

**ÉTUDE D'ÉVALUATION  
DU JOURNAL *L'INFOBOURG***

**Réalisée dans le cadre du cours  
Laboratoire de recherche II (SOC-18880)**

**Rapport final remis le 1<sup>er</sup> mai 2008 au  
Comité populaire Saint-Jean-Baptiste**

---

**Rédigé par Bruno Hubert et David Lacasse,  
Étudiants au baccalauréat en sociologie**

**Sous la direction de Madame Andrée Fortin et  
la supervision de Madame Gabriela Hanca**

## RÉSUMÉ

Depuis près de 14 ans, le Comité populaire Saint-Jean-Baptiste publie un journal nommé *l'Infobourg*. Ce journal d'abord alternatif, mais aussi communautaire et militant, fait partie de la famille *des médias autres que de masse*. Ainsi, les premières sections de ce rapport mettent en relief l'avènement, l'histoire, l'évolution et différents éléments de contexte propres aux médias en général, aux médias écrits en particulier et aux médias alternatifs, communautaires et militants. Aussi, nous exposons dans ce rapport, des données des recensements de 2001 et de 2006 de Statistique Canada, et ce, afin de mieux connaître les caractéristiques de la population du quartier Saint-Jean-Baptiste (QSJB). Il importe aussi de savoir que *l'Infobourg* est : 1) le principal outil de communication du Comité populaire avec la population du quartier; et que 2) celui-ci n'a jamais officiellement été évalué depuis sa création. C'est pourquoi le responsable de ce Comité nous a mandatés pour en faire l'évaluation. Le Comité populaire souhaitait mesurer la portée de *l'Infobourg* et, plus précisément, connaître le portrait social du lectorat et du non-lectorat, le taux de lecture du journal, le niveau d'appréciation et l'impact de ce journal sur son lectorat. Dans ce contexte, nous avons formulé cette question de recherche : « Quel est le lectorat, le non-lectorat et l'impact du journal *l'Infobourg* ». Enfin, dans le but de pouvoir répondre aux objectifs spécifiques de cette recherche et d'être en mesure de confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous avons réalisé une enquête par questionnaire. Cette enquête révèle qu'environ 55% des copies de *l'Infobourg* distribuées de porte-à-porte dans le QSJB sont lues par au moins une personne du ménage, que la majorité des répondants se disent satisfaits du journal et qu'ils apprécient plus particulièrement les articles ayant un caractère local (c'est-à-dire propres au QSJB). Aussi, selon les résultats, il semble que le journal ait un petit impact sur son lectorat.

## FAITS SAILLANTS

Le Comité populaire Saint-Jean-Baptiste souhaite cerner plus clairement la portée sociale du journal l'*Infobourg*. Ainsi, dans cette étude, nous avons tenté de répondre à la question de recherche suivante : « Quel est le lectorat, le non-lectorat et l'impact du journal l'*Infobourg* ? »

**Première hypothèse :** Nous supposons que le taux de lecture du journal l'*Infobourg* (dans les zones où il est distribué de porte-à-porte) varie en fonction des caractéristiques sociodémographiques et socio-économiques des habitants des différents secteurs du quartier Saint-Jean-Baptiste (QSJB). Le contenu du journal nous porte à croire que les plus jeunes (*sous-hypothèse infirmée*), les plus défavorisés (*sous-hypothèse confirmée*) et les plus scolarisés (*sous-hypothèse infirmée*) sont davantage prédisposés à lire ce journal.

**Deuxième hypothèse :** Nous croyons que l'*Infobourg* contribue (*hypothèse confirmée*) à l'élaboration d'une opinion chez les lecteurs, voire même, à la modification de leurs opinions.

**Troisième hypothèse :** Nous estimons que les lecteurs sont plus intéressés (*hypothèse confirmée*) par les articles ayant une connotation locale, qui traitent des activités et faits se rapportant directement ou indirectement au quartier, que par les articles traitant de thématiques plus générales.

**Aspects méthodologiques :** Au total, 1 243 questionnaires ont été distribués selon un mode d'échantillonnage systématique, et ce, en employant un pas de sondage de 1 porte/casier accessible sur 3 recevant habituellement l'*Infobourg*. Le taux de réponse est de 20,5% (255 questionnaires dûment complétés) avec une marge d'erreur de +/- 5,9% (19 fois sur 20).

### **Quelques résultats :**

- L'*Infobourg* est d'abord un média alternatif, mais aussi de type communautaire et militant.
- Les journaux les plus lus par nos répondants sont : L'*Infobourg*, *Le Voir* et *Le Soleil*.
- Environ 55% des publications de l'*Infobourg*, distribuées de porte-à-porte dans le QSJB, sont lues par au moins une personne du ménage.
- Les répondants ayant ces caractéristiques semblent plus prédisposés à être de grands ou très grands lecteurs de l'*Infobourg* : ceux ayant un secondaire 5 ou moins comme plus haut niveau de scolarité, ceux issus de ménages moins aisés (moins de 20 000 \$ de revenu annuel brut), ceux âgés de 56 ans et plus, ceux habitant le QSJB depuis au moins 5 années consécutives, ceux ne travaillant pas à temps plein et ceux habitant des coopératives d'habitation.
- L'*Infobourg* semble globalement apprécié, autant au plan du contenu que du format.
- Le lectorat apprécie davantage les articles orientés directement sur le QSJB que ceux plus généraux.
- Les répondants ayant ces caractéristiques semblent plus prédisposés à fortement apprécier le format de l'*Infobourg* : ceux ayant un diplôme d'études professionnelles ou plus comme

plus haut niveau de scolarité, ceux issus de ménages moins aisés (19 999 \$ et moins), ceux habitant le QSJB depuis moins de 5 années consécutives et ceux étant locataires de leur résidence.

- Les répondants issus de ménages moins aisés (29 999\$ annuel brut et moins) paraissent plus prédisposés à fortement apprécier le contenu de l'*Infobourg*.
- L'*Infobourg* semble globalement avoir un léger impact sur son lectorat.
- L'*Infobourg* semble avoir plus d'impact chez les répondants de ménages ayant un revenu annuel brut de 29 999 \$ et moins.
- La majorité des répondants ont peu ou pas du tout d'implications sociales, bénévoles ou militantes.
- Il semble que l'ampleur des implications sociales, militantes et bénévoles soit en relation statistiquement significative avec les habitudes de lecture de l'*Infobourg* et l'impact de ce journal sur son lectorat.
- Près de la totalité des répondants accordent, au minimum, une grande importance à l'environnement.

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier tous ceux et celles qui ont contribué de près ou de loin à cette recherche.

Tout d'abord, un énorme merci à Messieurs Nicolas Lefebvre-Legault et Yves Gauthier pour leurs conseils et collaboration dans la réalisation de cette recherche. Un merci bien mérité aussi aux bénévoles du Comité populaire Saint-Jean-Baptiste qui ont été impliqués dans l'opération de mise en enveloppe des questionnaires ainsi que dans la tournée de distribution du questionnaire. Merci aussi à Madame Marie-Pierre Bernard pour avoir consacré de son temps pour aider au timbrage et à l'étiquetage des enveloppes.

Les commentaires et la complicité du professeur Madame Andrée Fortin qui nous ont été indispensables pour transformer ce qui nous paraissait une montagne, au début, en une expérience tellement enrichissante.

À Madame Gabriela Hanca, pour sa patience, ses indications claires, ses corrections assidues et sa disponibilité indéfectible.

Des remerciements méritent aussi d'être donnés à Madame Madeleine Pastinelli, professeure adjointe au département de sociologie, pour avoir contribué à l'amélioration de ce rapport.

Nous remercions également tous les experts qui nous ont généreusement fourni de l'information, des références, des conseils méthodologiques ou des pistes d'analyse.

## TABLE DES MATIÈRES

<u>RÉSUMÉ</u> .....	i
<u>FAITS SAILLANTS</u> .....	ii
<u>REMERCIEMENTS</u> .....	iv
<u>TABLE DES MATIÈRES</u> .....	v
<u>Liste des tableaux</u> .....	viii
<u>Liste des graphiques</u> .....	xi
<u>INTRODUCTION</u> .....	1
<u>1 - QUE SONT LES MÉDIAS ?</u> .....	3
<u>2 - LES MÉDIAS ÉCRITS</u> .....	4
<u>2.1 - FONCTIONS SOCIALES DES MÉDIAS ÉCRITS</u> .....	5
<u>2.2 - SPÉCIFICITÉS DES MÉDIAS ÉCRITS</u> .....	6
<u>2.3 - LIMITES DES MÉDIAS ÉCRITS</u> .....	6
<u>2.4 - FONCTIONNEMENT DES MÉDIAS ÉCRITS</u> .....	7
<u>3 - L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX TYPES DE MÉDIAS ÉCRITS : LES MÉDIAS AUTRES QUE DE MASSE</u> .....	9
<u>3.1 - LES MÉDIAS ALTERNATIFS</u> .....	9
<u>3.1.1 - Thèmes abordés par les médias alternatifs</u> .....	10
<u>3.1.2 - Modes de fonctionnement des médias alternatifs</u> .....	11
<u>3.2 - LES MÉDIAS MILITANTS</u> .....	11
<u>3.3 - LES MÉDIAS COMMUNAUTAIRES</u> .....	12
<u>3.3.1 - Thèmes abordés par les médias communautaires</u> .....	13
<u>3.3.2 - Aspects historiques des médias communautaires</u> .....	14
<u>3.3.3 - Lectorat des médias communautaires</u> .....	14
<u>3.3.4 - Modes d'organisation des médias communautaires</u> .....	14
<u>3.3.5 - Financement des médias communautaires</u> .....	15
<u>3.4 - DIFFÉRENCES ET RESSEMBLANCES ENTRE LES MÉDIAS ALTERNATIFS, COMMUNAUTAIRES ET MILITANTS</u> .....	15

<u>4 - LE QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE, LE COMITÉ POPULAIRE SAINT-JEAN-BAPTISTE ET LE JOURNAL L'INFOBOURG</u> .....	18
<u>4.1 - HISTORIQUE DU QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE</u> .....	18
<u>4.2 - TERRITOIRE DU QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE</u> .....	20
<u>4.3 - CARACTÉRISTIQUES DU QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE</u> .....	20
<u>4.4 - PORTRAIT SOCIAL DES RÉSIDANTS DU QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE</u> .....	22
<u>4.4.1 - Population et superficie</u> .....	22
<u>4.4.2 - Âge de la population</u> .....	23
<u>4.4.3 - Plus haut niveau de scolarité atteint</u> .....	25
<u>4.4.4 - Taille des ménages</u> .....	26
<u>4.4.5 - Revenus des individus et des ménages</u> .....	26
<u>4.4.6 - Statut de propriétaire versus de locataire de la résidence habitée</u> .....	29
<u>4.5 - LE JOURNAL L'INFOBOURG DU COMITÉ POPULAIRE SAINT-JEAN-BAPTISTE</u> .....	29
<u>4.5.1 - Origine et mode de distribution</u> .....	30
<u>4.5.2 - Financement et bénévolat</u> .....	31
<u>4.5.3 - Le journal l'Infobourg : quel type de média est-il ?</u> .....	32
<u>5 - QUESTION DE RECHERCHE ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES</u> .....	35
<u>6 - HYPOTHÈSES ET OPÉRATIONNALISATION</u> .....	36
<u>7 - ASPECTS MÉTHODOLOGIQUES DE L'ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE</u> .....	38
<u>7.1 - SECTIONS DU QUESTIONNAIRE</u> .....	38
<u>7.2 - POPULATION À L'ÉTUDE</u> .....	39
<u>7.3 - MÉTHODE DE COLLECTE ET ÉCHANTILLONNAGE</u> .....	40
<u>7.4 - TAUX DE RÉPONSES, MARGE D'ERREUR ET REPRÉSENTATIVITÉ DE L'ÉCHANTILLON</u> .....	43
<u>7.5 - LIMITES ET PORTÉES DE L'ÉTUDE</u> .....	44
<u>7.6 - MÉTHODE DE CONCEPTION DE LA TYPOLOGIE ET DES ÉCHELLES</u> .....	45
<u>7.6.1 - Typologie sur les implications sociales, militantes et bénévoles</u> .....	46
<u>7.6.2 - Échelle sur le niveau d'appréciation du format de l'Infobourg</u> .....	46
<u>7.6.3 - Échelle sur le niveau d'appréciation du contenu de l'Infobourg</u> .....	47
<u>7.6.4 - Échelle sur l'impact de l'Infobourg sur son lectorat</u> .....	48
<u>8 - PRÉSENTATION ET ANALYSE DES DONNÉES DE L'ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE</u> .....	49
<u>8.1 - CARACTÉRISTIQUES SOCIO-ÉCONOMIQUES ET SOCIODÉMOGRAPHIQUES</u> .....	49
<u>8.1.1 - Répartition de nos répondants et des résidants du QSJB, selon le secteur de recensement</u> .....	51
<u>8.1.2 - Répartition de nos répondants et des résidants du QSJB, selon le sexe</u> .....	51
<u>8.1.3 - Répartition de nos répondants et des résidants du QSJB, selon l'âge</u> .....	52
<u>8.1.4 - Répartition de nos répondants et des résidants du QSJB, selon le niveau de revenu brut annuel des ménages</u> .....	53

<u>8.1.5 - Répartition de nos répondants et des résidants du QSJB, selon le niveau de scolarité</u> .....	54
<u>8.1.6 - Répartition de nos répondants et des résidants du QSJB, selon le statut de propriétaire ou de locataire de la résidence</u> .....	56
<u>8.1.7 - En conclusion</u> .....	56
8.2 - <u>HABITUDES DE LECTURE</u> .....	57
8.3 - <u>APPRÉCIATION DU JOURNAL L'INFOBOURG</u> .....	68
<u>8.3.1 - Appréciation du format du journal l'Infobourg</u> .....	69
<u>8.3.2 - Appréciation du contenu du journal l'Infobourg</u> .....	74
<u>8.3.3 - Appréciation globale du journal l'Infobourg</u> .....	78
8.4 - <u>IMPACT DU JOURNAL L'INFOBOURG SUR SON LECTORAT</u> .....	79
8.5 - <u>IMPLICATIONS SOCIALES, MILITANTES, BÉNÉVOLES, CULTURELLES ET ENVIRONNEMENTALES</u> .....	85
9 - <u>INTERPRÉTATION ET DISCUSSION</u> .....	91
<u>9.1 - CONFIRMATION ET/OU INFIRMATION DE NOS HYPOTHÈSES</u> .....	91
<u>9.2 - INTERPRÉTATION</u> .....	93
<u>9.2.1 - Habitudes de lecture</u> .....	94
<u>9.2.2 - Appréciation globale de l'Infobourg (contenu et format)</u> .....	95
<u>9.2.3 - Implications sociales, militantes, bénévoles, culturelles et environnementales</u> .....	96
<u>CONCLUSION</u> .....	98
<u>BIBLIOGRAPHIE</u> .....	99
<u>ANNEXE 1 - SCHÉMA D'OPÉRATIONNALISATION</u> .....	101
<u>ANNEXE 2 - LETTRE DE SOLlicitATION ET QUESTIONNAIRE-SYNTHESE</u> .....	105
<u>ANNEXE 3 - CARTE DES SECTEURS DE RECENSEMENT DU QSJB</u> .....	116
<u>ANNEXE 4 - TABLEAUX DE DONNÉES DES RECENSEMENTS DE STATISTIQUE CANADA DE 2001 ET 2006</u> .....	118
<u>ANNEXE 5 - TABLEAUX DE RÉSULTATS DES ANALYSES BIVARIÉES</u> .....	122
<u>ANNEXE 6 - COMMENTAIRES AUX QUESTIONS OUVERTES DU QUESTIONNAIRE</u> .....	135
<u>ANNEXE 7 – DÉFINITIONS DES TERMES STATISTIQUES UTILISÉS</u> .....	138

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 -	Principaux sujets abordés par les médias alternatifs.....	11
Tableau 2 -	Population du QSJB selon les secteurs de recensement en comparaison avec la ville de Québec, 2001 et 2006.....	21
Tableau 3 -	Densité de la population des secteurs de recensement du quartier Saint-Jean-Baptiste et de la ville de Québec en 2006.....	22
Tableau 4 -	Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2006, selon le statut de propriétaire ou de locataire de la résidence habitée (en %).....	28
Tableau 5 -	Synthèse de la compilation : types d'articles selon leur orientation sur le quartier ou non.....	32
Tableau 6 -	Comparaisons des proportions de logis par secteur de recensement.....	40
Tableau 7 -	Taux de réponse.....	42
Tableau 8 -	Répartition des répondants de l'enquête et des logis, selon le secteur de recensement du QSJB (en %).....	50
Tableau 9 -	Répartition des répondants de l'enquête et des résidants, selon le sexe et les secteurs de recensement du QSJB (en %).....	51
Tableau 10 -	Répartition des répondants de l'enquête (échantillon), selon l'âge et les secteurs de recensement du QSJB (en %).....	52
Tableau 11 -	Répartition des résidants (population), selon l'âge et les secteurs de recensement du QSJB (en %).....	52
Tableau 12 -	Répartition des répondants de l'enquête (échantillon), selon le niveau de revenu et les secteurs de recensement du QSJB (en %).....	53
Tableau 13 -	Répartition des résidants (population), selon le niveau de revenu brut des ménages et les secteurs de recensement du QSJB (en %).....	53
Tableau 14 -	Répartition des répondants de l'enquête (échantillon) de 18 ans et plus, selon le plus haut niveau de scolarité complété et les secteurs de recensement du QSJB (en %).....	54
Tableau 15 -	Répartition des résidants (population) de 20 ans et plus, selon le plus haut niveau de scolarité atteint et les secteurs de recensement du QSJB (en %).....	54
Tableau 16 -	Répartition des répondants de l'enquête et des ménages, selon le statut de propriétaire ou de locataire de la résidence et les	

	secteurs de recensement du QSJB (en %)	55
Tableau 17 -	Estimation de la lecture des journaux en 2007 (en %) à partir de la question 10 : <i>Au cours de l'année 2007, quelle proportion de ces journaux estimez-vous avoir lus ?</i>	57
Tableau 18 -	Estimé des taux moyens de lecture du journal l' <i>Infobourg</i> , selon le revenu annuel brut des ménages, l'âge et le niveau de scolarité	59
Tableau 19 -	Appréciation du format du journal l' <i>Infobourg</i> (en %) tirée de la question 14 : <i>En tant que lecteur de l'Infobourg (version papier), pourriez-vous nous dire jusqu'à quel point vous êtes satisfaits ou insatisfaits de chacun de ces éléments de format ?</i>	68
Tableau 20 -	Appréciation du contenu du journal l' <i>Infobourg</i> (en %) tirée de la question 15 : <i>En tant que lecteur de l'Infobourg (version papier), pourriez-vous nous dire jusqu'à quel point vous appréciez les éléments de contenu (articles) suivants ?</i>	73
Tableau 21 -	Impact dans la vie quotidienne (en %) du journal l' <i>Infobourg</i> tirée de la question 19 : <i>À la lecture de l'Infobourg (version papier), croyez-vous que ce journal a, au regard des aspects suivants, un impact dans votre vie quotidienne ?</i>	78
Tableau 22 -	Implications sociales, militantes et bénévoles (en %)	84
Tableau A1 -	Répartition des résidants des secteurs de recensement du quartier Saint-Jean-Baptiste et de la ville de Québec en 2001, selon l'âge (en %)	117
Tableau A2 -	Répartition des résidants des secteurs de recensement du quartier Saint-Jean-Baptiste et de la ville de Québec en 2006, selon l'âge (en %)	117
Tableau A3 -	Répartition des résidants de 20 ans et plus des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2001, selon le plus haut niveau de scolarité atteint (en %)	118
Tableau A4 -	Répartition des résidants de 25 ans et plus des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2006, selon le plus haut niveau de scolarité atteint (en %)	118
Tableau A5 -	Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2001, selon la taille du ménage (en %)	119
Tableau A6 -	Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2006, selon la taille du ménage (en %)	119
Tableau A7 -	Répartition des individus âgés de 15 ans et plus à partir des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2001, selon le revenu total (en %)	119
Tableau A8 -	Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et	

de la ville de Québec en 2001, selon le revenu total (en %)..... 119

## LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 - Répartition des résidants des secteurs de recensement du quartier Saint-Jean-Baptiste et de la ville de Québec en 2006, selon l'âge (en %)	23
Graphique 2 - Répartition des résidants de 20 ans et plus des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2001, selon le plus haut niveau de scolarité atteint (en %)	24
Graphique 3 - Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2006, selon la taille du ménage (en %)	25
Graphique 4 - Répartition des individus âgés de 15 ans et plus des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2001, selon le revenu total (en %)	26
Graphique 5 - Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2001, selon le revenu total (en %)	27
Graphique 6 - Fréquence d'information par le biais d'Internet (en %) à partir de la question 11 : <i>Diriez-vous que vous êtes une personne qui s'informe tous les jours, toutes les semaines tous les mois, toutes les années ou jamais par le biais d'Internet ?</i>	58
Graphique 7 - Habitudes de lecture du journal l' <i>Infobourg</i> , selon le plus haut niveau de scolarité complété (en %)	61
Graphique 8 - Habitudes de lecture du journal l' <i>Infobourg</i> , selon le revenu brut du ménage (en %)	62
Graphique 9 - Habitudes de lecture du journal l' <i>Infobourg</i> , selon l'âge (en %)	63
Graphique 10 - Habitudes de lecture du journal l' <i>Infobourg</i> , selon le nombre d'années d'habitation consécutives dans le QSJB (en %)	64
Graphique 11 - Habitudes de lecture du journal l' <i>Infobourg</i> , selon la principale occupation professionnelle (en %)	65
Graphique 12 - Habitudes de lecture du journal l' <i>Infobourg</i> , selon le type de résidence habitée (en %)	66
Graphique 13 - Niveau d'appréciation du format de l' <i>Infobourg</i> , selon le plus haut niveau de scolarité complété (en %)	70
Graphique 14 - Niveau d'appréciation du format de l' <i>Infobourg</i> , selon le revenu brut annuel du ménage (en %)	70
Graphique 15 - Niveau d'appréciation du format de l' <i>Infobourg</i> , selon le nombre d'années d'habitation consécutives dans le QSJB (en %)	71

Graphique 16 - Niveau d'appréciation du format de l' <i>Infobourg</i> , selon le statut de propriétaire versus de locataire de la résidence (en %)	72
Graphique 17 - Niveau d'appréciation du contenu de l' <i>Infobourg</i> , selon le revenu du ménage (en %)	75
Graphique 18 - Niveau d'appréciation du format (Q16) et du contenu (Q17) de l' <i>Infobourg</i> (en %)	76
Graphique 19 - Impact global de l' <i>Infobourg</i> (Q20) dans la vie quotidienne (en %)	79
Graphique 20 - Impact du journal l' <i>Infobourg</i> sur son lectorat, selon le revenu annuel brut du ménage (en %)	81
Graphique 21 - Impact du journal l' <i>Infobourg</i> sur son lectorat, selon l'âge (en %)	82
Graphique 22 - Impact du journal l' <i>Infobourg</i> sur son lectorat, selon statut de propriétaire versus de locataire de la résidence (en %)	82
Graphique 23 - L'ampleur des implications, selon les habitudes de lecture du journal l' <i>Infobourg</i> (en %)	85
Graphique 24 - L'ampleur des implications, selon l'impact de l' <i>Infobourg</i> sur son lectorat (en %)	86
Graphique 25 - Estimation du nombre de sorties culturelles (Q27) au cours de l'année 2007 (en %)	86
Graphique 26 - Importance accordée à l'environnement (en %) tirée de la question 28 : <i>Dans vos choix et décisions de la vie quotidienne, jusqu'à quel point diriez-vous que vous accordez une importance à l'environnement ?</i>	87
Graphique 27 - L'importance accordée à l'environnement, selon l'impact de l' <i>Infobourg</i> sur son lectorat (en %)	88

## INTRODUCTION

Cette étude d'évaluation du journal *l'Infobourg* est réalisée dans le cadre du cours *Laboratoire de recherche en sociologie*. En fait, ce cours se veut une occasion rêvée pour les étudiants inscrits en sociologie à l'Université Laval: 1) d'accomplir, de l'offre de services à la communication orale des résultats, un projet de recherche, et ce, tout en étant encadrés par une compétente et expérimentée équipe de professeurs du département de sociologie; 2) de confirmer ou infirmer son choix vocationnel; et 3) de cristalliser ses apprentissages à l'intérieur d'un projet de recherche réel et concret. Ainsi, dans le cadre du présent rapport de recherche, c'est le Comité populaire Saint-Jean-Baptiste qui se veut le client-commanditaire. Au terme de cette recherche, le représentant de ce Comité (Monsieur Nicolas Lefebvre-Legault) souhaitait pouvoir trouver réponse à chacun des éléments suivants :

« Le journal est-il lu et, si oui, par qui et pour quoi ? Le lectorat trouve-t-il dans le journal l'information qu'il recherche, qu'est-ce que les gens aiment y lire, que voudraient-ils y voir de plus ou de moins ? Quels sont les sujets que les gens aimeraient voir traités ? Quel est l'impact du journal sur leur connaissance des enjeux du quartier, de la ville, de la province, du pays et du monde ? »<sup>1</sup>

Ainsi, ce rapport est divisé en plusieurs chapitres et sous-chapitres. Dans le premier chapitre, nous réalisons une brève mise en contexte sur l'univers des médias en général. Dans le deuxième chapitre, nous concentrons notre analyse sur l'univers des médias écrits. Nous abordons des éléments concernant l'évolution, les fonctions sociales, les spécificités, les limites et les caractéristiques de fonctionnement des médias écrits. À la lecture de cette section, il sera possible de cerner les traits des médias de masse qui favorisent l'existence des médias alternatifs, communautaires et militants. Dans le troisième chapitre, une présentation *des médias autres que de masse* (alternatifs, communautaires et militants) est réalisée. Les thèmes abordés et les modes de fonctionnement de ces médias y sont exposés. Ensuite, dans le quatrième chapitre, nous présentons l'historique, le territoire et les caractéristiques du quartier Saint-Jean-Baptiste (QSJB) et de sa population. Aussi, nous présenterons l'outil de communication de ce quartier, c'est-à-dire le journal *l'Infobourg*. Donc, ces quatre premiers chapitres fournissent un éventail de connaissances essentielles permettant de cerner l'univers dans lequel évolue, au sens large, le journal *l'Infobourg*.

