



Laboratoire sur la
communication et le numérique
Laboratory for
communication and the digital

NOTE DE RECHERCHE 01
RESEARCH NOTE 01

Le rapport à l'information dans la littérature scientifique

1. LA MOTIVATION À S'INFORMER

**Marie-Danielle Tremblay
Alexandre Coutant**



Laboratoire sur la
communication et le numérique
Laboratory for
communication and the digital

NOTE DE RECHERCHE 01
RESEARCH NOTE 01

Le rapport à l'information dans la littérature scientifique

1. LA MOTIVATION À S'INFORMER

Marie-Danielle Tremblay
Alexandre Coutant

Les notes de recherche du LabCMO | 01

Date de publication : janvier 2024

ISBN 978-2-925449-00-3

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2024

Note réalisée avec l'appui du Conseil de recherche en sciences humaines du Canada dans le cadre du projet « InfosFiables – Les pratiques informationnelles des Québécois•es et leur confiance dans les autorités informationnelles » (programme de subventions de développement de partenariat du CRSH 2022-2025).).

Cette publication est diffusée sous la licence Creative Commons
Attribution-NonCommercial-NoDerivatives (CC BY-NC-ND).



Résumé

Le présent document constitue le premier volet d'une série de quatre revues documentaires portant sur le sujet des pratiques informationnelles. Ces incursions dans la littérature ont été conçues dans l'optique de servir de point d'ancrage à une étude plus large sur la relation des Québécois à l'actualité. Ce projet de recherche – InfosFiables, soutenu par un développement de partenariat du CRSH – réunit plusieurs acteurs majeurs du journalisme et de la communication scientifique (le LabCMO, Radio-Canada, la Chaire de journalisme scientifique Bell Média, l'Agence Science Presse, l'Association des communicateurs scientifiques du Québec, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec). Ces revues ont pour objectif d'identifier l'ensemble des éléments susceptibles d'expliquer et de comprendre le rapport des publics à l'information dans l'environnement médiatique actuel et de faire un survol des connaissances déjà acquises sur ces sujets. Ces facteurs ont été regroupés sous quatre grands thèmes, qui feront chacun l'objet d'une publication séparée. Cette première publication traitera plus spécifiquement des motivations à s'informer. Il y sera d'abord question des différents éléments qui peuvent influencer l'attention portée à l'actualité en général, ceux-ci étant principalement : les caractéristiques sociodémographiques, le rapport au politique ou le contexte d'utilisation. Par ailleurs, le thème de l'exposition accidentelle aux nouvelles sur des portails web sera abordé. En dernier lieu, ce document fera état des connaissances actuelles concernant l'intérêt des Canadiens pour les contenus informationnels. La publication suivante traitera des moyens et des sources d'informations à l'ère numérique.

Mots-clés : pratiques informationnelles, information, médias, journalisme, publics, confiance

Abstract

This publication is part of a series of four literature reviews about information practices. These documents were produced to serve as an anchor point for a broader study on the Quebecers' relationship to news media, a work that involves several major players (the LabCMO, Radio-Canada, the Bell Media Science Journalism Chair, the Science Press Agency, the Association of Science Communicators of Quebec, the Professional Federation of Quebec Journalists). The main purpose of these four documentary reviews is to identify the key elements that are likely to explain the audience's relationship with information in the current media environment and to provide an overview of the knowledge already acquired on this subject. This very paper is about the citizens' motivation to seek out news. It first addresses the question of the elements that can influence attention given to news, these being mainly: socio-demographic characteristics, relationship with politics, the context of use, etc. It then focuses on accidental exposure to news on the Internet. Lastly, it reports on current knowledge regarding Canadians' interest in informational contents. The next publication will explore the subject of the various sources of information in the digital age.

Keywords: Information Seeking and Use, Information, Media, Journalism, Publics, Trust

À propos

Marie-Danielle Tremblay est titulaire d'un baccalauréat en administration et d'une maîtrise en gestion. Après avoir travaillé en tant qu'analyste et planificatrice stratégique en agence-conseil, elle a entamé un doctorat en communication à l'UQAM. Assistante de recherche au LabCMO, elle a par ailleurs assumé à deux reprises la charge d'un cours d'éthique de la communication sur Internet. Ses principaux intérêts de recherche portent sur la transition numérique des entreprises de presse ainsi que la possibilité d'offrir de l'information de qualité dans l'environnement médiatique contemporain.

Alexandre Coutant est professeur au Département de communication sociale et publique de l'UQAM. Il est responsable de l'axe 2 du LabCMO qui porte sur les « pratiques informationnelles, les publics et l'agir politique ». Ses travaux portent sur l'appropriation des technologies et les enjeux de confiance dans des environnements sociotechniques. Il s'intéresse aux pratiques informationnelles, à la prescription des usages, aux systèmes de recommandation et à la circulation de contenus sensibles.

TABLE DES MATIÈRES

2 Introduction

4 La modélisation du rapport à l'information

5 La motivation à s'informer

5 Les facteurs sociaux

8 Le rapport au politique

11 L'exposition involontaire à l'actualité

13 Le contexte environnemental

14 L'intérêt des Canadiens pour l'actualité

15 Conclusion

18 Bibliographie

LISTE DES FIGURES

4 Figure 1 – Représentation graphique du rapport à l'information comme un système complexe

13 Figure 2 – Représentation graphique de l'exposition à l'actualité

INTRODUCTION

Le « rapport à l'information » est un concept complexe qui comporte de multiples dimensions. Dans la littérature, la question est généralement abordée sous deux angles principaux, soit celui des « pratiques informationnelles », ou celui des « usages » que les citoyens font des systèmes d'accès à l'actualité (Chaudiron et Ihadjadene, 2010). Bien que les définitions de ces concepts varient d'un auteur à l'autre, le terme « d'usage » est habituellement associé aux interactions entre l'humain et la machine, alors que celui de « pratique » concerne plutôt les comportements sociaux en contexte. Ces deux angles d'approche servent donc de point d'ancrage à la majorité des contributions scientifiques portant sur le rapport à l'information, ce qui n'empêche pas celles-ci d'être extrêmement diversifiées, le sujet étant si vaste qu'il a donné lieu à une multitude de travaux portant sur chacun des aspects de la question. Alors que les premiers courants de recherche se sont surtout intéressés aux médias et à leur utilisation (l'usage des médias de masse, l'usage de l'Internet, l'usage des téléphones portables), les objets d'étude ont rapidement évolué pour se focaliser sur les habitudes des usagers, un thème qui a produit une littérature foisonnante. Ainsi, les articles sur le sujet portent sur des dimensions aussi nombreuses que les motivations à s'informer, le sens donné à la pratique, les médias privilégiés, les sources consultées, l'interprétation des contenus ou les effets sur les opinions. Plus récemment, les chercheurs ont également tendance à prendre en compte des facteurs situationnels, comme le contexte de réception ou le rôle de l'environnement. Les recherches universitaires qui abordent ces aspects de la question demeurent cependant encore relativement rares (Chaudiron et Ihadjadene, 2010).

Par ailleurs, très peu d'études se sont appliquées à dresser un portrait global et compréhensif de tous les facteurs combinés qui interviennent dans les comportements informationnels, ce qui motive certains auteurs à prétendre qu'il ne sera peut-être jamais possible « d'élaborer une théorie générale avec une logique explicative de l'ensemble des pratiques » (Chaudiron et Ihadjadene, 2010, p.20). Bien que ce défaut de perspective amène à relativiser la portée de chaque contribution, ce champ de recherche n'en demeure pas moins très riche et de nombreuses publications permettent malgré tout de faire avancer sa

compréhension. Qui plus est, il est toujours possible de faire dialoguer les travaux portant sur les contextes de recherche d'informations avec ceux portant sur les pratiques informationnelles pour obtenir une compréhension plus rigoureuse et à portée plus générale. Dans le cadre de nos réflexions, il apparaît donc utile de présenter une première esquisse d'une partie des travaux récents pouvant aider à appréhender la nature complexe et évolutive de la relation entre les citoyens et les différentes sources d'actualité auxquels ils sont confrontés.

Cette revue documentaire servira de point d'ancrage à l'étude plus large sur les pratiques informationnelles des Québécois et leur confiance envers les autorités journalistiques, un projet de recherche qui réunit plusieurs acteurs majeurs du journalisme et de la communication scientifique (le LabCMO, Radio-Canada, la Chaire de journalisme scientifique Bell Média, l'Agence Science Presse, l'Association des communicateurs scientifiques du Québec, la Fédération professionnelle des journalistes du Québec).

Dans le contexte de ce grand projet, la présente incursion dans la littérature aura pour objectif d'identifier l'ensemble des éléments susceptibles d'expliquer et de comprendre le rapport des publics à l'information dans l'environnement médiatique actuel et de faire un survol des connaissances déjà acquises sur ces sujets. Ces facteurs seront regroupés sous **quatre grands thèmes**, qui feront chacun l'objet d'une publication séparée.

Ainsi, cette première publication traite des **motivations à s'informer**. Il y sera d'abord question des différents éléments qui peuvent influencer l'attention portée à l'actualité en général, ceux-ci étant principalement : les caractéristiques sociodémographiques, le rapport au politique ou le contexte d'utilisation. Par ailleurs, le thème de l'exposition accidentelle aux nouvelles sur des portails web sera également abordé. En dernier lieu, ce document fera état des connaissances actuelles concernant l'intérêt des Canadiens pour les contenus informationnels.

La seconde publication traitera **des moyens et des sources d'informations à l'ère numérique**. En guise d'introduction, ce chapitre abordera la question de l'accès à la technologie, en insistant sur les compétences à développer pour pouvoir consulter et s'approprier les contenus en format numérique. Ce sujet sera tout naturellement suivi par celui de l'expansion sans précédent de l'offre informationnelle. Ici, plusieurs phénomènes associés à cette réalité seront abordés, tels que la possibilité d'échapper aux mécanismes de contrôle et de diffuser n'importe quelle communication sans aucun filtre (Rebillard, 2017), le rapport brouillé à la provenance des contenus (Quéré, 2018) ainsi que la surcharge informationnelle. Ce chapitre s'achèvera par une conclusion sur l'état de la recherche concernant les rubriques « modifiées », « fabriquées » ou « trompeuses » qui circulent sur le web, un phénomène souvent désigné par les professionnels du secteur comme de la « désinformation », « malinformation », « mésinformation », ou encore, de « fausses nouvelles ».

