

Rapport

MÉDIAS ET DÉSINFORMATION

Sondage auprès des Québécois et des Québécoises

Rapport préparé pour:



DATE 2023-09-19 NUMÉRO DE PROJET 16121-117





APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

Léger a été mandaté par le Centre québécois d'éducation aux médias et à l'information (CQÉMI) afin de mener une enquête auprès des Québécois et des Québécoises pour en apprendre davantage sur leurs perceptions et croyances sur des enjeux liés aux médias et à la désinformation.

MÉTHODE

Un **sondage Web** a été réalisé auprès de 1 009 Québécois-es pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

QUAND ?

Les données ont été collectées du **15 au 18 septembre 2023**.

MARGE D'ERREUR

Il n'est pas possible de calculer une marge d'erreur sur un échantillon tiré d'un panel, mais à titre comparatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 009 répondant-e-s est de $\pm 3,09\%$, et ce 19 fois sur 20.

PONDÉRATION

Les résultats ont été pondérés **en fonction du genre, de l'âge, de la langue maternelle, de la région, du niveau de scolarité et de la présence d'enfants dans le ménage** afin d'assurer un échantillon représentatif de la population québécoise.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les nombres en caractères **gras et rouges** indiquent une différence significative statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **gras et verts** indiquent une différence significative statistiquement **supérieure** par rapport au complément.

NOTES AUX LECTEUR-TRICE-S

NSP

La mention « NSP », qui apparaît dans le rapport, signifie « Ne sait pas ».

ARRONDISSEMENT

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.

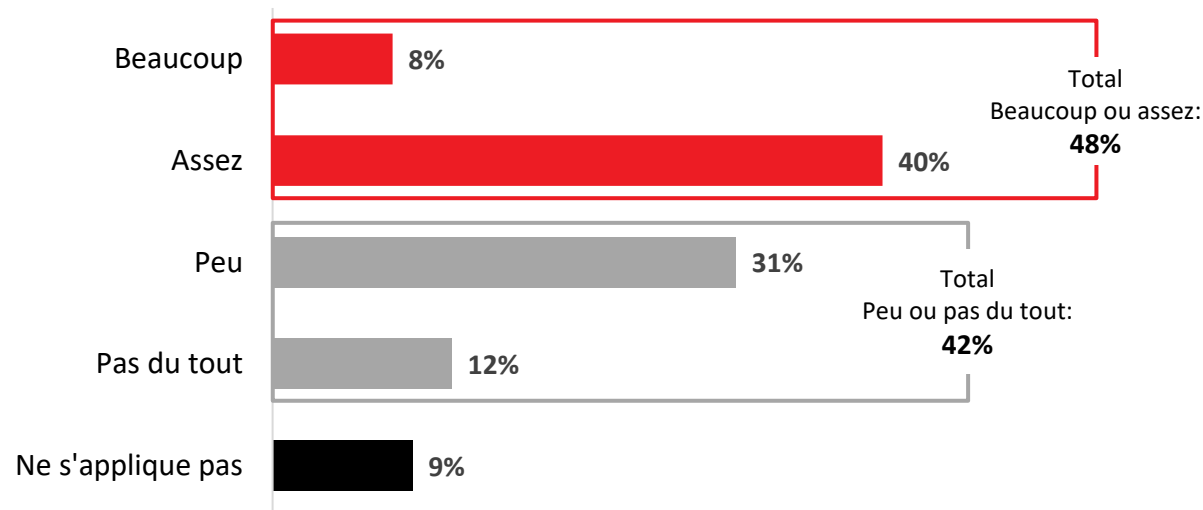


RÉSULTATS DÉTAILLÉS

CONFIANCE ENVERS LE CONTENU RELAYANT DES ACTUALITÉS DE MÉDIAS TRADITIONNELS

Q1. Sur les réseaux sociaux, dans quelle mesure faites-vous confiance aux publications qui relaient des actualités provenant de médias traditionnels ?