---

<sup>1</sup> Citation issue de l'appel d'offres du Comit\_ populaire Saint-Jean-Baptiste.

Dans les trois chapitres suivants (chapitre 5, 6 et 7), nous présentons les questions de recherche, les hypothèses et la méthodologie qui ont constitué le point de départ de la recherche de terrain. D'une manière plus spécifique, dans le cinquième chapitre, nous présentons la question de recherche et les objectifs spécifiques de l'étude, et, dans le sixième chapitre, les hypothèses et l'explication de certains concepts du schéma d'opérationnalisation. Enfin, nous mettons en relief les éléments méthodologiques pertinents à l'enquête par questionnaire, soit les sections du questionnaire, la population à l'étude, la méthode de collecte et d'échantillonnage, les taux de réponse par secteur de recensement, la marge d'erreur, la représentativité de l'échantillon des répondants, les limites et portées de l'étude et la méthode de conception de la typologie et des échelles.

Enfinement, les deux derniers chapitres (chapitre 8 et 9) portent sur la présentation et l'analyse des données de l'enquête par questionnaire. Le chapitre 8 présente les réponses recueillies en suivant le découpage proposé dans le questionnaire : caractéristiques socio-économiques et sociodémographiques, habitudes de lecture, appréciation du journal *l'Infobourg* (contenu et format), impact du journal sur son lectorat et les implications sociales, militantes, bénévoles, culturelles et environnementales des répondants. Ces résultats ont servi par la suite de base à une interprétation et à la discussion des données recueillies tout au long de ce rapport (chapitre 9). Enfin, les principaux instruments de recherche ainsi que les définitions des termes statistiques utilisés sont joints en annexe à ce rapport.

## 1 - QUE SONT LES MÉDIAS ?

Avant d'aborder de manière spécifique l'univers auquel appartient le journal *l'Infobourg*, c'est-à-dire celui des médias écrits alternatifs, communautaires et militants, il est opportun de présenter brièvement quelques éléments plus généraux sur le vaste univers des médias. La radio, la télévision, le cinéma, les NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication, tel Internet) et la presse écrite sont les principaux types de supports médiatiques existants. Quel que soit le support utilisé, ces différents types de médias ont tous un point en commun : la communication. Les divers médias diffusent un message destiné à un nombre indéterminé d'individus qui recevront tous le même contenu. Bien sûr, chaque auditeur développe une compréhension personnelle du message de l'émetteur. Nous pouvons définir la notion de média comme suit :

« Étymologiquement, le mot vient du latin *media* (pluriel de *medium*) qui signifie « moyens ». Dans le domaine qui nous occupe, on appelle « moyen de communication » tout système de relation qui rend possible soit le déplacement de personnes ou de biens (les systèmes de transport, par exemple), soit l'échange symbolique, c'est-à-dire l'échange de messages, d'idées ou d'informations. Quant à l'expression « moyen de communication de masse » ou *mass media*, des plus courantes aujourd'hui, elle désigne les supports techniques qui assurent de façon massive l'échange symbolique dans une société hautement industrialisée comme la nôtre. » (Raboy, 2000, p. XI)

À la lumière de cette définition, il est possible de dire qu'un média se définit par son contenu (les propos qu'il émet) et par son moyen d'expression (audio, audiovisuel, papier, électronique). Nous pourrions aussi ajouter que l'effervescence technologique entourant ces moyens d'expression a permis l'avènement de la communication de masse, ayant rendu possible la diffusion de toutes sortes de messages à un vaste public. Nous verrons dans ce qui suit comment la « communication de masse » a aussi favorisé l'essor d'une presse alternative, communautaire et militante.

## 2 - LES MÉDIAS ÉCRITS

Après avoir donné une définition plus générale des médias, nous présenterons brièvement quelques-unes des caractéristiques les plus importantes des médias écrits. Ces derniers sont constitués d'un ensemble de techniques permettant la reproduction d'écrits et d'illustrations sur un support principalement en papier. Le support électronique, quant à lui, n'est apparu que récemment avec l'essor d'Internet.

Historiquement, c'est l'invention de l'imprimerie de Johannes Gutenberg, au 15<sup>e</sup> siècle, qui est le point d'ancrage de l'évolution des médias écrits. L'invention de l'imprimerie a contribué à une plus grande facilité dans la diffusion de l'information et, du même coup, du savoir. C'est toutefois à la fin du 19<sup>e</sup> siècle que sont apparus les premiers journaux quotidiens à grand tirage. Pour la première fois dans l'histoire, des nouvelles d'actualité sont publiées et diffusées par une technique industrielle (Balle, 1997, p.5). La presse écrite atteindra son apogée dans la première moitié du 20<sup>e</sup> siècle. Dans les pays industrialisés, sa lecture devient rapidement une habitude. Les médias écrits constituent aujourd'hui l'un des moyens d'expression essentiels pour les acteurs d'une société démocratique, car ils jouent un rôle prépondérant dans la formation de l'opinion publique. De plus, la communication de masse favorise la discussion des idées et implicitement, elle encourage le débat démocratique

Les moyens de production des journaux connaissent continuellement des changements, des innovations et de nouveaux *produits* sont régulièrement lancés (Raboy, 2000, p. 5). Toute une industrie s'est mise en place autour de la production de la presse écrite :

« Par la masse des capitaux qu'elle mobilise, le nombre de ses salariés, l'importance de ses investissements en matériel et immeubles, de sa consommation de matières premières, par la valeur de sa production, la presse est une industrie que son chiffre d'affaires classe le plus souvent, dans les pays occidentaux, du quinzième au vingt-cinquième rang des grands secteurs de l'économie nationale. » (Albert, 1985, p.21)

La présence des médias écrits dans les sociétés et leur influence sociale sont facilement démontrables. En effet, d'énormes empires privés, comme Quebecor, Hollinger et Power Corporation ont pris place au Canada dans cette sphère d'activité. Les médias écrits peuvent être considérés comme des industries culturelles sous plusieurs aspects (politiques,

économiques, sociaux et internationaux). Les industries culturelles sont définies par ces activités industrielles qui, à leur tour, produisent et commercialisent des discours, des images, des sons, des arts, selon des techniques de reproduction en série (Rieffel, 2001, p.66). En résumé, outre la diffusion de l'information, cette *industrie* est devenue l'une des plus influentes dans l'organisation globale des sociétés contemporaines.

## 2.1 - FONCTIONS SOCIALES DES MÉDIAS ÉCRITS

Dans l'étude des médias écrits, ce n'est pas la qualité du papier ou le format du journal qui est le plus intéressant, mais plutôt les idées véhiculées (Albert, 1985, p.8). Pierre Albert propose de faire une analyse de la presse écrite à travers ses fonctions sociales. Plus précisément, il identifie quatre fonctions. Ces dernières ne sont toutefois pas nécessairement remplies par chacun des médias écrits, mais au minimum, une des fonctions se concrétisera à l'intérieur de chacun d'eux. La priorité accordée à certaines fonctions au détriment des autres varie selon les types de médias écrits. Ces fonctions sont :

- ⇒ l'information;
- ⇒ le divertissement;
- ⇒ la psychothérapie;
- ⇒ l'intégration sociale. (Albert, 1985, p.22)

La première fonction sociale des médias est celle d'information. Elle se résume à la transmission de connaissances et de nouvelles qui, par contre, peut être influencée parfois par la subjectivité du journaliste lorsqu'il transmet les éléments de l'actualité. La deuxième fonction des médias, telle qu'identifiée par Albert, est le divertissement. Celle-ci comprend tous les éléments touchant les loisirs et le plaisir. La troisième fonction, celle dite psychothérapeutique, est beaucoup moins manifeste. À propos de cette fonction, Albert affirme que la presse « exerce une influence complexe sur la psychologie de ses lecteurs. Elle contribue à rééquilibrer leur psychisme : purgation d'instincts profonds, compensation des frustrations, identification aux vedettes de l'actualité [...] l'actualité aide à sa manière les individus à se défouler par le rêve ou l'indignation. » (Albert, 1985, p.22-23) Finalement, la fonction d'intégration sociale renvoie au fait que les journaux sont également des agents de socialisation. La lecture des journaux aide l'individu à mieux se situer dans son environnement local, régional, national; elle renforce l'appartenance aux différentes communautés (Albert, 1985, p.25).

À noter que parmi ces quatre fonctions sociales, nous ne retrouvons pas explicitement mentionné l'aspect démocratique. Celui-ci est pourtant fondamental dans l'avènement des médias et il est quelque peu surprenant qu'il ne soit pas pris en compte par Albert. Néanmoins, les fonctions sociales de transmission de *l'information* et *d'intégration sociale* se rapprochent indirectement de l'aspect démocratique.

## **2.2 - SPÉCIFICITÉS DES MÉDIAS ÉCRITS**

Certaines caractéristiques de la presse écrite par rapport aux autres types de médias apparaissent évidentes. Contrairement aux médias audio et vidéo, la presse écrite n'impose pas l'ordre des informations et leur cadence. En effet, dans les médias écrits, le lectorat a la possibilité de ne pas lire certaines sections. Ce choix est possible grâce aux titres et aux résumés. Toujours en opposition aux autres types de médias, la presse n'impose pas une période précise afin d'accéder à son contenu. La presse sur Internet possède aussi toutes ces caractéristiques. La presse imprimée et les NTIC offrent une vaste gamme d'informations spécialisées. Les NTIC se distinguent de la presse écrite, comme les journaux et les revues, par leur accessibilité réduite pour certaines personnes. En effet, au début du 21<sup>e</sup> siècle, l'accès à des ordinateurs possédant une connexion Internet efficace n'est pas encore possible pour tous les individus qui le souhaiteraient.

## **2.3 - LIMITES DES MÉDIAS ÉCRITS**

Malgré les caractéristiques des médias écrits, qui sont souvent perçues comme positives, la presse imprimée enregistre une perte de popularité à partir des années 1930, avec l'apparition de la radiodiffusion. Désormais, les individus peuvent entendre leurs nouvelles tout en accomplissant une autre activité, ce que le journal ne leur permet pas. La radiodiffusion permet aussi la discussion immédiate et les rassemblements collectifs. Au cours des années 1950, avec l'apparition de la télévision, la presse écrite voit diminuer encore davantage son lectorat. L'individu qui accède à la communication par ce moyen peut toutefois avoir besoin d'une attention plus importante qu'avec la radiodiffusion. Les avancées techniques et la popularité de la télévision réduisent l'attrait envers les médias écrits, mais ceux-ci sont-ils pour autant condamnés à la disparition? Il semblerait que non; selon l'experte des médias, Anne-Marie Gingras<sup>2</sup>, professeure à l'Université Laval, si cette sphère

---

<sup>2</sup> Nous avons rencontré, jeudi le 20 septembre 2007, Madame Gingras dans le cadre de notre pr\_enqu\_te.

d'information avait eu à disparaître, elle l'aurait déjà fait. Selon elle, sa pertinence et son utilité dans les sociétés contemporaines sont démontrables et observables.

## **2.4 - FONCTIONNEMENT DES MÉDIAS ÉCRITS**

La progression rapide des médias écrits au cours du dernier siècle a engendré, comme nous l'avons déjà précisé, l'essor d'une industrie très lucrative. L'ampleur économique croissante prise au fil des années par cette industrie a contribué à modifier quelque peu sa manière d'opérer et ses interactions avec le lectorat et avec l'appareil étatique. En fait, Raboy caractérise le secteur des médias (notamment écrits) par les phénomènes suivants :

- ⇒ l'industrialisation;
- ⇒ la marchandisation;
- ⇒ la concentration;
- ⇒ la privatisation;
- ⇒ la déréglementation;
- ⇒ la mondialisation (Raboy, 2000, p.75-77).

L'industrialisation renvoie aux modifications technologiques mentionnées plus haut permettant la diffusion de masse. La marchandisation concerne les processus de coordination des activités selon des critères économiques de rentabilisation. La concentration est la tendance à réduire le nombre d'acteurs économiques dans le secteur en créant des sociétés de plus en plus organisées et interreliées. La privatisation signifie un développement axé sur des projets bénéficiant davantage au secteur privé et ne nécessitant que peu d'intervention étatique. Dans la même lignée, la déréglementation représente la liberté d'action accordée à cette industrie par l'État, c'est-à-dire que nous n'y retrouvons que peu d'aspects réglementaires. En limitant l'aspect réglementaire, l'État se retrouve à n'intervenir qu'en cas de besoin majeur pour la société ou l'industrie. L'assouplissement ou l'abandon de certains aspects réglementaires a été prédisposé par l'avènement de nouvelles technologies (satellite, fibre optique, réseaux sans fil, etc.) favorisant la concurrence entre les entreprises. Considérant cette concurrence, l'État n'a plus à exercer un aussi grand rôle de régulation sur cette industrie. Enfin, la mondialisation fait en sorte que les médias ne sont plus restreints aux frontières nationales. Les informations proviennent de n'importe quels pays et peuvent s'acheminer en dehors de l'État où elles sont produites.

Enfin, ce qu'il faut retenir de ces traits caractéristiques de fonctionnement et de régulation, c'est qu'ils sont propres aux médias de masse, voire commerciaux, et que certains de ces traits (surtout la marchandisation et la concentration) ont prédisposé à l'essor de nouveaux types de médias. Toujours selon Raboy, ces caractéristiques limitent la marge de manœuvre et la portée des médias. En plus, elles entravent l'accomplissement de la mission démocratique que nous leur reconnaissons puisque uniquement les intérêts du pouvoir économique sembleraient s'y refléter (Raboy, 2000, p.77).

### **3 - L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX TYPES DE MÉDIAS ÉCRITS : *LES MÉDIAS AUTRES QUE DE MASSE***

Le progrès technique permet la diffusion de quantités massives d'informations destinées à une vaste audience. Cette disponibilité de l'information permet aux citoyens d'être informés et d'effectuer des choix qui correspondent davantage à leurs intérêts personnels. Par contre, les médias de masse (c'est-à-dire commerciaux) tendent à la standardisation des informations et aux prises de positions partisans. Les artistes, les auteurs, les personnages publics, les gens et les propos à mettre en valeur sont choisis en fonction des intérêts jugés appropriés pour atteindre le public le plus large possible et la rentabilité économique.

La critique à l'égard des médias de masse a donné naissance à une explosion des médias à vocation non commerciale, c'est-à-dire *autres que de masse*. Rappelons que le milieu du 20<sup>e</sup> siècle fut au Québec le moment de la Révolution tranquille, marquée par une volonté de changements sociaux et le pluralisme idéologique (Tremblay, 2001, p.8). Ces changements sociaux ont été propices à l'effervescence des *médias autres que de masse* incluant plusieurs types de médias. En fait, pratiquement tous les médias écrits non-commerciaux peuvent être classifiés dans les *médias autres que de masse*. Parfois, les similitudes et les différences entre ces divers types de médias ne sont pas faciles à saisir et à délimiter. En regard des objectifs de notre étude, nous avons choisi de présenter trois types de *médias autres que de masse*, c'est-à-dire les médias alternatifs, militants et communautaires.

#### **3.1 - LES MÉDIAS ALTERNATIFS**

Les médias alternatifs tentent notamment de rompre avec le discours des médias de masse. Les principales caractéristiques de la presse alternative sont, selon Tremblay (2001), qu'elle :

- ⇒ se situe en réaction aux médias de droite : elle propose, dans cette perspective, une pluralité de points de vue;
- ⇒ œuvre à contre-courant du discours corporatiste et néolibéral : elle encourage une vision collectiviste;
- ⇒ suscite le débat et la réflexion sur des enjeux de société;
- ⇒ possède une structure organisationnelle décentralisée, contrairement à celle des grandes entreprises de presse;
- ⇒ n'est pas orientée vers la maximisation des profits et la vente d'un lectorat;
- ⇒ repose sur l'entraide et la solidarité;
- ⇒ est indépendante de la propriété des pouvoirs politiques et corporatistes;

- ⇒ pratique habituellement un « journalisme militant bénévole »;
- ⇒ se définit d'abord par un contenu engagé.

En plus de ces caractéristiques, la presse alternative prône, par l'entremise de sa conception de la démocratie et de la communication, la liberté d'expression. Sa réaction face aux grands médias pousse certains de ses adeptes à produire une information basée sur des sources d'informations négligées. Plus précisément, ce type de presse développe une contre-information qui prend en compte des sujets considérés inintéressants ou tabous par la grande presse. Ainsi, les médias alternatifs veulent briser la hiérarchie des thèmes privilégiés par les médias de masse. En effet, une étude portant sur les thèmes d'actualités présentés à Radio-Canada et TVA montre que, dans 67% des cas, les déclencheurs de la nouvelle sont des opinions et des réflexions émises par des hommes politiques. Pour les tenants de la presse alternative, si certains thèmes sont souvent abordés, c'est parce que les médias sont investis par les pouvoirs en place (Tremblay, 2001, p.16). Les artisans des médias alternatifs jugent que d'autres thèmes et d'autres visions doivent également être couverts et révélés aux lecteurs. De plus, la concurrence entre les médias de masse peut, selon eux, nuire à la rigueur journalistique. Par exemple, certains journaux essaient de tout savoir, tout de suite, sans limites, pour publication immédiate, voire instantanée, ce qui donne lieu à de la surenchère et à des spéculations. Autrement dit, celui qui en montrera le plus, vendra le plus, au détriment peut-être de l'éthique et de la rigueur journalistique.

### 3.1.1 - Thèmes abordés par les médias alternatifs

Les médias alternatifs abordent sous un autre angle les sujets traités dans les médias de masse ou encore ils abordent d'autres types de sujets. Mais que sont ces terrains où éclosent les thèmes négligés par les journaux de masse ? Peter Lewis de l'UNESCO définit trois terrains fertiles des médias alternatifs : les nouveaux mouvements sociaux, les vieux combats de toujours et les revendications politiques naissantes (cité par Tremblay, 2001, p.24). À partir de ces trois thématiques, il est possible de dresser une liste non exhaustive des sujets souvent couverts par les médias alternatifs au Québec (voir tableau 1). Toutefois, il ne faut pas tenir pour acquis que ces sujets demeureront ceux de prédilection dans les années à venir. Les médias alternatifs adaptent en permanence leurs sujets en fonction des changements sociaux.

**Tableau 1**  
**Principaux sujets abordés par les médias alternatifs**

<b>Nouveaux mouvements sociaux</b>	<b>Vieux combats de toujours</b>	<b>Revendications politiques naissantes</b>
Les femmes	Droits de l'homme	Peuples autochtones d'Amérique du Nord
Les minorités ethniques	Droits linguistiques	
Les migrants	Droits syndicaux	Nations de l'Europe de l'Ouest n'ayant pas un statut d'États
Les écologistes	Droits des populations rurales versus urbaines	
Les pacifistes	Droits des pauvres versus des riches	Pays de l'Europe de l'Est de l'après communisme
Les homosexuels		
Les organisations antiracistes		

Source : Tremblay, 2001, p.24.

Bref, les médias alternatifs ont comme objectif de faire contrepoids aux intérêts économiques reflétés par les médias de masse en proposant des valeurs plus humanistes. Ils accordent aussi une grande importance à l'aspect démocratique, car pour eux, les médias de masse ne lui accordent pas une place suffisante.

### 3.1.2 - Modes de fonctionnement des médias alternatifs

Les médias alternatifs se distinguent des médias de masse par leurs moyens matériels et leurs orientations idéologiques. Les médias alternatifs regroupent généralement une petite équipe de bénévoles et très peu de salariés. Ils fonctionnent à partir de moyens financiers relativement limités étant donné qu'ils n'ont généralement aucun tarif d'abonnement. Leur revenu provient de subventions étatiques et de la publicité. Cette réalité financière joue un rôle important dans l'organisation du travail. La production des médias alternatifs est en général plutôt artisanale. Les bénévoles perçoivent la participation volontaire comme un moyen de favoriser une meilleure vie démocratique. Les médias alternatifs ont peu de barrières quant au contenu rédactionnel puisqu'ils sont libres de traiter leurs sujets de prédilection. Ils n'agissent pas non plus dans un intérêt pécuniaire et ne sont pas tenus de plaire, dans leurs propos, à leur lectorat sous peine de voir diminuer leur profit et leur part de marché.

