cultures (Fondation Dialogue) a proposé, dans un mémoire déposé au CRTC, de créer Accents TV, une chaîne de télévision francophone qui serait accessible dans tous les foyers câblés du pays de Vancouver aux communautés reculées de l'Acadie ou du Nunavut. Malheureusement, cette chaîne francophone pan-canadienne qui aurait pu voir le jour à l'automne 2013 fut écartée au profit d'un élargissement de TV5 par décision du CRTC, en août 2013.

Ainsi que l'indique Pierre Jury (2012) : « Il existe peu de voix télévisuelles francophones au pays, et deux à peine qui rayonnent d'un océan à l'autre, Radio Canada et le Réseau de l'information. [...] Mais elles font l'objet d'un certain nombre de critiques à l'effet que leurs intérêts sont principalement basés sur ceux du Québec – et plus encore, sur Montréal. [...] Dans cette perspective, une seconde chaîne nationale en français n'est pas de trop. Et afin de contrer l'effet "québécoisant" d'un bureau-chef à Montréal, il est encourageant qu'Accents TV soit basé ailleurs qu'au Québec et qu'elle soit portée par des militants des quatre coins du Canada français. ».

D'autre part, on y fait aussi état de la difficulté qu'il y a à faire son travail pour les journalistes qui exercent leur profession en milieu minoritaire parce qu'ils se voient dans une situation paradoxale où il leur faut informer de manière objective en même temps que défendre la cause minoritaire (Watine, 1993; Bernier, 2006; Corriveau, 2006; Fabris et Beauchamp, 2006). Une autre contribution de l'ouvrage illustre le fait que des événements hautement symboliques pour une minorité linguistique, dans une région donnée, peuvent être traités de façon tout à fait différente dans ses propres médias et dans ceux de la même minorité d'une autre région (Lusignan, 2006). Signalons aussi le texte de Martin Pâquet (2006), qui décrit comment les médias, en rendant publique la parole d'acteurs sociaux, provoquent une polarisation des discours, contraints qu'ils sont à s'inscrire dans leur milieu; et celui d'Alain Lavigne (2006), qui porte sur la prolifération des « petits joueurs médiatiques » qui publient journaux et magazines pour faire contrepoids aux grands médias généralistes.

Du côté des Anglo-Québécois, le même rapport du Commissariat signale deux observations : d'abord le fait, déjà souligné par nous plus haut, que les producteurs sont confrontés à la concurrence internationale et à la culture anglophone nord-américaine dominante; ensuite, que la production anglo-québécoise, ici aussi, est très concentrée à Montréal (2009 : 24), ce qui laisse peu de possibilités aux communautés anglophones minoritaires en région de se rendre visibles (QCGN, septembre 2010)<sup>7</sup>.

Ainsi on pourrait penser que tant les anglophones des régions du Québec que les francophones en situation minoritaire ne se sentent pas bien desservis par leurs médias. Mais qu'en est-il au juste? C'est une question que s'est posée l'Alliance of Official Languages Minority Media (AMM) qui, en partenariat avec CBC–Radio-Canada et Patrimoine canadien, lançait, au début de 2011, un sondage téléphonique à la fois auprès des anglophones du Québec « *Let's talk media* » et des francophones en situation minoritaire « Parlons médias ». Le sondage visait spécifiquement à connaître les attentes et les habitudes de consommation des différents publics cibles à l'égard de la radio, de la télévision et des journaux<sup>8</sup>.

---

7. Le Quebec Community Groups Network (QCGN) est un organisme à but non lucratif qui rassemble 36 organismes communautaires de langue anglaise de partout au Québec. Dans son mémoire présenté à la Commission de la culture et de l'éducation sur le projet de loi 103 (septembre 2010), le QCGN propose d'amorcer un virage dans les relations entre la majorité francophone et la minorité anglophone du Québec en présentant un changement de vision basé sur deux propositions : 1) que la majorité francophone se reconnaisse comme une majorité dominante et qu'elle assume pleinement son pouvoir et sa responsabilité de protéger la vitalité institutionnelle de ses minorités, dont celle des anglophones du Québec; 2) que les deux communautés linguistiques officielles travaillent ensemble à améliorer la cohésion sociale du Québec.

8. Réalisé par l'agence Léger Marketing auprès de 7 408 personnes âgées de plus de 18 ans, dont 5 082 personnes ayant comme langue maternelle le français ou utilisant le français dans leur vie quotidienne et ne résidant pas au Québec, et 2 326 personnes ayant comme langue maternelle l'anglais ou utilisant l'anglais dans leur vie quotidienne et résidant au Québec. Pour compléter le sondage par téléphone, 1 468 personnes ont été interrogées par la voie d'Internet, ce qui porte à 8 876 le nombre total de personnes interrogées.

Les résultats<sup>9</sup> font état, dans le cas des francophones à l'échelle nationale, du fait que la presse écrite francophone en situation minoritaire touche davantage de francophones que les médias électroniques (radio, télévision et Internet) : près des deux tiers des francophones à l'extérieur du Québec, soit 65 %, lisent principalement les journaux communautaires locaux en français. En ce qui concerne les autres médias, les chiffres indiquent que 44 % de la population francophone écoute la radio plus de la moitié du temps en langue française et que 30 % des francophones regardent la télévision principalement en français. Quant à Internet, 37 % des personnes interrogées disent avoir consulté un site de nouvelles en français au cours d'une semaine donnée. En ce qui a trait aux anglophones du Québec, les résultats ne sont pas encore connus<sup>10</sup>.

Pour l'essentiel, donc, comme on le constate, les études insistent sur les modes de correspondance entre les contenus médiatisés et leurs destinataires et invoquent cette nécessaire proximité médias-utilisateurs que Boudreau et Guitard (2001) avaient déjà soulevée dans leur analyse du rôle des radios communautaires dans le développement des minorités francophones.

### **Les obligations de l'État fédéral**

Un bref regard sur les obligations de l'État fédéral à l'égard des minorités de langue officielle du Canada permet de rappeler que les institutions fédérales sont assujetties à la *Loi sur les langues officielles*<sup>11</sup>, par laquelle le gouvernement s'engage à favoriser l'épanouissement des minorités francophones et anglophones du Canada, à appuyer leur développement, à promouvoir la pleine reconnaissance et l'usage du français et de l'anglais dans la société canadienne, de même qu'à veiller à ce que soient prises des mesures positives pour mettre en œuvre cet engagement.

Dans la mesure où les médias sont un moyen incontournable de ce développement et de cet épanouissement, il n'est pas étonnant que plusieurs des règlements qui régissent le paysage médiatique canadien contraignent les principaux joueurs à une offre soutenue de services dans les deux langues officielles. Ainsi, la *Loi sur la radiodiffusion*<sup>12</sup>, qui donne au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) l'autorité de

9. Résultats relatifs aux francophones : [http://www.parlonsmedias.ca/wp-content/uploads/2012/04/AMM\\_Sommaire-communautaires-francophones\\_WebF.pdf](http://www.parlonsmedias.ca/wp-content/uploads/2012/04/AMM_Sommaire-communautaires-francophones_WebF.pdf) (consulté le 10 septembre 2012). Les résultats sont aussi disponibles par région. On constatera que ces résultats vont dans le même sens que ceux dont nous faisons état dans le présent article.