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 009)

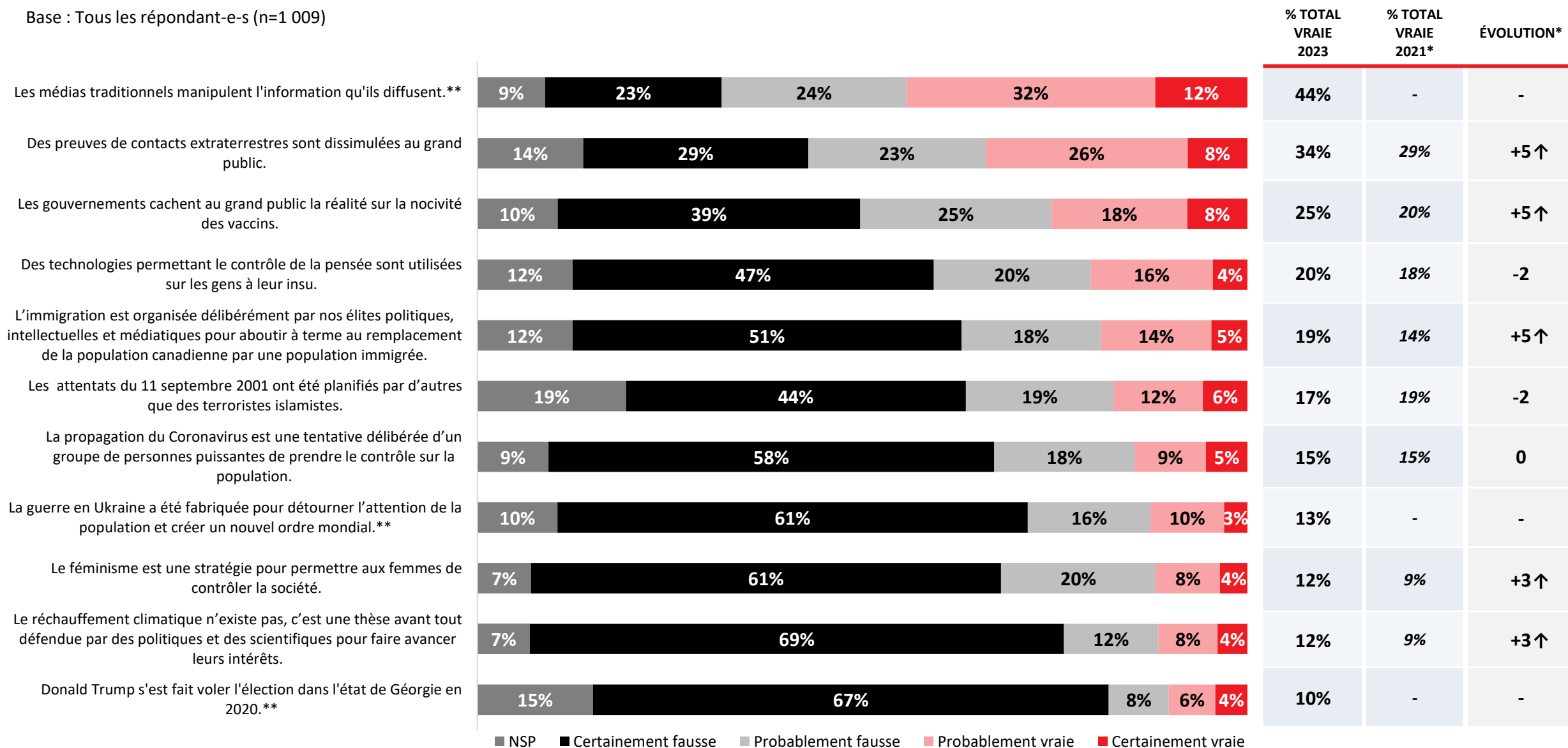


	TOTAL	GENRE		ÂGE			LANGUE		RÉGION			SCOLARITÉ		
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Franco	Non-franco	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Primaire/secondaire	Collégial	Université
	n= 1 009	460	549	317	363	329	773	236	402	305	302	224	304	476
TOTAL BEUCOUP OU ASSEZ	48%	48%	49%	51%	45%	49%	46%	56%	52%	53%	42%	40%	48%	59%
Beaucoup	8%	10%	6%	5%	8%	9%	8%	9%	9%	8%	6%	6%	6%	13%
Assez	40%	38%	43%	45%	37%	40%	38%	47%	43%	45%	36%	34%	42%	46%
TOTAL PEU OU PAS DU TOUT	42%	43%	42%	44%	48%	38%	45%	35%	37%	41%	50%	47%	45%	33%
Peu	31%	28%	33%	34%	37%	24%	33%	24%	25%	34%	37%	34%	32%	25%
Pas du tout	12%	15%	9%	10%	11%	13%	12%	11%	12%	8%	13%	12%	13%	8%
Ne s'applique pas	9%	9%	9%	5%	7%	13%	9%	9%	11%	6%	7%	13%	7%	8%

ADHÉSION À DIFFÉRENTES THÉORIES ET INFORMATIONS INVÉRIFIÉES

Q2. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous croyez que chaque affirmation suivante est susceptible d'être vraie.