## **3.2 - LES MÉDIAS MILITANTS**

Les publications militantes abordent des questions d'actualité et de société dans une optique de changement ou de protection de droits et libertés. Les idées véhiculées dans les médias militants coïncident assez bien avec celles des médias alternatifs. Les deux remettent en question les instances politiques et l'idéologie néo-libérale. Par contre, les médias militants

se distinguent des médias alternatifs par l'utilisation de moyens de mobilisation et de sensibilisation plus actifs. Ils visent certes à informer et à faire réfléchir, mais surtout à inciter à la mobilisation pour des causes précises et concrètes. Plusieurs moyens sont préconisés par les médias militants, notamment : le boycott, le commerce équitable, les groupes de pression politique, les pétitions, les affiches, les manifestations et les grèves (Wikipedia, 2007). C'est par ces moyens de pression que les médias militants se différencient des médias alternatifs.

### **3.3 - LES MÉDIAS COMMUNAUTAIRES**

Selon Tremblay (2001, p.13), la presse communautaire se définit comme un outil de développement social, culturel, économique et elle représente la courroie de transmission des organismes socio-économiques locaux et régionaux. Quant à l'Association des médias écrits communautaires au Québec (AMECQ)<sup>3</sup>, elle définit les médias communautaires comme étant :

« une publication éditée par un organisme à but non lucratif ou une coopérative de solidarité, de propriété collective, de gestion démocratique, incorporé et possédant une charte autonome démontrant que sa fonction principale est d'éditer un journal ou un magazine diffusant principalement de l'information locale ou régionale sur un territoire délimité géographiquement ou au sein d'une communauté culturelle ; reflétant l'actualité de toute une communauté, tout en étant accessible, tant dans son contenu que dans son fonctionnement, à l'ensemble des citoyennes et citoyens » (Statuts et règlements de l'AMECQ).

Dans ces définitions, peu d'éléments de contenu concordent avec les caractéristiques et la définition que nous avons présentée précédemment des médias alternatifs. En effet, en ce qui concerne les médias communautaires, l'accent est mis sur le mode d'organisation et le contenu communautaire. Ainsi, les médias communautaires ne semblent pas être systématiquement en opposition aux médias de masse. Certaines publications communautaires effectuent seulement la promotion d'activités et la publication d'annonces de commerces ou de services du quartier. Selon une étude du Centre Saint-Pierre, si certains se donnent le droit d'exprimer un point de vue critique, bon nombre de publications communautaires restent dans les limites de l'objectivité (Tremblay, 2001, p.21).

---

<sup>3</sup> L'Association des médias écrits communautaires du Québec a pour but : 1) de fournir des services de soutien et de formation à ses journaux communautaires membres; et 2) de les regrouper et de les représenter pour que ceux-ci puissent remplir leur rôle et leur mission fondamentale.

Par contre, dans sa définition de la presse alternative, Marc Raboy semble inclure la presse communautaire : « [...] une expression générique qui regroupe en fait cinq formes de publications : les publications syndicales, communautaires, progressistes [...] et les cybermédias libres et indépendants. » (Raboy, 2000, p.61) Ainsi, selon la définition de Raboy, il faudrait inclure les médias communautaires et les médias militants parmi les médias alternatifs. En fait, d'autres auteurs semblent considérer les médias communautaires comme faisant partie des médias alternatifs, par exemple Tremblay, pour qui la presse communautaire est alternative et en rupture avec le contenu des journaux commerciaux (Tremblay, 2001, p.13). Enfin, si nous portons une attention particulière au dénombrement fait par Altermédia<sup>4</sup>, en 2001, il est possible d'observer que 246 publications alternatives québécoises ont été recensées et que parmi celles-ci, il y a 105 journaux écrits et électroniques qui sont à la fois alternatifs et communautaires (Tremblay, 2001, p.14). Ainsi, Altermédia inclut dans son répertoire de la presse alternative les médias communautaires. Dans le même sens, le journal *Droit de Parole*, qui a plusieurs caractéristiques propres aux médias alternatifs, est l'un des 98 membres de l'AMECQ, en 2002.

À partir de ces faits, nous pourrions considérer les médias communautaires et militants comme faisant partis des médias alternatifs, tout comme nous pourrions les considérer comme trois types de *médias autres que de masse* distincts. Que faire alors ? Dans le contexte de cette étude, nous avons décidé d'exploiter les deux options. En fait, nous croyons fortement qu'ils sont distincts sur certains aspects (les sujets traités et idées véhiculées), mais qu'ils ont aussi de fortes ressemblances. Dans la section 3.4, nous ferons état de ces différences et ressemblances. Toutefois, avant d'arriver à cette section, nous mentionnons rapidement quelques traits caractérisant les médias communautaires.

### 3.3.1 - Thèmes abordés par les médias communautaires

Les articles ou les médias communautaires sont généralement axés sur les informations à propos de la localité (c'est-à-dire du quartier) : articles traitant des nouveaux commerces dans le quartier, des coupons-rabais pour des produits de commerces du quartier, des citoyens du quartier ayant reçu des distinctions sportives, culturelles ou autres, etc. Ce

---

<sup>4</sup> Altermédia est le regroupement des médias alternatifs du Québec. Il a été créé au début de l'année 1999 avec deux objectifs : recenser les principaux médias écrits alternatifs du Québec et se questionner sur leur situation (Raboy, 2000, p.21).

type de contenu propre aux médias communautaires occupe rarement une place prépondérante dans les médias de masse.

### 3.3.2 - Aspects historiques des médias communautaires

Selon l'AMECQ, les médias écrits communautaires sont apparus dans les années 1960, à la suite d'un rapprochement entre les médias et les usagers au sein du mouvement de la contre-culture. Lancé en 1973, le journal *Droit de Parole* est l'un des premiers journaux communautaires dans la ville de Québec. Il est aussi l'un des membres fondateurs de l'AMECQ. En 2002, soit trente ans après l'émergence de la première génération des médias communautaires, l'AMECQ compte environ 98 membres. Toutefois, certaines publications n'en font pas partie, car elles ne remplissent pas les critères d'admissibilité requis par l'association. Il est ainsi difficile d'évaluer précisément de façon quantitative la place occupée par la presse communautaire au Québec.

### 3.3.3 - Lectorat des médias communautaires

Un sondage du groupe Malette/Maheu réalisé pour l'AMECQ nous informe que, 75,9% des répondants de l'étude lisent un journal communautaire (voire même peut-être *autre que de masse*). En fait, 64,4% des répondants montréalais lisent le journal portant sur leur communauté, comparativement à 71,2% pour ceux des villes secondaires et 94,7% pour les citoyens des petites communautés (Malette/Maheu, 1997, p.8-10). Le taux nettement plus élevé dans les petites municipalités s'explique probablement par un plus fort sentiment d'appartenance à la communauté ainsi que par l'absence de médias de masse couvrant l'actualité des régions. Soulignons ici que les principaux objectifs de la presse communautaire québécoise sont de créer un milieu d'enracinement et d'encourager ainsi le développement local. Diffuser une information de proximité permettrait de créer une relation étroite entre les médias, la communauté et leurs lecteurs. À l'opposé, les médias de masse souhaitent essentiellement augmenter leurs profits par l'augmentation de leur lectorat.

### 3.3.4 - Modes d'organisation des médias communautaires

À l'instar des médias alternatifs, les journaux communautaires se distinguent de la presse commerciale (médias de masse) par leur raison d'être et leur mode de gestion. En fait, les modes de fonctionnement des médias alternatifs, décrits plus haut, sont également

applicables aux médias communautaires. Quant à leurs responsables, il n'y a aucune enquête exhaustive qui nous permet d'en dresser un profil. Toutefois, ces journaux sont essentiellement produits par des bénévoles. Selon le site Internet de l'AMECQ, environ 80% des médias-membres de l'association ne comptent aucun employé rémunéré (Watine, 2006, p.209). Par ailleurs, d'après une consultation effectuée auprès d'une centaine de bénévoles oeuvrant dans le secteur des médias écrits communautaires, 71% d'entre eux consacrent au moins 50 heures par mois à leur journal, 8% de 51 heures à 100 heures, 11% plus de 100 heures par mois (Beauchamp, 1996, p.139). Par ailleurs, les citoyens sont invités à prendre un certain contrôle des médias. Le journal communautaire souhaite promouvoir des décisions démocratiques par l'entremise d'un conseil d'administration et d'assemblées générales, et ce, contrairement à la presse commerciale, où les propriétaires contrôlent la gestion.

### 3.3.5 - Financement des médias communautaires

Comme n'importe quel autre type de médias, les journaux communautaires doivent trouver une source de revenus afin de couvrir leurs dépenses. Toutefois, ces derniers ne disposent pas majoritairement de l'une des sources principales de revenu auxquelles les médias commerciaux ont accès, soit l'abonnement. La majorité des médias communautaires (voire peut-être même des *médias autres que de masse*) ont comme seule source de revenu pour défrayer les frais d'impression et de distribution, la publicité et les subventions. Selon l'AMECQ, les médias communautaires consacrent en moyenne 60% de l'espace au contenu rédactionnel et 40% à la publicité. Cette dernière source de revenu est la plus importante avec les subventions du Ministère de la Culture et des Communications du Québec, sans oublier les campagnes de levées de fonds. Cette situation financière précaire est un problème pour beaucoup de journaux communautaires.

## **3.4 - DIFFÉRENCES ET RESSEMBLANCES ENTRE LES MÉDIAS ALTERNATIFS, COMMUNAUTAIRES ET MILITANTS**

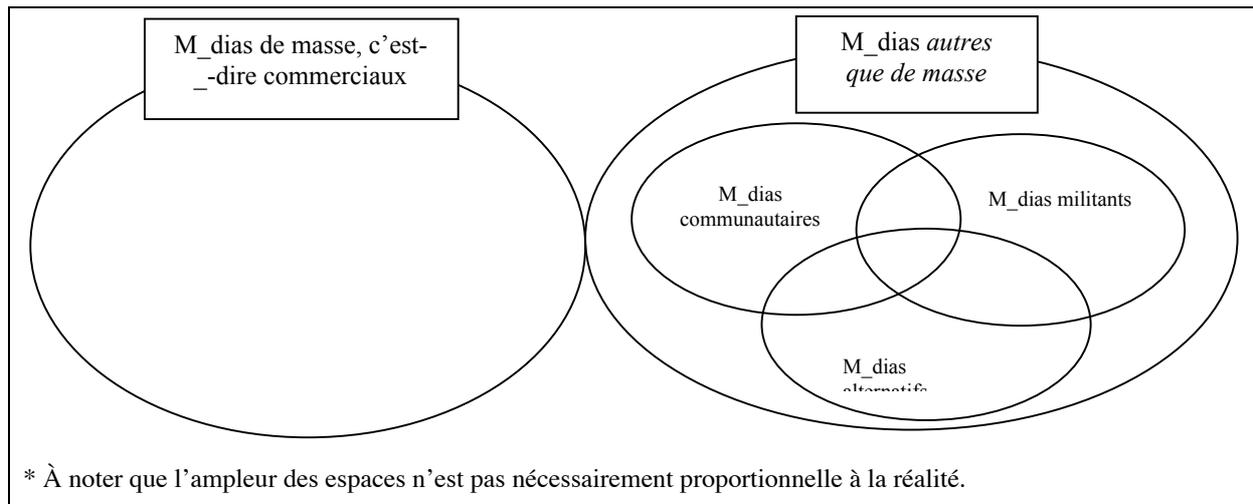
Ce que nous devons retenir ici, c'est qu'il est extrêmement difficile de distinguer précisément les médias alternatifs, communautaires et militants (excluant les médias syndicaux et étatiques). Dans ce domaine, rien n'est tranché et unanime chez les spécialistes. Toutefois, il reste qu'il y a davantage de similarités que de différences entre ces trois types de *médias autres que de masse*.

D'abord, dans le contexte de notre travail, nous partons de l'idée que, pour être considéré comme faisant partie des *médias autres que de masse*, un journal doit offrir une différence en matière de contenu, d'organisation ou de format par rapport aux médias de masse. À cet égard, autant les médias communautaires, militants et alternatifs s'insèrent dans cette dynamique puisqu'ils diffusent tous des informations n'étant pas systématiquement couvertes par la presse commerciale (donc de masse). Mise à part cette première ressemblance unissant ces trois types de médias, nous retrouvons également du point de vue des similarités : le financement, l'intérêt non-lucratif, la présence du bénévolat, la prise de décision horizontale, l'encouragement à la participation volontaire et sans discrimination, la liberté d'expression et le positionnement idéologique par rapport aux médias de masse. Quant aux différences, elles se situent surtout autour des sujets traités et de la manière de les aborder. Par exemple, les médias militants ont davantage un discours orienté vers l'appel à la revendication et à la mobilisation. Les médias communautaires ont, quant à eux, des propos surtout axés sur l'information à propos d'une localité (c'est-à-dire d'un quartier). Enfin, les médias alternatifs centrent davantage leurs discours sur des enjeux sociaux, politiques, environnementaux ou économiques, et ce, principalement dans le but de faire réfléchir le lecteur.

En fait, cette différence quant aux sujets traités est l'unique raison pour laquelle nous n'adhérons pas à la définition de la presse alternative de Raboy mentionnée ici et plus haut : « [...] une expression générique qui regroupe en fait cinq formes de publications : les publications syndicales, communautaires, progressistes [...] et les cybermédias libres et indépendants » (Raboy, 2000, p.61). Compte tenu de cela, nous jugeons préférable de considérer un amalgame de définitions provenant de différents auteurs.

Bref, à la lumière de ces faits et de la présentation faite plus haut sur chacun des types de *médias autres que de masse*, nous en concluons que les médias alternatifs, communautaires et militants doivent être considérés comme distincts, mais ayant des aspects convergents. Cette position tient ainsi compte de la divergence des propos tenus par les divers auteurs sur le sujet de la presse alternative. Voici, sous forme de schéma, l'illustration de notre position.

## Schéma de superposition entre les différents types de médias



Enfin, nous souhaitons aussi préciser qu'un média ne se rattache pas nécessairement à un seul type de médias. Un journal peut contenir une certaine proportion d'articles à connotation militante, communautaire ou alternative et cette proportion peut varier d'une parution à l'autre. Par exemple, par le biais du contenu publié dans ses pages, *l'Infobourg* pourrait très bien être un média *autre que de masse* étant d'abord alternatif, mais étant aussi, dans une moindre mesure, communautaire et militant. C'est que nous explicitons dans la section 4.5.3.

## **4 - LE QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE, LE COMITÉ POPULAIRE SAINT-JEAN-BAPTISTE ET LE JOURNAL L'INFOBOURG**

Dans le cadre de cette section, nous tentons de dresser un portrait du quartier Saint-Jean-Baptiste (QSJB) : son évolution, son territoire, ses caractéristiques et sa population. Cette mise en contexte aidera à mieux comprendre la spécificité de ce quartier et de ses résidants. Enfin, nous terminons avec une présentation du journal *l'Infobourg*, distribué dans le QSJB, et dont les responsables ont commandé cette recherche.

### **4.1 - HISTORIQUE DU QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE**

Le QSJB était à ses débuts un faubourg populaire accueillant l'excédant de population provenant de la ville fortifiée. À l'époque, un faubourg était un quartier à l'extérieur de la ville, c'est-à-dire à l'extérieur des murs qui l'entouraient. Les premiers résidants qui peuplèrent le Faubourg Saint-Jean étaient surtout des ouvriers du chantier naval. Graduellement, les commerçants s'y sont implantés, à cause des coûts avantageux des terrains. Au fil des années et des réaménagements, ce quartier s'est considérablement modifié. En fait, dans les années 1960, plusieurs projets prirent naissance : l'agrandissement de la colline parlementaire, l'élargissement du boulevard Saint-Cyrille, la construction de nouveaux types de bâtiment (édifices à bureaux, hôtels et appartements luxueux), etc. Ces aménagements sont venus perturber la constitution originale du quartier qui était principalement résidentielle. Certains citoyens considéraient alors que le caractère résidentiel du quartier était menacé.

C'est dans ce contexte qu'a fait son apparition, en 1976, le Mouvement Saint-Gabriel. Ce Mouvement, composé de résidants du quartier, se proposait de protéger les aires résidentielles ainsi que les logements à prix modiques. Un des moyens qu'il a utilisé pour contrer la spéculation immobilière a été la création de coopératives d'habitation offrant des résidences de qualité et à prix abordable. Ce moyen allait permettre à la population moins aisée de demeurer dans le quartier. En dépit des interventions du Mouvement, le quartier s'est considérablement modifié, mais celui-ci a réussi à limiter l'ampleur des ajustements proposés et à préserver partiellement le caractère résidentiel du quartier. Le Mouvement Saint-Gabriel est devenu, en 1982, le Comité populaire Saint-Jean-Baptiste et celui-ci a toujours poursuivi le même objectif, c'est-à-dire le maintien d'un environnement urbain adapté aux besoins des citoyens du quartier.



## **4.2 - TERRITOIRE DU QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE**

Le QSJB, tel que nous le connaissons aujourd'hui, est circonscrit au Nord par les rues St-Réal et Lavigneur (Côteau Sainte-Geneviève), au Sud par les plaines d'Abraham, à l'Est par la rue Salaberry et à l'Ouest par l'avenue Honoré-Mercier (devenant l'autoroute Dufferin-Montmorency). Ce territoire de 1,5 km<sup>2</sup> est aussi divisé en quatre « divisions de recensement » par Statistique Canada (voir la carte présentée à l'annexe 3), soit : *La Tour* (secteur de recensement - SR - 14), *La Paroisse* (SR 19), *Dufferin* (SR 18) et *Les Plaines* (SR 15). Le secteur *Les Plaines* occupe 1.09km<sup>2</sup> de cet espace, le secteur *La Paroisse* a une superficie de 0.16km<sup>2</sup>, les secteurs *Dufferin* et de *La Tour* occupent respectivement 0.13 km<sup>2</sup> et 0.12 km<sup>2</sup>. Ce découpage, quoique ne correspondant pas parfaitement aux zones de distribution du journal *l'Infobourg*, demeure, selon Monsieur Nicolas Lefebvre Legault, pertinent, cohérent et utilisable pour les besoins de cette étude.

## **4.3 - CARACTÉRISTIQUES DU QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE**

Certains traits géographiques permettent de bien délimiter le QSJB. Ainsi, au Nord, une falaise se dresse tel un mur pour séparer le QSJB de la Basse-Ville de Québec, au Sud se retrouve les Plaines d'Abraham tandis qu'à l'Est, c'est l'Autoroute Dufferin-Montmorency. Aussi, un autre aspect physique du quartier est que du Nord au Sud, le quartier est marqué par trois pentes et trois plateaux. En fait, des rues Lavigneur et St-Réal (Côteau Sainte-Geneviève) jusqu'à la rue Saint-Jean se retrouve une pente moyennement abrupte. Entre ces rues, nous retrouvons une première zone résidentielle composée de vieux immeubles. La rue Saint-Jean, quant à elle, forme le premier plateau. Ensuite, de la rue Saint-Jean jusqu'au boulevard René-Lévesque, il y a une autre pente, très abrupte. Entre ces rues, nous retrouvons des bars et des résidences. Le boulevard René-Lévesque forme le deuxième plateau. Du boulevard René-Lévesque jusqu'à la Grande-Allée (ou aux Plaines d'Abraham) se retrouve une autre pente, moins prononcée. Entre ces artères, il est possible d'observer la colline parlementaire, des commerces et des résidences, mais aux allures plus luxueuses et moins âgées. La Grande-Allée et les Plaines d'Abraham forment ainsi le troisième plateau.

Ensuite, du point de vue de l'achalandage, six artères sont davantage utilisées. En fait, l'avenue De Salaberry, l'autoroute Dufferin-Montmorency et le Boulevard René-Lévesque sont surtout occupés par des automobilistes. Quant aux rues Saint-Jean, Honoré-Mercier et Grande-Allée, ce sont plutôt des rues commerciales et touristiques et nous y rencontrons tant

des piétons que des automobilistes. Nous retrouvons sur ces rues surtout de petits commerces, des restaurants, deux épiceries fines (Chez Moisan, l'Épicerie européenne) et des bars. Toutefois, en fonction des heures, des journées et des moments de l'année, l'achalandage peut varier de manière considérable. Aussi, il importe de savoir que le QSJB est le secteur à Québec et même au Québec où travaille le plus grand nombre de fonctionnaires du gouvernement québécois. En fait, la colline parlementaire occupe une très grande proportion du territoire du QSJB. Ces fonctionnaires fréquentent beaucoup le QSJB. En ce qui concerne les autres rues du quartier, elles sont globalement résidentielles et moins achalandées.

La majorité des rues, à l'exception des grandes artères, sont relativement étroites et à sens unique. Ce quartier est doté de peu d'espaces de stationnement, et ce, autant pour les visiteurs que pour les résidants. En fait, un petit nombre de résidants disposent d'un espace de stationnement personnel; la majorité doit se munir d'un permis (vignette) de stationnement pour se stationner dans les rues sans problèmes. Quant aux visiteurs, ils sont contraints de respecter les limites de temps imposées par la Ville ou encore de payer leurs droits de stationnement, par le biais d'un parcomètre. Les résidences se situant au Nord du boulevard René-Lévesque sont collées les unes sur les autres. Il y a très peu de verdure sur les terrains, mis à part les espaces publics comme les parcs. Les bâtiments qui composent le quartier sont assez anciens et faits de matériaux tels le bois, la brique et la tôle. En fait, les données du recensement de 2006 révèlent que 53,5% des immeubles du QSJB ont été construits avant 1946 et 72,7% avant 1970, alors que pour la ville de Québec dans son ensemble, c'est respectivement le cas de 12,1% et 39,8% des immeubles. Parallèlement à l'âge plutôt avancé des immeubles, les données (excluant celles du secteur *Les Plaines* puisque, selon les données du recensement de 2006, il semble que les immeubles de ce secteur soient dans un meilleur état que ceux de la ville de Québec dans son ensemble) du recensement de 2006 révèlent aussi que 12,9% des immeubles auraient besoin de réparations majeures, 34,6% de réparations mineures et 52,5% d'entretien régulier seulement alors que dans la ville de Québec, c'est respectivement 6,2%, 25,9% et 67,9% des immeubles qui se retrouvent dans cette situation. Ces chiffres en révèlent énormément sur le caractère ancien de ce quartier. Enfin, il est aussi intéressant de mentionner que les logements du QSJB (sauf pour le secteur *Les Plaines*) se louent mensuellement à des prix bruts moyens inférieurs à ceux de la ville de Québec dans son ensemble : 469\$ pour *Dufferin*, 484\$ pour *La Paroisse*, 520\$ pour *La Tour*, 523\$ pour la ville de Québec dans son ensemble et 718\$ pour *Les Plaines*<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Cette donnée provient du recensement de 2001 puisque celle de 2006 n'était pas encore disponible au moment où nous écrivions ce rapport.

#### 4.4 - PORTRAIT SOCIAL DES RÉSIDANTS DU QUARTIER SAINT-JEAN-BAPTISTE

L'analyse des données des recensements de 2001<sup>6</sup> et 2006 permet de dresser un bref portrait social des résidents et des ménages<sup>7</sup> du QSJB (dans son ensemble et/ou par secteurs de recensement<sup>8</sup>) et de la Ville de Québec dans son ensemble.