10. Les résultats relatifs aux anglophones du Québec ne sont pas disponibles. Le rapport indique que la *Quebec Community Newspapers Association (QCNA)* n'en a pas autorisé la publication : <http://www.letstalkmedia.ca/> (consulté le 10 septembre 2012).

11. LRC 1985, c O-1, art 41, modifiée en 2005, ch. 41(1), pour renforcer le caractère exécutoire des obligations qui incombent au gouvernement du Canada aux termes de la partie VII de cette loi.

12. LC 1991, c 11, art 3.



réglementer et de surveiller tous les aspects du système canadien de radiodiffusion, stipule que la télévision canadienne doit promouvoir la dualité linguistique sur les ondes et favoriser une programmation en français et en anglais de manière à refléter les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des milieux minoritaires. Et c'est tout aussi vrai pour la radio. Il faut toutefois signaler que, depuis le 1er septembre 2011, le CRTC a ouvert la voie à la déréglementation de l'offre télévisuelle, ce qui aura sans doute quelque incidence sur l'offre d'émissions en français dans tout le pays en dehors des ondes de Radio-Canada.

C'est la Société Radio-Canada, à titre de radiodiffuseur public national, qui a pour mandat d'offrir des services de radio et de télévision qui : 1) reflètent la globalité canadienne et rendent compte de la diversité régionale du pays, au plan tant national que régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions ; 2) soient offerts en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue ; 3) cherchent à être de qualité équivalente en français et en anglais ; et 4) doivent être offerts partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens (Canada, LC 1991, c 11).

Bref, dans l'ensemble, nous retenons des travaux cités l'importance, pour une communauté minoritaire, non seulement de posséder des médias en propre, mais aussi, à travers eux, de recevoir des contenus prévus pour elle, ce qui rend encore plus incontournable la portée de l'application des règlements qui obligent l'État à fournir à ses minorités francophones et anglophones les dispositifs nécessaires à la mise en place et au maintien de structures médiatiques suffisantes.

## Éléments méthodologiques

Ainsi que nous l'avons indiqué précédemment, les données de l'Enquête sur la vitalité des minorités de langue officielle (EVMLO) servent de base à nos analyses. L'EVMLO a été réalisée par Statistique Canada à la suite du recensement de 2006. L'échantillon adulte de cette enquête comprend 12 376 individus de langue française âgés de 18 ans ou plus, habitant à l'extérieur du Québec, et 6 969 individus de langue anglaise âgés de 18 ans ou plus habitant au Québec<sup>13</sup>. Il s'agit de la première enquête nationale à s'intéresser spécifiquement

---

13. Dans le présent texte, nous utiliserons indifféremment les désignations de francophones et de franco-minoritaires ou d'anglophones et d'anglo-minoritaires, mais les uns comme les autres le seront dans le sens inclusif donné aux termes d'« adultes de langue française » et d'« adultes de langue anglaise » qui sont utilisés dans le contexte de l'EVMLO. Cette précision est nécessaire parce que l'échantillon de l'EVMLO n'est pas limité aux personnes dont la langue maternelle est la langue officielle minoritaire. Il inclut aussi les gens dont la langue maternelle est une langue autre que le français ou l'anglais, mais qui peuvent soutenir une conversation dans l'une ou l'autre langue, ou qui utilisent celle-ci à la maison.

aux minorités de langue officielle pour inventorier leurs intérêts et leurs défis particuliers. L'EVMLO aborde notamment les thèmes de l'éducation, de l'accès aux services des gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux, de la langue de communication avec les professionnels du système de la justice (policiers et avocats) de même qu'avec les professionnels des services de soins de santé. En outre, plusieurs questions portent sur l'appartenance au groupe, de même que sur la perception de la personne à l'égard de sa communauté et de la place de la langue minoritaire dans son environnement.

Les résultats que nous présentons ici constituent une partie d'une analyse globale portant sur différents aspects de l'exposition aux médias des minorités francophones et anglophones dans l'ensemble du Canada, analyse que nous effectuons à partir des données de l'EVMLO. Ces données permettent en effet de soulever plusieurs hypothèses sur le rapport qu'entretiennent les consommateurs aux médias en fonction de diverses variables, notamment celles qui sont relatives à la disponibilité des médias dans la langue de la minorité, à l'importance de la densité de population dans la municipalité de résidence<sup>14</sup>, à ce qui influence les représentations qu'a l'usager de la situation socio-symbolique de la langue minoritaire et de sa communauté dans l'ensemble de la collectivité et à l'impact de certaines caractéristiques sociodémographiques individuelles.

Dans le présent texte, nous nous concentrons sur les deux premières thématiques<sup>15</sup> : la disponibilité des médias dans la langue de la minorité et la densité de population dans la municipalité de résidence. En effet, nous nous sommes demandé si plus on dispose de médias de langue minoritaire dans sa province, plus cela incite à s'y exposer ; de la même manière, nous nous sommes questionnés à savoir si plus les individus de langue minoritaire sont nombreux dans une municipalité, plus cela les invite à consommer des médias dans la langue de la minorité. Chacune de ces thématiques, prise comme facteur, a été analysée, dans un premier temps, en fonction de son influence sur l'exposition aux médias dans la langue de la minorité et, en deuxième lieu, selon son influence sur les perceptions qu'ont les

14. La mesure de la densité de population dans la municipalité de résidence fait partie des variables disponibles dans le fichier de microdonnées de l'EVMLO. Elle indique la proportion d'individus de langue minoritaire qui habitent dans la subdivision de recensement (SDR) de résidence du répondant.

15. Pour une lecture des fréquences d'usage des médias et de la consommation dans la langue de la minorité, voir notre article, « Dans quelle langue officielle s'expose-t-on aux médias en milieu minoritaire canadien ? », dans Rodrigue Landry (dir.) (2014) *La vie dans une langue officielle minoritaire au Canada*.

Pour une analyse des effets combinés de l'âge et des perceptions, de l'instruction et des perceptions et de l'influence de certaines variables sociodémographiques telles que le sexe, l'exogamie, le lieu de naissance ou le revenu sur l'exposition aux médias dans la langue de la minorité, voir notre article « Dissociation entre perceptions et pratiques. De la langue officielle d'exposition aux médias en milieu minoritaire canadien », *Revue du Nouvel-Ontario*, n° 39.

Pour une comparaison entre franco-minoritaires et Anglo-Québécois sur la langue d'exposition aux médias, voir notre article « Exposition aux médias en milieu minoritaire au Canada. Une comparaison entre Franco-Ontariens et Anglo-Québécois », dans Ali Reguigui et Julie Boissonneault (dir.) (2014) « *Langue et territoire* ».

individus de leur milieu et de l'importance de la langue de la minorité tant dans leur vie quotidienne que dans leur environnement.

Nous prévoyons qu'il y aura un effet positif des deux facteurs non seulement sur l'exposition aux médias dans la langue minoritaire, mais aussi sur les perceptions des individus, mais à des degrés divers.