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 009)



*La comparaison est faite avec les résultats des répondants québécois âgés de 18 ans et plus (n=1 793) de l'étude ayant été réalisée du 19 mai au 6 juin 2021. Les flèches représentent les variations statistiquement significatives entre les deux études.

**Nouvel énoncé de 2023. Aucune comparaison possible.

ADHÉSION À DIFFÉRENTES THÉORIES ET INFORMATIONS INVÉRIFIÉES – Détails



Q2. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous croyez que chaque affirmation suivante est susceptible d'être vraie.

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 009)

% Vraie présentée	TOTAL	GENRE		ÂGE			LANGUE		RÉGION			SCOLARITÉ		
		Homme	Femme	18-34	35-54	55 +	Franco	Non-franco	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Primaire/secondaire	Collégial	Université
	n= 1 009	460	549	317	363	329	773	236	402	305	302	224	304	476
Les médias traditionnels manipulent l'information qu'ils diffusent.	44%	46%	43%	59%	46%	35%	43%	49%	43%	38%	48%	50%	44%	38%
Des preuves de contacts extraterrestres sont dissimulées au grand public.	34%	35%	33%	37%	35%	32%	34%	34%	34%	23%	36%	37%	35%	29%
Les gouvernements cachent au grand public la réalité sur la nocivité des vaccins.	25%	27%	24%	30%	28%	21%	26%	25%	24%	17%	30%	35%	23%	19%
Des technologies permettant le contrôle de la pensée sont utilisées sur les gens à leur insu.	20%	23%	18%	28%	18%	18%	17%	31%	24%	15%	17%	23%	16%	23%
L'immigration est organisée délibérément par nos élites politiques, intellectuelles et médiatiques pour aboutir à terme au remplacement de la population canadienne par une population immigrée.	19%	22%	16%	21%	22%	16%	17%	25%	19%	13%	21%	23%	18%	16%
Les attentats du 11 septembre 2001 ont été planifiés par d'autres que des terroristes islamistes.	17%	20%	15%	26%	17%	13%	16%	22%	17%	10%	19%	21%	17%	15%
La propagation du Coronavirus est une tentative délibérée d'un groupe de personnes puissantes de prendre le contrôle sur la population.	15%	16%	14%	18%	18%	10%	12%	23%	15%	10%	15%	19%	12%	12%
La guerre en Ukraine a été fabriquée pour détourner l'attention de la population et créer un nouvel ordre mondial.	13%	14%	11%	17%	13%	10%	12%	15%	14%	5%	13%	15%	11%	11%
Le féminisme est une stratégie pour permettre aux femmes de contrôler la société.	12%	16%	8%	20%	14%	6%	11%	13%	12%	8%	13%	14%	11%	10%
Le réchauffement climatique n'existe pas, c'est une thèse avant tout défendue par des politiques et des scientifiques pour faire avancer leurs intérêts.	12%	16%	7%	15%	15%	7%	9%	18%	10%	11%	13%	17%	9%	9%
Donald Trump s'est fait voler l'élection dans l'état de Géorgie en 2020.	10%	13%	8%	18%	10%	6%	9%	15%	10%	4%	12%	12%	8%	11%

ADHÉSION À DIFFÉRENTES THÉORIES ET INFORMATIONS INVÉRIFIÉES

– Différence significatives

Q2. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous croyez que chaque affirmation suivante est susceptible d'être vraie.

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 009)