Dans la troisième publication, il sera question du **fonctionnement des plateformes** et, plus précisément, de la manière dont le modèle d'affaires qui consiste à exploiter les données utilisateurs à des fins commerciales influence la circulation des informations sur le web. Dans l'optique de collecter un maximum de renseignements sur les internautes, les entreprises qui fondent leur richesse sur les données prennent en effet de fréquentes décisions éditoriales qui affectent la visibilité des contenus en ligne. Par l'entremise de leurs algorithmes, elles font le tri dans les milliers de rubriques créées partout sur la planète et sélectionnent celles qui seront proposées aux utilisateurs, les autres se retrouvant dès lors noyées dans les tréfonds infinis du web. Ainsi, la question des algorithmes et de leur fonctionnement ne manque pas d'intéresser les chercheurs, qui sont nombreux à s'interroger sur les effets réels de ces dispositifs sur les publics, notamment en ce qui concerne leur rapport à l'information. Le troisième volet de cette revue de littérature sera donc consacré à décortiquer ce que ces études peuvent nous apprendre sur ces nouveaux « filtres », qui se sont ajoutés à ceux traditionnellement dénoncés par la critique des médias (orientation lucrative des entreprises de presse, poids de la publicité, relations entre la presse et les pouvoirs en place) (Chomsky & Herman, 2008 [1988]). On y discutera notamment des méthodes employées par les sites pour engager leurs consommateurs (amplification de contenus, ciblage, personnalisation, etc.) et de l'état de la recherche sur les effets de ces tactiques. Bien entendu, la question de l'utilisation de ces procédés par les producteurs d'informations traditionnels et autres groupes médiatiques sera aussi abordée. Pour terminer, ce troisième volet s'intéressera aux différents outils numériques de communications, tels que les possibilités d'échange et de partages dans l'écosystème informationnel, ainsi qu'à leurs appropriations.

Enfin, la quatrième publication abordera la question de la réception et du **traitement de l'information**. On y discutera notamment des modes de consommation des contenus en ligne et de leur interprétation. Le rôle de l'entourage sur les façons de voir l'actualité sera aussi examiné en profondeur, en même temps que d'autres facteurs psychologiques et cognitifs et sociologiques ayant un impact sur la perception du monde. Cet article se terminera par un résumé des études antérieures concernant les effets des médias sur la population.

Naturellement, l'objectif de cette série de publications n'est pas de traiter chacun des thèmes décrits plus haut en grande profondeur, ou de faire une description complète de tous les ouvrages se rapportant à chaque sujet. Tel que mentionné précédemment, il s'agit plutôt de favoriser une compréhension globale du rapport à l'information en identifiant les éléments à prendre en compte

et en résumant les connaissances déjà acquises sur ces questions. Du reste, une attention spéciale sera portée à repérer les liens entre les variables et dimensions identifiées, la fonction de ce document étant ultimement de dresser les contours d'une étude qui ambitionne d'appréhender le rapport à l'information comme un système complexe d'éléments qui s'entrecroisent et interagissent (tel qu'esquissé dans le graphique suivant).

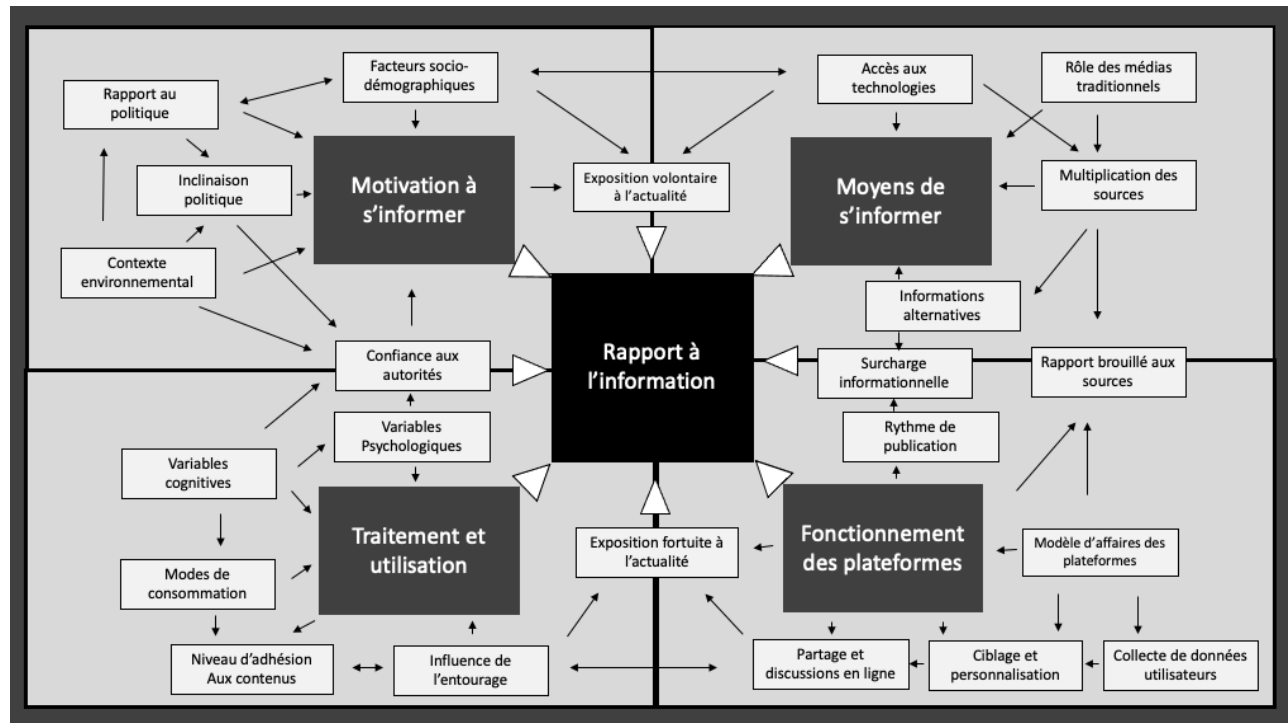


Figure 1 - Représentation graphique du rapport à l'information comme un système complexe

La modélisation du rapport à l'information

À l'évidence, le rapport à l'information peut être qualifié de phénomène complexe, un concept utilisé pour parler des objets d'étude qui comportent de nombreuses variables en interaction et en constante évolution, ce qui affecte grandement la capacité des chercheurs à les appréhender de façon globale. Dans un tel contexte, rendre le problème plus intelligible nécessite souvent d'avoir recours à la modélisation (Julo, 1995 ; Bagaoui, 2006). Dans les premières phases d'une réflexion, ces représentations schématiques permettent entre autres de formuler des hypothèses détaillées, qui ont l'avantage de prendre en compte la diversité des dynamiques entourant le sujet à l'étude (Armatte, 2005 ; Bulle, 2005). Le plus souvent, elles servent aussi à définir un certain nombre de questions de recherches, chacune de ces questions menant à des enquêtes différentes qui permettent de raffiner le modèle de base et d'accéder à une meilleure compréhension d'un phénomène humain.

Bien qu'elle ait certains avantages, la modélisation systémique comporte toutefois de nombreux inconvénients, dont celui non négligeable de donner lieu à des représentations imprécises et instables des objets d'étude (Donnadiou & Karsky, 2002). En effet, les phénomènes complexes étant en constante émergence, les modèles qui en résultent ne sont jamais complets et leurs frontières demeurent le plus souvent incertaines (Donnadiou & Karsky, 2002, Bagaoui, 2006). Certains vont même jusqu'à affirmer que les objets complexes ne peuvent être réellement compris par les chercheurs, notamment parce que les liens entre les éléments sont trop nombreux pour être

réellement appréhendés (Bagaoui, 2006). Malgré tout, cette méthode a l'avantage de prendre en compte l'effet combiné d'un ensemble de facteurs sur un même sujet d'étude, ce qui mène à des interprétations parfois différentes de celles avancées dans le cadre de travaux plus linéaires. De ce fait, la modélisation peut s'avérer un outil utile pour « réfléchir des phénomènes perçus complexes » (Gendron & Richard, 2015, p.78), comme c'est le cas des pratiques informationnelles, dès lors qu'elle est conçue comme une manière de jouer entre la précision d'études situées et la tentative d'en offrir une compréhension globale. Dans cette optique, cette revue de littérature vise ultimement à mettre en relation les différentes variables qui pèsent sur le rapport à l'information, de manière à informer et orienter notre enquête des publics francophones de l'actualité.

LA MOTIVATION À S'INFORMER

L'attention portée à l'actualité en général varie d'un citoyen à l'autre et d'un contexte à l'autre. Le plus souvent, la motivation à s'informer est de nature intrinsèque, ce qui implique que les individus pratiquent cette activité en raison de l'intérêt et du plaisir qu'ils y trouvent. Or, il est largement reconnu que le niveau d'intérêt envers l'information varie en fonction des conditions sociodémographiques telles que l'âge, le sexe ou le niveau de scolarité. Ainsi, les citoyens plus âgés ou plus scolarisés seraient plus enclins à suivre assidûment l'actualité que les personnes moins diplômées ou plus jeunes (Schramm et White, 1949, Westley & Severin, 1964 ; Penrose & al., 1974 ; Comby, 2013 ; Anderson, 2018). Un autre facteur déterminant serait le niveau d'engagement politique, une variable presque toujours corrélée à l'attention qu'un individu tend à accorder à l'actualité (Le Hay et al., 2011 ; Eveland et al., 2005 ; Strömbäck et Aalberg, 2012 ; Lecheler & de Vreese, 2017). Par extension, le contexte sociopolitique peut également constituer un facteur de motivation, surtout dans des circonstances particulières, comme les situations de crise (Austin et al., 2012 ; Procopio & Procopio, 2007) ; Bucher 2002 ; Choi & Lin, 2009 ; Stephens, & Malone, 2009). Finalement, la position dans la communauté pourrait également jouer un rôle, de même que le type d'emploi occupé (Savolainen 2008 ; Comby, 2013 ; Le Hay et al., 2011). Ainsi, ces différentes variables sont les premières qui doivent être prises en compte pour mieux comprendre le rapport des citoyens à l'information dans une communauté.