### ***Les échelles de mesure***

La langue d'exposition aux médias est mesurée selon une échelle qui nous permet de traiter les données comme cardinales<sup>16</sup>. La densité de population est indiquée en fonction d'une proportion<sup>17</sup>.

#### *La mesure des perceptions*

La mesure de la perception se construit à partir de 11 indicateurs qui demandent à l'utilisateur d'évaluer, selon lui, l'importance de la présence de la langue de la minorité dans les entreprises, les commerces, les médias et les services gouvernementaux fédéraux et provinciaux de sa municipalité de résidence; l'importance que cette langue avait 10 ans auparavant, de même que ce qu'il en sera dans 10 ans; l'importance que revêt, pour lui, le fait que des organismes ou des bénévoles travaillent au développement de la communauté minoritaire; l'importance de l'utilisation de la langue minoritaire et de la langue majoritaire dans sa vie quotidienne et du respect des droits linguistiques dans la province; l'importance que les services gouvernementaux fédéraux et provinciaux soient offerts dans la langue de la minorité; et, enfin, l'évaluation de la vitalité de sa communauté. Cet ensemble d'indicateurs nous permet d'effectuer diverses analyses mettant en relation les caractéristiques des sujets et leur rapport socio-symbolique à la langue.

#### *L'échelle de disponibilité des médias*

Pour tenter d'évaluer le rapport linguistique du minoritaire aux médias de la langue de la minorité dans sa région, nous avons construit une échelle de disponibilité des médias qui accorde une cote de disponibilité par province. Cette échelle permet ainsi de déterminer le rapport à la langue d'exposition du minoritaire en fonction de la disponibilité des médias. Or il n'est pas aisé de construire un tel indice sur des bases strictement arithmétiques. En effet, on ne peut, par exemple, diviser le nombre de journaux d'une langue donnée par le nombre de citoyens du groupe linguistique, car une même population peut être très étendue

16. « Cardinal » est le générique désignant les variables à intervalle et à proportion, c'est-à-dire les variables pour lesquelles on peut, par exemple, calculer une moyenne. L'échelle est la suivante : 1 = seulement en anglais; 2 = beaucoup plus en anglais qu'en français; 3 = en français et en anglais à égalité; 4 = beaucoup plus en français qu'en anglais; 5 = seulement en français.

17. L'échelle est la suivante : < 10,0 %; 10,0 à 29,9 %; 30,0 à 49,9 %; 50,0 à 69,9 %; ≥ 70,0 %.

sur le territoire de sorte que des individus peuvent être bien desservis et d'autres très peu ; certains peuvent ne pas avoir accès à des quotidiens dans leur langue, mais trouver aisément des hebdomadaires ; d'autres peuvent ne pas trouver de journaux alors qu'ils seront en mesure de s'exposer à des stations de radio ou de télévision. Compte tenu de cette difficulté, nous avons décidé de dénombrer dans chaque province ou territoire les quotidiens, les hebdomadaires, les stations de radio et de télévision disponibles dans la langue minoritaire (voir le tableau 1)<sup>18</sup>. Nous avons associé la population de langue minoritaire de chaque province ou territoire à l'ensemble des médias traditionnels qui lui sont offerts (radio, télévision, journaux). Nous avons tenu compte pour ce faire du nombre d'individus et de la répartition de la population sur le territoire. Nous avons aussi pris en considération la différence entre la situation médiatique de la population minoritaire et celle de la population majoritaire. Par exemple, dans le cas de l'Île-du-Prince-Édouard et de la Nouvelle-Écosse, nous avons accordé une importance à leur proximité avec le Nouveau-Brunswick<sup>19</sup>. Cette association nous a permis d'établir une échelle à cinq niveaux dont les pôles sont 1, « a accès à peu de médias », et 5, « a accès à beaucoup de médias ». Toutefois, il faut comprendre cette échelle comme un indicateur d'ensemble : en effet, elle est construite sur un plan provincial alors qu'il peut exister des variations régionales au sein même des provinces. Ainsi, la cote de 5 est accordée à la province de Québec, qui a beaucoup de médias de langue minoritaire, sachant, notamment, que certaines régions comme le Saguenay–Lac-Saint-Jean et Québec ont des populations et des ressources anglophones plus faibles. L'échelle est bien informée du nombre des médias dans chacune des provinces, mais elle ne constitue qu'une estimation. Il faut la traiter comme une espèce d'échelle de Likert ; plus nombreux sont les médias de langue minoritaire dans un territoire donné, plus la valeur s'approche de 5 ; moins ils le sont, plus elle tend vers le minimum de 1.

Mentionnons que, à des fins d'analyse, la cote de disponibilité des médias peut être traitée comme ordinale ou cardinale, tout comme les données sur la langue d'exposition. Cependant, les échantillons sont grands et les échelles comportent peu de valeurs ; cela implique que, dans des corrélations, il y aura énormément d'égalités, et la probabilité est forte qu'il y ait plusieurs individus à l'intersection de deux modalités dans un tableau de contingence. Pour cette raison, nous choisissons de calculer les associations entre les variables à partir de la statistique gamma ( $G$ )<sup>20</sup>.

18. Nous ne nous sommes pas inquiétés de la présence d'Internet, qui est maintenant disponible partout, ni de celle des livres, puisque partout où il y a des journaux de langue française, il y a des écoles francophones de même que, la plupart du temps, des bibliothèques publiques ou itinérantes de langue française.

19. Nous avons repéré les médias dans l'*Annuaire des média* de CCN Matthews, dans *Sources: Portal for journalists and Writers writers* (<http://www.sources.com/MNN/>), puis dans *Canada newspapers and news media guide* (<http://www.abyznewslinks.com/canad.htm>).

20. La statistique gamma ( $G$ ) se lit comme la plupart des corrélations : sa valeur se situe entre -1 et +1. Elle représente la valeur la plus indiquée quand le nombre d'égalités est grand, ce qui est le cas quand l'échantillon est nombreux et quand le croisement des variables pourrait s'insérer dans un tableau de contingence.

**Tableau 1**  
**Cote de disponibilité des médias dans la langue de la minorité**  
**selon la population et la distribution des médias sur le territoire**  
**et selon le rapport aux médias de langue majoritaire (établie par province)**

	Prov.	Radio		Télévision		Journaux				Total		Cote
		FR	AN	FR	AN	Quotidiens		Hebdos		Min.	Maj.	
						FR	AN	FR	AN			
EST	T.-N.-L.	1	24	0	3	0	2	1	1	1	30	1
	N.-É.	2	29	0	5	0	8	1	4	2	46	2
	N.-B.	11	30	1	6	1	3	5	11	18	43	4
	Î.-P.-É.	0	5	0	1	0	2	1	2	1	10	2
	Qc	123	14	36	4	11	4	87	6	28	257	5
	Ont.	11	182	3	34	1	28	12	64	27	308	4
OUEST	Man.	2	34	1	5	0	6	1	25	4	70	3
	Sask.	1	37	1	7	0	4	1	78	3	126	2
	Alb.	2	72	1	15	0	15	2	112	5	214	2
	C.-B.	1	96	1	17	0	32	1	100	3	245	1
NORD	T.N.-O.	1	4	0	1	0	0	1	5	2	10	2
	Yn	0	4	0	0	0	1	1	2	1	7	1
	Nt	1	1	0	0	0	0	0	3	1	4	1

Sources : *Annuaire des média*, CCN Matthews News Distribution Experts, Toronto, vol. 50, n° 2, septembre 2005 ; *Franco Voyageur*, <http://francovoyageur.ca> (consulté le 15 décembre 2009) ; *Newspapers in Canada*, [www.allstuff.com/newsqc.htm](http://www.allstuff.com/newsqc.htm) (consulté le 15 décembre 2009).