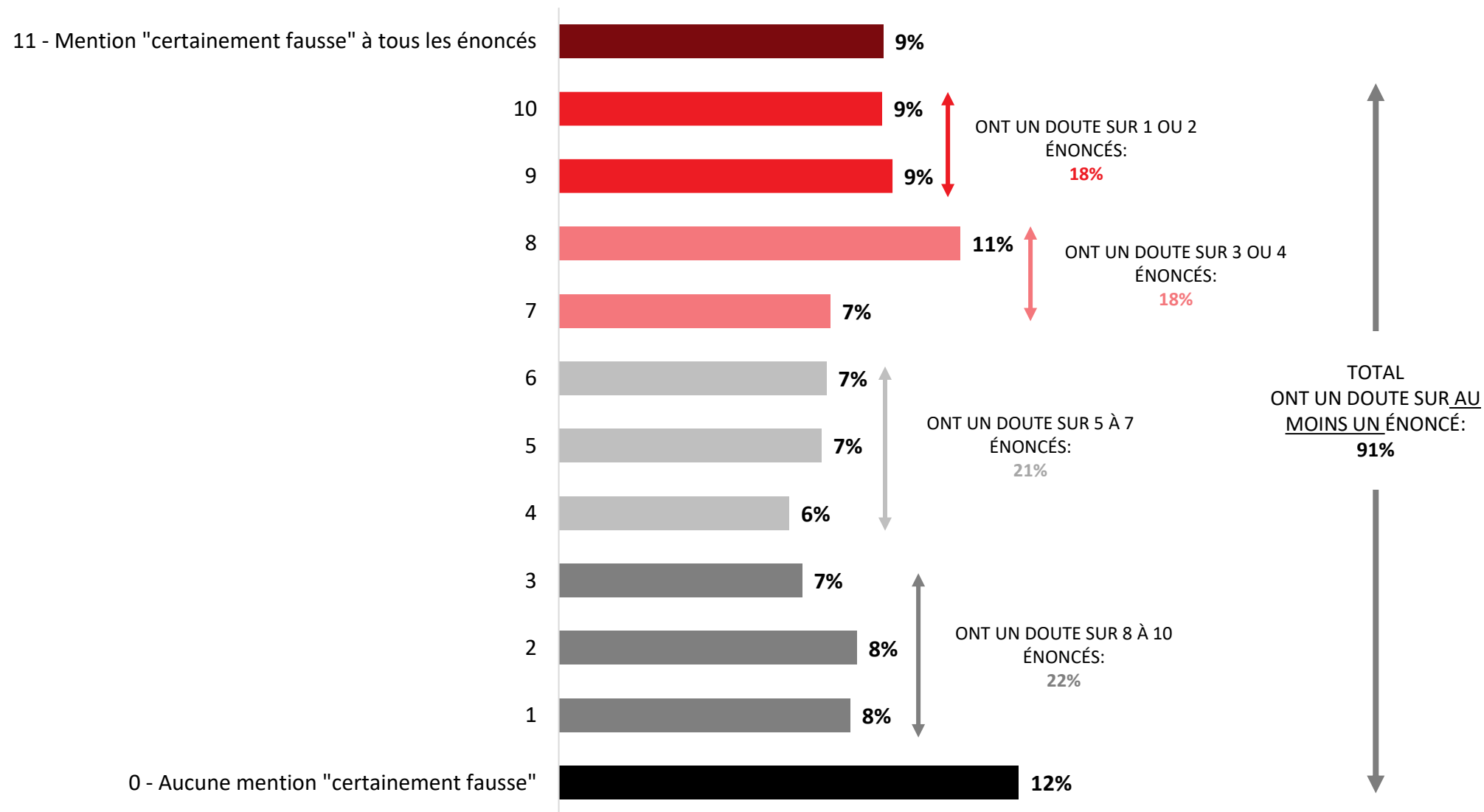
	% Vraie présenté	TOTAL	GENRE		ÂGE			LANGUE		RÉGION			SCOLARITÉ		
			Homme	Femme	18-34	35-54	55 +	Franco	Non-franco	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Primaire/secondaire	Collégial	Université
		n= 1 009	460	549	317	363	329	773	236	402	305	302	224	304	476
Les médias traditionnels manipulent l'information qu'ils diffusent.	44%														
Des preuves de contacts extraterrestres sont dissimulées au grand public.	34%														
Les gouvernements cachent au grand public la réalité sur la nocivité des vaccins.	25%														
Des technologies permettant le contrôle de la pensée sont utilisées sur les gens à leur insu.	20%														
L'immigration est organisée délibérément par nos élites politiques, intellectuelles et médiatiques pour aboutir à terme au remplacement de la population canadienne par une population immigrée.	19%														
Les attentats du 11 septembre 2001 ont été planifiés par d'autres que des terroristes islamistes.	17%														
La propagation du Coronavirus est une tentative délibérée d'un groupe de personnes puissantes de prendre le contrôle sur la population.	15%														
La guerre en Ukraine a été fabriquée pour détourner l'attention de la population et créer un nouvel ordre mondial.	13%														
Le féminisme est une stratégie pour permettre aux femmes de contrôler la société.	12%														
Le réchauffement climatique n'existe pas, c'est une thèse avant tout défendue par des politiques et des scientifiques pour faire avancer leurs intérêts.	12%														
Donald Trump s'est fait voler l'élection dans l'état de Géorgie en 2020.	10%														

ADHÉSION À DIFFÉRENTES THÉORIES ET INFORMATIONS INVÉRIFIÉES

– Nombre d'énoncés considérés comme « certainement faux »

Q2. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous croyez que chaque affirmation suivante est susceptible d'être vraie.