Les facteurs sociaux

Il existe un consensus assez large dans la littérature à l'effet que l'intérêt pour l'actualité varie d'abord en fonction de facteurs sociaux tels que l'âge, le revenu et le niveau d'éducation. Bien que parfois nuancée, cette thèse a été vérifiée et confirmée à maintes reprises par la recherche. Déjà en 1980, des dizaines de travaux académiques avaient par exemple pu démontrer une corrélation entre le salaire et la lecture des journaux (Burgoon & Burgoon, 2018; Schramm et White, 1949; Westley & Severin, 1964; Penrose & al., 1974; Denbow, 1975,). À cette époque plusieurs chercheurs avaient aussi observé un lien entre le niveau d'instruction et la consommation d'information. Dans une étude publiée aussi tôt que 1949, Schramm et White rapportaient déjà que les citoyens qui avaient fréquenté l'école secondaire et le collège lisaient nettement plus de nouvelles dans les quotidiens que ceux ayant arrêté leurs études au primaire (Schramm et White, 1949). Cette donnée a par la suite été confirmée par des recherches similaires qui ont notamment démontré que la proportion de citoyens qui ne suivaient pas l'actualité était plus élevée chez les personnes qui avaient moins de huit années d'instruction que chez les plus instruits (Westley & Severin, 1964; Penrose & al., 1974). Fait intéressant, les données de cette époque suggéraient que le degré de scolarisation et le statut économique étaient de meilleurs prédicteurs de l'intérêt pour l'information **chez les femmes** que chez les hommes (Schramm et White, 1949). Par ailleurs, il est à noter que ces données pourraient être liées en partie au niveau d'exposition qui est aussi corrélé à l'instruction (Poindexter & McCombs, 2001), ce qui ne change toutefois pas la conclusion selon laquelle l'éducation et la culture exercent une influence sur les pratiques informationnelles.

En somme, les individus qui se déclarent comme ayant un faible intérêt pour l'actualité sont le plus souvent des citoyens à faible revenu, à faible niveau scolaire et à faible statut professionnel. Ces derniers sont également plus jeunes et vivent dans des zones rurales (Penrose & al., 1974 ; Denbow, 1975). Par ailleurs, ces mêmes facteurs sociaux sont reconnus pour influencer le type d'informations consultées. Sur ce sujet, l'étude de Schramm et White montrait déjà en 1949 que les lecteurs ayant le moins d'instruction avaient tendance à utiliser le journal non pas pour s'informer, mais pour se divertir, c'est-à-dire qu'ils et elles s'intéressaient beaucoup plus aux nouvelles à sensation et au matériel illustré qu'aux sujets plus arides et exigeants. Inversement, les citoyens plus éduqués et ayant un statut économique plus élevé consultaient le journal surtout pour se tenir au courant des affaires publiques.

En ce qui concerne le facteur de l'âge, les chercheurs s'entendent également pour dire qu'il exerce une influence sur la consommation d'actualité. Plus précisément, les jeunes semblent avoir toujours eu bien moins d'intérêt pour les nouvelles que leurs aînés (Anderson, 2018 ; Boyadjian, 2020). Pour ce qui est des personnes plus âgées, la relation est moins claire. Bien que la plupart des études indiquent que l'appétit pour l'information a tendance à augmenter avec les années, des chercheurs avancent que cette donnée pourrait être plus nuancée. Pour appuyer ce propos, ils invoquent notamment les résultats de l'enquête de Schramm et White (1949), qui indiquent que l'activité qui consiste à consulter les nouvelles du jour perd sa fréquence lorsque les individus atteignent un certain stade de leur vie. Selon cette recherche, la lecture des journaux atteint en fait son apogée entre les âges de 30 et 50 ans. Cette contribution étant cependant assez datée, elle aurait avantage à être confirmée par des travaux plus récents.

Cela dit, contrairement à une croyance répandue, le lien entre l'intérêt pour l'actualité et le milieu social ne semble pas avoir changé avec l'arrivée du numérique. Pour s'en convaincre, il suffit de se référer à une étude de Jean-Baptiste Comby dont l'objectif était de cerner les différences dans la manière dont les individus de divers milieux sociaux appréhendent et classent les genres de l'actualité. Réalisée en France au cours de l'année 2013, l'étude s'appuie sur un corpus de quatre-vingt-six enquêtés regroupés selon une « conception tripartite de la structure sociale », c'est-à-dire en fonction de leur appartenance à la classe soit « populaire », « moyenne » ou « supérieure ». Parmi ses constats les plus intéressants, l'enquête indique notamment que le web n'apporte pas de changements significatifs à la façon de percevoir et de classer les contenus informationnels. De fait, les goûts et l'intérêt pour l'actualité continuent de varier d'un palier social à un autre, tout en demeurant stables à l'intérieur d'un même groupe d'appartenance. En d'autres termes, malgré certaines transformations au niveau de l'usage des médias, les différences traditionnellement observées entre les milieux populaires, la classe moyenne et les groupes dits supérieurs semblent être sensiblement les mêmes lorsqu'il est question des pratiques de base.

Par ses résultats, cette recherche permet de relativiser une théorie généralement admise qui soutient que l'arrivée des médias numériques aurait été accompagnée d'une fragmentation des publics et d'un « éparpillement des pratiques » ayant pour effet de « démocratiser » les contenus journalistiques et la connaissance. Sur ce point, l'étude de Comby tend plutôt à démontrer que, malgré la reconfiguration médiatique en cours, les pratiques informationnelles continuent d'être orientées par des logiques de groupe et que l'actualité remplit toujours les mêmes fonctions pour les individus associés à un même collectif d'appartenance. Ainsi, alors qu'elle représente une source d'enrichissement pour la plupart des membres des classes dites supérieures, elle est plutôt une source « de réassurance identitaire » et « d'intégration sociale » pour les citoyens de la classe moyenne et les individus moins bien dotés en capital scolaire et culturel.

Au niveau des types d'information consultées, cette étude indique que les personnes qui se situent au sommet de l'échelle sociale ont l'habitude d'exercer une sélection rigoureuse des produits journalistiques qu'elles consomment, s'attachant généralement aux genres plus complexes de

l'information, comme les articles liés aux affaires politiques, économiques ou sociales. Des contenus qui intéressent, par ailleurs, tout autant la classe moyenne, dont les membres paraissent aussi avoir une préférence pour ces rubriques, mais s'attardant pour leur part à un nombre plus limité de sujets. De fait, « là où les individus appartenant aux classes supérieures font part de leur intérêt pour l'ensemble des sujets "sérieux" dans une optique d'enrichissement de leur culture générale, les enquêtes occupant une position sociale légèrement inférieure ciblent davantage les thèmes d'actualité auxquels ils prêtent attention » (Comby, 2013, p.52). Pendant ce temps, les personnes appartenant aux classes « populaires » reconnaissent ouvertement éviter de consommer les actualités qui portent sur des sujets qu'elles jugent ennuyeux ou trop exigeants. Le plus souvent, elles disent préférer les nouvelles locales et les variétés aux articles de fond et aux reportages, une donnée également confirmée par une vaste recherche de Dominique Pasquier (2018) portant sur l'utilisation d'Internet par les familles modestes. Dans le cadre de cette étude, les personnes interrogées ont en effet déclaré en majorité préférer encore les journaux régionaux, et ce, même si elles ont maintenant la possibilité de consulter les quotidiens de partout dans le monde. En outre, ce groupe se montre généralement plutôt indifférent de savoir si l'information qu'on leur présente est bien documentée, du moins selon les travaux de Comby (2013) et ceux de Pasquier (2018).

Sur ce point, l'article de Comby précise par ailleurs que si la conscience des « hiérarchies informationnelles » (soit la capacité de différencier les sources qui sont crédibles de celles qui le sont moins) est présente à tous les niveaux de la société, seuls les citoyens les plus élevés dans l'échelle sociale semblent se soucier de cet aspect lorsqu'ils s'exposent à l'actualité. En effet, là où on note chez les individus moins diplômés un rapport plutôt ouvert face aux différents genres d'information, les membres des classes plus élevées tiennent à sélectionner avec plus de rigueur les produits journalistiques consommés, ne s'attardant que sur des contenus qu'ils et elles estiment enrichissants et qui ne constituent pas une « perte de temps ». À cela s'ajoute aussi une différence dans la manière d'évaluer les contenus, puisque ces individus apprécient la diversité que permet Internet, mais ils estiment en même temps que ce média nécessite un degré plus élevé de jugement critique pour arriver à séparer le bon du mauvais. Une préoccupation qui ne semble pas si présente chez les citoyens des classes sociales possédant moins d'instruction qui, de leur côté, ne ressentent pas le même besoin d'évaluer la qualité des contenus numériques. Cette distinction est illustrative des deux conceptions divergentes (hiérarchisée ou tous azimuts) du rôle de l'actualité dans une démocratie (Muhlmann, 2004).

Ce point a d'ailleurs été confirmé par des recherches plus récentes, notamment une enquête auprès de plus de 3000 sujets qui révèle que les individus mobilisent rarement leurs capacités de raisonnement pour tenter d'évaluer la qualité de l'information à laquelle ils sont exposés (Pennycook & Rand, 2018). Selon cette étude, l'inclination dominante est plutôt de se fier à l'instinct, en évitant de se questionner plus avant. Au demeurant, la plupart des citoyens choisissent ce qu'ils lisent en fonction de leur intérêt, sans tenter de discerner la valeur du texte, ni même de regarder la source (Pennycook et Rand, 2018). Selon Jean-Baptiste Comby, ce rapport « ouvert » à tous les types de nouvelles se traduit notamment par une consommation régulière de ce que l'auteur qualifie de « genres mineurs de l'information » soit les « faits-divers », les « histoires locales » et « l'actualité people », ce qui atteste aussi de la « valeur sociale » accordée à l'actualité par les classes populaires.