Nous avons noté certaines incompatibilités entre les sources. Les chiffres que nous avons retenus sont ceux qui nous ont semblé les plus probants.

## Principaux résultats

Nous présentons dans un premier temps les résultats concernant l'influence de la disponibilité des médias sur l'utilisation des médias de langue minoritaire, puis ceux qui ont trait à son influence sur les perceptions des individus. Par la suite, nous exposons les résultats liés à l'effet de la densité de la population sur la langue d'exposition aux médias et sur les perceptions.

### *L'effet de la disponibilité des médias de langue minoritaire*

Pour vérifier l'hypothèse du lien entre l'offre des médias et le choix de la langue d'utilisation chez le minoritaire, nous avons utilisé une corrélation entre l'échelle de disponibilité des médias et l'échelle de la langue d'exposition aux médias. Dans l'échelle de disponibilité, la province de Québec a une valeur de 5, ce qui signifie que la cote de disponibilité constitue une constante. Il ne peut donc y avoir d'analyse de corrélation pour le Québec

en lui-même. Nous concentrons donc l'analyse sur les franco-minoritaires, pour qui la cote varie d'une province à l'autre.

#### *L'effet sur la langue d'exposition aux médias de la minorité*

Les résultats montrent que les corrélations sont toutes inféribles ( $p < 0,001$ ) et positives. Cela signifie que plus il y a de médias de langue française dans l'environnement du franco-minoritaire, c'est-à-dire plus la cote est élevée, plus il inclinera à en faire un usage. Mais la disponibilité ne fait pas foi de tout. Les corrélations pour la radio, la télévision, le livre et Internet se situent entre 0,36 et 0,41 (voir le tableau 2); il s'agit donc de mesures d'association qui ne sont pas négligeables, mais qui ne sont pas très élevées. La statistique la plus nette est celle qui correspond aux journaux; elle est de 0,63. La présence de journaux francophones dans une communauté minoritaire en favorise donc assez nettement l'usage par le franco-minoritaire. Si ce constat sociologique peut, de prime abord, apparaître comme une évidence – et encore heureux que soit ici étayée cette réalité sociale, on n'aurait certes pas espéré qu'il en soit autrement –, il faut se demander pourquoi la même évidence ne fonctionne pas avec autant d'intensité dans le cas des livres ou encore de la radio, par exemple, lorsque celle-ci présente aussi du contenu de proximité. Nous pouvons donc penser qu'il y a d'autres impératifs à l'œuvre que la seule disponibilité dans le choix que les individus font de la langue d'exposition aux divers médias.

**Tableau 2**  
**Corrélations (G) entre la disponibilité des médias minoritaires**  
**et la langue d'usage à divers médias (EVMLO, 2006)**

Franco-minoritaires				
Radio	Télévision	Journaux	Livres	Internet
0,41	0,37	0,63	0,39	0,36

Langue d'usage des médias : 1 = seulement en anglais; 5 = seulement en français

Toutes les corrélations sont significatives à  $p < 0,001$ .

#### *L'effet sur les perceptions de la situation linguistique dans le milieu où l'on habite*

La disponibilité des médias de langue minoritaire a aussi une incidence sur la perception qu'ont les francophones de l'extérieur du Québec de leur situation linguistique. Pour l'observer, nous avons à nouveau recouru à la statistique gamma (G) puisque les échelles de perception sont courtes (tableau 3). Les corrélations sont nulles ou presque quand les personnes sont invitées à se prononcer sur l'évolution de la présence de la langue dans leur municipalité depuis 10 ans ou au cours des 10 prochaines années; mais, dans tous les cas, elles sont inféribles. Le lien est négatif quand l'individu se prononce sur l'importance d'utiliser la langue de la majorité; ainsi, plus, dans son environnement, il y a de médias qui

**Tableau 3**  
**Corrélations (G) entre l'échelle de disponibilité des médias minoritaires**  
**et les variables relatives à la perception de la situation linguistique (EVMLO, 2006)**

Franco-minoritaires	
Variables de perception	Coefficient G
Présence de la langue de la minorité dans les entreprises et commerces, dans votre municipalité (0 = inexistante et 5 = très forte)	0,50
Présence de la langue de la minorité dans les médias tels la télévision, la radio ou les journaux, dans votre municipalité (0 = inexistante et 5 = très forte)	0,44
Présence de la langue de la minorité dans les services gouvernementaux <i>fédéraux</i> offerts dans votre municipalité (0 = inexistante et 5 = très forte)	0,36
Présence de la langue de la minorité dans les services <i>gouvernementaux</i> provinciaux offerts dans votre municipalité (0 = inexistante et 5 = très forte)	0,50
Depuis 10 ans, dans la municipalité de résidence, la présence de la langue de la minorité a... (1 = diminué et 3 = augmenté)	0,01
Dans 10 ans, la présence de la langue de la minorité dans la municipalité de résidence va... (1 = diminuer et 3 = augmenter)	0,05
Importance que des personnes ou des organismes travaillent au développement de la communauté de langue de la minorité (1 = pas important du tout et 5 = très important)	0,29
Importance de pouvoir utiliser la langue de la <i>minorité</i> dans la vie de tous les jours (1 = pas important du tout et 5 = très important)	0,39
Importance de pouvoir utiliser la langue de la <i>majorité</i> dans votre vie de tous les jours (1 = pas important du tout et 5 = très important)	-0,29
Importance que les droits linguistiques soient respectés dans la province de résidence (1 = pas important du tout et 5 = très important)	0,28
Importance que les services des gouvernements provincial et fédéral soient offerts dans la langue de la minorité (1 = pas important du tout et 5 = très important)	0,34
La vitalité de la communauté de la langue de la minorité de votre municipalité est... (1 = très faible et 5 = très forte)	0,32

Échelle de disponibilité des médias : 1= accès à peu de médias ; 5 = accès à beaucoup de médias

Toutes les corrélations sont significatives à  $p < 0,001$ .

s'adressent à lui dans sa langue, moins il considérera comme important d'utiliser l'anglais. Les autres corrélations sont positives : plus les médias francophones sont présents, plus il importera que les droits linguistiques soient respectés, que des personnes ou des organismes travaillent au développement de la communauté de langue française, que des services gouvernementaux soient offerts en français, qu'on puisse utiliser le français dans la vie de tous les jours ; plus aussi la communauté francophone du lieu de résidence paraîtra vigoureuse, plus encore le français semblera présent dans les services gouvernementaux fédéraux ou provinciaux ( $G = 0,50$ ), dans les médias ( $G = 0,44$ ) et dans les entreprises et les commerces.