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 009)



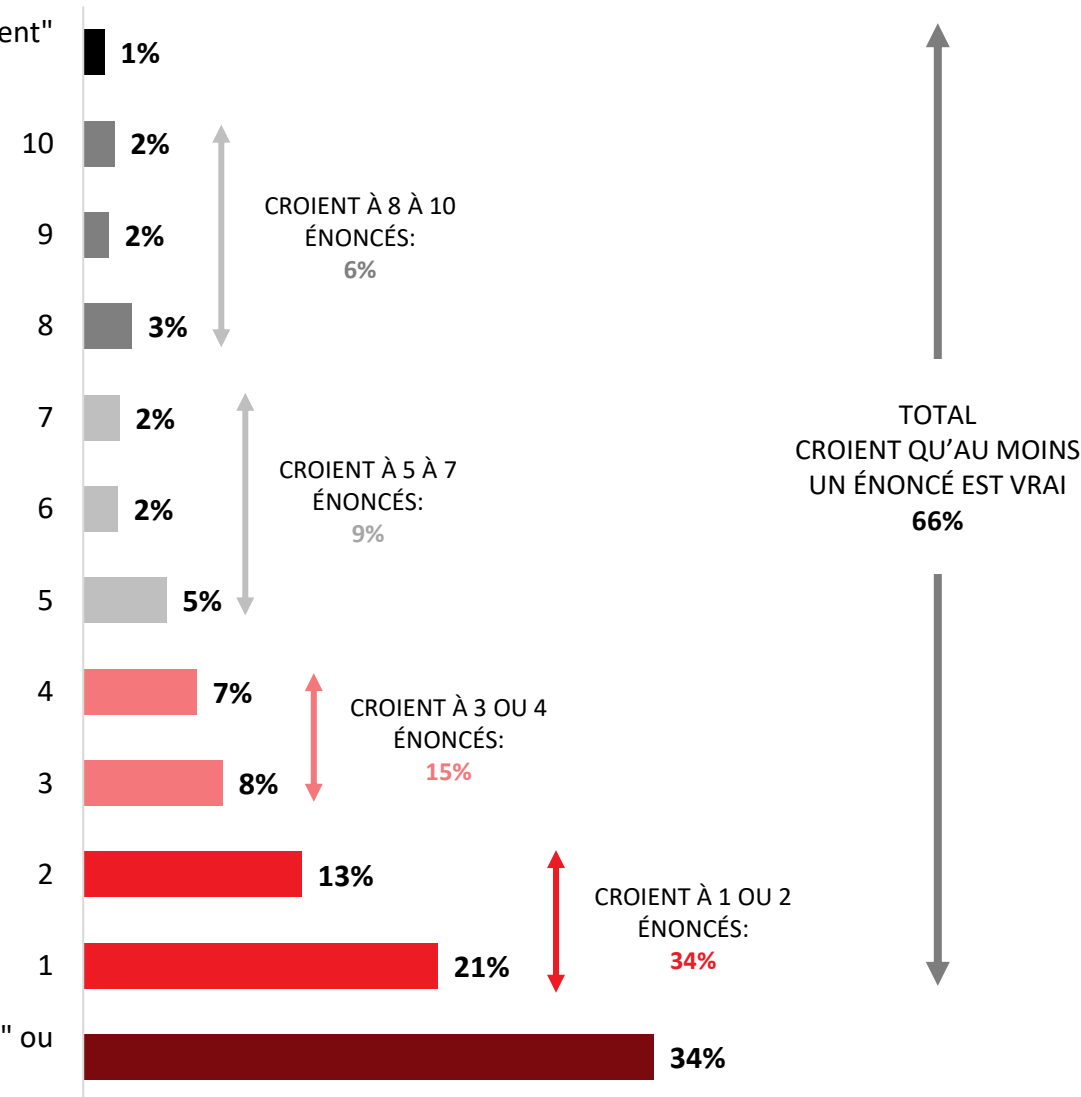
ADHÉSION À DIFFÉRENTES THÉORIES ET INFORMATIONS INVÉRIFIÉES

– Nombre d'énoncés considérés comme « certainement » ou « probablement » vrais

Q2. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous croyez que chaque affirmation suivante est susceptible d'être vraie.