Ici, il est toutefois important de mentionner que les facteurs sociaux ne sont pas les seuls éléments à intervenir dans le choix des informations consultées, un point qui a d'ailleurs été mis de l'avant par une récente étude de Kaspar & Fuchs (2021). Dans le cadre de cette contribution, les auteurs font remarquer que des éléments comme « la personnalité » peuvent aussi jouer un rôle sur le type d'information préféré des citoyens. Dans le cadre de leurs travaux, ils ont par exemple observé que les sujets ayant des traits de personnalité de type « névrotiques » avaient tendance à fuir les

nouvelles se rapportant à l'économie et la politique et à s'intéresser beaucoup plus aux contenus portant sur le divertissement, la santé, la nutrition, la criminalité, les accidents et les catastrophes. D'un autre côté, les personnes qui affichaient un résultat élevé au trait de « l'ouverture » s'intéressaient moins au divertissement, au sport, à la criminalité, et plus à la santé, la technologie, la politique, la science, l'environnement, la nutrition, les voyages et la culture. Finalement, cette étude a l'avantage de nous rappeler que le rapport à l'actualité est un sujet qui comporte de multiples facettes et que sa compréhension doit nécessairement passer par l'évaluation de plusieurs facteurs combinés.

Le rapport au politique

S'il est largement accepté par la communauté scientifique que le rapport à l'information varie en fonction de l'âge et du statut socio-économique, l'intérêt pour la politique peut également jouer un rôle. Il s'agirait même d'un élément clé permettant de prédire l'usage des médias d'information (Eveland et al., 2005; Strömbäck et Aalberg, 2012; Lecheler & de Vreese, 2017). Ainsi, de nombreuses recherches se sont attachées à mieux comprendre les interactions entre « l'intérêt politique », « l'utilisation des médias » et « l'engagement politique » (Boulianne, 2011). Parmi les contributions notables sur cette question, mentionnons celle de Viviane Le Hay, Thierry Vedel et Flora Chanvril (2011), qui se sont interrogés sur la manière dont les citoyens civiquement engagés combinaient les différentes sources d'information à l'ère des technologies numériques. Leur recherche se fonde sur un postulat initial qui veut que la naissance d'un nouveau média donne généralement lieu à une « réorganisation des systèmes médiatiques », ce qui justifie d'accorder de l'importance à « l'interdépendance entre les différentes manières de s'informer ». Ainsi, grâce à une méthodologie permettant de traiter de nombreuses variables à la fois (et de comprendre comment ces variables s'articulent entre elles), cette étude a pu mettre en évidence **quatre grands types de pratiques informationnelles** liées à l'actualité politique. Ces types sont les suivants :

1. Une pratique centrée presque exclusivement sur la télévision
2. Une pratique centrée presque exclusivement sur l'Internet
3. Une pratique combinant la télévision et la presse écrite
4. Une pratique combinant plusieurs médias, mais surtout centré sur la radio

La première pratique est caractérisée par une **utilisation presque exclusive de la télévision**. Selon les travaux de Le Hay et al. (2011), le segment de la population qui est le plus susceptible de préférer s'informer uniquement par ce média est composé majoritairement d'employés et d'ouvriers peu diplômés qui habitent les régions rurales. Ces personnes affirment pour la plupart ne pas s'intéresser à la politique, un sujet qui occupe, en l'occurrence, peu de place dans leur vie puisqu'elles n'en discutent presque jamais et qu'elles s'abstiennent généralement de participer à la vie de la cité. Dès lors, elles prennent rarement la peine de voter, possiblement parce qu'elles disent ne pas se reconnaître dans les candidats. Néanmoins, l'étude rapporte que, lorsqu'ils et elles décident de faire quand même leur devoir civique, ces citoyens ont tendance à voter à droite.

La seconde pratique est caractérisée par une **utilisation presque exclusive de l'Internet**. Sans surprise, le tronçon de la population qui a le plus tendance à s'informer de cette manière se compose d'individus plutôt jeunes (de moins de 35 ans), dont une large proportion est encore étudiante. Tout comme les citoyens qui suivent l'actualité à la télévision, ceux qui préfèrent s'informer uniquement sur le web disent ne pas s'intéresser à la politique. Par conséquent, les sites qui abordent ce sujet ne font pas partie des plateformes consultées régulièrement, contrairement aux portails généralistes et aux médias sociaux, qui sont investis de manière beaucoup plus intensive par ce segment.

La troisième pratique est caractérisée par une **combinaison de la télévision et de la presse**

écrite. Cette préférence pour ces deux médias en particulier est le plus souvent observée chez une tranche de citoyens plus âgés et moins diplômés. Parmi ces individus, plusieurs ont pris leur retraite et les autres occupent en général des fonctions de commerçant ou d'artisan. Bien que les idées de ce groupe soient généralement plus à droite, cette étude n'a pas détecté chez eux de rapport particulier à la politique.

Enfin, la quatrième pratique est **surtout centrée sur la radio, mais inclut aussi plusieurs autres médias**, dont **notamment la presse et l'Internet**. L'usage d'une combinaison de sources d'information est surreprésenté chez les citoyens diplômés et bien nantis qui appartiennent aux catégories socioprofessionnelles supérieures. Ces personnes sont généralement très actives au niveau politique, au point que certaines se qualifient même d'activistes. Leurs idées ont tendance à être plus à gauche ou au centre que la majorité des électeurs et elles aiment discuter de leurs opinions avec leur entourage. En plus des informations puisées à la radio, les individus faisant partie de ce groupe utilisent l'Internet de manière intensive, et ce, depuis plusieurs années, mais sans toutefois s'intéresser particulièrement aux médias socionumériques (sur lesquels ils sont moins nombreux que les autres à avoir un profil). Leurs pratiques informationnelles sur ce média consistent habituellement à consulter des sites politiques ainsi que des sites d'information indépendants.

En résumé, cette étude fait ressortir trois facteurs qui semblent influencer les pratiques informationnelles politiques à l'ère du web. Tout d'abord, le facteur de **l'âge** paraît exercer une influence sur le **type de média consulté**. En effet, alors que les citoyens plus jeunes se démarquent par leur utilisation intensive de l'Internet, les personnes plus âgées continuent de préférer les médias plus traditionnels. Ensuite, le **statut socio-économique** semble être associé à une **utilisation plus ou moins diversifiée des médias**, les individus appartenant aux catégories sociales supérieures ayant tendance à varier davantage leurs sources d'information que ceux appartenant à des groupes moins diplômés. Finalement, **l'intérêt pour la politique** influence définitivement le rapport à l'information, puisque les citoyens engagés tendent à faire un usage plus intense des médias et à varier leurs sources d'informations, contrairement à ceux qui font peu de cas de la politique et ont des pratiques informationnelles beaucoup moins complexes et variées.

Parallèlement à la question du lien entre « l'intérêt politique » et « l'utilisation des médias », des recherches sont régulièrement menées pour comprendre les liens qui peuvent être établis entre l'information et les « comportements politiques » (Derville, 2017; Livingstone & Markham, 2008; Prior, 2007). Ici, l'un des thèmes qui retient le plus souvent l'attention est celui du concept « d'affiliation partisane » et de son influence sur le rapport à l'actualité (Mutz & Martin, 2001; Jerit et al., 2006; Knobloch-Westerwick & Meng, 2009; Garrett, 2009). Sur ce point, les chercheurs ont jusqu'à présent conclu que, lorsqu'ils ont le choix, les individus choisissent en majorité des médias dont les contenus correspondent à leurs convictions, ce qui implique que les citoyens font rarement l'effort de consulter des sources d'informations nouvelles ou inconnues (Garrett et al., 2013; Lecheler & de Vreese, 2017). Bien entendu, ceci n'exclut pas la possibilité qu'ils y soient confrontés sans l'avoir cherché, mais ce point sera discuté plus tard dans cette note.

Par ailleurs, l'autre thème qui retient l'attention concerne le pouvoir des médias sur l'engagement citoyen. Depuis de nombreuses années, des chercheurs provenant de disciplines variées (communication, politique) se demandent en effet si l'exposition à l'actualité peut rendre une personne plus active politiquement (Lecheler & de Vreese, 2017). Malgré les travaux réalisés sur le sujet, la réponse à cette question demeure floue. Si les études s'entendent pour dire que la consommation d'informations permet aux individus **déjà engagés civiquement** d'augmenter leur connaissance et leur intérêt envers les affaires publiques (Boulianne, 2011; Lecheler & de Vreese, 2017; Hardy & Scheufele, 2005; Nisbet & Scheufele, 2004), l'effet sur les citoyens **qui n'ont pas d'intérêt préalable pour la politique** suscite plus de controverse. D'un côté, les recherches

semblent démontrer que l'exposition accrue à des rubriques d'actualité aurait le pouvoir de modifier non seulement les connaissances, mais le niveau d'attention portée à la politique (Boulianne, 2011 ; Strömbäck & Shehata, 2010 ; Lecheler & de Vreese, 2017). Le lien entre « l'attention » et « la participation » est toutefois plus difficile à confirmer. Une hypothèse fréquemment évoquée soutient que la curiosité stimulée par un surplus d'expositions aux nouvelles du jour se répercuterait ensuite sur la motivation à s'impliquer (Boulianne, 2011). Selon cette théorie, la lecture d'un journal pourrait par exemple augmenter l'intérêt d'un citoyen pour un problème contemporain (comme la question environnementale). Par la suite, cette personne serait plus motivée à identifier des candidats qui proposent de bonnes solutions à ce problème et à voter pour ces candidats (Boulianne, 2011). Cette thèse se heurte toutefois à des difficultés de validation lorsqu'elle quitte l'environnement contrôlé des études expérimentales et qu'elle est confrontée à la complexité des pratiques informationnelles.