Les corrélations ne sont pas très fortes, mais elles ne laissent aucun doute quant à l'effet de la disponibilité des médias sur les opinions que le franco-minoritaire se fait de son milieu.

### ***L'effet de la densité de la population minoritaire dans la municipalité***

#### *L'effet sur la langue de consommation des médias de la minorité*

La proportion de la population minoritaire dans une municipalité incite-t-elle à s'exposer davantage aux médias dans la langue de la minorité? Une analyse précédente a fait valoir que cette variable a une influence, mais faible<sup>21</sup>. On peut se demander si, en examinant le phénomène en lui-même, on arriverait aux mêmes résultats.

Rappelons au passage que cette variable peut être traitée comme une échelle de Likert ; rappelons également qu'elle ne comporte que cinq modalités, tout comme les variables dépendantes qui caractérisent la langue dans laquelle on fait usage des médias, ce qui justifie, pour l'examen d'associations, le recours à la statistique gamma (G).

Chez les franco-minoritaires, les corrélations (G) entre la proportion de minoritaires dans la municipalité de résidence et les modalités de la langue d'exposition aux médias sont de 0,39, 0,48, 0,66, 0,39 et 0,34, dans cet ordre, pour la télévision, la radio, les journaux, les livres et Internet (tableau 4). Ainsi, plus grande est la proportion de francophones, plus les rapports aux médias tendent à avoir lieu en français, et cela est plus marqué pour la radio et pour les journaux. Il faut toutefois garder à l'esprit que seule la corrélation qui concerne les journaux franchit le seuil de 0,50, ce qui laisse entendre que les rapports aux médias ont plus communément cours en anglais qu'en français.

Chez les anglo-minoritaires, les statistiques G sont de -0,24, -0,16, -0,24, -0,39 et -0,23 respectivement pour Internet, la télévision, la radio, les journaux et les livres (tableau 4).

La logique qui s'applique au francophone vaut pour l'anglophone, mais dans une moindre mesure : plus forte est la densité d'anglophones dans la municipalité de résidence, plus les rapports aux médias tendent à avoir lieu en anglais.

---

21. Il s'agit d'une analyse de régression multiple impliquant une douzaine de variables. Celle de la densité a montré un faible impact dans l'ensemble (C. Bernier, S. Laflamme et S. Lafrenière (2014) « Dissociation entre perceptions et pratiques. De la langue officielle d'exposition aux médias en milieu minoritaire canadien », *Revue du Nouvel-Ontario*, n° 39). C'est pourquoi nous avons voulu l'analyser de façon plus détaillée.



**Tableau 4**  
**Corrélations (G) entre la densité de minoritaires dans la municipalité de résidence et l'usage de divers médias (EVMLO, 2006)**

	Franco-minoritaires et Anglo-Québécois				
	Radio	Télévision	Journaux	Livres	Internet
Franco-minoritaires	0,48	0,39	0,66	0,39	0,34
Anglo-Québécois	-0,24	-0,16	-0,39	-0,23	-0,24

Langue d'usage des médias : 1 = seulement en français; 5 = seulement en anglais

Toutes les corrélations sont significatives à  $p < 0,001$ .

#### *L'effet sur les perceptions que l'on a de la situation linguistique de son milieu*

Si l'on se penche sur l'influence de la concentration de minoritaires sur les indicateurs de perception, on constate que les corrélations sont plus élevées à l'extérieur du Québec (tableau 5). Cela signifie que la densité de minoritaires a davantage un effet sur la perception de la situation linguistique chez les franco-minoritaires que chez les anglo-minoritaires. Deux exceptions à cela : la comparaison de la situation actuelle avec le passé et les perspectives d'avenir. Les corrélations sont alors plus élevées au Québec ; toutefois, les quatre statistiques sont faibles, la plus élevée étant de 0,14. Toutes les corrélations sont positives sauf deux : celles qui ont trait à l'importance d'utiliser la langue de la majorité au Québec et ailleurs au pays. Cela signifie que plus les minoritaires sont proportionnellement nombreux, moins il leur semble important de parler la langue de la majorité. Il faut noter toutefois que les deux valeurs sont plutôt faibles, soit -0,16 et -0,32. Les corrélations positives vont de 0,04 à 0,48 au Québec et de 0,05 à 0,74 à l'extérieur du Québec. C'est relativement aux entreprises et aux commerces que les corrélations sont les plus fortes, au Québec et ailleurs au Canada, l'une d'entre elles atteignant la valeur de 0,74. Plus il y a de locuteurs de la langue minoritaire dans une localité, donc, plus les individus estiment que leur langue est présente. Il n'y a pas de corrélation qui atteigne la valeur de 0,50 au Québec. Il y en a trois à l'extérieur du Québec ; outre celle qui a trait aux commerces et aux entreprises, il y a celle qui se rapporte à la vitalité de la langue minoritaire dans la municipalité de résidence et celle qui concerne la place de la langue dans les médias ; plus il y a de minoritaires, plus les francophones tendent à percevoir leur groupe d'appartenance comme étant vigoureux et plus ils inclinent à trouver du français dans les médias. Les autres corrélations sont plutôt faibles, qu'il s'agisse du Québec ou du reste du Canada. On peut donc affirmer que plus grande est la proportion du groupe minoritaire, plus favorable est le jugement que portent ses membres sur lui, mais avec un bémol : force est de constater que le ratio démographique dans la municipalité de résidence n'explique que très partiellement les opinions des minoritaires sur leur milieu.

**Tableau 5**  
**Corrélations (G) entre la densité de minoritaires dans la municipalité de résidence**  
**et les variables relatives à la perception de la situation linguistique**  
**(EVMLO, 2006)**

Variables de perception	Coefficient G	
	Franco-minoritaires	Anglo-Québécois
Présence de la langue de la minorité dans les entreprises et commerces, dans votre municipalité (0 = inexistante et 5 = très forte)	0,74	0,48
Présence de la langue de la minorité dans les médias tels la télévision, la radio ou les journaux, dans votre municipalité (0 = inexistante et 5 = très forte)	0,54	0,32
Présence de la langue de la minorité dans les services gouvernementaux fédéraux offerts dans votre municipalité (0 = inexistante et 5 = très forte)	0,40	0,21
Présence de la langue de la minorité dans les services gouvernementaux provinciaux offerts dans votre municipalité (0 = inexistante et 5 = très forte)	0,47	0,14
Depuis 10 ans, dans la municipalité de résidence, la présence de la langue de la minorité a... (1 = diminué et 3 = augmenté)	0,05	0,12
Dans 10 ans, la présence de la langue de la minorité dans la municipalité de résidence va... (1 = diminuer et 3 = augmenter)	0,06	0,14
Importance que des personnes ou des organismes travaillent au développement de la communauté de langue de la minorité (1 = pas important du tout et 5 = très important)	0,31	0,04
Importance de pouvoir utiliser la langue de la <i>minorité</i> dans la vie de tous les jours (1 = pas important du tout et 5 = très important)	0,40	0,14
Importance de pouvoir utiliser la langue de la <i>majorité</i> dans votre vie de tous les jours (1 = pas important du tout et 5 = très important)	-0,32	-0,16
Importance que les droits linguistiques soient respectés dans la province de résidence (1 = pas important du tout et 5 = très important)	0,21	0,12
Importance que les services des gouvernements provincial et fédéral soient offerts dans la langue de la minorité (1 = pas important du tout et 5 = très important)	0,28	0,15
La vitalité de la communauté de la langue de la minorité de votre municipalité est... (1 = très faible et 5 = très forte)	0,58	0,40

Échelle de densité : 1 = moins de 10 % et 5 = plus grand ou égal à 70 %

Toutes les corrélations sont significatives à  $p < 0,001$ .