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 009)

11 - Mention "certainement" ou "probablement" vrai à tous les énoncés

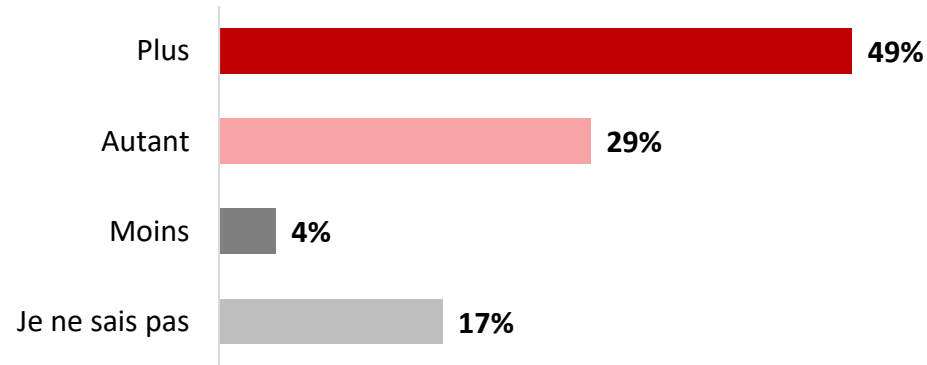


0 - Aucune mention "certainement" ou "probablement" vrai

IMPACT DES INTELLIGENCES ARTIFICIELLES GÉNÉRATIVES SUR LA DÉSINFORMATION – LeGER

Q3. Craignez-vous que les intelligences artificielles génératives (c'est-à-dire des modèles ou des algorithmes capables de générer du texte, des images ou des vidéos à partir d'une grande quantité de données) permettront de créer plus, autant ou moins de désinformation ?

Base : Tous les répondant-e-s (n=1 009)



	TOTAL	GENRE		ÂGE			LANGUE		RÉGION			SCOLARITÉ		
		Homme	Femme	18-34	35-54	55 +	Franco	Non-franco	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Primaire/secondaire	Collégial	Université
n=	1 009	460	549	317	363	329	773	236	402	305	302	224	304	476
Plus	49%	50%	49%	44%	51%	51%	52%	41%	50%	53%	47%	41%	51%	58%
Autant	29%	30%	28%	36%	24%	28%	27%	33%	26%	24%	33%	34%	29%	23%
Moins	4%	5%	4%	5%	6%	3%	3%	7%	5%	6%	3%	4%	4%	5%
Je ne sais pas	17%	15%	19%	14%	18%	18%	17%	19%	18%	18%	16%	22%	16%	14%



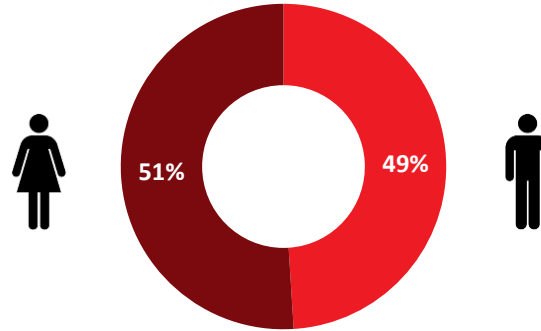
PROFIL DES RÉPONDANT-E-S

PROFIL DES RÉPONDANT-E-S (1/2)