Parmi les chercheurs qui ont tenté de mesurer l'influence des médias sur la contribution civique, on compte notamment Shelley Boulianne (2011), qui a comparé l'**effet de différents types de média** (télévision, journaux, médias numériques) sur l'intérêt et l'engagement politique. Dans le cadre de son expérimentation, la source d'information la plus populaire auprès des individus **déjà intéressés par les affaires de l'État** s'est révélée être la télévision. Néanmoins, ce média n'a pas eu le pouvoir de stimuler l'intérêt politique des autres sujets de l'étude (c'est-à-dire ceux qui n'avaient pas d'appétit préalable pour ce genre de contenus). Étonnamment, les résultats se sont avérés différents pour Internet qui, contrairement aux autres dispositifs étudiés, a contribué à augmenter l'attention des sujets pour les affaires de l'État. Selon Boulianne (2011), ce constat s'expliquerait en grande partie par les caractéristiques particulières de la technologie numérique.

Pour expliquer sa position, l'autrice invite d'abord ses lecteurs à considérer le niveau **d'effort** associé à ce moyen de communication. Ici, la facilité d'accès qui caractérise le web ferait en sorte de diminuer l'importance de la **motivation** comme facteur explicatif de l'exposition à l'information. Tout comme c'était jadis le cas avec la télévision, les publics qui se connectent à Internet seraient plus facilement exposés à l'information sans intention préalable, ce qui leur donnerait l'occasion de développer de la curiosité pour certains sujets.

En second lieu, l'autrice attire l'**attention** sur le facteur de l'attention qui, contrairement à la motivation, continuerait d'être crucial pour comprendre les pratiques informationnelles. Or, sur cette dimension, Internet se retrouve dans la même catégorie que les journaux, en ce sens que les contenus numériques demandent souvent plus d'attention de la part des utilisateurs que la télévision par exemple, qui peut être consommée de manière passive ou en bruit de fond. Dans ces conditions, Boulianne (2011) juge possible, voire probable, que les contenus d'actualité sur le web soient traités de manière plus active par les publics, ce qui expliquerait leur plus grande capacité d'engagement.

Finalement, les capacités de **partages** offertes par les médias numériques seraient aussi à considérer puisqu'elles facilitent l'échange des contenus entre les proches et favorisent les discussions ultérieures. Une fois combinés, ces trois facteurs pourraient donc expliquer l'effet plus marqué de l'actualité en ligne sur l'intérêt politique des usagers (Boulianne, 2011).

Cette théorie de Boulianne (2011) entre cependant en conflit avec d'autres travaux sur les caractéristiques du web, notamment une recherche de Strömbäck & Shehata (2013) qui tend à démontrer que, loin d'avoir diminué avec l'arrivée du numérique, la **motivation** aurait plutôt gagné en importance comme élément déterminant du rapport à l'information. Plus précisément, ces auteurs ont montré que les préférences des individus deviennent un indicateur plus fiable des comportements médiatiques à mesure que le choix des contenus augmente. Ainsi, ceux qui adoptaient déjà un comportement d'évitement par rapport aux nouvelles avant l'arrivée du web évitent encore plus de s'y confronter aujourd'hui. Leur exposition volontaire à l'actualité devrait donc

logiquement diminuer, non augmenter. Reste à savoir si les personnes qui n'ont aucun intérêt pour l'information peuvent quand même y être confrontées de manière involontaire et quels sont les effets de cette exposition, un sujet qui sera discuté dans les pages suivantes.

L'exposition involontaire à l'actualité

Avant tout, il faut savoir que les sociétés démocratiques ont toujours compté sur l'exposition involontaire à l'actualité pour atteindre des groupes moins motivés à chercher eux-mêmes à s'informer (Fletcher et Nielsen, 2017). Alors que les journaux attiraient le lectorat avec des jeux et des bandes dessinées, la télévision misait plutôt sur les horaires et planifiait ses bulletins de nouvelles aux heures de grande écoute, souvent même après une émission populaire, afin de maximiser les chances d'atteindre une large audience. Dès lors, « le choix » n'a pas été considéré comme un facteur fondamental du rapport à l'information avant l'arrivée des chaînes spécialisées, un changement qui a conduit plusieurs experts à prédire une polarisation accrue entre les gens qui souhaitaient réellement être au courant des nouvelles et ceux qui étaient surtout intéressés par le divertissement. On soupçonnait alors que l'essor de la télévision à la carte aurait un impact négatif à la fois sur les connaissances et sur la participation politique, un soupçon qui a été confirmé par la recherche. À ce sujet, une étude de Markus Prior (2005) a notamment démontré qu'avec l'arrivée de la télévision à la carte, les Américains qui avaient une préférence marquée pour le divertissement s'étaient éloignés non seulement de l'actualité, mais de la vie politique de leur pays.

Or, le déplacement des audiences vers le numérique a fourni aux publics de nouvelles occasions d'être exposés sans le vouloir aux nouvelles du jour, que ce soit par l'entremise de messages envoyés directement par leurs proches ou distribués par les réseaux (Fletcher et Nielsen, 2017). Les publications sur ces plateformes étant composées d'un mélange de messages privés et publics, l'actualité se retrouve en effet entrelacée avec les autres types de contenus, certains bien entendu ignorés, mais d'autres pouvant parfois attirer l'attention (Bergstrom & Belfrage, 2018). En outre, les plateformes proposent souvent des liens vers des rubriques informatives affichés sous forme d'aperçus, incluant un titre et un extrait de texte, ce qui augmente leurs chances d'être lus par les utilisateurs (boyd, 2007 ; Fletcher et Nielsen, 2017). Ainsi, selon une enquête de Purcell et al. (2010), une majorité d'utilisateurs des médias sociaux déclarent tomber sur des contenus d'actualité de manière accidentelle, ce qui a selon eux pour effet de les informer sur des événements dont ils et elles n'auraient probablement rien su autrement. Pour certains citoyens, la consommation accessoire serait même devenue un moyen majeur d'obtenir des informations (Bergstrom & Belfrage, 2018 ; Yadamsuren et Erdelez 2010). En somme, les réseaux socionumériques s'imposent désormais comme des espaces où coexistent la consommation délibérée et la consommation fortuite d'actualité, ce qui ne peut manquer d'avoir un effet sur le rapport à l'information.

Parmi les auteurs qui ont tenté de mieux comprendre le phénomène d'exposition involontaire à l'actualité, mentionnons Bergstrom & Belfrage (2018), qui se sont interrogés sur l'influence des médias socio-numériques sur les pratiques informationnelles des jeunes (de 16 à 19 ans). Ici, le concept de « con-sommation involontaire » est défini comme une pratique qui consiste à consulter des contenus d'actualité **sans avoir eu l'intention préalable de le faire**. La collecte d'informations est alors considérée comme sous-jacente à d'autres activités. Or, cette étude confirme que ce phénomène est fréquent chez les jeunes et ajoute la possibilité que ces derniers se fient grandement à l'exposition fortuite pour être informés.

Dans un but similaire, Fletcher et Nielsen (2017) ont consacré une étude à explorer les différences entre les « utilisateurs » et les « non-utilisateurs » de médias socionumériques qui n'avaient pas d'intérêt particulier pour l'actualité. Plus précisément, ils ont voulu comparer le nombre de sources d'information consultées en ligne par trois différents types d'audience, soit les « non-utilisateurs des médias sociaux » (c'est-à-dire ceux qui n'y vont jamais, quelle que soit la raison), les « utilisateurs

intéressés par les nouvelles » (qui ont recours intentionnellement aux médias sociaux pour s'informer) et, finalement, les personnes qui utilisent les médias sociaux numériques pour se divertir, mais qui n'ont pas d'intérêt pour l'actualité, ce qui ne les empêche pas d'y être exposés de manière fortuite. Comme à la base l'étude ne cherchait pas à comprendre les individus qui s'informent délibérément sur les plateformes sociales, les auteurs se sont plutôt concentrés sur l'observation des deux autres catégories. Ils ont ainsi constaté que les utilisateurs des médias sociaux accidentellement exposés à l'actualité avaient tendance à voir plus de sources d'information en ligne que ceux et celles qui utilisent Internet sans jamais consulter les médias sociaux numériques. En outre, ils ont aussi montré que l'impact de cette exposition fortuite est plus prononcé chez les jeunes et chez les personnes qui s'intéressent le moins aux nouvelles. Selon Fletcher et Nielsen (2017), ces résultats impliquent qu'une exposition accidentelle aux informations sur les médias sociaux numériques pourrait potentiellement réduire les lacunes dans les connaissances résultant de l'auto-sélection des informations et, de ce fait, avoir un effet positif sur la participation politique et l'engagement civique. Ce dernier point constitue cependant une hypothèse qui n'a pas été testée dans le cadre de cette étude.

Connexe à la question de l'exposition fortuite à l'actualité sur le web, se trouve celle du rôle des contacts sociaux numériques. En effet, bien que les algorithmes de personnalisation soient largement responsables du choix des rubriques auxquelles chaque individu est exposé sur ses plateformes, ce choix est aussi influencé par les goûts et les comportements de ses relations. Sans compter que des contenus d'actualité sont aussi directement échangés entre amis (Bode, 2016). Puis, il y a les leaders d'opinion (individus considérés comme ayant une meilleure compréhension du contenu des médias), qui sont perçus comme centraux, voire cruciaux, par les internautes qui ont le désir de demeurer informés grâce aux médias sociaux numériques (Bergstrom & Belfrage, 2018). Ce profil d'utilisateur est particulièrement actif, il met régulièrement son profil à jour et publie souvent sur l'actualité, tout en prenant bien soin d'apporter un contexte aux propos rapportés. Selon les résultats de l'étude, la contribution de ces leaders d'opinion consisterait à attirer l'attention sur des informations que les autres auraient manquées. En outre, on compterait sur eux pour fournir une interprétation et un contexte aux contenus proposés, ce qui suggère que les leaders d'opinion exercent aussi une influence sur les jugements et les attitudes de leurs adeptes.