Dans un premier temps, nous présenterons quelques données statistiques caractérisant les résidents (individus) qui habitent le QSJB et la Ville de Québec dans son ensemble. Plus précisément, nous allons mettre l'accent sur des variables sociodémographiques et socio-économiques telles : le nombre de résidents, leur âge, leurs niveaux de scolarité et de revenu (individuel). Dans un deuxième temps, nous aborderons la situation des ménages, en mettant en relief d'autres variables, telles leur taille, leur niveau de revenu et leur statut de propriétaire ou de locataire de la résidence habitée.

##### 4.4.1 - Population et superficie

Le QSJB compte, selon les données du recensement de 2006, une population totale de 9 964 personnes dont 39,0% habitaient le secteur de recensement *Les Plaines*, 28,2% le secteur *La Paroisse*, 21,0% le secteur *La Tour* et 11,9% le secteur *Dufferin* (voir le tableau 2).

**Tableau 2**  
**Population du QSJB selon les secteurs de**  
**recensement en comparaison avec la ville de Québec, 2001 et 2006**

Secteurs de recensement	Population				Variation* entre 2001 et 2006	
	2001		2006		Nombre	%
	Nombre	%	Nombre	%		
<b>La Tour (14)</b>	2 095	21,4	2 090	21,0	-5	-0,2
<b>Les Plaines (15)</b>	3 742	38,2	3 882	39,0	140	3,7
<b>Dufferin (18)</b>	1 161	11,9	1 181	11,9	20	1,7
<b>La Paroisse (19)</b>	2 788	28,5	2 811	28,2	23	0,8
<b>Total</b>	<b>9 786</b>	<b>100,0</b>	<b>9 964</b>	<b>100,0</b>	<b>178</b>	<b>1,8</b>
<b>Ville de Québec</b>	686 569	-	715 515	-	28 946	4,2

\* L'équation pour le calcul de la variation en pourcentage est le suivant :  
(données de 2006 - données de 2001 / données de 2001) \* 100

Source : Recensement de Statistique Canada, 2001 et 2006

<sup>6</sup> \_ quelques reprises, nous utilisons les donn\_ es du recensement de 2001 \_ compte tenu de la non-disponibilit\_ de celles du recensement de 2006 lors de la r\_ daction de ce rapport.

<sup>7</sup> **M\_ nage** (D\_ finition d\_ taill\_ e) : Personne ou groupe de personnes occupant un m\_ me logement et n'ayant pas de domicile habituel ailleurs au Canada. Il peut se composer d'un groupe familial avec ou sans autres personnes hors famille de recensement, de deux familles ou plus partageant le m\_ me logement, d'un groupe de personnes non apparent\_ es ou d'une personne seule. (Source : <http://www12.statcan.ca/>)

<sup>8</sup> Voir l'annexe 3 pour voir la carte des secteurs de recensement.

La comparaison entre les données recueillies en 2001 et 2006 ne nous révèle pas de changements importants en ce qui concerne la taille de la population. Globalement, le nombre total d'habitants du quartier a augmenté de 178 personnes au cours des cinq dernières années, soit d'à peine 1,8%. C'est le secteur de recensement *Les Plaines* qui a bénéficié de cette croissance avec environ 79% des 178 nouveaux résidents. Par contre, la ville de Québec a vu sa population augmenter de 28 946 habitants, soit une croissance de 4,2%. Donc, le QSJB a connu une augmentation de sa population moins importante que la ville de Québec dans son ensemble.

Par ailleurs, à la lecture du tableau 3, il est possible de constater que les secteurs de recensement *La Paroisse* et *La Tour* sont les plus densément peuplés avec 17 568 et, respectivement, 17 416 habitants par km<sup>2</sup>. Quant aux secteurs de recensement *Dufferin* (9 085 habitants / km<sup>2</sup>) et *Les Plaines* (3 529 habitants / km<sup>2</sup>), ils sont moins densément peuplés que les deux secteurs précédents puisqu'on y retrouve davantage d'entreprises et de tours à bureau. Le secteur *Les Plaines*, quant à lui, est aussi caractérisé par la présence des Plaines d'Abraham. Cela fait énormément baisser la densité populationnelle de ce secteur. Néanmoins, tous les secteurs de recensement du QSJB sont beaucoup plus densément peuplés que la Ville de Québec dans son ensemble (218 habitants / km<sup>2</sup>). Le QSJB étant situé en plein cœur de la haute-ville de Québec, il est tout à fait logique que sa densité populationnelle y soit plus grande que celle de la ville de Québec dans son ensemble.

**Tableau 3**  
**Densité de la population des secteurs de recensement du quartier**  
**Saint-Jean-Baptiste et de la ville de Québec en 2006**

Secteur de recensement	Superficie en Km <sup>2</sup>	Nombre d'habitants au Km <sup>2</sup>
<b>La Tour</b>	0,12	17 416
<b>Les Plaines</b>	1,09	3 529
<b>Dufferin</b>	0,13	9 085
<b>La Paroisse</b>	0,16	17 568
<b>Total</b>	<b>1,50</b>	<b>6 524</b>
<b>Ville de Québec</b>	3 276	218

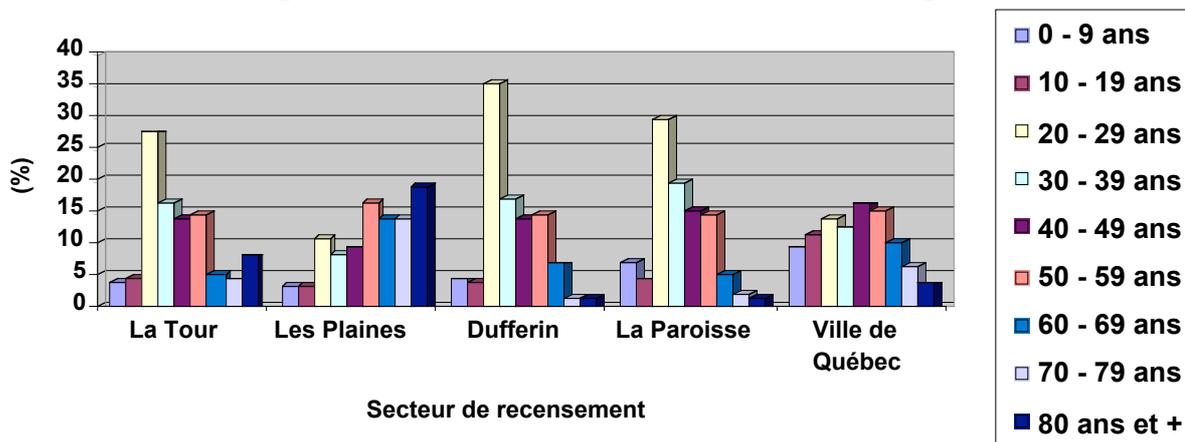
Source : Recensement de Statistique Canada 2006

#### 4.4.2 - Âge de la population

En ce qui concerne l'âge des résidents, les secteurs *Dufferin*, *La Paroisse* et *La Tour* présentent d'importantes similitudes. En fait, en 2006, dans ces trois secteurs de recensement, entre 27,7% à 35,8% de la population est âgée de 20 à 29 ans et environ 17% à 20% de la population est âgée entre 30 et 39 ans. Donc, ces deux tranches d'âge composent presque la

moitié des habitants des trois secteurs. À l’opposé, dans le secteur *Les Plaines*, environ deux tiers de la population est composée de personnes de 50 ans et plus. Les deux strates d’âge les plus nombreuses dans ce secteur sont celles entre 50 et 59 ans (16,7%) et 80 ans et plus (19,1%). La présence de plusieurs résidences pour personnes âgées peut certes expliquer, en grande partie, la situation singulière du secteur *Les Plaines* dans le QSJB. De plus, le coût du logement davantage élevé (voir la section 4.3 de ce rapport) peut aussi être un facteur pouvant expliquer cette donnée propre au secteur *Les Plaines*. Les jeunes gens peuvent moins facilement s’installer dans ce secteur faute de moyens financiers, car ceux-ci occupent généralement des postes moins rémunérateurs compte tenu qu’ils en sont à leurs débuts sur le marché du travail, ou encore, ils sont peut-être toujours des étudiants.

**Graphique 1**  
**Répartition des résidents des secteurs de recensement du quartier**  
**Saint-Jean-Baptiste et de la ville de Québec en 2006, selon l’âge (en %)**



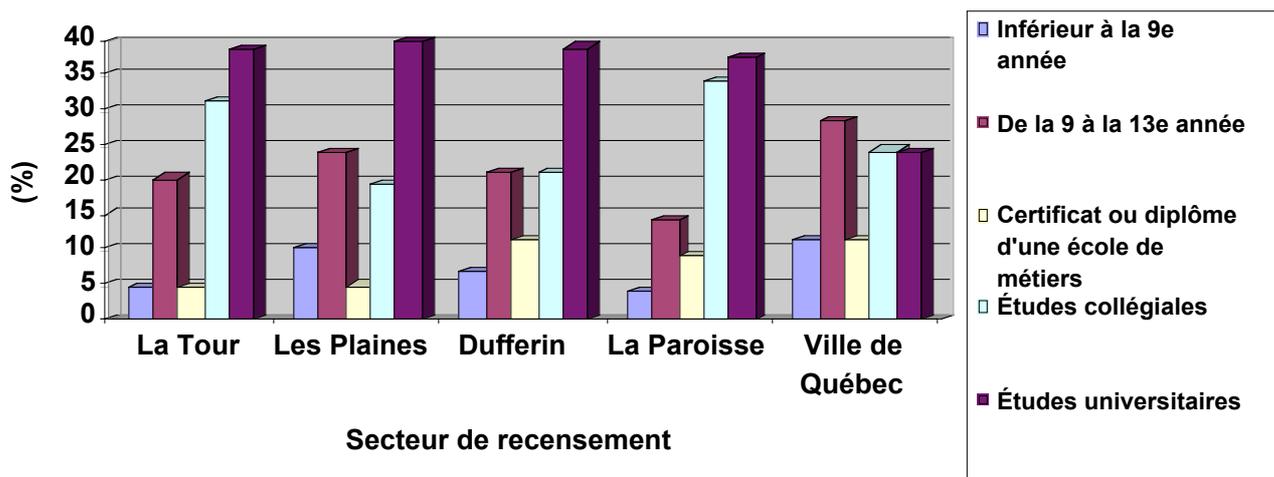
Source : Recensement de Statistique Canada, 2006

Quant à l’évolution de la répartition des résidents selon l’âge, elle n’a pas subi de changements notoires au cours des cinq dernières années (Annexe 4, Tableaux A1 et A2). Nous remarquons toujours la spécificité du secteur *Les Plaines* et la proportion très importante de jeunes adultes dans les trois autres secteurs de recensement. De plus, si nous comparons les proportions des tranches d’âge de 0-9 ans et de 10-19 ans dans ces quatre secteurs de recensement par rapport à la Ville de Québec dans son ensemble, nous remarquons, selon les données de 2006, que le QSJB comprend moins d’enfants et d’adolescents.

#### 4.4.3 - Plus haut niveau de scolarité atteint

Un autre indicateur essentiel pour dresser le portrait social des résidents du quartier est celui du plus haut niveau de scolarité atteint chez les personnes de 20 ans et plus. Selon les données du recensement de 2001, les personnes habitant le secteur *La Paroisse* (34,1%), ainsi que le secteur *La Tour* (31,5%), sont proportionnellement plus nombreuses à avoir fait des études collégiales. Les résidents du secteur *Les Plaines* (19,5%), *Dufferin* (21,2%) et de la ville de Québec dans son ensemble (24,4%) ont atteint ce niveau de scolarité dans des proportions moindres. En ce qui concerne les études universitaires, la proportion est très élevée dans ces quatre secteurs de recensement (entre 38,0% à 41,0% des résidents détiennent un diplôme d'études universitaires) en comparaison avec la ville de Québec (23,9%).

**Graphique 2**  
**Répartition des résidents de 20 ans et plus des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2001, selon le plus haut niveau de scolarité atteint (en %)**



Source : Recensement de Statistique Canada, 2001

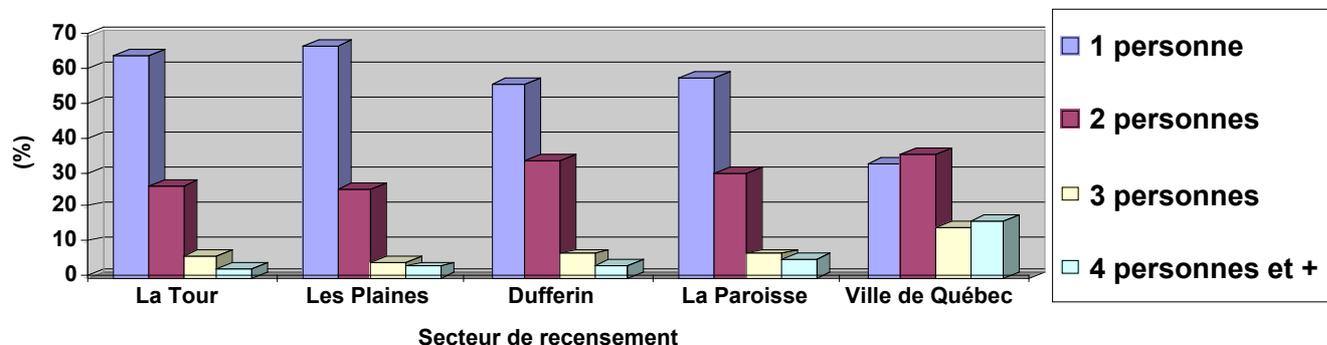
Les données présentées ci-dessus, sur le plus haut niveau de scolarité atteint, sont celles du recensement de 2001, car celles de 2006 n'étaient pas disponibles lors de la rédaction de ce rapport<sup>9</sup>. Malgré cette impossibilité de comparaisons entre les données de 2001 et de 2006, il demeure quand même possible de dire que la tendance est la même dans les deux séries de données.

<sup>9</sup> Au moment de rédiger ce rapport, les données disponibles pour la variable « niveau de scolarité » du recensement de 2006 n'incluaient pas les personnes âgées entre 20 et 24 ans. Cette strate d'âge des 20-24 ans est une très importante dans la composition du QSJB, puisqu'elle seule, elle représente près de 10% de la population du QSJB (voir le tableau 11). Considérant ce fait, nous jugeons plus opportun d'utiliser, pour cette section du rapport, les données du recensement de 2001. Néanmoins, les données de 2006 sont disponibles au tableau A4 de l'annexe 4.

#### 4.4.4 - Taille des ménages

Une analyse de la structure de la taille des ménages, à partir des données du recensement de 2006, permet de constater que les ménages du QSJB sont majoritairement composés d'une seule personne. Cette proportion varie, selon les secteurs de recensement, entre 56,2% et 66,6% du total des ménages. À l'opposé, la proportion des ménages du QSJB composée de 4 personnes et plus est très réduite. Cette proportion varie de 2,9% à 5,2% selon le secteur.

**Graphique 3**  
**Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2006, selon la taille du ménage (en %)**



Source : Recensement de Statistique Canada, 2006

L'analyse des données de 2006 comparativement à celles de 2001 montre peu de changements. Toutefois, nous remarquons une augmentation de 5 points de pourcentage des ménages composés de deux personnes dans le secteur *Dufferin* (Annexe, Tableaux A5 et A6).

Dans la Ville de Québec, la proportion de ménages ayant 4 personnes et plus s'élève à 16,5%. Par ailleurs, c'est un peu moins de 33% des ménages qui sont composés d'une seule personne. Ainsi, à la lecture du graphique 3, il est facile de constater la situation particulière des ménages du QSJB à propos de leur taille.

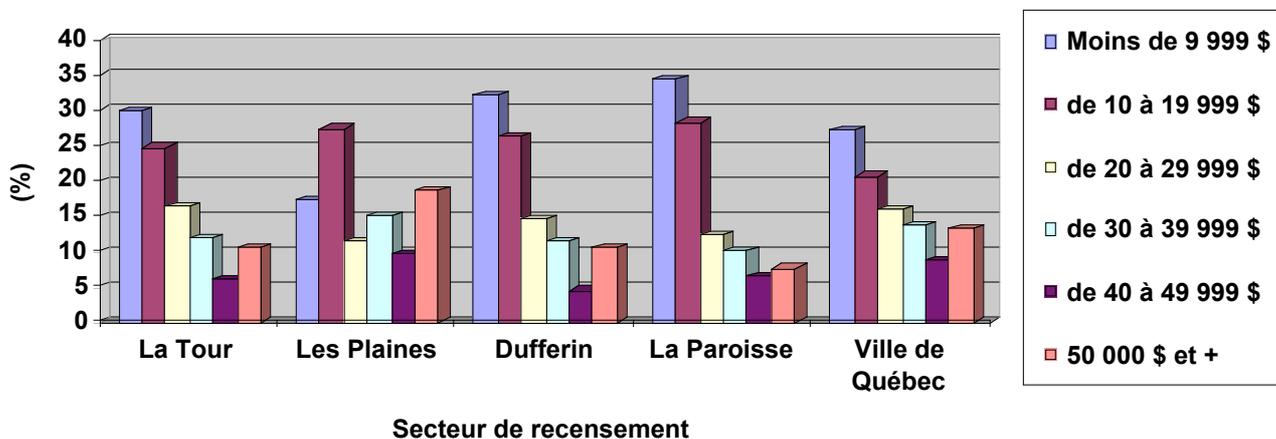
#### 4.4.5 - Revenus des individus et des ménages

Les données du recensement de 2006 portant sur les revenus des individus et des ménages n'ont pu être présentées dans ce document puisque celles-ci seront uniquement disponibles le jour de la remise de ce rapport, c'est-à-dire le 1<sup>er</sup> mai 2008. C'est pourquoi,

pour cette section, nous n'utiliserons que les données du recensement de 2001. La structure des revenus des individus et des ménages s'avère plutôt complexe à analyser compte tenu des grandes variations d'un secteur de recensement à l'autre, et ce, pour chacune des tranches de revenu. Dans ce contexte, nous avons jugé pertinent d'utiliser aussi les revenus médians des individus et des ménages pour illustrer le niveau de richesse ou de pauvreté, selon chacun des secteurs de recensement et de la Ville de Québec.

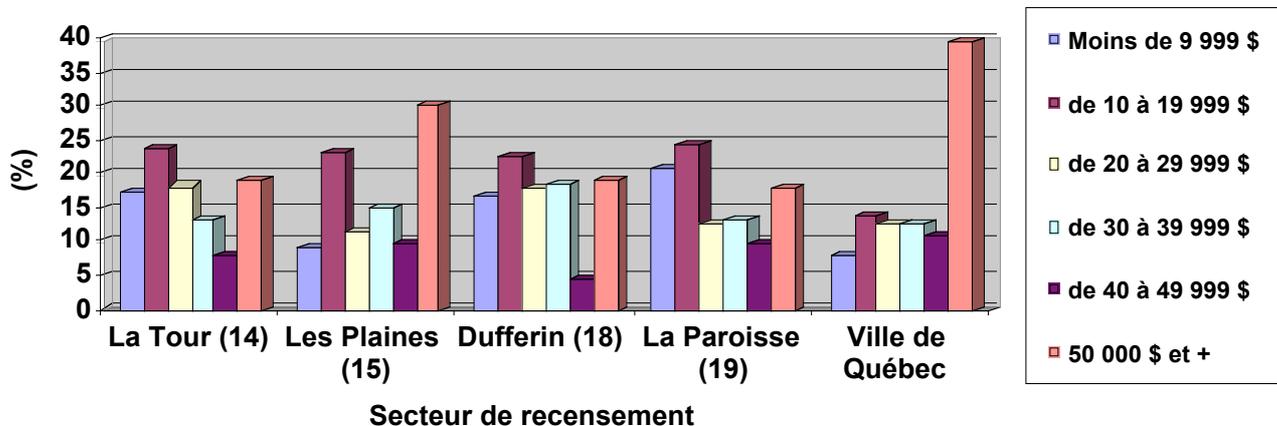
Afin d'illustrer la situation financière dans les secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec, nous avons conçu deux graphiques : le graphique 4 présente la situation financière pour les individus de 15 ans et plus et le graphique 5 met en relief la situation financière des ménages (voir aussi en annexe, les tableaux A7 et A8). Cette distinction permet de relativiser les écarts de revenu du point de vue individuel et du point de vue du ménage. Toutefois, dans les deux cas, nous constatons à partir des graphiques 4 et 5 que les individus de 15 ans et plus ainsi que les ménages des secteurs de recensement *La Paroisse*, *La Tour* et *Dufferin* sont moins fortunés que ceux de la ville de Québec et du secteur *Les Plaines*.

**Graphique 4**  
**Répartition des individus âgés de 15 ans et plus des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2001, selon le revenu total (en %)**



Source : Recensement de Statistique Canada, 2001

**Graphique 5**  
**Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec**  
**en 2001, selon le revenu total (en %)**



Source : Recensement de Statistique Canada, 2001

Enfin, du point de vue des revenus médians des individus de 15 ans et plus (Annexe, Tableau A7), les résidents des secteurs de recensement *La Paroisse* (15 867\$), *Dufferin* (16 992\$) et *La Tour* (17 385\$) ont des gains inférieurs à ceux de la ville de Québec dans l'ensemble (22 521\$) et du secteur *Les Plaines* (24 970\$).

Quant aux revenu médians des ménages (Annexe, Tableau A8), il est possible de constater qu'en 2001, ce sont les ménages demeurant dans le secteur de *La Paroisse* qui semblent être moins aisés, avec un revenu médian de 22 413\$, suivis de ceux du secteur *La Tour* (24 705\$), du secteur *Dufferin* (26 199\$) et du secteur *Les Plaines* (33 353\$). Les ménages de la ville de Québec ont, quant à eux, un revenu médian de 41 864 \$.

Bref, quelque soit l'indicateur utilisé, nous constatons qu'autant les individus de 15 ans et plus que les ménages des secteurs de recensement *La Paroisse*, *La Tour* et *Dufferin*, sont moins fortunés que ceux de la ville de Québec et du secteur *Les Plaines*. Toutefois, il semble que c'est sur le plan du revenu du ménage que la situation financière est la moins aisée chez les gens de ces trois secteurs. Cette situation financière plus difficile des ménages habitant les secteurs de recensement *La Paroisse*, *La Tour* et *Dufferin* est certainement explicable, en grande partie, par le fait qu'ils sont composés dans une plus grande mesure d'une seule personne. De plus, il a été possible de constater précédemment que la population de ces secteurs est relativement peu âgée (c'est majoritairement des gens âgés entre 20 et 29 ans qui habitent ces secteurs du QSJB), ce qui prédispose à avoir un revenu moins élevé.

#### 4.4.6 - Statut de propriétaire versus de locataire de la résidence habitée

Selon les données du recensement de 2006, environ 80% des résidences habitées dans le QSJB sont louées tandis que c'est le cas de 41,4% des résidences de la Ville de Québec dans son ensemble. À la lumière du tableau 4, nous remarquons par contre que le pourcentage de résidences habitées louées a diminué de 2001 à 2006, et ce, pour tous les secteurs de recensement ainsi que pour la ville de Québec dans son ensemble. Cette diminution est toutefois plus marquée dans les secteurs *Dufferin* et *La Paroisse*.