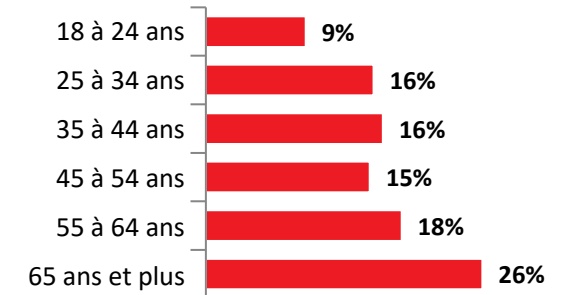


Québec	
Montréal RMR	50%
Québec RMR	10%
Autre	40%
Est	8%
Centre	15%
Ouest	17%

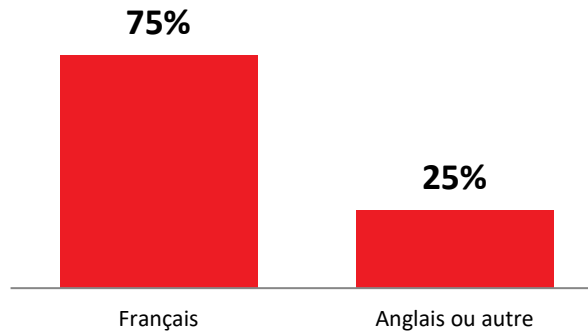
RÉGION



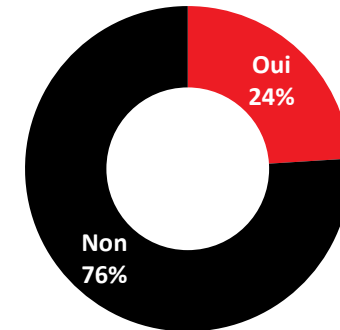
GENRE



ÂGE

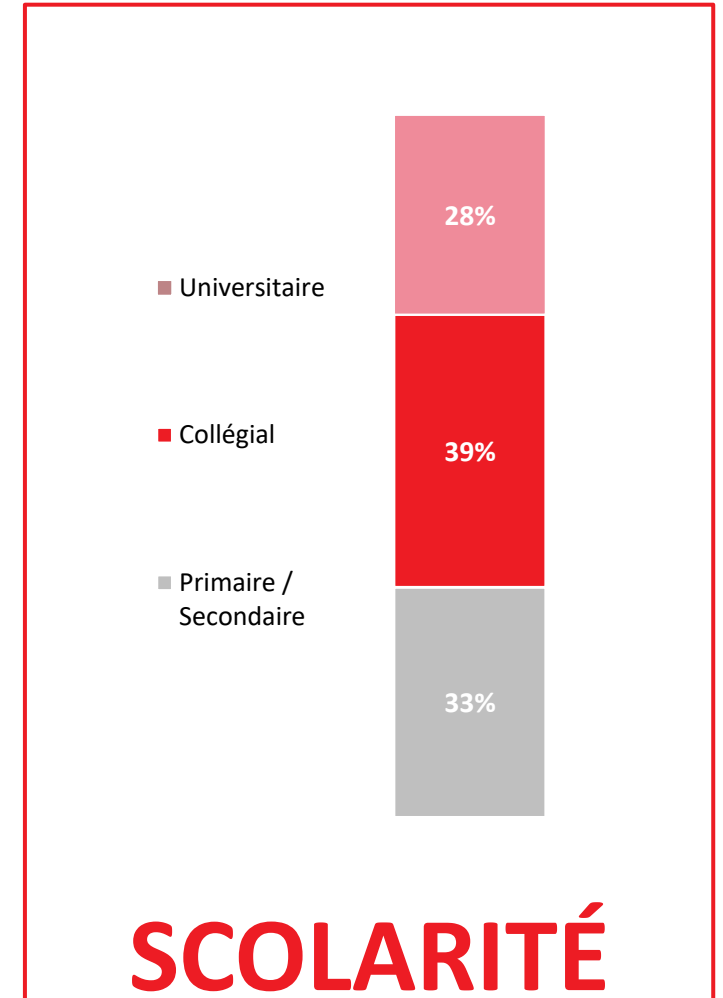
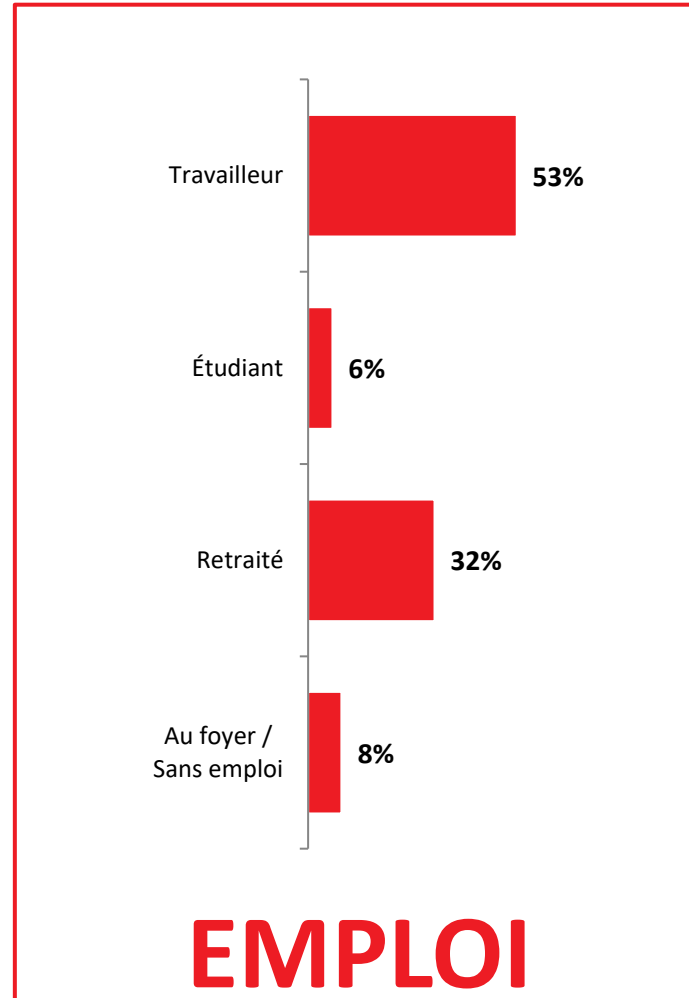
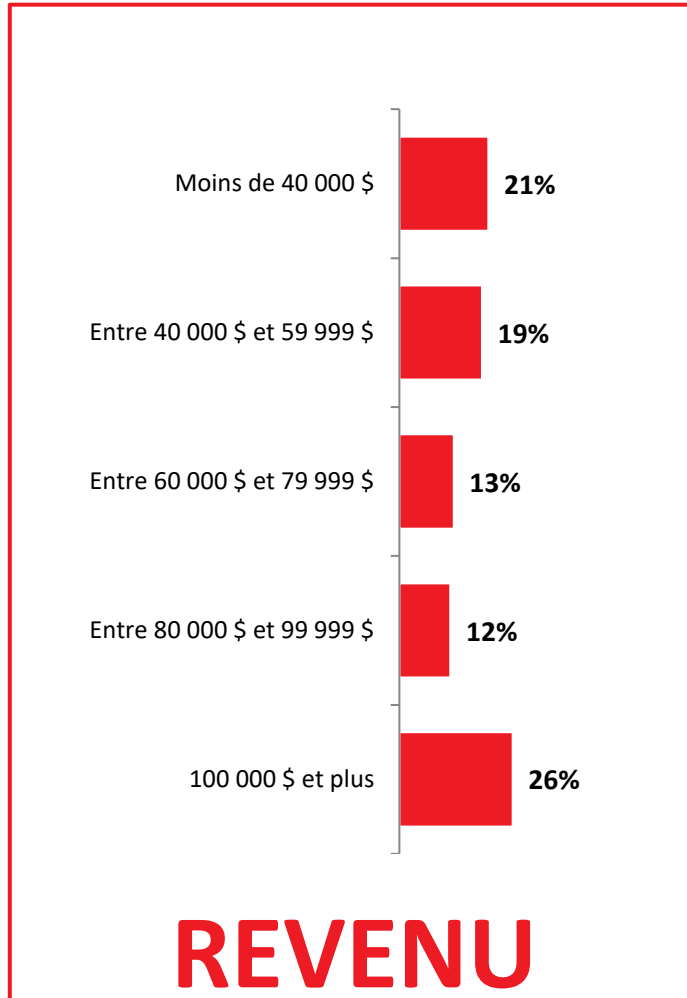


LANGUE



ENFANTS

PROFIL DES RÉPONDANT-E-S (2/2)



Base : Tous les répondant-e-s (n=1 009)

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».



ÉQUIPE


ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

Éric Chalifoux

Directeur conseil

 echalifoux@leger360.com

 514 982-2464

Équipe projet

Éric Chalifoux, Directeur conseil

Hugo Fluet, Analyste de recherche

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**
Gestion de panel
- **Léger Communauté**
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | PHILADELPHIE

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.



Léger est un commanditaire de [PAIM Canada](#), l'association officielle des professionnels agréés en analytique et intelligence marketing au Canada. PAIM respecte les normes du CRIC en matière de recherche marketing et de recherche sur l'opinion publique. PAIM Canada est approuvée à l'échelle internationale par ESOMAR et le MRII/Université de Géorgie.

Léger

Comprendre le monde