En somme, l'idée selon laquelle l'utilisation des médias sociaux numériques irait de pair avec une consommation accrue d'actualité suscite peu de débats chez les chercheurs, qui restent toutefois divisés sur la question des effets de cette consommation. À ce propos, Tewksbury et al. (2001) ont réalisé une étude comparative qui leur a permis de découvrir que l'exposition accidentelle aux nouvelles sur des portails web (tels que Yahoo) augmentait le niveau de connaissances en politiques, du moins au cours d'une année, dans les premiers temps de l'Internet (en 1998). Par ailleurs, d'autres recherches citées par Fletcher et Nielsen (2017) ont trouvé une association positive entre l'exposition fortuite aux nouvelles en ligne et la participation politique dans différents pays à travers le monde (Kim et al., 2013 ; Valeriani & Vaccari, 2015 ; Zuniga et al., 2012). Plusieurs chercheurs expriment néanmoins des doutes à ce propos. Dans un article où ils explorent l'évolution de la consommation d'information entre 2004-2005 et entre 2011-2014, Costera Meijer et Kormelink (2014) utilisent le concept de *news snacking* pour décrire la forme décontractée que prend la consommation d'actualités sur les médias sociaux numériques. Selon eux, cette pratique a pour seul but d'aider les personnes à se faire une idée des événements et non d'acquérir des connaissances approfondies ou de se faire une opinion (Costera Meijer et Kormelink, 2014). Ainsi, la façon la plus juste de considérer la consommation d'actualité sur le web serait de la comparer au « zapping » ou au fait de « feuilleter un magazine », soit des activités beaucoup plus proches du divertissement que des pratiques informationnelles.

Malgré tout, il n'est jamais exclu que cette façon de consommer les nouvelles puisse s'avérer être

un point de départ vers une consommation d'actualités plus approfondie (Bergstrom & Belfrage, 2018), surtout lorsque les circonstances s'y prêtent. Ici, il faut en effet mentionner que la motivation à s'informer peut aussi varier en fonctions de facteurs circonstanciels, tels que la situation sociopolitique, le type d'emploi occupé ou les contextes de crise. Il s'agit donc là d'un autre élément à prendre en compte pour comprendre pleinement les pratiques informationnelles des individus.

Le contexte environnemental

La littérature qui traite du contexte d'utilisation de l'information est encore assez rare, bien que plusieurs chercheurs soient persuadés qu'il s'agit en fait d'un « facteur déterminant pour comprendre la diversité des comportements informationnels » (Taylor, 1991, cité par Chaudiron et Ihadjadene, 2010, p.5). Le point de vue selon lequel l'intérêt pour l'actualité pourrait varier en fonction des circonstances a été féroce ment défendu par Robert Taylor, qui a montré en 1991 que la consommation et l'utilisation de l'information pouvaient être influencées par le type d'environnements (géographique, organisationnel et socioculturel) dans lequel un individu évoluait. Par la suite, des travaux ont confirmé que le secteur d'activité (l'emploi, les compétences requises, etc.) peut avoir un effet sur les comportements informationnels (Savolainen 2008 ; Comby, 2013 ; Le Hay et al., 2011). Bien avant cela, des chercheurs avaient aussi montré que la volonté d'être au courant de l'actualité pouvait découler d'impératifs fondamentaux (besoins affectifs ou cognitifs) qui résultent de l'environnement (politique, technologique, économique) dans lequel une société progressait (Wilson 1981, cité par Chaudiron et Ihadjadene, 2010).

Parallèlement à cela, plusieurs auteurs se sont attardés à étudier le rapport à l'information en temps de crise. Il apparaît en effet que les pratiques informationnelles peuvent être appelées à changer momentanément lorsque l'individu se voit confronté à un événement déstabilisant qui lui fait perdre ses repères et le pousse à porter une plus grande attention aux affaires de la cité. Selon Reynold & Seeger (2005), une telle crise peut prendre la forme d'une catastrophe naturelle, d'un accident industriel ou d'un acte délibéré (comme une action terroriste, un génocide ou une guerre). Dans ces cas, l'utilisation des médias aurait non seulement tendance à augmenter, mais elle pourrait même changer radicalement.

Sur cette question, la contribution de Lucinda Austin, Brooke Fisher Liu & Yan Jin (2012) est particulièrement éclairante, notamment en raison de sa revue de littérature qui a l'avantage de recenser plusieurs recherches ayant étudié la question. Parmi les travaux cités, mentionnons ceux de Procopio & Procopio, (2007) et de Bucher (2002) qui se sont intéressés au type de média privilégié en temps de crise. Selon leurs expérimentations, il semblerait que les situations déstabilisantes et inattendues soient propices à une plus grande consommation des médias socionumériques, qui sont généralement considérés comme une source d'information non filtrée et plus à jour, donc qui permet d'obtenir des renseignements non disponibles ailleurs. Sur ce point, d'autres auteurs ont par ailleurs noté que les médias socionumériques constituent généralement une source de soutien émotionnel pour les publics, un besoin qui s'avère plus pressant lorsque des événements déstabilisants se produisent, ce qui pourrait encourager une plus grande fréquentation de ces plateformes en temps de crise (Choi & Lin, 2009 ; Stephens, & Malone, 2009). Ces résultats viennent d'ailleurs appuyer les conclusions de la théorie des usages et gratifications, qui soutient que les individus choisissent les médias en fonction du nombre de besoins que ces derniers arrivent à combler, par exemple la recherche d'informations, la socialisation, le soutien émotionnel et le besoin de se connecter directement aux autres (Katz et al., 1974 ; Urista et al., 2009).

Dans l'optique de creuser davantage ce sujet, Austin et al. (2012), ont réalisé une étude sur les raisons qui poussent les publics à consulter les médias socionumériques et/ou traditionnels dans des contextes particuliers. Pour ce faire, ils ont réalisé 22 entretiens et mené une expérience en ligne auprès de 162 étudiants (un segment démographique que les auteurs justifient par une hypothèse selon laquelle l'utilisation que les plus jeunes font des médias serait annonciatrice des

tendances à venir). L'enquête a été divisée en deux parties, dont la première a servi à interroger les pratiques médiatiques courantes (de manière à pouvoir établir une base de comparaisons). Sans surprise, la première phase de l'étude a permis de confirmer que l'utilisation des médias en temps normal était motivée par des facteurs tels que « l'éducation » et le « divertissement », en plus du « maintien des relations » et du « réseautage », les deux derniers éléments étant plus spécifiquement liés aux médias numériques. Ce choix serait néanmoins appelé à changer en temps de crise, lorsque l'actualité se retrouve au centre de l'attention des publics. Dans ces circonstances, la décision d'avoir recours à un dispositif plutôt qu'un autre varierait en fonction des besoins spécifiques de l'utilisateur. Les médias de masse seraient alors choisis pour leurs vertus éducatives et les médias sociaux pour leur aptitude à fournir des informations « d'initié », en plus des possibilités qu'ils donnent d'interroger rapidement l'entourage, ce qui semble être un élément déterminant. En fait, l'autre facteur qui influencerait le choix d'une source d'information en temps de crise serait les recommandations des proches. Or, une fois choisies, ces sources deviendraient les médias privilégiés pour continuer à s'informer par la suite, ce qui implique que le réseau social d'un individu pourrait exercer une influence déterminante sur les pratiques informationnelles dans les périodes d'instabilité.

En même temps, la recherche d'Austin et al. (2012) a mis en évidence un autre fait important, à savoir que les événements qui n'affectent pas directement les individus n'ont pas une grande incidence sur leurs pratiques informationnelles. Plus précisément, il semblerait que « la commodité » et « le degré d'implication du sujet par rapport à l'incident » sont les deux facteurs qui pèsent le plus dans le choix d'une source d'information en période de crise. Ainsi, les citoyens qui ne sont pas directement concernés par un incident se contentent généralement de consommer les informations qui « leur tombent sous la main », comme les grands titres ou les articles proposés par des amis ou par les dispositifs techniques. Dans ces circonstances précises, les sujets de l'enquête ont admis recevoir passivement les renseignements qu'on leur proposait sans s'interroger sur la fiabilité de la source ni prendre la peine de creuser l'information. Néanmoins, ce comportement passif serait appelé à changer lorsqu'une tendance de discussion s'installe dans les réseaux fréquentés par un individu, ce que les chercheurs ont appelé un « point de rupture ». À ce stade, les répondants se sont dits plus enclins à commencer des démarches pour en savoir davantage. D'un autre côté, le besoin de chercher activement à se renseigner sur une crise est beaucoup plus criant pour les gens qui sont touchés de près ou de loin par l'événement, ces derniers étant appelés à consulter activement l'actualité pour se renseigner sur les mesures à prendre et les réponses à adopter. Malgré tout, il est à noter que les périodes de crise sont propices à la surcharge informationnelle et que celle-ci a pour effet de décourager les audiences (Austin et al., 2012).

En conclusion, les études récentes sur les différents facteurs de motivation qui poussent les citoyens à s'informer indiquent pour la plupart que l'élargissement des modes d'accès à l'actualité rendu possible par les nouvelles technologies numériques n'a pas changé outre mesure les goûts et l'intérêt pour l'information, qui sont plutôt liés aux conditions d'existence des personnes. Néanmoins, le déplacement des audiences vers les plateformes en ligne et les nouvelles habitudes liées au web social ont très certainement contribué à modifier certains facteurs contextuels qui pourraient avoir une influence dans le rapport à l'actualité et aux sources d'informations.

L'intérêt des Canadiens pour l'actualité

Avant d'entreprendre une recherche sur le rapport à l'information, il semble naturel de s'interroger sur le niveau d'appétit de la population pour les contenus informationnels, surtout connaissant l'importance que cette variable peut avoir sur le sujet étudié. Or, selon le dernier rapport de l'institut Reuter (Newman et al., 2021), l'intérêt général envers l'actualité est à la baisse dans la majorité des 24 pays étudiés par l'organisme depuis 2016 (incluant le Canada). Il apparaît en effet que la proportion des individus se disant très ou extrêmement intéressés par l'actualité aurait diminué en

moyenne de 5% depuis les cinq dernières années. Interrogés à ce propos, les répondants de divers groupes de discussion ont déclaré que les contenus informationnels seraient devenus trop « répétitifs », « déroutants » ou « déprimants ». Malgré cela, l'attrait pour les nouvelles semble encore assez fort au Canada, avec 69% des adultes qui déclaraient en 2018 avoir un fort intérêt pour l'information, cette donnée variant bien entendu en fonction de l'âge et des autres facteurs mentionnés plus haut (Vividata, 2018).