**Tableau 4**  
**Répartition des ménages des secteurs de recensement du QSJB et de la ville de Québec en 2006, selon le statut de propriétaire ou de locataire de la résidence habitée (en %)**

Secteurs de recensement	Statut du ménage : propriétaire / locataire			
	2001		2006	
	Propriétaire	Locataire	Propriétaire	Locataire
<b>La Tour (14)</b>	17,2	82,8	18,9	81,1
<b>Les Plaines (15)</b>	19,7	80,3	20,8	79,2
<b>Dufferin (18)</b>	16,6	83,4	23,3	76,7
<b>La Paroisse (19)</b>	10,7	89,3	18,3	81,7
<b>Total</b>	<b>16,2</b>	<b>83,8</b>	<b>20,0</b>	<b>80,0</b>
<b>Ville de Québec</b>	55,5	44,5	58,6	41,4

Source : Recensement de Statistique Canada, 2001 et 2006

En résumé, le QSJB est caractérisée par:

- ⇒ une population qui ne croît que légèrement;
- ⇒ un territoire densément peuplé;
- ⇒ une forte concentration de personnes âgées entre 20 et 39 ans et une sous-concentration de personnes âgées de 19 ans et moins;
- ⇒ une forte concentration de personnes scolarisées;
- ⇒ une forte concentration de ménages composés d'une seule personne et une sous-concentration de ménages composés de trois personnes ou plus;
- ⇒ une plus forte concentration de personnes ou de ménages à faible revenu;
- ⇒ une forte concentration de ménages étant locataire de leur résidence.

#### **4.5 - LE JOURNAL L'INFOBOURG DU COMITÉ POPULAIRE SAINT-JEAN-BAPTISTE**

Nous avons mentionné plus haut que le QSJB était à l'origine un faubourg populaire accueillant l'excédant de population de la ville fortifiée. C'est la raison pour laquelle le journal du Comité populaire Saint-Jean-Baptiste (l'éditeur du journal) s'est vu attribuer le nom de *l'Infobourg*. Du point de vue du contenu, *l'Infobourg* contient entre autres des articles concernant les droits et les intérêts des gens du quartier, en particulier ceux des classes

populaires et des groupes défavorisés. Il priorise aussi l'information locale et les enjeux sociopolitiques peu, mal ou différemment couverts par la presse commerciale. Le contenu de l'*Infobourg* doit être cohérent avec la mission et les objectifs poursuivis par le Comité populaire. La lecture de la politique d'information de ce journal révèle les objectifs poursuivis par le Comité populaire et, du même coup, par le journal l'*Infobourg*. Dans l'encadré qui suit, nous présentons quelques-uns des éléments les plus importants de cette politique :

L'*Infobourg* est un journal communautaire militant du QSJB, libre et participatif, qui défend sans ambages les droits et les intérêts des gens du quartier et, notamment, des classes populaires et autres groupes défavorisés.

**1) Identité :** L'*Infobourg* est le journal du Comité populaire Saint-Jean-Baptiste.

#### **1.1) La mission du Comité populaire Saint-Jean-Baptiste**

Le contenu ne doit pas aller à l'encontre de la mission du Comité populaire et doit plutôt contribuer à la réalisation de son mandat.

Cette mission se lit comme suit :

**Le Comité populaire Saint-Jean-Baptiste est un organisme communautaire à but non lucratif issu de l'implication et de la volonté de résidant-e-s du QSJB et dont la priorité est la défense des droits et des intérêts de la population.**

Nos interventions visent la promotion d'un aménagement et d'un développement urbain qui tiennent compte de la spécificité du quartier. Nos actions sont également liées à l'amélioration des conditions socio-économiques de la population. Depuis plus de vingt-cinq ans, notre organisme lutte pour la conservation du caractère résidentiel du quartier et pour l'accès à des logements décentes et abordables.

De plus, le Comité populaire, par le biais de son journal l'*Infobourg*, (...) informe et éduque la population, contribue à susciter réflexions et débats sur des sujets d'intérêt public comme il contribue à aider les ménages à faibles revenus à sortir de leur isolement et à faire valoir leurs droits.

Source : Politique d'informations du Journal l'*Infobourg*, document final déposé à l'AGA du 22 octobre 2006

#### 4.5.1 - Origine et mode de distribution

Avant 1994, le Comité populaire publiait à plus petite échelle (et sans le distribuer de porte-à-porte) le bulletin de liaison l'*Infobourg*. En 1994, ce bulletin de liaison est devenu le journal l'*Infobourg* et celui-ci commença à être distribué de porte-à-porte à environ 2 000 ménages du QSJB. À cette époque et jusqu'en 1998, l'*Infobourg* était conçu sous un format de type « revue ». Ainsi, c'est à partir de 1998 que prend naissance le journal l'*Infobourg* en format « tabloïd ». Le Comité profite aussi de cette période pour augmenter le tirage et agrandir son territoire de diffusion. Depuis ce temps, l'*Infobourg* est publié cinq fois par année et tiré à 7 000 exemplaires, dont environ 4 500 sont distribués de porte-à-porte.

Toutefois, ce ne sont pas tous les ménages du QSJB qui le reçoivent à leur domicile : l'*Infobourg* est distribué, de porte-à-porte, uniquement dans certains secteurs du QSJB, c'est-à-dire au Nord du Boulevard René-Lévesque. Il y a toutefois une exception, puisque le journal est reçu également par les personnes qui résident dans le complexe de coopératives d'habitation situé dans le quadrilatère des rues de l'Amérique-Française, Saint-Amable, de la Chevrotière et René-Lévesque<sup>10</sup>.

#### 4.5.2 - Financement et bénévolat

Le financement du Comité populaire provient essentiellement du Secrétariat à l'action communautaire autonome - volet défense de droits, de Centraide, de la Société d'habitation du Québec et d'activités d'auto-financement. Quant au journal l'*Infobourg*, il est financé par de la publicité de commerces alors que le déficit, advenant le cas, est assumé par le Comité populaire. Historiquement, le Comité a toujours défrayé entre 30 et 40% des frais d'opération liés à la production du journal l'*Infobourg*. Le Comité voit aussi à fournir les locaux et différents accessoires de papeterie. La vente d'espaces publicitaires dans le journal couvre, quant à elle, 60 à 70% des frais. Par ailleurs, le contenu du journal se divise généralement entre 30-40% d'espace de publicité et 60-70% d'espace de contenu. Il importe aussi de mentionner que ces taux varient d'une année à l'autre. En effet, dépendant des combats menés par le Comité populaire, certains commerçants n'adhérant pas aux idées véhiculées dans le journal souhaitent ne plus s'y annoncer. Il ne faut pas oublier que le Comité populaire, par le biais du journal l'*Infobourg*, dispose d'une grande liberté de parole. Selon ses responsables et, compte tenu de sa mission et de ses objectifs, le Comité populaire n'aspire pas, par la diffusion de l'*Infobourg*, à plaire aux lecteurs ou aux publicitaires et à faire des profits. Cette dynamique organisationnelle et financière caractérise l'ensemble de l'univers de la presse alternative qui : « exprime des opinions libres et des critiques qui sont indépendantes des marchés publicitaires, des commanditaires et des bailleurs de fonds et s'efforce d'offrir un contrepoids au néolibéralisme et aux pouvoirs établis en véhiculant des idées de rechange » (Grégoire, 1999, p.62).

---

<sup>10</sup> Ainsi, peu de ménages du secteur *Les Plaines* reçoivent l'*Infobourg* à leur porte. Pour plus de détails, voir la section 8.1 et l'annexe 3.

Dans ce contexte, les bénévoles sont l'une des ressources essentielles au fonctionnement des *médias autres que de masse*. Sans eux, il serait pratiquement impossible de réaliser et de distribuer le journal l'*Infobourg*. De plus, le mode d'organisation de l'*Infobourg* est conforme à la démarche opérationnelle typique des médias alternatifs : « Les tâches de production (les agréables comme les autres) sont fréquemment réparties au sein de l'équipe de manière à ce que tout le monde fasse un peu de tout, même à l'extérieur du lieu de travail. » (Grégoire, 1999, p.63). Ce mode de fonctionnement se distingue de l'organisation hiérarchique des journaux commerciaux. Le but poursuivi par les *médias autres que de masse*, tels l'*Infobourg*, est de faire place à une communication horizontale qui favorise le dialogue sur les décisions et le rapprochement avec le lectorat.

#### 4.5.3 - Le journal l'Infobourg : quel type de média est-il ?

Pouvons-nous qualifier le journal l'*Infobourg* de communautaire, d'alternatif ou de militant ? Pour répondre à cette question, nous avons réalisé une brève analyse de contenu des articles publiés dans une dizaine de numéros de ce journal allant des années 1994 à 2007. Les résultats de cette analyse ont permis de déterminer quel type de média est l'*Infobourg*. À noter que nous n'avons pas ici appliqué minutieusement toutes les étapes inhérentes à une analyse de contenu scientifique puisque le but était simplement de cerner « la couleur », c'est-à-dire la nature de ce journal. Il ne s'agit alors pas d'une analyse de contenu approfondie et exhaustive de tous les articles publiés dans l'*Infobourg* depuis ses débuts.

Ainsi, l'objectif de notre analyse est de savoir si le journal a davantage une connotation alternative, communautaire ou militante, afin de mieux cibler par la suite notre enquête auprès de son lectorat. Afin d'établir quel type de journal est l'*Infobourg*, nous nous sommes servis de critères d'analyse qui correspondent aux quatre thématiques inhérentes aux éléments de la mission de ce journal et qui sont associées, par le fait même, à un type de média (militant, alternatif ou communautaire). Voici ces thématiques :

- ⇒ de revendication, de mobilisation ou de défense des droits et intérêts;
- ⇒ de sensibilisation ou d'information;
- ⇒ de promotion d'activités diverses;
- ⇒ d'une autre nature.

En ce sens, la première thématique, celle *de revendication, de mobilisation ou de défense des droits et intérêts*, renvoie aux caractéristiques spécifiques des médias militants. En effet, les articles insérés dans cette section se donnent comme objectif la mobilisation des individus dans des causes précises et concrètes. La seconde thématique, la *sensibilisation et l'information*, correspond aux caractéristiques générales propres aux médias alternatifs. Par conséquent, nous retrouvons sous ce thème surtout des articles portant sur des questions qui sont négligées par la presse de masse et qui ont une visée informative sur différents enjeux sociopolitiques. Le troisième thème, celui de la *promotion d'activités diverses*, porte sur les activités et les évènements dans le quartier. Celui-ci touche l'aspect propre aux médias communautaires, soit l'information orientée sur la localité (c'est-à-dire sur le QSJB). Enfin, le quatrième thème concerne des articles pouvant couvrir des sujets *d'une autre nature* et qui, en même temps, ne sont pas traités dans les articles correspondant aux trois premières thématiques. Dans un deuxième temps, nous avons classifié les articles analysés en fonction d'un autre critère, plus précisément selon qu'ils contiennent des informations propres au QSJB ou non.

La compilation des données de cette analyse des articles publiés dans l'*Infobourg* a été faite à l'aide d'un tableau synthèse divisé en quatre sections (correspondant à chacune des quatre thématiques) qui ont été sous-divisées à leur tour en deux autres sections, selon qu'elles soient propres au QSJB ou non. Le tableau 5 ci-dessous permet de voir le nombre d'articles qui ont été classés dans chacune des catégories. Avant d'en faire la lecture, nous tenons à spécifier, une fois de plus, que cette analyse a été réalisée dans la simple optique de pouvoir classifier le journal l'*Infobourg*, et ce, sans que toutes les étapes inhérentes à une analyse de contenu scientifique soit accomplies.

**Tableau 5**  
**Synthèse de la compilation : types d'articles selon**  
**leur orientation sur le quartier ou non**

<b>Types d'article</b>	<b>Orienté sur le quartier</b>	<b>Extérieur au quartier</b>	<b>TOTAL</b>
Revendication, mobilisation ou défense des droits et intérêts	19	8	<b>27</b>
Sensibilisation ou information	36	43	<b>79</b>
Promotion d'activités diverses	29	7	<b>36</b>
Autre nature	11	5	<b>16</b>
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>63</b>	<b>158</b>

Globalement, ce qui ressort de notre analyse, c'est que le thème *sensibilisation et information* est celui qui revient le plus souvent, et ce, pratiquement autant à l'égard d'enjeux sociopolitiques locaux que pour ceux extérieurs au QSJB. Ainsi, il est possible de croire que l'*Infobourg* privilégie les sujets à caractère alternatif plutôt que communautaire ou militant. De fait, nous retrouvons dans une proportion moindre des articles visant à faire *la promotion d'activités diverses* (caractère communautaire) par rapport à la proportion d'articles portant sur *la sensibilisation et l'information*. Quant aux articles à caractère militant (le thème *revendication / mobilisation / défense des droits et intérêts*), l'*Infobourg* en contient encore moins<sup>11</sup>.

Par ailleurs, nous remarquons qu'indépendamment du thème, le contenu global de l'*Infobourg* porte davantage sur des aspects locaux propres au QSJB (95 articles) plutôt que renvoyant à l'extérieur à celui-ci (63 articles). À cet égard, nous constatons que le journal l'*Infobourg* joue son rôle d'émetteur d'informations sur la localité (c'est-à-dire sur le QSJB).

Enfin, et puisque le journal l'*Infobourg* contient dans une proportion plus grande des articles renvoyant au thème *sensibilisation et information*, nous estimons que celui-ci est d'abord et avant tout un média alternatif. Toutefois, l'*Infobourg* contient aussi des articles à connotation communautaire et militante, ce qui permet de dire qu'il est aussi un média communautaire et militant, mais dans une proportion moindre.

---

<sup>11</sup> Malgré la moins grande présence d'articles à connotation militante dans l'*Infobourg*, il demeure néanmoins qu'il en contient davantage que les journaux de masse tels *Le Soleil*, *Le Journal de Québec*, *La Presse*, etc.

## 5 - QUESTION DE RECHERCHE ET OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

Dans cette section, nous présentons la question de recherche ainsi que les objectifs sous-jacents justifiant cette étude sur le journal l'*Infobourg*. La compréhension des éléments mis en relief dans cette section est essentielle, puisque ce sont ces éléments qui servent à établir la ligne directrice de l'étude.

Le Comité populaire Saint-Jean-Baptiste souhaite cerner plus clairement la portée sociale du journal l'*Infobourg*. À cette fin, nous tenterons de répondre à la question de recherche suivante : « **Quel est le lectorat, le non-lectorat et l'impact du journal l'*Infobourg* ?** » Plus précisément, le Comité populaire Saint-Jean-Baptiste a comme objectifs spécifiques d'obtenir :

- ⇒ un portrait sociologique du QSJB dans son ensemble;
- ⇒ un portrait sociologique du lectorat et du non-lectorat du journal l'*Infobourg* (parmi les 4000 – 4500 ménages qui reçoivent l'*Infobourg* à leur domicile);
- ⇒ un taux de lecture (la proportion de gens, parmi les 4000 – 4500 qui reçoivent l'*Infobourg* à leur domicile, qui en font la lecture);
- ⇒ un niveau d'appréciation du journal l'*Infobourg*;
- ⇒ une évaluation des impacts du journal l'*Infobourg* en regard de sa mission :
  - revendication / défense des droits et intérêts des gens du quartier;
  - sensibilisation / d'information au regard des enjeux locaux et autres peu, mal ou différemment couverts par la presse commerciale;
  - promotion des événements dans le quartier;
  - création d'un sentiment d'appartenance au quartier.

## 6 - HYPOTHÈSES ET OPÉRATIONNALISATION

À la suite des rencontres avec Nicolas Lefebvre-Legault ainsi qu'avec deux experts des médias (Monsieur François Demers et Madame Anne-Marie Gingras) et à la lumière de notre compréhension de l'univers médiatique, nous avons formulé ces trois hypothèses que nous souhaitons vérifier dans le cadre de cette recherche :

1. Nous supposons que le taux de lecture du journal *l'Infobourg* (dans les zones où il est distribué de porte-à-porte) varie en fonction des caractéristiques sociodémographiques et socio-économiques des habitants des différents secteurs du QSJB. Le contenu du journal nous porte à croire que les plus jeunes, les plus défavorisés et les plus scolarisés sont davantage prédisposés à lire ce journal.
2. Nous croyons que *l'Infobourg* contribue à l'élaboration d'une opinion chez les gens, voire même, à la modification de leurs opinions.
3. Nous estimons que les lecteurs sont plus intéressés par les articles ayant une connotation locale, qui traitent des activités et faits se rapportant directement ou indirectement au quartier, que par les articles traitant de thématiques plus générales.

C'est notamment avec l'objectif de vérifier ces hypothèses que nous avons conçu notre schéma d'opérationnalisation. L'objectif est de s'assurer, à cette étape de la recherche, que tous les aspects de l'étude soient couverts. Cette étape permet d'organiser et d'illustrer les concepts, les dimensions et les indicateurs qui sont pris en compte dans le cadre de ce mandat. C'est dans l'annexe 1 de ce rapport qu'il est possible de prendre connaissance de ce schéma d'opérationnalisation. Néanmoins, dans les lignes qui suivent, nous donnons quand même quelques précisions à l'égard de deux des aspects centraux (les habitudes de lecture - permettant du même coup d'estimer le taux de lecture de *l'Infobourg* - et l'impact du journal *l'Infobourg* sur son lectorat) de ce schéma d'opérationnalisation afin d'éviter certaines ambiguïtés de compréhension. Aussi, il importe de savoir que les résultats révélés dans la section 8 de ce rapport se rapportent aux personnes lisant le plus régulièrement *l'Infobourg* dans leur ménage, et ce, puisque c'est ce que nous demandions dans la lettre de sollicitation du questionnaire. En fait, nous souhaitons absolument à ce que ce soit les lecteurs les plus réguliers de *l'Infobourg* des ménages qui répondent au questionnaire, car ce qui nous importait le plus était de connaître la pénétration de ce journal à l'intérieur de chacun des ménages.

D'abord, c'est par le biais des questions 10 et 13 du questionnaire qu'il est possible d'évaluer les habitudes de lecture des journaux en général ou de l'*Infobourg* en particulier, et ce, autant chez les lecteurs que les non-lecteurs de l'*Infobourg*. En fait, par l'entremise de ces questions, nous pouvons : 1) mieux connaître les habitudes de lecture des journaux; et 2) estimer la proportion des publications du journal l'*Infobourg*, distribuées de porte-à-porte dans le QSJB, qui sont lues par au moins une personne du ménage. Enfin, il faut savoir que les questions 10 et 13 ne visent pas à évaluer le temps accordé à la lecture d'un journal, le niveau d'attention mis, ou encore, le nombre d'articles lus, mais plus simplement la proportion des publications qui sont lues, et ce, qu'importe l'ampleur.

Ensuite, les questions 19 à 20 du questionnaire permettent d'évaluer l'impact qu'a l'*Infobourg* sur son lectorat à l'égard de différents éléments. Pour évaluer « l'impact » de l'*Infobourg* sur son lectorat, il est impératif de donner une signification tangible au mot « impact ». En fait, dans le cadre de cette étude, l'impact du journal l'*Infobourg* sur son lectorat est mesuré en regard de la mission du journal. Ainsi, par le biais de différentes questions, nous avons tenté de mesurer l'impact comportemental et/ou réflexif qu'a le journal sur son lectorat. Pour ce faire, nous avons vérifié jusqu'à quel point le journal l'*Infobourg* contribue du point de vue comportemental à : 1) la revendication et la défense active des droits et intérêts (dans le quartier ou non); 2) la modification des façons d'agir dans la vie quotidienne; 3) donner le goût de s'impliquer ou de participer aux activités du quartier; et 4) encourager la fréquentation des commerces du quartier, en premier lieu. Dans le même sens, nous avons examiné l'impact réflexif du journal l'*Infobourg* sur son lectorat quant à : 1) la sensibilisation à l'égard d'enjeux sociaux (dans le quartier ou non); 2) l'obtention d'informations sociales et urbaines sur le QSJB; 3) la formation d'un sentiment d'appartenance au quartier; 4) la formation, voire la modification, d'une opinion; 5) la réflexion; 6) la publication d'informations alternatives; et 7) l'obtention d'informations ancrées sur le quartier.

Bref, les sections 5 et 6 de ce rapport donnent aux lecteurs la ligne directrice des travaux menés ainsi que différentes précisions conceptuelles. Enfin, dans la section suivante, nous exposons les renseignements méthodologiques inhérents à la réalisation de l'enquête par questionnaire.

## **7 - ASPECTS MÉTHODOLOGIQUES DE L'ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE**

Le chapitre qui s'amorce expose la méthodologie de recherche employée pour la réalisation de cette étude. D'abord, nous mettons en relief les sections du questionnaire ayant servi à la réalisation de cette étude, pour ensuite présenter la population à l'étude. Aussi, dans cette section, nous exposons la méthode de collecte et le mode d'échantillonnage utilisé. Ensuite, nous traitons de la question des taux de réponse et de représentativité de l'échantillon des répondants. Suivra ensuite une section sur les limites et portées de cette étude. Ce chapitre se termine par l'explication des méthodes de conception de la typologie et des échelles additives.

### **7.1 - SECTIONS DU QUESTIONNAIRE**

D'abord, avant de faire la présentation des sections du questionnaire, il est opportun de rappeler la question de recherche de cette étude, car l'organisation de l'outil de collecte a été conçue en fonction de celle-ci : « Quel est le lectorat, le non-lectorat et l'impact du journal *l'Infobourg* ? ». Cette étude a ainsi pour objectif de cerner la portée du journal *l'Infobourg*, c'est-à-dire de distinguer les caractéristiques du lectorat et du non-lectorat du journal, d'établir le taux de lecture de *l'Infobourg*, de cerner le niveau d'appréciation et d'évaluer les impacts du journal sur son lectorat.

Ainsi, la première section de notre questionnaire inclut des questions visant à connaître le profil sociodémographique (sexe, âge, langue parlée à la maison, nombre d'années consécutives d'habitation dans le QSJB et plus haut niveau de scolarité complété) et socio-économique (principale occupation, revenu annuel brut du ménage, statut de locataire ou de propriétaire de la résidence habitée et type de résidence habitée) des lecteurs et des non-lecteurs de *l'Infobourg*. Une autre variable sociodémographique était accolée à cette étude, soit celle du secteur de recensement. Toutefois, le répondant n'avait pas à indiquer cette information sur le questionnaire puisque nous avons nous-même pris le soin de l'indiquer sur l'enveloppe de retour pré-affranchie. La deuxième section du questionnaire vise, quant à elle, à ramasser de l'information sur les habitudes de lecture du journal *l'Infobourg* ainsi que des journaux en général. Aussi, dans cette section, il y a des questions portant sur l'utilisation d'Internet. Dans la troisième section du questionnaire, nous retrouvons des questions visant à évaluer le niveau d'appréciation du format et du contenu du journal *l'Infobourg*. Toutefois,

comme pour la section suivante, uniquement les personnes ayant déjà lu, au cours des années 2006 et 2007, un numéro ou plus de l'*Infobourg* devaient y répondre. Ainsi, la quatrième section du questionnaire évalue l'impact du journal l'*Infobourg* sur son lectorat. La cinquième section, quant à elle, s'adressait aux non-lecteurs de l'*Infobourg* et avait pour objectif de connaître les motifs expliquant la non-lecture du journal. Pour ce qui est de la sixième section du questionnaire, nous y retrouvons des questions relatives aux implications sociales, militantes, bénévoles, culturelles et environnementales. Enfin, la dernière question du questionnaire est une des rares laissant la possibilité aux répondants de s'exprimer librement. Celle-ci permettait d'émettre des suggestions ou commentaires au Comité Populaire Saint-Jean-Baptiste. En fait, le questionnaire contient deux questions ouvertes et 75 questions ou sous-questions fermées, c'est-à-dire à choix de réponses.