## **L'incidence combinée de la densité de francophones et de la disponibilité des médias de langue minoritaire**

De façon intuitive, on peut concevoir que les deux variables exogènes sont interreliées, que, par exemple, plus il y a de minoritaires dans une communauté, plus il tendra à y avoir de médias qui s'adressent à eux<sup>22</sup>. Gardant cela en tête, on pourrait se demander si l'incidence de la densité n'élimine pas l'effet de la disponibilité des médias. Pour le vérifier, nous avons effectué des tests de contribution marginale dans des analyses de régression pour la langue d'exposition à chacun des types de médias et pour chacune des perceptions alors que la concentration de locuteurs de la langue minoritaire et l'offre de médias entraînent simultanément dans l'équation<sup>23</sup>. La question consiste donc à savoir si, à l'extérieur du Québec, pour les franco-minoritaires, il y a un effet combiné de la concentration de minoritaires et de la disponibilité des médias en français. Pour ce qui est de la langue d'exposition aux médias, la réponse est clairement affirmative; tous les tests de contribution marginale sont significatifs à  $p < 0,001$ . Certes, la densité de francophones agit de façon prépondérante<sup>24</sup>, mais son influence n'anéantit pas celle de l'offre de médias<sup>25</sup>. En ce qui concerne les variables de perception, tous les tests de contribution marginale sont à nouveau significatifs à  $p < 0,001$ , sauf un qui l'est à  $p < 0,01$  : il s'agit de « L'effet de la disponibilité des médias en français sur la perception de la vitalité de la communauté minoritaire ». Dans 10 cas sur 12<sup>26</sup>, c'est la concentration de francophones qui a le pas sur la disponibilité des médias; toutefois, jamais cet ascendant n'est tel qu'il éjecte l'autre variable de l'équation.

## **Interprétation et conclusion**

### **Les constats**

L'objectif du présent article était d'examiner l'effet de la disponibilité des médias de langue officielle minoritaire et de la densité de la population de langue minoritaire sur les choix linguistiques des francophones de l'extérieur du Québec et des anglophones du Québec

22. Conclusion à laquelle de la Garde et Paré (1992) sont aussi arrivés.

23. Les tests de contribution marginale ont été effectués à partir du fichier de microdonnées à grande diffusion. Dans ce fichier, pour des raisons de qualité de données et pour respecter la confidentialité des répondants, Statistique Canada a regroupé les provinces et territoires autres que l'Ontario, le Québec et le Nouveau-Brunswick. Ainsi, nous avons choisi d'accorder à ces autres provinces et territoires une cote moyenne en nous rapportant au tableau 1. Au lieu d'avoir des valeurs qui vont de 1 à 3 pour ces provinces et territoires, l'ensemble a une cote de 1,7. L'Ontario et le Nouveau-Brunswick conservent leur cote de 4. Il va sans dire que nous n'avons pas intégré le Québec à l'analyse puisque sa minorité est anglophone et que la cote de disponibilité des médias est là une constante de 5.

24. Les  $\beta$  sont les suivants : radio = 0,42; télévision = 0,34; journaux = 0,61; livres = 0,34; Internet = 0,28.

25. Les  $\beta$  sont les suivants : radio = 0,07; télévision = 0,09; journaux = 0,08; livres 0,11; Internet = 0,10.

26. Les deux exceptions étant la perception de l'importance que les droits linguistiques soient respectés dans la province de résidence et celle de l'importance que les services des gouvernements provincial et fédéral soient offerts dans la langue de la minorité.

en matière d'exposition aux médias de la minorité. Ces facteurs ont aussi été examinés en relation avec les perceptions que peuvent avoir les minoritaires de la situation socio-symbolique de leur langue et de leur communauté. Notre hypothèse voulait que ces deux facteurs aient une incidence positive tant sur la langue d'exposition que sur les perceptions.

La création d'un outil de synthèse des médias de langue minoritaire a permis d'apercevoir les grandes tendances de la situation médiatique en milieu minoritaire, outil à partir duquel il nous a été possible de faire des comparaisons.

Notre analyse démontre que, chez les franco-minoritaires, disposer d'un grand nombre de médias a un effet positif sur les choix linguistiques : plus il y a de médias de langue française dans leur environnement, plus les francophones en font usage. Il en va de même pour les perceptions envers la communauté minoritaire : plus forte est la présence de médias francophones, plus marquées sont les perceptions de la situation de la langue minoritaire, à l'exception de l'évaluation de sa présence dans la communauté depuis 10 ans et de ce qu'elle sera dans le futur. En favorisant une exposition plus fréquente au français, les médias non seulement soutiennent la langue minoritaire, mais aussi ils favorisent, chez les personnes qui la parlent, le sentiment d'appartenance à leur communauté, comme l'indiquent les perceptions de la place socio-symbolique de la langue et de la communauté dans la collectivité globale.

Dans le même sens, et on pourrait dire encore davantage, l'influence de la proportion de minoritaires dans la municipalité de résidence sur les choix linguistiques et sur les perceptions ressort aussi de l'analyse. Ainsi, si l'on regarde du côté du Québec, plus dense est la population de langue minoritaire, plus les Anglo-Québécois sont portés à utiliser l'anglais lorsqu'ils consomment les médias, plus forte est leur évaluation de la présence de l'anglais dans la sphère publique et plus marquée est leur perception de la vitalité de leur communauté. On trouve les mêmes tendances chez les francophones à l'extérieur du Québec, mais de façon plus accentuée : plus grande est la proportion de francophones, plus les rapports aux médias tendent à avoir lieu en français – et ce, tout particulièrement pour la radio et pour les journaux ; plus fortes sont aussi leurs perceptions de la présence du français et de l'importance des droits linguistiques et plus grand sera le désir de pouvoir utiliser quotidiennement la langue de la minorité.

Dans le cas des deux facteurs, nos hypothèses sont donc confirmées, et ce, pour les quatre analyses. L'effet est réel. Cependant, dans la mesure où les corrélations ne sont pas très élevées, il nous faut convenir que ces deux variables n'expliquent que partiellement l'exposition aux médias dans la langue de la minorité et les opinions des minoritaires sur leur milieu.