En ce qui concerne plus spécifiquement le Québec, les chiffres, avec toutes les limites qu'ils comportent pour décrire un phénomène aussi complexe, sont également plutôt encourageants, du moins selon une enquête récente du Centre d'études sur les médias (Langlois, Proulx et Sauvageau, 2020). Pour cette enquête, les auteurs ont basé leur réflexion sur une conception tripartite du rapport à l'information, c'est-à-dire qu'ils ont mis de côté l'habituelle classification dichotomique entre les individus « informés » et « non informés », pour découper plutôt leur population en trois sous-groupes. Plus précisément, ils ont divisé l'habituelle catégorie des gens « informés » en deux sous-catégories, soit les « très informés » qui ont un féroce appétit pour l'actualité et les « informés », qui ont un certain intérêt, mais dans une moindre mesure. La classe des « non informés » continue pour sa part de désigner ceux qui se désintéressent complètement des contenus informationnels ou qui s'en méfient.

Afin de départager ces trois types de consommateurs de nouvelles, les enquêteurs ont interrogé leurs sujets sur diverses dimensions de leur rapport à l'information. Ils les ont plus précisément questionnés sur **la fréquence à laquelle ils consultent les médias**, sur **l'importance accordée à cette pratique** et sur **leur perception quant à leur niveau de connaissance des sujets d'actualité**. Au vu des réponses à ces questions, il est apparu que près de 68% des enquêtés consultaient chaque jour l'actualité et que 22% la regardaient à l'occasion. En ce qui concerne l'importance accordée à l'information, 40% ont déclaré qu'il était « très » important pour eux de se tenir au courant des nouvelles. Étonnamment, un plus fort pourcentage, soit 43%, étaient plutôt d'avis que c'était « assez » important, mais sans plus. Malgré tout, seulement 23% des individus se considèrent comme « très informés », soit un chiffre qui contraste significativement avec les 68% qui consultent l'actualité chaque jour et les 40% qui considèrent que cette activité est très importante. Parallèlement, 56% des personnes interrogées se perçoivent comme « assez informées », ce qui démontre, selon les auteurs, l'importance de faire une distinction entre les personnes très informées et celles qui le font de manière moins rigoureuse. Encore une fois, ces données varient grandement en fonction de l'âge des répondants.

En somme, bien que cette contribution ne nous renseigne pas sur l'intérêt proprement dit des Québécois pour l'actualité, elle confirme que l'information revêt un certain intérêt pour la majorité des citoyens. Les données de cette recherche constituent donc un excellent point de départ à une étude plus approfondie de la question.

CONCLUSION

Cette note de recherche avait pour objectif de faire un survol des connaissances acquises sur les **motivations à s'informer**. Sur ce sujet, il est largement admis que le premier facteur à considérer est **l'intérêt déclaré pour l'actualité**, une donnée qui varie d'abord en fonctions de critères sociodémographiques, tels que l'âge, le niveau d'éducation et le statut professionnel. Ainsi, les individus qui se disent plus intéressés par l'information sont généralement plus âgés et plus scolarisés que ceux qui avouent ne pas porter d'intérêt à l'actualité. Le plus souvent, ils appartiennent aussi à des catégories socioprofessionnelles plus élevées. Par ailleurs, la tendance à vouloir se tenir au courant des derniers événements est habituellement corrélée à **l'intérêt pour la politique**. Ici, les études qui se sont penchées sur la question classent les gens en deux

catégories bien distinctes, c'est-à-dire ceux qui ont un intérêt pour la politique et ceux qui n'en ont pas. Alors que le premier groupe est naturellement porté à consommer des contenus informationnels qui ont pour effet d'enrichir ses connaissances, le second est moins spontanément porté vers l'actualité, ce qui, selon plusieurs recherches, ne l'empêche toutefois pas d'y trouver un certain intérêt lorsqu'il y est exposé. De fait, il est même possible que cette situation le conduise à vouloir s'informer davantage. La question est alors de savoir pourquoi une personne se retrouverait face à de l'information qu'elle n'a pas recherchée. À notre époque, une des réponses à cette question pourrait être reliée aux médias sociaux numériques, dont l'utilisation semble aller de pair avec un certain niveau de **consommation involontaire** qu'on pourrait définir comme l'activité de survoler l'actualité sans avoir eu l'intention préalable de le faire. Qui plus est, des éléments contextuels peuvent également faire en sorte d'augmenter temporairement le désir de s'exposer à l'information. Les conséquences de cette exposition demeurent néanmoins encore floues (un sujet qui sera traité plus en profondeur dans les prochains volets de cette revue de littérature).

Si on se replace dans le contexte plus large du projet de recherche sur les pratiques informationnelles des Québécois, les connaissances acquises dans cette revue de littérature serviront à orienter les réflexions sur les profils de publics qui seront esquissés au cours de l'enquête. En effet, il apparaît clair que le premier facteur qui caractérise les publics de l'actualité n'est autre que leur niveau de motivation à s'informer. Fort de cette conviction, il pourrait par exemple s'avérer pertinent de diviser la population de l'étude en trois sous-groupes, tel que suggérés par Langlois, Proulx et Sauvageau (2020), soit les personnes qui se disent « très intéressées » par l'actualité, celles « moyennement intéressées » et celles qui le sont « peu ou pas du tout ».

Au cours de l'entretien initial, il sera important de vérifier si les caractéristiques des sujets appartenant à ces diverses catégories s'accordent à la littérature, c'est-à-dire si leur statut sociodémographique et leur niveau d'intérêt pour la politique correspondent à celui dont on pourrait s'attendre dans leur situation. Leur niveau d'exposition involontaire à l'actualité sera pour sa part évalué plus tard, grâce à un logiciel permettant le suivi des activités sur les terminaux numériques. Tous ces éléments permettront d'éclairer une première dimension du rapport des publics québécois à l'information (celle regroupée sous le libellé de **la motivation à s'informer**) et de situer leur exposition globale à l'actualité, tel qu'illustré dans le graphique suivant.

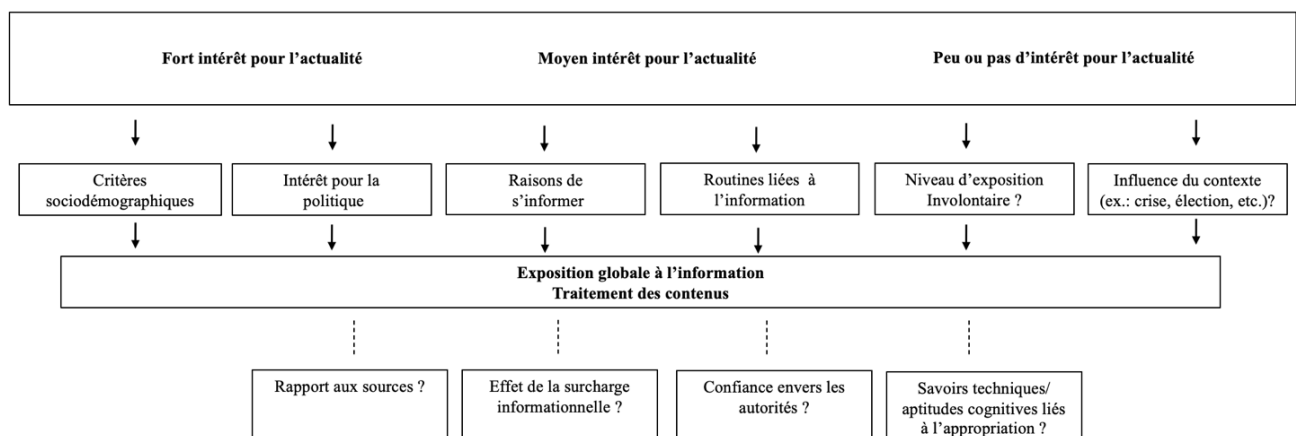


Figure 2 - Représentation graphique de l'exposition à l'actualité

Comme mentionné précédemment (et suggéré dans le tableau), la seconde dimension considérée concernera les **moyens de s'informer** et les **sources d'information consultées**. À ce stade, nous nous intéresserons à la question de l'accès à la technologie et des compétences à développer pour pouvoir consulter et s'approprier les contenus en format numérique. Des facteurs environnementaux importants comme la multiplication des sources et la surcharge informationnelle seront aussi pris en compte. Enfin, ce sera l'occasion d'aborder l'aspect de la confiance envers les médias et autres producteurs d'information, un sujet particulièrement pertinent dans un contexte où l'on s'inquiète des contenus « modifiés », « fabriqués » ou « trompeurs » qui circulent sur le web. Le prochain volet de cette revue de littérature sera ainsi consacré à faire état des connaissances actuelles sur ces sujets.