Enfin, nous souhaitons simplement souligner aux lecteurs intéressés : 1) que le questionnaire employé pour réaliser cette étude est disponible à l'annexe 2; et 2) qu'une explication des concepts « habitudes de lecture » et « impact de l'*Infobourg* sur son lectorat » est présentée à la section 6 de ce rapport.

## **7.2 - POPULATION À L'ÉTUDE**

Initialement, nous souhaitons que notre questionnaire soit distribué à des résidants du QSJB recevant directement chez eux le journal l'*Infobourg*<sup>12</sup>. Il importe de mentionner que ce nombre varie normalement entre 4 000 et 4 500 selon les tournées de distribution de l'*Infobourg*. En fait, le principal facteur expliquant cette variation est le nombre de portes d'immeubles à logements barrés (donc de portes ou de casiers postaux inaccessibles) au moment de la distribution du journal. Par contre, une fois la distribution des questionnaires réalisée, nous considérons plus prudent de dire que notre population à l'étude est celle des 3 729 portes/casiers accessibles lors de cette opération<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Pour connaître le territoire de distribution du journal, se référer à la section 4.5.1 de ce rapport.

<sup>13</sup> Pour connaître les raisons susceptibles d'expliquer cet état, voir la section 7.3 de ce rapport.

### 7.3 - MÉTHODE DE COLLECTE ET ÉCHANTILLONNAGE

Dans le cadre de cette enquête par questionnaire, ce sont 1 243 questionnaires qui ont été distribués de porte-à-porte dans le QSJB. Une équipe de camelots bénévoles s'est chargée de faire, du 25 au 29 janvier 2008, la distribution du questionnaire<sup>14</sup> tout en suivant nos indications. Il faut savoir qu'un de nos objectifs de collecte était d'obtenir un échantillon représentatif de l'ensemble du territoire de distribution du journal l'*Infobourg*. Pour ce faire, nous avons utilisé le découpage en secteur de recensement (*La Tour, La Paroisse, Dufferin, Les Plaines*) de Statistique Canada. Nous avons aussi utilisé les données du recensement de 2006 sur le nombre de logis par secteur. De cette manière, nous avons pu estimer le nombre de questionnaires à distribuer par secteur de recensement, et du même coup, identifier sur les enveloppes de retour pré-affranchies le secteur de recensement où habite le répondant.

Ensuite, pour ce qui est de l'échantillonnage, nous avons préconisé le mode d'échantillonnage systématique, c'est-à-dire avec un pas de sondage de 1 sur 3. Cela signifie que les camelots bénévoles ont distribué le questionnaire de la même façon qu'est distribué l'*Infobourg*, à la différence toutefois qu'ils n'avaient qu'à déposer un questionnaire à tous les trois portes/casiers postaux accessibles. De cette manière et par secteur de recensement, le questionnaire a été distribué à la 1<sup>ère</sup> porte/casier accessible du territoire de distribution de l'*Infobourg* et ensuite à la 4<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup>, 10<sup>e</sup> porte/casier accessible et ainsi de suite. En utilisant cette méthode, nous nous assurons d'obtenir un échantillon probabiliste de répondants en provenance d'un peu partout sur le territoire de distribution de l'*Infobourg*. Suivant cette méthode, nous estimions distribuer entre 1 333 et 1 500 questionnaires, et ce, puisque lors d'une tournée normale de distribution de l'*Infobourg* entre 4 000 et 4 500 journaux sont distribués de porte-à-porte (aux portes/casiers accessibles). Toutefois, tel que mentionné à la section 7.2, ce sont plutôt 3 729 portes/casiers qui ont été considérées comme étant accessibles. Nous avons donc distribué 1 243 questionnaires. Le facteur ayant contribué à ce que nous obtenions un nombre inférieur à celui initialement prévu, est le fait que certaines rues aient peut-être été oubliées par les camelots bénévoles. Il importe de mentionner que l'équipe de camelots bénévoles ayant fait la distribution du questionnaire n'était pas la même que celle qui a l'habitude de faire la distribution du journal l'*Infobourg*. C'est probablement un élément qui explique que des rues aient été oubliées. Néanmoins, le représentant du

---

<sup>14</sup> Le questionnaire a été distribué pendant du journal l'*Infobourg*, c'est-à-dire entre les publications de l'*Infobourg* de décembre 2007 et de janvier 2008.

Comité populaire nous a confirmé : 1) que le pas de sondage de « 1 porte/casier postal accessible sur 3 » a été suivi à la lettre par les camelots bénévoles; même si 2) il est fort possible que certaines rues aient été oubliées lors de la distribution du questionnaire.

Cette situation contribue toutefois à nous compliquer la tâche puisque nous ne connaissons pas les caractéristiques sociales et économiques des individus de ces portes/casiers oubliés ou considérés comme étant inaccessibles à la réception du questionnaire, mais étant pourtant à l'habitude accessible à la réception du journal *l'Infobourg*. Ainsi, nous ne savons pas si ceux-ci ont des caractéristiques sociales ou économiques différentes de ceux échantillonnés. Donc, dans ce contexte, nous avons pris la décision d'interpréter les résultats de cette étude comme étant représentatifs des 3 729 portes/casiers accessibles lors de la distribution du questionnaire<sup>15</sup>. Enfin, par l'entremise du tableau ci-dessous, il sera facile pour le lecteur d'observer les écarts de données (par secteur de recensement) que nous venons d'expliquer dans les lignes précédentes entre le nombre de logis total, le nombre de logis sur le territoire de distribution habituellement accessibles, le nombre de questionnaires imprimés (règle de une porte/casier sur trois) et finalement le nombre de logis accessibles lors de la distribution du questionnaire.

**Tableau 6**  
**Comparaisons des proportions de logis par secteur de recensement**

Secteur de recensement	Nombre de logis total*		Nombre de logis sur le territoire de distribution habituellement accessibles		Nombre de questionnaires imprimés (règle de 1 porte sur 3)		Nombre de logis accessibles lors de la distribution du questionnaire	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
<b>La Tour</b>	1 375	21,6	1 375	30,6	460	30,6	328	26,4
<b>La Paroisse</b>	1 750	27,5	1 750	38,9	585	38,9	487	39,2
<b>Dufferin</b>	735	11,6	735	16,3	252	16,8	223	17,9
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>3 860</b>	<b>60,7</b>	<b>3 860</b>	<b>85,8</b>	<b>1297</b>	<b>86,4</b>	<b>1038</b>	<b>83,5</b>
<b>Les Plaines</b>	2 495	39,3	640**	14,2	205	13,6	205	16,5
<b>TOTAL</b>	<b>6 355</b>	<b>100,0</b>	<b>4 500</b>	<b>100,0</b>	<b>1502</b>	<b>100,0</b>	<b>1243</b>	<b>100,0</b>

\* Données issues des données du recensement de 2006

\*\* Ce chiffre estimé est obtenu par la soustraction de « 4 500 – 3 860 = 640 » puisque ce n'est qu'une partie des ménages du secteur *Les Plaines* qui reçoivent à leur demeure *l'Infobourg*. Pour plus de détails sur le territoire de distribution du journal, se référer à la section 4.5.1 de ce rapport

<sup>15</sup> Il n'est pas impossible que nos résultats soient aussi valides pour l'ensemble des 4 000 – 4 500 logis recevant habituellement *l'Infobourg* à leur porte. Toutefois, et puisque nous n'en avons pas la certitude, nous préférons simplement affirmer que nos résultats sont représentatifs, par secteur de recensement, pour les 3 729 portes/casiers qui ont été accessibles lors de la distribution du questionnaire.

Par ailleurs, il importe de définir le concept de « logis accessible » puisque celui-ci sera employé à différents endroits dans ce rapport, mais surtout à la section 8. En fait, un « logis accessible » est un logis apte à recevoir le journal l'*Infobourg*. L'accessibilité est définie à son tour par le fait que la porte/casier peut être atteint par le camelot pour déposer le journal. Par exemple, lorsque la porte principale de l'immeuble à logements est barrée lors de la distribution, tous ces logements sont considérés comme étant inaccessibles aux camelots. De plus, il est important de savoir que le journal l'*Infobourg* n'est pas distribué à tous les 6 355 ménages (ou logis) du QSJB. En fait, les ménages du QSJB demeurant dans les secteurs *La Paroisse*, *La Tour* et *Dufferin* sont tous susceptibles de le recevoir. Ici, nous disons « susceptible de le recevoir » puisque bien sûr, tout dépend de l'accessibilité de leurs portes/casiers aux camelots lors de la journée de distribution du journal l'*Infobourg*. Toutefois, et comme indiqué à la section 4.5.1 de ce rapport, ce n'est qu'une petite partie des ménages du secteur *Les Plaines* qui le reçoit<sup>16</sup>. Cette situation, qui peut paraître anodine, nous a par contre causé quelques problèmes quant à la façon d'évaluer le nombre de questionnaires à distribuer dans ce secteur. Pour y arriver, nous avons soustrait de 4 500 la somme des logis des secteurs *Dufferin*, *La Paroisse* et *La Tour* puisque ceux-ci sont tous susceptibles de recevoir l'*Infobourg* à leur porte.

Enfin, pour clore cette section, nous souhaitons souligner, d'une part, que tous les traitements statistiques de cette étude ont réalisés à l'aide du progiciel SPSS et, d'autre part, que préalablement à la distribution des 1 243 questionnaires, que nous avons réalisé deux rondes de pré-test auprès de dix-sept personnes. Il nous apparaissait essentiel de réaliser cette étape du processus de recherche compte tenu des répercussions néfastes qu'aurait pu engendrer l'utilisation d'un outil de collecte imparfait sur les résultats de l'étude.

---

<sup>16</sup> Pour plus de détails, voir la section 4.5.1 et l'annexe 3.

## 7.4 - TAUX DE RÉPONSES, MARGE D'ERREUR ET REPRÉSENTATIVITÉ DE L'ÉCHANTILLON

D'abord, pour ce qui est des taux de réponse (par secteur de recensement), nous constatons qu'ils avoisinent toujours les 20% (voir le tableau 7). Quant à la marge d'erreur de cette enquête, elle est de +/- 5,9%, 19 fois sur 20.

**Tableau 7**  
**Taux de réponse**

Secteur de recensement	Nombre de questionnaires reçus		Nombre de logis accessibles lors de la distribution du questionnaire		Taux de réponse
	Nombre	%	Nombre	%	%
La Tour	70	27,5	328	26,4	21,3
La Paroisse	108	42,4	487	39,2	22,2
Dufferin	36	14,1	223	17,9	16,1
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>214</b>	<b>83,9</b>	<b>1038</b>	<b>83,5</b>	<b>20,6</b>
Les Plaines	41	16,1	205	16,5	20,0
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100,0</b>	<b>1243</b>	<b>100,0</b>	<b>20,5</b>

Source : Recensement de Statistique Canada, 2006 et données de notre enquête

En ce qui a trait à la représentativité / non-représentativité de notre échantillon à l'égard de certaines variables socio-économiques ou sociodémographiques, nous en faisons en détail la démonstration à la section 8.1 de ce rapport. Toutefois, nous pouvons ici mentionner que notre échantillon comporte des lacunes de représentativité à l'égard des variables suivantes : l'âge, le revenu annuel brut des ménages, le niveau de scolarité et le statut de propriétaire versus de locataire de la résidence habitée. Dans ce contexte, l'idéal aurait été de pondérer les résultats. Toutefois, compte tenu des quatre raisons suivantes, nous jugeons inopportun de réaliser une telle opération puisque cela aurait engendré plus de mises en garde que de bénéfices :

1. la pondération ne pouvait être réalisée parfaitement compte tenu des distorsions entre les secteurs de recensement de Statistique Canada, les zones habituelles de distribution de l'*Infobourg* ainsi que les zones où a été distribué le questionnaire.
2. l'impossibilité de pondérer les résultats pour le secteur *Les Plaines* étant donné que seulement 25% des logis reçoivent l'*Infobourg* à leur résidence, ce qui aurait prédisposé à augmenter encore plus les distorsions mentionnées au point #1 ci-dessus;
3. considérant le point #2 ci-dessus, et advenant que nous aurions pondéré les résultats pour les secteurs *Dufferin*, *La Tour* et *La Paroisse*, nous aurions ainsi comparé des résultats pondérés avec des résultats non-pondérés, ce qui n'est pas souhaitable;
4. nous aurions dû pondérer les résultats de notre échantillon avec les données du recensement de 2001 puisque les données de 2006 n'étaient pas toutes disponibles au moment où nous faisons les analyses.

Enfin, et puisque nous devons œuvrer avec un échantillon non-pondéré et donc pas nécessairement représentatif, nous nous sommes attardés aux résultats des analyses bivariées présentés à la section 8 de ce rapport et étant statistiquement significatifs. En fait, à la lumière de ces résultats, il devient possible d'estimer les répercussions potentielles qui auraient pu se produire sur les résultats globaux advenant le cas où l'échantillon avait été représentatif des caractéristiques de la population. Par exemple, à la section 8.2, nous affirmons qu'environ 55% des publications de l'*Infobourg* distribuées de porte-à-porte sont lues par au moins une personne du ménage. Toutefois, considérant que les individus moins scolarisés ainsi que ceux issus de ménages moins bien nantis financièrement semblent plus prédisposés à lire le journal, et qu'en plus, ceux-ci sont sous-représentés dans notre échantillon, nous serions portés à croire que ce taux de lecture de 55% pourrait être sous-estimé. À l'opposé, il est aussi fort possible que notre échantillon soit sous-représenté en non-lecteurs de l'*Infobourg*, car nous estimons qu'il y a plus de chances que ces derniers n'aient pas répondu à cette enquête que les lecteurs, et ce, malgré la présence d'un tirage d'une douzaine de prix de participation<sup>17</sup>. Donc, à la lumière de ces faits opposés, il peut être logique de penser que ce taux de 55% reflète la situation réelle du taux de lecture du journal l'*Infobourg*. À noter aussi que la même méthode peut être employée pour relativiser les résultats globaux sur l'appréciation de l'*Infobourg* et l'impact de ce journal sur son lectorat. En ce sens, pour ces indicateurs, il est aussi fort possible que les effets opposés fassent en sorte que nos estimés correspondent à la réalité.

## **7.5 - LIMITES ET PORTÉES DE L'ÉTUDE**

La première limite de cette recherche est que nous ne sommes pas en mesure d'évaluer le temps moyen accordé par un individu à la lecture de l'*Infobourg*. En fait, nous sommes simplement en mesure d'estimer la proportion des journaux distribués de porte-à-porte qui sont consultés, qu'importe l'ampleur. Ainsi, il est difficile de déterminer si le journal est simplement feuilleté ou encore s'il est lu avec attention.

Une deuxième limite, ou plutôt difficulté, est qu'il est difficile de généraliser hors de tout doute les résultats de cette étude à l'ensemble des 4000 – 4500 ménages recevant habituellement à leur porte l'*Infobourg*. En fait, nous avons la certitude qu'il y eut des

---

<sup>17</sup> C'est sur l'enveloppe d'envoi du questionnaire ainsi que dans le contenu de la lettre de sollicitation qu'ont été indiquées les informations relatives à ce tirage. À noter que la participation était volontaire.

décalages entre le territoire habituel de distribution de l'*Infobourg* et celui du questionnaire. Ces décalages résultent probablement de l'oubli de certaines rues<sup>18</sup>.

La troisième limite, quant à elle, a trait à la non-représentativité absolue de notre échantillon de répondants et au fait que nous n'avons pas pu remédier à cette situation par le biais d'une pondération des résultats. Toutefois, comme expliqué à la section 7.4, il est quand même possible de croire que les résultats de cette étude ne s'éloignent pas trop de la réalité.

Malgré les limites mentionnées précédemment, cette étude permet au Comité populaire d'avoir un très bon aperçu des caractéristiques de son lectorat, de l'appréciation de l'*Infobourg* et de l'impact de celui-ci sur son lectorat. Ainsi, à la lumière de ces résultats, le comité de rédaction de l'*Infobourg* a un niveau très acceptable d'information lui permettant de guider ses actions futures ainsi que ses choix rédactionnels.

## **7.6 - MÉTHODE DE CONCEPTION DE LA TYPOLOGIE ET DES ÉCHELLES**

Dans le but d'obtenir une vision plus globale sur certains aspects des données, nous avons jugé opportun de concevoir trois échelles additives portant sur : 1) l'appréciation du format de l'*Infobourg*; 2) l'appréciation du contenu de l'*Infobourg*; et 3) l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat. Nous avons aussi développé une typologie des implications sociales, militantes et bénévoles.

Lors de la conception d'échelles additives et de typologies, il est toujours préférable d'avoir obtenu les réponses pour chacun des items (questions) qui la composent. À défaut d'avoir des réponses pour chacun des items qui la composent, le chercheur a deux options, c'est-à-dire 1) ne pas considérer le répondant pour cette échelle ou pour cette typologie; ou 2) faire de l'imputation de données (par exemple, par la moyenne) pour le répondant pour cette échelle ou pour cette typologie. Ainsi, pour onze questionnaires, nous avons procédé à une imputation de données par la moyenne, et ce, étant donné qu'il ne manquait qu'une seule réponse par échelle pour pouvoir considérer ces répondants<sup>19</sup>. Toutefois, nous n'avons pas réussi à intégrer respectivement quinze, vingt, sept et huit questionnaires dans le processus de conception des échelles sur l'appréciation du format de l'*Infobourg*, du contenu de

---

<sup>18</sup> Pour connaître les raisons susceptibles d'expliquer cet écart, voir la section 7.3 de ce rapport

<sup>19</sup> À noter qu'aucune imputation de données n'a été faite sur la typologie portant sur les implications sociales, militantes et bénévoles.

*l'Infobourg*, de l'impact de *l'Infobourg* sur son lectorat et pour la typologie sur les implications sociales, militantes et bénévoles.

### 7.6.1 - Typologie sur les implications sociales, militantes et bénévoles

La typologie des implications sociales, militantes et bénévoles a été conçue à partir des questions 23, 24, 25 et 26 du questionnaire. Cette typologie a été développée dans le but de pouvoir classer, en trois groupes, les répondants selon qu'ils faisaient partis ou non des 50% des répondants faisant le plus d'implication sociale, militantes et bénévole dans le QSJB et/ou dans leur vie en général. Ainsi, selon cette méthode, les répondants ont été classés dans l'un des trois groupes suivants :

- ⇒ le groupe 1 (les moins impliqués) – tous les répondants ayant été classés dans ce groupe étaient ceux faisant le 50% ou moins d'implications dans le QSJB ainsi que dans la vie en général, et ce, parmi tous les répondants – représente 39,3% des répondants;
- ⇒ le groupe 2 (les plus impliqués) – tous les répondants ayant été classés dans ce groupe étaient ceux faisant le 50% ou plus d'implications dans le QSJB ainsi que dans la vie en général, et ce, parmi tous les répondants – représente 39,7% des répondants;
- ⇒ le groupe 3 (les plus ou moins impliqués) – tous les répondants n'ayant pas été classé dans le groupe 1 ou 2 – représente 21,1% des répondants<sup>20</sup>.

### 7.6.2 - Échelle sur le niveau d'appréciation du format de l'Infobourg

La première échelle permet de connaître le niveau d'appréciation qu'ont les lecteurs à l'égard du format (en version papier) de ce journal. Cette échelle comprend sept items provenant des questions 14\_1 à 14\_7 du questionnaire (voir l'annexe 2). Pour chacun de ces items, nous demandions aux répondants de nous informer sur leur niveau de satisfaction, et ce, en utilisant l'une de ces quatre catégories de réponse : très insatisfait, insatisfait, satisfait ou très satisfait.

Chacune de ces catégories donne respectivement, dans le processus de conception de l'échelle, un nombre différent de points allant de 0 à 3 points. Ensuite, nous avons additionné

---

<sup>20</sup> Voici une autre façon d'expliquer la composition du groupe 3 : ce groupe est composé des répondants ayant été classés inversement dans leurs implications dans la vie en général et dans le QSJB, c'est-à-dire qu'une fois ils ont été classés dans le sous-groupe des 50% faisant le plus d'implication et l'autre fois dans le sous-groupe des 50% faisant le moins d'implication.

pour chacun des 211 répondants (n=226) pour lesquels nous avons des réponses à chacun des sept items, les points obtenus pour chacun de ceux-ci. Donc, un minimum de 0 point et un maximum de 21 points pouvaient être obtenus pour chaque répondant : un résultat élevé indique ainsi une forte satisfaction à l'égard du format du journal l'*Infobourg* et un résultat près de 0 indique le contraire. Enfin, nous avons regroupé en trois groupes les 211 répondants considérés dans la conception de cette échelle. Plus précisément, selon cette méthode, 21,3% des répondants ont été catégorisés ou classés comme appréciant fortement (ont obtenu plus de 80% des points) le format du journal l'*Infobourg*, 61,1% comme l'appréciant moyennement (ont obtenu entre 60% et 80% des points) et 17,5% comme l'appréciant peu (ont obtenu moins de 60% des points).<sup>21</sup>

### 7.6.3 - Échelle sur le niveau d'appréciation du contenu de l'*Infobourg*

La deuxième échelle permet, quant à elle, de connaître le niveau d'appréciation qu'ont les lecteurs de l'*Infobourg* à l'égard du contenu de ce journal. Cette échelle comprend vingt-deux items provenant des questions 15\_1 à 15\_22 (voir l'annexe 2). Plus précisément, nous demandions aux répondants de nous indiquer jusqu'à quel point ils apprécient chacun des éléments de contenu mentionnés dans la question 15, et ce, en utilisant l'une de ces quatre catégories de réponse : pas du tout apprécié, peu apprécié, assez apprécié ou très apprécié.

Chacune de ces catégories donne respectivement un nombre différent de points allant de 0 à 3 points. Ensuite, nous avons additionné pour chacun des 206 répondants (n=226) pour lesquels nous avons des réponses à chacun des vingt-deux items, les points obtenus pour chacun de ceux-ci. Donc, un minimum de 0 point et un maximum de 66 points pouvaient être obtenus pour chaque répondant : un résultat élevé indique ainsi une forte satisfaction à l'égard du contenu du journal l'*Infobourg* et un résultat près de 0 indique l'inverse. Enfin, nous avons regroupé en trois groupes les 206 répondants considérés dans la conception de cette échelle. Plus précisément, selon cette méthode, 18,9% des répondants ont été catégorisés comme appréciant fortement (ont obtenu plus de 80% des points) le contenu du journal l'*Infobourg*,

---

<sup>21</sup> La cohérence interne de cette échelle est excellente, car lorsque nous croisons cette échelle en trois catégories avec les items la composant, nous obtenons des  $\chi^2$  de 0,000 et des *Gamma* supérieur à 0,862. Celle-ci varie entre 0 et 21 et a une moyenne de 14,5 et un écart-type de 2,9.[0]

52,4% comme l'appréciant moyennement (ont obtenu entre 60% et 80% des points) et 28,6% comme l'appréciant peu (ont obtenu moins de 60% des points).<sup>22</sup>

#### 7.6.4 - Échelle sur l'impact de l'Infobourg sur son lectorat

La troisième échelle vise à rendre compte de l'impact qu'a l'*Infobourg* sur son lectorat. Cette échelle comprend douze items provenant des questions 19\_1 à 19\_12 (voir l'annexe 2). Plus précisément, nous demandions aux répondants de nous dire s'ils croient que l'*Infobourg* a un impact en regard de chacun des éléments mentionnés dans la question 19, et ce, en utilisant l'une de ces quatre catégories de réponse : aucun impact, petit impact, grand impact, très grand impact.