Ces résultats soulèvent néanmoins un paradoxe qui ne cesse d'étonner, surtout chez les francophones. En effet, on voit, d'un côté, un certain optimisme qui se dégage de l'ensemble, notamment lorsque l'on parle de la vitalité de leur communauté et de l'importance des

droits linguistiques, alors que, de l'autre, on ne peut s'empêcher de reconnaître qu'il se teinte d'un réalisme que l'on pourrait qualifier de pessimiste : on croit peu, en effet, à l'amélioration de la place du français dans la collectivité dans les prochaines années. Doit-on invoquer l'intériorisation de l'idée que l'on se fait de la mondialisation pour en rendre compte ?

### ***Éléments pour une réflexion***

Bien qu'elles n'expliquent pas tout, les variables de la densité, d'abord, et de la disponibilité, ensuite, demeurent des indicateurs intéressants contribuant à la compréhension du phénomène d'utilisation de la langue de la minorité et d'exposition à cette langue à travers les médias. On peut relever ici le fait que ces deux variables produisent des résultats très semblables, les écarts entre eux n'étant pas très élevés quand les analyses sont faites séparément. Ce n'est que dans le cas de la perception de la présence de la langue dans les entreprises et les commerces et dans celui de l'évaluation de la vitalité de la communauté que l'on remarque de fortes différences, la densité étant toujours le plus puissant des deux indicateurs.

Nous pouvons, donc, dans l'ensemble, penser qu'il existe une relation suffisamment étroite entre ces variables. En fait, cela n'a rien de très surprenant : la densité appelle en quelque sorte la disponibilité. Mais celle-là ne conjure pas celle-ci. Les médias se développent là où l'on trouve une population suffisamment nombreuse qui veut de ces médias, qui réclame leur présence et qui soutient leur existence. La présence des médias active et réactive la vitalité de la communauté. Plus elle est forte, plus les minoritaires croient en la vitalité de leur communauté, plus ils soutiennent les efforts pour la sauvegarder, plus ils croient en l'importance d'utiliser leur langue dans la vie de tous les jours, et ce, autant chez les francophones que chez les anglophones.

Les effets positifs que nous avons observés dans cette analyse indiquent qu'il y a bel et bien une dynamique communauté-médias : les médias réussissent, tant bien que mal, à dynamiser leurs communautés qui, inversement, donnent du poids à leurs médias.

Toutefois, la faiblesse des corrélations suggère qu'une intervention des politiques linguistiques gouvernementales, tant fédérales que provinciales, demeure nécessaire et doit continuer à répondre aux besoins particuliers de chacune des communautés de langue officielle du Canada, c'est-à-dire donner aux francophones minoritaires les moyens de la langue et aux Anglo-Québécois ceux de la culture.

Les politiques linguistiques sont donc le moyen, pour les entités infraétatiques, étatiques et supraétatiques, de contrecarrer la dérive naturelle du « marché » vers l'acteur le plus puissant, en l'occurrence l'anglais. Il ne s'agit pas de lutter contre cette langue, mais de promouvoir les autres, dans une logique de pluralisme (Cassen, 2008, Introduction).

### **Et la suite ?**

Nos résultats témoignent de la valeur intrinsèque des médias de langue minoritaire, car ce n'est pas uniquement en lisant les résultats sportifs et les activités communautaires que les locuteurs de la langue minoritaire profitent de l'impact des médias. Le contenu médiatique est important dans la mesure où le destinataire peut s'y identifier et peut le rapporter à ses connaissances, à son imaginaire, à son contexte ou à sa situation. C'est en y découvrant le monde présenté et interprété dans sa langue, en y voyant les informations économiques, politiques et internationales diffusées, discutées, selon ses intérêts, que le minoritaire puisera, dans les médias, une source identitaire, un lien avec sa communauté et sa culture (Lafrenière, 2005).

Cette question soulève ainsi celle des contenus. Il nous apparaît, en effet, qu'une étude portant à la fois sur les contenus véhiculés par les médias de la minorité et sur le taux de satisfaction des usagers permettrait d'aller plus loin dans l'interprétation de l'importance que ces médias ont dans leur vie de tous les jours. Et, si besoin est, de départager ce que l'on consomme pour vivre *l'être-ensemble* de la communauté, et ce que l'on va aussi chercher auprès d'autres produits médiatiques : se divertir, s'informer, se cultiver, etc.

Cette interrogation, à son tour, en amène une autre, parce que le fait de ne pas s'exposer qu'aux médias de la minorité ne relève certes pas de la seule tendance assimilatrice : lire, pour le franco-minoritaire, le *Globe and Mail* ou le *New Yorker*, par exemple, ou encore *Le Devoir* ou *Le Monde* pour l'anglo-minoritaire, dépasse les seules préoccupations linguistiques et communautaires pour propulser vers des intérêts plus globaux, plus internationaux, plus planétaires, peut-être. Le « penser globalement » n'est pas qu'un slogan écologiste. Dans la société contemporaine d'ouverture au monde on ne peut se limiter à la seule perspective que nous offrent les médias locaux. C'est s'exposer à tout qui fait de l'individu postmoderne un être à la fois informé et créateur de son monde.

Nous pouvons conclure que, malgré l'inondation de messages médiatiques provenant de la culture majoritaire, les minoritaires, autant anglophones que francophones, font état d'une soif de messages qui s'adressent à eux, qui leur parlent de leur communauté et qui interprètent le monde dans leur langue.

S'il est vrai que les médias créent du sens et permettent aux acteurs sociaux de se sentir en relation les uns avec les autres, qu'ils sont vecteurs de cohésion sociale, il ne suffit pas de produire des messages dans telle ou telle langue pour attirer le locuteur. Ce locuteur doit pouvoir s'y reconnaître. Les messages qui s'adressent à lui doivent l'interpeller, lui parler de lui, de sa communauté, mais, aussi, ils doivent lui présenter le monde.