BIBLIOGRAPHIE

- ANDERSON, Bryan, « Influence of Education, Income and Age on Newspaper Use and Platform Preference », *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, vol. 9, n° 1, 2018, pp. 108-114.
- ARMATTE, Michel, « La notion de modèle dans les sciences sociales: anciennes et nouvelles significations », *Mathématiques et sciences humaines*, vol. 172, 2005, pp. 91-123.
- AUSTIN, Lucinda et al., « How Audiences Seek Out Crisis Information: Exploring the Social-Mediated Crisis Communication Model », *Journal of Applied Communication Research*, vol. 40, n° 2, 2012, pp. 188-207.
- BAGAOUI, Rachid, « La systémique, penser et agir dans la complexité, de Gérard Donnadiou et Michel Karsky (2002), Éditions Liaisons, Paris », *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, vol. 1, n° 2, 2006, pp. 219-224.
- BERGSTROM, Annika et Maria Jervelycke BELFRAGE, « News in Social Media Incidental consumption and the role of opinion leaders », *Digital Journalism*, vol. 6, n° 5, 2018, pp. 583-598.
- BODE, Leticia, « Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media », *Mass communication & society*, vol. 19, n° 1, 2016, pp. 24-48.
- BOULIANNE, Shelley, « Stimulating or Reinforcing Political Interest: Using Panel Data to Examine Reciprocal Effects Between News Media and Political Interest », *Political Communication*, vol. 28, n° 11, 2011, pp.147-162.
- BOYADJIAN, Julien, « Désinformation, non-information ou sur-information ? Les logiques d'exposition à l'actualité en milieux étudiants », *Réseaux*, vol. 222, n° 4, 2020, pp. 21-52.
- BOYD, dana, *Information Access in a Networked World*, 2007.
- BUCHER, Hans-Juergen, « Crisis communication and the Internet: Risk and trust in a global media », *First Monday*, vol. 7, n° 4, 2002.
- BURGOON, Judee K et Michael BURGOON, « Predictors of Newspaper Readership », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 57, n° 4, 1980, pp. 589-596.
- CHAUDIRON, Stéphane et Madjid IHADJADENE, « De la recherche de l'information aux pratiques informationnelles », *Études de communication*, vol. 35, 2010, pp. 13-30.
- CHOI, Yoonhyeung et Ying-Hsuan LIN, « Consumer responses to Mattel product recalls posted on online bulletin boards: Exploring two types of emotion », *Journal of Public Relations Research*, vol. 21, n° 2, 2009, pp. 198-207.
- CHOMSKY, Noam et Edward HERMAN, *La fabrication du consentement : de la propagande médiatique en démocratie*, Agone, nouvelle édition revue & actualisée, 2008, 669 p.
- COMBY, Jean-Baptiste, « L'orientation sociale des goûts en matière d'actualité », dans Josiane JOUËT et Rémy RIEFFEL (dir.), *S'informer à l'ère numérique*, PU Rennes, 2013, coll. « Res Publica », pp. 31-56.
- COSTERA MEIJER, Irene et Tim Groot KORMELINK, « Checking, Sharing, Clicking and Linking », *Digital Journalism*, vol. 3, n° 5, 2014, pp. 664-679.
- DENBOW, Carl Jon, « A Test of Predictors of Newspaper Subscribing », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 52, n° 4, 1975, pp. 744-748.
- DERVILLE, Grégory, *Le pouvoir des médias*, Presses universitaires de Grenoble, coll. « Politique en + », 2017, 224 p.

DONNADIEU, Gérard et Michel KARSKY, *La systémique, penser et agir dans la complexité*, Liaisons, 2002, 272 p.

EVELAND, William P. Jr *et al.*, « Understanding the relationship between communication and political knowledge: A model comparison approach using panel data », *POLITICAL COMMUNICATION*, vol. 22, n° 4, 2005, pp. 423-446.

FLETCHER, Richard et Rasmus Kleis NIELSEN, « Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis », *New Media & Society*, vol. 20, 2017.

GARRETT, Kelly R, « Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 14, n° 2, 2009, pp. 265-285.

GARRETT, Kelly R *et al.*, « A turn toward avoidance? Selective exposure to online political information », *Political Behavior*, vol. 35, n° 1, 2013, pp. 113-134.

GENDRON, Sylvie et Lauralie RICHARD, « La modélisation systémique en analyse qualitative : un potentiel de pensée innovante », *Recherches Qualitatives*, n° 17, 2015, pp. 78-97.

HARDY, Bruce W. et Dietram SCHEUFELE, « Examining differential gains from Internet use: Comparing the moderating role of talk and online interactions », *Journal of Communication*, vol. 55, n° 1, 2005, pp. 71-84.

JERIT, Jennifer *et al.*, « Citizens, Knowledge, and the Information Environment », *American Journal of Political Science*, vol. 50, n° 2, 2006, pp. 266-287.

JULO, Jean, *Représentation des problèmes et réussite en mathématiques. Un apport de la psychologie cognitive à l'enseignement*, Presses universitaires de Rennes, 1995.

KASPAR, Kai et Lisa Anna Marie FUCHS, « Who Likes What Kind of News? The Relationship Between Characteristics of Media Consumers and News Interest », *SAGE Open*, vol. 11, n° 1, 2021, pp. 1-12.

KATZ, Elihu *et al.*, « Utilization of Mass Communication by the Individual », dans *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, Sage Publications, 1974, pp. 19-31.

KIM, Yonghwan *et al.*, « Stumbling upon news on the Internet: Effects of incidental news exposure and relative entertainment use on political engagement Author links open overlay panel », *Computers in Human Behavior*, vol. 26, n° 6, 2013, pp. 2607-2614.

KNOBLOCH-WESTERWICK, Silvia et Jingbo MENG, « Looking the Other Way: Selective Exposure to Attitude-Consistent and Counterattitudinal Political Information », *COMMUNICATION RESEARCH*, vol. 36, n° 3, 2009, pp. 426-448.

LA HAY, Viviane *et al.*, « Usages des médias et politique : une écologie des pratiques informationnelles », *Réseaux*, vol. 6, n° 170, 2011, pp. 45-73.

LANGLOIS, Simon *et al.*, *La confiance envers les médias d'information et les médias sociaux au Québec*, Centre d'étude sur les médias (CEM), 2020, 98 p.

LECHELER, Sophie et Claes H DE VREESE, « News Media, Knowledge, and Political Interest: Evidence of a Dual Role From a Field Experiment », *Journal of Communication*, vol. 67, n° 4, 2017, pp. 545-564.

LIVINGSTON, Sonia et Tim MARKHAM, « The contribution of media consumption to civic participation », *British journal of sociology*, vol. 59, n° 2, 2008, pp. 351-371.

MUHLMANN, Géraldine, *Du journalisme en démocratie: essai.*, Payot, 2004, 350 p.

MUTZ, Diana C et Paul S MARTIN, « Facilitating Communication Across Lines of Political Difference: The

Role of Mass Media », *American Political Science Review*, vol. 95, n° 1, 2001, pp. 97-114.

NIC NEWMAN *et al.*, *Reuters Institute Digital News Report 2021*, University of Oxford, Reuters Institute Study of Journalism, 2021.

NISBET, Matthew C. et Dietram SCHEUFELE, « Political talk as a catalyst for online citizenship », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 8, n° 4, pp. 877-896

PASQUIER, Dominique, *L'Internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale*, Presses des Mines, coll. « Sciences sociales », 2018, 220 p.

PENNYCOOK, Gordon et David G. RAND, « Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning », *Cognition*, vol. 188, 2018, pp. 39-50.

PENROSE, Jeanne *et al.*, « The Newspaper Nonreader 10 Years Later: A Partial Replication of Westley-Severin », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 51, n° 4, 1974, pp. 631-638.

POINDEXTER, Paula M et Maxwell MC COMBS, « Revisiting the civic duty to keep informed in the new media environment », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 78, n° 1, pp. 113-126.

PRIOR, Markus, *Post-broadcast democracy: how media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*, Cambridge University Press, 2007, 338 p.

PRIOR, Markus, « News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout », *American Journal of Political Science*, vol. 49, n° 577-592, 2005.

PROCOPIO, Clair H. et Steven PROCOPIO T., « Do you know what it means to miss New Orleans? Internet communication, geographic community, and social capital in crisis. », *Journal of Applied Communication Research*, vol. 35, n° 1, 2007, pp. 67-87.

PURCELL, Kristen *et al.*, *Understanding the Participatory News Consumer: How Internet and Cell Phone Users Have Turned News into a Social Experience*, Pew Research Center, 2010, 63 p.

QUÉRÉ, Louis, « Confiance et vérité », Université du Québec à Montréal, 2018.

REBILLARD, Franck, « La rumeur du PizzaGate durant la présidentielle de 2016 aux États-Unis. », *Réseaux*, n° 202-203, 2017, pp. 273-310.

REYNOLDS, Barbara et Matthew SEEGER W., « Crisis and emergency risk communication as an integrative model », *Journal of Health Communication Research*, vol. 10, n° 1, 2005, pp. 42-55.

SAVOLAINEN, Reijo, « Everyday-life information seeking : approaching information seeking in the context of way of life », *Library & Information Science Research*, vol. 17, n° 3, 1995, pp. 259-294.

SCHRAMM, Wilbur et WHITE, « Age, education, economic status: Factors in newspaper reading. », *Journalism Bulletin*, vol. 26, n° 2, 1949, pp. 149-159.

SERRES, Alexandre, *Dans le labyrinthe: Évaluer l'information sur internet*, C&F Editions, 2012, 224 p.

STEPHENS, Keri K. et Patty MALONE, « If the Organizations Won't Give Us Information...: The Use of Multiple New Media for Crisis Technical Translation and Dialogue », *Journal of Public Relations Research*, vol. 21, n° 2, 2009, pp. 229-239.

STRÖMBÄK, Jesper et AALBERG, « The financial crisis as a global news event: Cross-national media coverage and public knowledge of economic affairs. », dans *How media inform democracy: A comparative approach*, 2012, pp.159-175.

STRÖMBÄK, Jesper *et al.*, « The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption: A Longitudinal Perspective », *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 25, n° 4, 2013, pp. 413-435.

STRÖMBÄK, Jesper et Adam SHEHATA, « Media malaise or a virtuous circle? Exploring the causal relationships between news media exposure, political news attention and political interest. », *European Journal of Political Research*, vol. 49, n° 5, pp. 575-597.

TAYLOR, Robert, « Information use environments », dans *Progress in Communication Sciences*, Ablex Publishing, 1991, pp. 217-255.

TEWKSBURY, David *et al.*, « Accidentally Informed: Incidental News Exposure on the World Wide Web », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 78, 2001, pp. 533-554.

URISTA, Marc A *et al.*, « Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory (2009) », *Human Communication*, vol. 12, n° 2, 2009, pp. 215-229.

VALERIANI, Augusto et Cristian VACCARI, « Accidental exposure to politics on social media as online participation equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom », *New Media & Society*, vol. 18, n° 9, 2016, pp. 1857-1874.

WESTLEY, Bruce H et Werner J. SEVERIN, « A Profile of the Daily Newspaper Non-Reader », *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 41, n° 1, 1964, pp. 45-50.

WILSON, Tom, « On user studies and information needs », *Journal of Documentation*, vol. 37, n° 1, 1981, pp. 3-15.

YADAMSUREN, Borchuluun et Sandra ERDELEZ, « Incidental Exposure to Online News », *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 47, n° 1, 2010, pp. 1-8.

ZUNIGA, Gil de *et al.*, « Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 17, n° 3, 2012, pp. 319-336