Chacune de ces catégories donne respectivement un nombre différent de points allant de 0 à 3 points. Ensuite, nous avons additionné pour chacun des 219 répondants (n=226) pour lesquels nous avons des réponses à chacun des douze items, les points obtenus pour chacun de ceux-ci. Donc, un minimum de 0 point et un maximum de 36 points pouvaient être obtenus pour chaque répondant : un résultat élevé indique que le journal l'*Infobourg* a un grand impact dans la vie quotidienne des gens et un résultat près de 0 indique le contraire. Enfin, nous avons regroupé en deux groupes les 219 répondants considérés dans la conception de cette échelle. Plus précisément, selon cette méthode, le groupe de répondants a été scindé en deux sous-groupes (le premier représente 49,3% des répondants et le second 50,7% des répondants) selon le score médian de l'échelle additive sur l'impact du journal l'*Infobourg*. De cette manière, le premier groupe est composé des répondants sur lequel l'*Infobourg* a le moins d'impact (en l'occurrence, ceux qui ont obtenu moins de 45% des points) tandis que le deuxième groupe est composé de ceux sur lequel l'*Infobourg* a le plus d'impact (en l'occurrence, ceux qui ont obtenu 45% et plus des points).<sup>23</sup> Enfin, nous tenons à souligner que cette échelle n'a pas été conçue de la même manière que les deux précédentes, car nous n'aurions pas eu un nombre suffisant de répondants (seulement 3,2% des répondants ont obtenu plus de 80% des points) dans la catégorie « fort impact » pour réaliser des analyses statistiques. Cette simple statistique révèle d'elle-même que l'impact du journal est moindre que le niveau d'appréciation.

---

<sup>22</sup> La cohérence interne de cette échelle est bonne, car lorsque nous croisons cette échelle en trois catégories avec les éléments la composant, nous obtenons des  $\chi^2$  de 0,000 et des *Gamma* supérieur à 0,601. Celle-ci varie entre 10 et 66 et a une moyenne de 44,3 et un *cart*-type de 10,1.

<sup>23</sup> La cohérence interne de cette échelle est bonne, car lorsque nous croisons cette échelle en deux catégories avec les éléments la composant, nous obtenons des  $\chi^2$  de 0,000 et des *Gamma* supérieur à 0,729. Celle-ci varie entre 0 et 36 et a une moyenne de 16,5 et un *cart*-type de 6,5.

## 8 - PRÉSENTATION ET ANALYSE DES DONNÉES DE L'ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE

Ce chapitre vise à présenter et à analyser les données de l'enquête d'évaluation du journal l'*Infobourg* réalisée auprès des résidants du QSJB. Nous présentons successivement :

- ⇒ les caractéristiques socio-économiques et sociodémographiques des répondants de l'enquête, et ce, en comparaison avec celles de la population globale du QSJB;
- ⇒ les habitudes de lecture des journaux en général ainsi que de l'*Infobourg*, et ce, autant chez les lecteurs que chez les non-lecteurs de l'*Infobourg*;
- ⇒ le niveau d'appréciation des lecteurs envers le journal l'*Infobourg*;
- ⇒ l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat;
- ⇒ les implications sociales, militantes, bénévoles, culturelles et environnementales des lecteurs et des non-lecteurs de l'*Infobourg*.

Pour chacune des sous-sections de ce chapitre, nous présentons d'abord à partir d'*analyses univariées* les données recueillies dans le cadre de cette enquête. Grâce à ces analyses, il sera possible d'avoir un portrait global des résultats de l'étude, et ce, concernant la majorité des questions figurant dans le questionnaire<sup>24</sup>. À la suite de ces analyses univariées, nous mettons en relief les résultats d'*analyses bivariées*. Celles-ci permettent d'approfondir les résultats, de les nuancer et ainsi, de mieux saisir les interrelations entre différentes variables. Enfin, à différents moments dans ce chapitre, nous présentons des résultats issus de variables construites sous forme d'échelles additives<sup>25</sup>.

### 8.1 - CARACTÉRISTIQUES SOCIO-ÉCONOMIQUES ET SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

Dans cette section du rapport, nous présentons les caractéristiques socio-économiques et sociodémographiques des répondants de l'enquête (c'est-à-dire de notre échantillon), et ce, en comparaison avec celles de la population globale du QSJB (c'est-à-dire de la population selon les données du recensement de 2001 ou 2006). Ainsi, à la lumière de ces données, il sera possible : 1) de connaître le portrait social, économique et démographique de nos répondants; et 2) d'évaluer si notre échantillon de répondants est proportionnellement sur-représenté ou sous-représenté à l'égard de certaines caractéristiques, par rapport à la population globale du QSJB.

---

<sup>24</sup> En guise de complément, un questionnaire-synthèse mettant en relief les résultats question par question est présenté à l'annexe 2. À noter que dans ce questionnaire-synthèse, le calcul des pourcentages tient compte des « Ne sais pas / Ne réponds pas » (NSP/NRP).

<sup>25</sup> Pour plus de détails, voir la section 7.6 de ce rapport et l'annexe 7.

Il faut toutefois préciser que, pour chacune des caractéristiques, les comparaisons de proportions entre les données de la population du QSJB et celles de l'échantillon ne sont qu'approximatives. En fait, nous avons la certitude qu'il y a des distorsions entre les données du recensement de 2001 ou de 2006<sup>26</sup> et les données de notre échantillon. Cette situation est due : 1) aux différences entre le découpage des secteurs de recensement de Statistique Canada et les zones de distribution (de porte-à-porte)<sup>27</sup> du journal *l'Infobourg* dans le QSJB; et 2) à la non-accessibilité à certaines boîtes à lettre (ex : portes barrées). Ainsi, ce ne sont pas tous les ménages du QSJB qui reçoivent le journal *l'Infobourg* à leur porte. Plus explicitement, nous pouvons estimer qu'environ 90% des logis du secteur *Dufferin* reçoivent *l'Infobourg* à leur porte alors que c'est le cas pour 80-85% des logis du secteur *La Paroisse*, de 70% de ceux du secteur *La Tour* et de 25% pour ceux du secteur *Les Plaines*<sup>28</sup>. Le secteur de recensement *Les Plaines* est donc, selon ces estimés, le plus susceptible de contenir des distorsions de données entre celles des recensements de 2001 et/ou de 2006 et celles de notre échantillon. Pour cette raison, et considérant que ce secteur de recensement a aussi un profil de résidents différent des trois autres<sup>29</sup>, nous avons systématiquement « isolé » dans les tableaux les données relatives au secteur *Les Plaines*. Enfin, dans ce contexte, les comparaisons de proportions approximatives entre les données de notre échantillon et celles des recensements de 2001 et/ou de 2006 peuvent être utilisées (mais avec prudence) pour donner un aperçu du niveau de représentativité des résultats de notre enquête<sup>30</sup>.

---

<sup>26</sup> Les quatre secteurs de recensement (SR) de Statistique Canada permettant de couvrir la totalité du territoire du QSJB sont les suivants : 14 – La Tour, 15 – Les Plaines, 18 – Dufferin et 19 – La Paroisse.

<sup>27</sup> Pour plus de détails sur les zones de distribution du journal *l'Infobourg*, voir la section 4.5.1 de ce rapport.

<sup>28</sup> Pour plus de détails sur le sujet, voir la section 7 de ce rapport.

<sup>29</sup> Pour plus de détails sur le sujet, voir la section 4.4 de ce rapport.

<sup>30</sup> \_ noter que dans le contexte o\_ de nombreuses distorsions sont pr\_ sentes, nous avons pris la d\_ cision de ne pas pond\_ rer les donn\_ es de cette enqu\_ te. Pour plus de d\_ tails sur le sujet, voir la section 7.4 de ce rapport.

### 8.1.1 - Répartition de nos répondants et des résidents du QSJB, selon le secteur de recensement

À lumière des données présentées dans le tableau 8, nous pouvons constater que, globalement, la répartition de nos répondants selon le secteur de recensement coïncide assez bien avec la répartition de ceux-ci dans le QSJB. En ce sens, le nombre de répondants par secteur de recensement varie proportionnellement au nombre de logis accessibles<sup>31</sup> par secteur. Le plus grand écart entre les proportions de l'échantillon et celles de la population est seulement de +/- 3,8%, pour le secteur *Dufferin*. En fait, la proportion de nos répondants provenant de ce secteur est de 14,1% alors que pour être parfaitement représentatif, il aurait fallu obtenir un pourcentage de 17,9%.

**Tableau 8**  
**Répartition des répondants de l'enquête et des logis,**  
**selon le secteur de recensement du QSJB (en %)**

Secteur de recensement	Répondants de l'enquête (échantillon)	Secteur de recensement	Nombre de logis accessibles du QSJB (population)
14 – La Tour (n = 70)	27,5	14 – La Tour (logis = 984)	26,4
18 – Dufferin (n = 36)	14,1	18 – Dufferin (logis = 669)	17,9
19 – La Paroisse (n = 108)	42,4	19 – La Paroisse (logis = 1 461)	39,2
<b>Sous-total (n = 214)</b>	<b>83,9</b>	<b>Sous-total (logis = 3 114)</b>	<b>83,5</b>
15 – Les Plaines (n = 41)	16,1	15 – Les Plaines (logis = 615)	16,5
<b>Total du QSJB (n = 255)</b>	<b>100,0</b>	<b>Total du QSJB (logis = 3 729)</b>	<b>100,0</b>

Source : Recensement de Statistique Canada, 2006 et données de notre enquête

### 8.1.2 - Répartition de nos répondants et des résidents du QSJB, selon le sexe

En ce qui a trait à la répartition de nos répondants selon le sexe, nous pouvons dire que, globalement, il n'y a pas d'incohérences majeures entre les données de notre échantillon et celles issues des données du recensement de 2006 (écarts de +/- 4,3%). Toutefois, si nous observons la situation par secteur de recensement, nous constatons que nous avons une sur-représentation de femmes dans notre échantillon pour les secteurs *Dufferin* et *La Paroisse*. Ainsi, lors de la l'analyse des données, il sera prudent de garder en mémoire cet élément. Il est aussi intéressant de constater que, par secteur de recensement, les proportions de femmes ayant répondu à notre enquête par rapport aux hommes varient entre 52,9% et 63,9 (tableau 9).

<sup>31</sup> Repr\_sente uniquement les logis du territoire de distribution habituellement accessibles (ex : portes non-barr\_es) pour recevoir le journal l'*Infobourg*\_ leur porte. Pour conna\_re la m\_thode de calcul, veuillez vous r\_f\_rer \_ la section 7 de ce rapport.

**Tableau 9**  
**Répartition des répondants de l'enquête et des résidents,**  
**selon le sexe et les secteurs de recensement du QSJB (en %)**

Répondants de l'enquête (échantillon)			Résidents du QSJB (population)		
Secteur de recensement	Homme	Femme	Secteur de recensement	Homme	Femme
14 – La Tour (n = 70)	47,1	52,9	14 – La Tour (n = 2 090)	48,4	51,6
18 – Dufferin (n = 36)	36,1	63,9	18 – Dufferin (n = 1 181)	55,3	44,7
19 – La Paroisse (n = 108)	42,6	57,4	19 – La Paroisse (n = 2 811)	52,1	47,9
<b>Sous-total (n = 214)</b>	<b>43,0</b>	<b>57,0</b>	<b>Sous-total (n = 6 082)</b>	<b>51,5</b>	<b>48,5</b>
15 – Les Plaines (n = 41)	41,5	58,5	15 – Les Plaines (n = 3 882)	40,0	60,0
<b>Total du QSJB (n = 255)</b>	<b>42,7</b>	<b>57,3</b>	<b>Total du QSJB (n = 9 964)</b>	<b>47,0</b>	<b>53,0</b>

Source : Recensement de Statistique Canada, 2006 et données de notre enquête

### 8.1.3 - Répartition de nos répondants et des résidents du QSJB, selon l'âge

En premier lieu, nous tenons à souligner qu'il est impossible de parfaitement comparer les proportions, des répondants de notre enquête avec celles de la population du QSJB pour chacune des strates d'âge. En fait, nous n'avons pas été en mesure de re-formater les données (par âge) du recensement de 2006 sous le système de catégories employé dans notre enquête. Néanmoins, il est possible de produire une estimation du niveau de représentativité de notre échantillon à l'égard de la variable « âge ». En effet, à la lumière des tableaux 10 et 11, notre échantillon semble, par rapport aux données du recensement de 2006 :

- ⇒ sous-représenté de répondants âgés de 66 ans et plus (surtout pour les secteurs *Les Plaines* et *La Tour*);
- ⇒ légèrement sous-représenté de répondants âgés entre 18 et 25 ans (sauf pour le secteur *Les Plaines* où c'est proportionnel);
- ⇒ proportionnel pour les répondants âgés entre 36 et 45 ans;
- ⇒ proportionnel pour les répondants âgés entre 26 et 35 ans (sauf pour le secteur *Les Plaines*, où il y a une sur-représentation considérable);
- ⇒ sur-représenté de répondants âgés entre 56 et 65 ans (surtout pour le secteur *La Tour*).
- ⇒ considérablement sur-représenté de répondants âgés entre 46 et 55 ans.

Par contre, de manière globale, la pyramide des âges est assez respectée (sauf pour le secteur *Les Plaines*) entre les données de notre échantillon comparativement à celles de la population totale du QSJB. Encore une fois, lors de l'analyse des données, il sera prudent de garder en mémoire ces éléments.

**Tableau 10**  
**Répartition des répondants de l'enquête (échantillon),**  
**selon l'âge et les secteurs de recensement du QSJB (en %)**

Secteur de recensement	18-25 ans	26-35 ans	36-45 ans	46-55 ans	56-65 ans	66 ans et +
14 – La Tour (n = 70)	4,3	34,3	12,9	24,3	20,0	4,3
18 – Dufferin (n = 36)	8,3	30,6	16,7	25,0	16,7	2,8
19 – La Paroisse (n = 108)	4,6	33,3	18,5	25,0	14,8	3,7
<b>Sous-total (n = 214)</b>	<b>5,1</b>	<b>33,2</b>	<b>16,4</b>	<b>24,8</b>	<b>16,8</b>	<b>3,7</b>
15 – Les Plaines (n = 39)	5,1	23,1	7,7	38,5	17,9	7,7
<b>Total du QSJB (n = 253)</b>	<b>5,1</b>	<b>31,6</b>	<b>15,0</b>	<b>26,9</b>	<b>17,0</b>	<b>4,3</b>

Source : Données de notre enquête

**Tableau 11**  
**Répartition des résidents (population),**  
**selon l'âge et les secteurs de recensement du QSJB (en %)**

Secteur de recensement	20-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans et +
14 – La Tour (n = 1 920)	11,2	30,7	14,3	17,2	10,7	15,9
18 – Dufferin (n = 1 065)	14,1	37,1	15,0	14,1	13,1	6,6
19 – La Paroisse (n = 2 490)	10,6	36,9	17,3	18,3	10,8	6,0
<b>Sous-total (n = 5 475)</b>	<b>11,5</b>	<b>34,8</b>	<b>15,8</b>	<b>17,1</b>	<b>11,2</b>	<b>9,6</b>
15 – Les Plaines (n = 3 625)	5,0	12,6	7,9	14,2	18,3	42,1
<b>Total du QSJB (n = 9 100)</b>	<b>8,9</b>	<b>25,9</b>	<b>12,6</b>	<b>15,9</b>	<b>14,1</b>	<b>22,5</b>

Note : Les pourcentages inscrits dans ce tableau sont différents de ceux inscrits à la section 4.4 de ce rapport puisque : 1) les strates d'âges ne sont pas les mêmes; et 2) les personnes âgées de 19 ans et moins n'ont pas été tenues en compte dans les calculs.

Source : Recensement de Statistique Canada, 2006

#### 8.1.4 - Répartition de nos répondants et des résidents du QSJB, selon le niveau de revenu brut annuel des ménages

D'entrée de jeu, il importe de souligner que la comparaison des niveaux de revenu annuel brut des ménages entre nos répondants et ceux de la population du QSJB a été réalisée par l'entremise des données du recensement de 2001. Les données de 2006 ne seront disponibles qu'autour du 1<sup>er</sup> mai 2008. Ainsi, à la lecture des données du recensement de 2001, nous pouvons facilement constater que notre échantillon sous-représente les individus issus de ménages à plus faible revenu et sur-représente ceux provenant de ménages plus fortunés. Par exemple, 44,5% de nos répondants proviennent de ménages ayant gagné 40 000\$ (annuel brut) et plus au cours de l'année 2007 alors que dans la population du QSJB, seulement 32,0% des ménages sont dans une telle situation financière. Parallèlement, 22,3%

de nos répondants proviennent de ménages ayant gagné moins de 20 000\$ (brut) au cours de l'année 2007 alors que dans la population du QSJB, 39,1% des ménages ont une telle situation financière. À cet égard encore, il sera impératif de faire preuve de prudence lors de l'analyse des résultats.

**Tableau 12**  
**Répartition des répondants de l'enquête (échantillon),**  
**selon le niveau de revenu et les secteurs de recensement du QSJB (en %)**

Secteur de recensement	9 999\$ et -	10 000\$ - 19 999\$	20 000\$ - 29 999\$	30 000\$ - 39 999\$	40 000\$ - 49 999\$	50 000\$ et +
14 – La Tour (n = 68)	4,4	11,8	17,6	11,8	10,3	44,1
18 – Dufferin (n = 36)	11,1	11,1	11,1	13,9	13,9	38,9
19 – La Paroisse (n = 104)	5,8	22,1	20,2	15,4	12,5	24,0
<b>Sous-total (n = 208)</b>	<b>6,3</b>	<b>16,8</b>	<b>17,8</b>	<b>13,9</b>	<b>12,0</b>	<b>33,2</b>
15 – Les Plaines (n = 39)	10,3	7,7	25,6	15,4	12,8	28,2
<b>Total du QSJB (n = 247)</b>	<b>6,9</b>	<b>15,4</b>	<b>19,0</b>	<b>14,2</b>	<b>12,1</b>	<b>32,4</b>

Source : Données de notre enquête

**Tableau 13**  
**Répartition des résidants (population), selon le niveau de revenu**  
**brut des ménages et les secteurs de recensement du QSJB (en %)**

Secteur de recensement	9 999\$ et -	10 000\$ - 19 999\$	20 000\$ - 29 999\$	30 000\$ - 39 999\$	40 000\$ - 49 999\$	50 000\$ et +
14 – La Tour (n = 1 385)	17,3	23,8	18,4	13,4	7,9	19,1
18 – Dufferin (n = 755)	17,2	22,5	17,9	18,5	4,6	19,2
19 – La Paroisse (n = 1 765)	21,2	24,4	13,0	13,3	9,9	18,1
<b>Sous-total (n = 3 905)</b>	<b>19,1</b>	<b>23,8</b>	<b>15,9</b>	<b>14,3</b>	<b>8,2</b>	<b>18,7</b>
15 – Les Plaines (n = 2 375)	9,3	23,6	11,8	14,9	9,9	30,5
<b>Total du QSJB (n = 6 280)</b>	<b>15,4</b>	<b>23,7</b>	<b>14,3</b>	<b>14,6</b>	<b>8,8</b>	<b>23,2</b>

Source : Recensement de Statistique Canada, 2001

### 8.1.5 - Répartition de nos répondants et des résidants du QSJB, selon le niveau de scolarité

Avant de débiter la présentation des données de cette section, il importe de souligner que la comparaison des niveaux de scolarité de nos répondants avec ceux de la population du QSJB a été réalisée par l'entremise des données du recensement de 2001, et ce, puisque les données de 2006 disponibles pour la variable « niveau de scolarité », au moment de la rédaction de ce rapport, n'incluaient pas les personnes de 20-24 ans. Cette strate d'âge de 20 à 24 ans est très importante dans la composition du QSJB. À elle seule, elle représente près de

10% de la population du QSJB (voir le tableau 11). Considérant ce fait, nous jugeons plus opportun d'utiliser, pour cette section du rapport, les données du recensement de 2001<sup>32</sup>.

Enfin, à la lecture des données du recensement de 2001, nous pouvons facilement constater que notre échantillon sous-représente les individus ayant comme plus haut niveau de scolarité *un secondaire 5 ou moins*. En fait, dans la population du QSJB, environ 25% des gens ont comme plus haut niveau de scolarité *un secondaire 5 ou moins* alors que dans notre échantillon, nous en avons autour de 10-15%. Parallèlement, notre échantillon est sur-représenté en personnes scolarisés : autour de 60% de nos répondants ont fait des études universitaires alors que dans la population du QSJB, c'est le cas de près de 40% des personnes. À cet égard encore, il sera impératif de faire preuve de prudence lors de l'analyse des résultats.

**Tableau 14**  
**Répartition des répondants de l'enquête (échantillon) de 18 ans et plus, selon le plus haut niveau de scolarité complété et les secteurs de recensement du QSJB (en %)**

Secteur de recensement	Inférieur à la 9 <sup>e</sup> année	De la 9 <sup>e</sup> année à la 13 <sup>e</sup> année	Certificat ou diplôme d'une école de métiers	Études collégiales	Études universitaires
14 – La Tour (n = 69)	1,4	5,8	2,9	24,6	65,2
18 – Dufferin (n = 35)	2,9	14,3	8,6	11,4	62,9
19 – La Paroisse (n = 108)	3,7	6,5	11,1	22,2	56,5
<b>Sous-total (n = 212)</b>	<b>2,8</b>	<b>7,5</b>	<b>8,0</b>	<b>21,2</b>	<b>60,4</b>
15 – Les Plaines (n = 41)	0,0	14,6	2,4	17,1	65,8
<b>Total du QSJB (n = 253)</b>	<b>2,4</b>	<b>8,7</b>	<b>7,1</b>	<b>20,6</b>	<b>61,3</b>

Source : Données de notre enquête

**Tableau 15**  
**Répartition des résidants (population) de 20 ans et plus, selon le plus haut niveau de scolarité atteint et les secteurs de recensement du QSJB (en %)**

Secteur de recensement	Inférieur à la 9 <sup>e</sup> année	De la 9 <sup>e</sup> année à la 13 <sup>e</sup> année	Certificat ou diplôme d'une école de métiers	Études collégiales	Études universitaires
14 – La Tour (n = 1 860)	4,8	20,4	4,6	31,5	38,7
18 – Dufferin (n = 1 085)	6,9	21,2	11,5	21,2	39,2
19 – La Paroisse (n = 2 475)	4,2	14,3	9,3	34,1	38,0
<b>Sous-total (n = 5 420)</b>	<b>5,0</b>	<b>17,8</b>	<b>8,1</b>	<b>30,6</b>	<b>38,5</b>
15 – Les Plaines (n = 3 260)	10,6	23,9	5,1	19,5	41,0

<sup>32</sup> Les données du recensement de 2006, \_ propos du plus haut niveau de scolarit\_ atteint chez les 25 ans et plus, sont toutefois illustr\_ es \_ l'annexe 4.