## Références

- BEAUCHAMP, Michel, et Thierry WATINE (dir.) (2006). *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique ».
- BERNIER, Marc-François (2006). « Être journaliste en milieu minoritaire : les défis éthiques de la proximité », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 115-139.
- BERNIER, Christiane, Simon LAFLAMME et Sylvie LAFRENIÈRE (2014). « Dissociation entre perceptions et pratiques. De la langue officielle d'exposition aux médias en milieu minoritaire canadien », *Revue du Nouvel-Ontario*, n° 39. À paraître.
- BERNIER, Christiane, Simon LAFLAMME et Sylvie LAFRENIÈRE (2014). « Dans quelle langue officielle s'expose-t-on aux médias en milieu minoritaire canadien? », dans Rodrigue Landry (dir.) *La vie dans une langue officielle minoritaire au Canada*, PUL, chapitre 4. À paraître.
- BERNIER, Christiane, Simon LAFLAMME et Sylvie LAFRENIÈRE (2014). « Exposition aux médias en milieu minoritaire au Canada. Une comparaison entre Franco-Ontariens et Anglo-Québécois », dans Ali Reguigui et Julie Boissonneault, (dir.) *Langue et territoire*, Série monographique en sciences humaines/Human Sciences Monographic Series, Université Laurentienne, Sudbury. À paraître.
- BOUDREAU, Annette, et Stéphane GUITARD (2001). « Les radios communautaires : instruments de francisation », *Francophonies d'Amérique*, n° 11, p. 123-134.
- BOUTIN, Thérèse (2006). « La radio de Radio-Canada et les minorités francophones : s'adapter... ou se marginaliser », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 159-172.
- CANADA. *Loi sur la radiodiffusion*, LC 1991, c 11. En ligne : <http://lois.justice.gc.ca/fr/B-9.01/> (consulté le 15 novembre 2010).
- CANADA. *Loi sur les langues officielles*, LRC 1985, partie VII, art 41(1) et 41(2). En ligne : <http://laws.justice.gc.ca/fr/o-3.01/index.html> (consulté le 15 novembre 2010).
- CANADA NEWSPAPERS AND NEWS MEDIA GUIDE. En ligne : <http://www.abyznewslinks.com/canad.htm> (consulté le 15 décembre 2009).
- CASSEN, Bernard (dir.) (2008). « La bataille des langues », *Le Monde diplomatique, Manière de voir*, n° 97 (février-mars). En ligne : <http://www.monde-diplomatique.fr/mav/97/> (consulté le 19 février 2011).
- CCN Matthews News Distribution Experts (2005). *Annuaire des média*, Toronto, vol. 50, n° 2 (septembre).
- COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES (CLO) (2009). *Ombres sur le paysage télévisuel canadien. Place du français sur les ondes et production en contexte minoritaire*, Ottawa, le Commissariat. En ligne : [http://www.ocol-clo.gc.ca/html/stu\\_etu\\_012009\\_f.php](http://www.ocol-clo.gc.ca/html/stu_etu_012009_f.php) (consulté le 20 décembre 2010).
- CORBEIL, Jean-Pierre, Claude GRENIER et Sylvie LAFRENIÈRE (2007). *Les minorités prennent la parole : résultats de l'Enquête sur la vitalité des minorités de langue officielle*, Ottawa, Statistique Canada, Division de la démographie, n° 91-548-X au catalogue. En ligne : <http://www.statcan.gc.ca/pub/91-548-x/91-548-x2007001-fra.pdf> (consulté le 8 août 2010).

- CORMACK, Mike, et Niamh HOURIGAN (dir.) (2007). *Minority language media. Concepts, critiques and case studies*, Clevedon, Multilingual Matters.
- CORRIVEAU, Claire (2006). « Informer ou défendre la cause : le dilemme de la presse franco-manitobaine », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 47-64.
- DE LA GARDE, Roger, et Denise PARÉ. « Les médias de communication et le développement des communautés francophones », dans Fernand Harvey (dir.), *Médias francophones hors Québec et identité : analyses, essais et témoignages*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1992, p. 83-131.
- FABRIS, Papillon, et Michel BEAUCHAMP (2006). « Le point de vue des sources au regard de la pratique journalistique en Ontario français », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 65-88.
- FRANCO VOYAGEUR. En ligne (nouveau site) : [http://francopresse.ca/index.cfm?Voir=atlas&Langue=fr&Lieu=Canada&porte=02&Repertoire\\_No=2137984630](http://francopresse.ca/index.cfm?Voir=atlas&Langue=fr&Lieu=Canada&porte=02&Repertoire_No=2137984630) (consulté le 15 décembre 2009).
- HARVEY, Fernand (dir.) (1992). *Médias francophones hors Québec et identité : analyses, essais et témoignages*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture.
- JURY, Pierre (2012). « Accents TV, une bonne idée », *Le Droit*, 16 juin 2012. En ligne : <http://www.lapresse.ca/le-droit/opinions/editoriaux/pierre-jury/201206/15/01-4535550-accent-tv-une-bonne-idee.php> (consulté le 24 août 2012).
- LAFLAMME, Simon (1992). « Les médias en milieu minoritaire : les rapports entre l'économie et la culture », dans Fernand Harvey (dir.), *Médias francophones hors Québec et identité*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, p. 25-35.
- LAFRENIÈRE, Sylvie (2005). « Représentation sociale du Canada français et des Canadiens français dans le discours médiatique en Ontario français, de 1965 à 1998 », thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal.
- LAVIGNE, Alain (2006). « Hebdomadaires régionaux et médias écrits communautaires au Québec : quelques réflexions sur une adéquation réussie entre les besoins des lecteurs et des annonceurs », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 203-218.
- LORD, Marie-Linda (2009). « Un pays, deux bulletins nationaux : le Québec en français – le Canada en anglais. Étude comparative du *Téléjournal* et *The National*, 19 janvier au 14 février 2009 », rapport présenté à la Société Nationale de l'Acadie, Chaire de recherche en études acadiennes.
- LORD, Marie-Linda (2006). « Les médias acadiens du Nouveau-Brunswick : entre monopole de presse et prise de parole citoyenne », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 21-46.



- LUSIGNAN, Yves (2006). « Grandeur et misère de la presse écrite francophone à l'extérieur du Québec », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 89-113.
- NEWSPAPERS IN CANADA. En ligne : [www.allstuff.com/newsqc.htm](http://www.allstuff.com/newsqc.htm) (consulté le 15 décembre 2009).
- PÂQUET, Martin (2006). « Contrat de communication et usages du passé : le cas de Radio-Canada Atlantique », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 173-200.
- PORTAL FOR JOURNALISTS AND WRITERS. En ligne : <http://www.sources.com/MNN/> (consulté le 15 septembre 2009).
- PROULX, Guylaine (2006). « Le rôle de Radio-Canada auprès des communautés francophones du Canada : un entretien avec Florian Sauvageau », dans Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir.), *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, coll. « Culture française d'Amérique », p. 143-158.
- QUEBEC COMMUNITY GROUPS NETWORK (QCGN) (2010). « Les droits collectifs et la vitalité en déclin des communautés québécoises d'expression anglaise », mémoire présenté devant la Commission de la culture et de l'éducation dans le cadre de la consultation générale et des audiences publiques sur le projet de loi 103, 22 septembre, 7 p. En ligne : [http://www.qcgn.ca/storage/website-resources/library/documents/national-assembly/Discours%20audiences%20loi%20103\\_FR%20FINAL%202010.09.22.pdf](http://www.qcgn.ca/storage/website-resources/library/documents/national-assembly/Discours%20audiences%20loi%20103_FR%20FINAL%202010.09.22.pdf) (consulté le 15 février 2011).
- RIGGINS, Stephen H. (dir.) (1992). *Ethnic minority media: An international perspective*, Londres, Sage.
- WATINE, Thierry (1993). « Pratiques journalistiques en milieu minoritaire : la sélection et la mise en valeur des nouvelles en Acadie », thèse de doctorat en sciences de la communication, Université de Lille III.

## Mots clés

médias, minorités de langue officielles, langue d'usage, EVMLO, disponibilité des médias, densité de la population minoritaire, francophones extérieur du Québec, anglophones du Québec

## Keywords

media; official languages, official-language minorities, language of use, SVOLM, availability of minority language media, weight of the minority group, English minority in Quebec, French minority outside of Quebec

## Correspondance

[cbernier@laurentienne.ca](mailto:cbernier@laurentienne.ca)  
[slaflamme@laurentienne.ca](mailto:slaflamme@laurentienne.ca)  
[sylvie.lafreniere@viu.ca](mailto:sylvie.lafreniere@viu.ca)