<b>Total du QSJB (n = 8 680)</b>	7,1	20,1	7,0	26,4	39,4
----------------------------------	-----	------	-----	------	------

Source : Recensement de Statistique Canada, 2001

### 8.1.6 - Répartition de nos répondants et des résidents du QSJB, selon le statut de propriétaire ou de locataire de la résidence

En ce qui a trait à la répartition de nos répondants selon le statut de propriétaire ou de locataire de leur résidence, nous pouvons facilement conclure que notre échantillon est sur-représenté de personnes étant propriétaires de leur résidence. Il y a seulement le secteur *La Paroisse* qui est proportionnellement représenté dans notre échantillon. Ainsi, lors de la l'analyse des données, il sera prudent de garder en mémoire cet élément.

**Tableau 16**  
**Répartition des répondants de l'enquête et des ménages, selon le statut de propriétaire ou de locataire de la résidence et les secteurs de recensement du QSJB (en %)**

Répondants de l'enquête (échantillon)			Ménages du QSJB (population)		
Secteur de recensement	Proprio	Locataire	Secteur de recensement	Proprio	Locataire
14 – La Tour (n = 70)	41,4	58,6	14 – La Tour (n = 1 375)	18,9	81,1
18 – Dufferin (n = 36)	47,2	52,8	18 – Dufferin (n = 730)	23,3	76,7
19 – La Paroisse (n = 107)	18,7	81,3	19 – La Paroisse (n = 1 750)	18,3	81,7
<b>Sous-total (n = 213)</b>	<b>31,0</b>	<b>69,0</b>	<b>Sous-total (n = 3 855)</b>	<b>19,5</b>	<b>80,5</b>
15 – Les Plaines (n = 41)	41,5	58,5	15 – Les Plaines (n = 2 495)	20,8	79,2
<b>Total du QSJB (n = 254)</b>	<b>32,7</b>	<b>67,3</b>	<b>Total du QSJB (n = 6 350)</b>	<b>20,0</b>	<b>80,0</b>

Source : Recensement de Statistique Canada, 2006 et données de notre enquête

### 8.1.7 - En conclusion

À la lumière des résultats présentés dans la section 8.1, il a été possible : 1) de prendre connaissance du portrait social, économique et démographique des répondants de notre enquête; 2) d'être informé sur les écarts de proportions, par caractéristiques, entre notre échantillon de répondants et la population du QSJB. Ainsi, nous avons pu constater que la composition de notre échantillon n'est pas parfaitement représentative, sous chacune des caractéristiques, de la population du QSJB. À cet effet, une des solutions auraient été de pondérer notre échantillon afin que celui-ci soit, en termes de proportions sous chacune des caractéristiques, le plus en équilibre (en cohérence) possible avec la composition de la population du QSJB. Toutefois, plusieurs éléments nous empêchaient de pouvoir procéder à cette opération de pondération de notre échantillon<sup>33</sup>. Malgré cette situation, nous considérons quand même les données de cette enquête comme étant utilisables. Toutefois, ces distorsions

<sup>33</sup> Pour plus de détails sur le sujet, voir la section 7.4 de ce rapport.

de proportions, sous certaines caractéristiques, nous obligent à nuancer quelque peu les résultats de l'étude. C'est dans les sections 7.4 et 7.5 de ce rapport que nous présentons ces nuances et faisons les mises en garde qui s'imposent.

## 8.2 - HABITUDES DE LECTURE

Afin d'évaluer les habitudes de lecture des résidants du QSJB, nous leur avons demandé d'indiquer la proportion des publications des journaux suivants qu'ils estimaient avoir lus au cours de l'année 2007 : *Le Soleil*, *Le Journal de Québec*, *La Presse*, *Le Devoir*, *Le Média Matin Québec*, *Le Québec Express*, *Le Carrefour*, *Le Voir*, *Le Droit de Parole*, *Les Immigrants de la Capitale* et *L'Infobourg* (Annexe 2, Q10). En ce qui a trait à la proportion de lecture vis-à-vis les différents journaux, quatre choix de réponse ont été proposées aux répondants : « Aucune publication », « Entre 1 et 50% des publications », « Entre 51 et 99% des publications » et « Toutes les publications ». Bien que ces catégories soient plus ou moins précises, elles offrent quand même un bon aperçu des habitudes de lecture.

En examinant les données inscrites dans le tableau 17, nous pouvons constater qu'une faible proportion de personnes estime lire 51% et plus des publications. Aussi, en additionnant les deux colonnes « Entre 51 et 99% des publications » et « Toutes les publications », nous remarquons que le journal *l'Infobourg* est le journal le plus lu par notre échantillon de répondants, avec un taux de réponses dans ces deux colonnes de 42,0%. Le fait que notre enquête porte directement sur le journal *l'Infobourg* explique peut-être ce résultat élevé. Néanmoins, il demeure que *l'Infobourg* se démarque considérablement de la majorité des autres journaux par un haut taux de lecture. Les deux autres journaux qui sont le plus lus par les résidants du QSJB sont *Le Voir* (40,4%) et *Le Soleil* (31,7%). Nous remarquons ainsi que les deux journaux les plus lus dans le QSJB sont deux médias gratuits. À l'inverse, et toujours en se référant à ces deux mêmes colonnes, les deux journaux les moins consultés sont *Les Immigrants de la Capitale* (4,6%) et *La Presse* (7,1%). Parallèlement, si nous examinons les résultats de la colonne « Aucune publication » lue en 2007, nous constatons que c'est *Les Immigrants de la Capitale* (80,3%), *Le Québec Express* (51,5%), *Le Devoir* (49,0%) et *La Presse* (48,1%) qui sont les journaux les moins lus. Ainsi, dans les médias les moins lus, nous retrouvons les deux seuls journaux montréalais qui étaient inscrits dans notre liste initiale.

**Tableau 17**

**Estimation de la lecture des journaux en 2007 (en %) à partir de la question 10 :  
Au cours de l'année 2007, quelle proportion de ces journaux estimez-vous avoir lus ?**

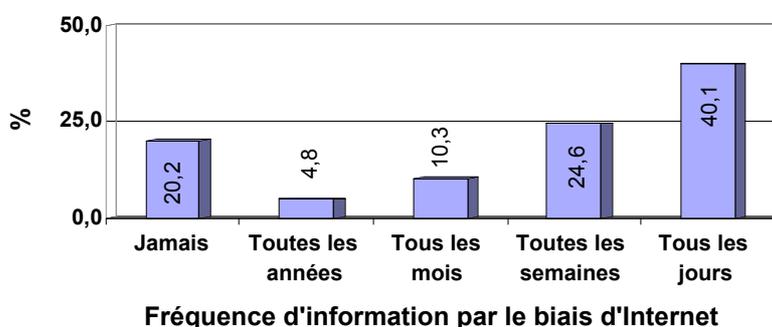
Titres de journaux	Aucune publication	Entre 1 et 50% des publications	Entre 51 et 99% des publications	Toutes les publications
Le Média Matin Québec	16,7	69,4	13,1	0,8
Le Soleil	9,1	59,1	22,6	9,1
Le Journal de Québec	29,3	59,4	10,0	1,3
La Presse	48,1	44,8	5,0	2,1
Le Devoir	49,0	34,3	12,7	4,1
Le Voir	10,2	49,4	27,3	13,1
Le Québec Express	51,5	27,8	14,5	6,2
Le Carrefour	34,0	37,8	20,3	7,9
Le Droit de parole	37,9	39,5	14,0	8,6
Les Immigrants de la Capitale	80,3	15,1	4,2	0,4
<b>L'Infobourg</b>	<b>12,5</b>	<b>45,5</b>	<b>21,2</b>	<b>20,8</b>

De plus, afin d'éviter toute possibilité d'oubli, une section nommée *Autres* a été proposée aux répondants afin qu'ils puissent mentionner d'autres journaux. Certaines personnes ont notamment précisé dans cette section qu'elles consultaient le journal *Impact Campus*. Ce journal étudiant, qui est celui ayant été mentionné le plus fréquemment (3 fois) dans la section *Autres*, aurait pu être inséré dans la liste initiale tout comme plusieurs autres. Le choix des publications mentionnées dans notre liste est un peu subjectif et a été restreint afin de produire un questionnaire d'une longueur convenable. Toutefois, notons que peu de répondants, soit une vingtaine d'entre eux (7,8% des 255 répondants), ont indiqué un journal autre que ceux énumérés. Nous estimons donc que notre liste initiale est suffisamment exhaustive pour illustrer les habitudes de lecture des résidents du QSJB.

Les deux autres questions qui ont été incluses dans la section « Habitudes de lecture » du questionnaire portent sur Internet (Annexe 2, Q11-Q12). L'utilisation d'Internet (Q11) pour s'informer est une habitude acquise pour la plupart des répondants (graphique 6). En effet, 64,7% des personnes ayant répondu à notre questionnaire utilisent Internet au moins « une fois par semaine » pour s'informer alors que seulement 20,2% des répondants disent ne jamais l'utiliser. La question 12 vise, quant à elle, à connaître la fréquentation du site Internet du *Comité populaire Saint-Jean-Baptiste* (Annexe 2, Q12). Les répondants semblent peu consulter ce médium d'information. En effet, seulement 15,0% des répondants estiment avoir visité au moins une fois ce site Internet au cours de l'année 2007.

### Graphique 6

**Fréquence d'information par le biais d'Internet (en %) à partir de la question 11 :  
*Diriez-vous que vous êtes une personne qui s'informe tous les jours, toutes les semaines  
tous les mois, toutes les années ou jamais par le biais d'Internet ?***



La dernière question de cette section (question 13) sert de validation à la question 10\_11 afin de mesurer le nombre de publications du journal *l'Infobourg* (version papier) que les répondants estiment avoir lues pendant les années 2006 et/ou 2007. Les réponses aux questions 10\_11 et 13 concordent, c'est-à-dire que selon la question 13, 11,4% des répondants considèrent n'avoir lu « aucune publication » du journal *l'Infobourg* au cours des années 2006 et 2007 alors qu'à la question 10\_11, 12,5% des répondants considèrent n'avoir lu « aucune publication » du journal *l'Infobourg* au cours de l'année 2006.

La question 13 permet aussi d'estimer le taux de lecture du journal *l'Infobourg*, c'est-à-dire d'évaluer la proportion moyenne, au cours d'une année, des journaux *l'Infobourg* distribués de porte-à-porte qui sont lus par au moins une personne du ménage. À la lumière des données présentées dans le tableau 18, nous pouvons constater qu'environ 55%<sup>34</sup> des copies distribuées de porte-à-porte dans le QSJB sont lues<sup>35</sup>. Nous remarquons aussi que ce taux de lecture semble varier en fonction de différentes variables dont notamment le niveau de revenu annuel brut du ménage, l'âge et le niveau de scolarité. De fait, les gens plus démunis financièrement, plus âgés et moins scolarisés semblent globalement lire *l'Infobourg* dans des proportions plus grandes. Dans les lignes suivantes, nous tenterons de confirmer ou d'infirmer ces constats par l'entremise d'*analyses bivariées*.

<sup>34</sup> Ce taux n'est qu'une estimation et peut varier selon différents éléments. Pour en savoir davantage, voir la section 7 de ce rapport.

<sup>35</sup> Voir la section 6 de ce rapport pour mieux comprendre la façon d'interpréter ce résultat.

**Tableau 18**  
**Estimé des taux moyens de lecture du journal l'Infobourg, selon le revenu annuel brut des ménages, l'âge et le niveau de scolarité**

	Estimé des taux moyens de lecture du journal l'Infobourg
<b>Revenu annuel brut des ménages</b>	
19 999\$ et moins (n=54)	63,1%
20 000\$ et plus (n=180)	53,2%
<b>TOTAL (n=234)</b>	<b>55,5%</b>
<b>Âge</b>	
18-35 ans (n=85)	45,5%
36-54 ans (n=102)	57,3%
55 ans et plus (n=54)	66,5%
<b>TOTAL (n=241)</b>	<b>55,2%</b>
<b>Le plus haut niveau de scolarité complété</b>	
Secondaire 5 et moins (n=28)	72,9%
Études professionnelles et plus (n=212)	53,0%
<b>TOTAL (n=240)</b>	<b>55,3%</b>

Enfin, les résultats mis en relief jusqu'à présent nous permettent d'affirmer que, parmi un éventail de onze journaux, l'Infobourg est le journal le plus lu dans le QSJB. Aussi, et globalement, un peu plus de 50% des copies distribuées de porte-à-porte dans le QSJB sont lues par au moins une personne du ménage.

Par ailleurs, comme annoncé dans la page précédente, nous présentons maintenant les résultats des *analyses bivariées*, et ce, dans le but d'avoir un portrait plus précis sur les habitudes de lecture du journal l'Infobourg. Pour ce faire, nous utilisons la question 13 du questionnaire<sup>36</sup>. C'est par l'entremise du croisement de données entre cette question et différentes variables socio-économiques et sociodémographiques qu'il devient possible d'évaluer s'il y a des profils d'individus prédisposés à lire ou ne pas lire le journal l'Infobourg. Ainsi, dans les lignes suivantes, nous exposons d'abord les résultats des analyses bivariées pour lesquelles nous avons obtenu des relations statistiquement significatives, pour

<sup>36</sup> Dans le cadre des analyses bivariées sur les habitudes de lecture du journal l'Infobourg (question 13) nous tenons à mentionner que 21,9% des répondants ont déclaré comme étant des non-lecteurs ou de lecteurs moins importants de l'Infobourg (ont lu 3 numéros ou moins des 10 numéros publiés en 2006 et 2007), que 43,0% ont déclaré comme lisant moyennement l'Infobourg (ont lu entre 4 et 6 numéros des 10 numéros publiés en 2006 et 2007) et que 35,1% ont déclaré comme étant de grands ou très grands lecteurs de l'Infobourg (ont lu 7 numéros ou plus des 10 numéros publiés en 2006 et 2007). À noter aussi que des ajustements ont été apportés dans les données pour ceux demeurant dans le QSJB depuis moins d'un an.

ensuite, présenter rapidement les autres variables de croisement n'étant pas en relation statistiquement significative avec la question 13<sup>37</sup>.

Un des premiers constats est que les individus ayant complété un *secondaire 5 ou moins* semblent être de plus grands lecteurs de l'*Infobourg*. En effet, à la lecture du graphique 7, il appert que 60,7% des répondants ayant un *secondaire 5 ou moins* soient de « grands ou très grands lecteurs » de l'*Infobourg* contre 32,1% des gens ayant un *diplôme d'études professionnelles ou plus* (comme plus haut niveau de scolarité complété). Malgré cette prédisposition qu'ont les personnes moins scolarisées à lire plus régulièrement l'*Infobourg*, nous croyons que ce journal a davantage de lecteurs ayant plus qu'un secondaire 5. En effet, selon les données du recensement de 2001<sup>38</sup>, seulement 27,2% de la population du QSJB avait un secondaire 5 ou moins comme plus haut niveau de scolarité atteint alors que 72,8% avaient atteint un niveau de scolarité supérieur à celui-ci. Ainsi et en considérant ces deux aspects (c'est-à-dire les habitudes de lecture selon le plus niveau de scolarité atteint ainsi que le poids proportionnel des niveaux de scolarité dans le QSJB), nous croyons pouvoir dire que globalement le journal l'*Infobourg* a davantage de lecteurs ayant plus d'un secondaire 5<sup>39</sup>.

---

<sup>37</sup> Nous présentons tout de même, le cas échéant, les résultats des croisements de variables ayant obtenu un chi<sup>2</sup> plus grand que 0,05, mais plus petit ou égal à 0,10. Nous considérons ces croisements comme n'étant pas statistiquement significatifs, mais néanmoins dignes de mention. Les résultats de ces croisements *dignes de mention* doivent par contre être considérés avec plus de prudence. Enfin, les lecteurs intéressés peuvent consulter l'annexe 5 pour connaître les résultats de tous les croisements de variables réalisés avec la question 13.

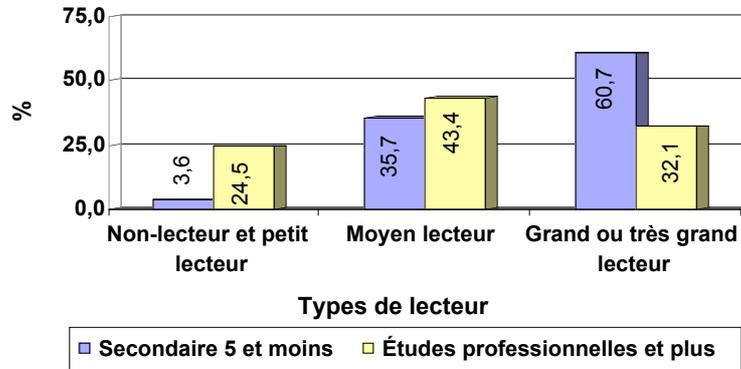
<sup>38</sup> Les données du recensement de 2006 portant sur les niveaux de scolarité (et sous notre système de catégories) n'étaient pas disponibles au moment où nous rédigeons ce rapport.

<sup>39</sup> En fait, 60,7% des personnes ayant un secondaire 5 et moins sont de grands ou très grands lecteurs de l'*Infobourg*, mais leur poids dans la population du QSJB ne compte que pour 27,2% (donc  $60,7\% \times 0,272$  signifie que **16,5%** des lecteurs de l'*Infobourg* en sont de grands ou très grands lecteurs et ont un secondaire 5 ou moins) alors que 32,1% des personnes ayant des études professionnelles ou plus sont de grands ou très grands lecteurs de l'*Infobourg*, mais leur poids dans la population du QSJB compte pour 72,8% (donc  $32,1\% \times 0,728$  signifie que **23,4%** des lecteurs de l'*Infobourg* en sont de grands ou très grands lecteurs et ont des études professionnelles ou plus).

**Graphique 7**  
**Habitudes de lecture du journal l'Infobourg,**  
**selon le plus haut niveau de scolarité complété (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,004 et *Gamma* de -0,559

(Secondaire 5 et - = 28 répondants; Études professionnelles et + = 212 répondants)



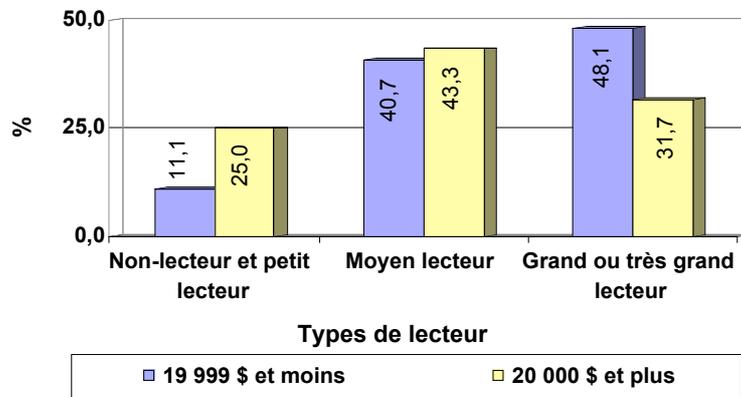
Outre le croisement de la question 13 avec le plus haut niveau de scolarité complété, il y a d'autres croisements de variables qui donnent des relations statistiquement significatives. En fait, les répondants de ménages à faible revenu semblent davantage être de grands lecteurs de l'Infobourg. Le graphique 8 illustre une différence statistiquement significative des habitudes de lecture entre les individus issus de ménages moins nantis (19 999 \$ et moins) et les individus issus des autres ménages (20 000 \$ et plus). Les ménages moins nantis comptent plus de répondants (48,1%) qui sont de « grands ou très grands lecteurs » de l'Infobourg que les autres ménages (31,7%). Malgré cette prédisposition qu'ont les personnes issues de ménages moins nantis à lire plus régulièrement l'Infobourg, nous croyons que ce journal a sensiblement autant de lecteurs issus de ménages moins nantis (19 999 \$ et moins) que de lecteurs des autres ménages (20 000 \$ et plus). En effet, selon les données du recensement de 2001<sup>40</sup>, 39,1% des ménages du QSJB avaient un revenu annuel brut de 19 999\$ et moins alors que 60,9% avaient un revenu annuel brut de 20 000\$ et plus. En considérant ces deux aspects (c'est-à-dire les habitudes de lecture selon le revenu brut annuel des ménages ainsi que le poids proportionnel des niveaux de revenu brut annuel des ménages dans le QSJB), nous croyons pouvoir dire que globalement le journal l'Infobourg a autant de lecteurs issus de ménages ayant un revenu annuel brut de 19 999\$ et moins que de 20 000\$ et plus<sup>41</sup>.

<sup>40</sup> Les données du recensement de 2006 portant sur les niveaux de revenu n'étaient pas disponibles au moment où nous rédigeons ce rapport.

<sup>41</sup> En fait, 48,1% des personnes issues de ménages ayant un revenu annuel brut de 19 999\$ et moins sont de grands ou très grands lecteurs de l'Infobourg, mais leur poids dans la population du QSJB ne compte que pour 39,1% (donc 48,1% \* 0,391 signifie que **18,8%** des lecteurs de l'Infobourg en sont de grands ou très grands lecteurs et ont un revenu annuel brut de 19 999\$ et moins) alors que 31,7% des personnes issues de ménages

**Graphique 8**  
**Habitudes de lecture du journal l'Infobourg,**  
**selon le revenu brut du ménage (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,031 et *Gamma* de -0,340  
 (19 999 \$ et - = 54 répondants; 20 000 \$ et + = 180 répondants)



Toujours dans la même logique, les habitudes de lecture du journal l'Infobourg sont significativement reliées à l'âge. En effet, les répondants ayant *56 ans et plus* sont davantage de « grands ou très grands lecteurs » de l'Infobourg. Les résultats présentés dans le graphique 9 confirment que 51,9% des répondants âgés de *56 ans et plus* sont de grands ou très grands lecteurs contre 37,3% des *36-55 ans* et 21,2% des *18 à 35 ans*. Or, selon les données du recensement de 2006<sup>42</sup>, 36,6% de la population du QSJB étaient âgées de 55 ans et plus, 28,5% étaient âgées de 35 à 54 ans alors que 34,8% étaient âgée entre 20 et 34 ans. Ainsi et en considérant ces deux aspects (c'est-à-dire les habitudes de lecture selon l'âge ainsi que le poids proportionnel des strates d'âge dans le QSJB), nous croyons pouvoir dire que globalement le journal l'Infobourg a davantage de lecteurs âgés de 55 ans ou plus, mais qu'il y en a toutefois un nombre sensiblement identique chez les 20-34 ans et les 35-54 ans<sup>43</sup>.

---

ayant un revenu annuel brut de 20 000\$ et plus sont de grands ou tr\_s grands lecteurs de l'Infobourg, mais leur poids dans la population du QSJB compte pour 60,9% (donc 31,7% \* 0,609 signifie que **19,3%** des lecteurs de l'Infobourg en sont de grands ou tr\_s grands lecteurs et ont revenu annuel brut de 20 000\$ et plus).

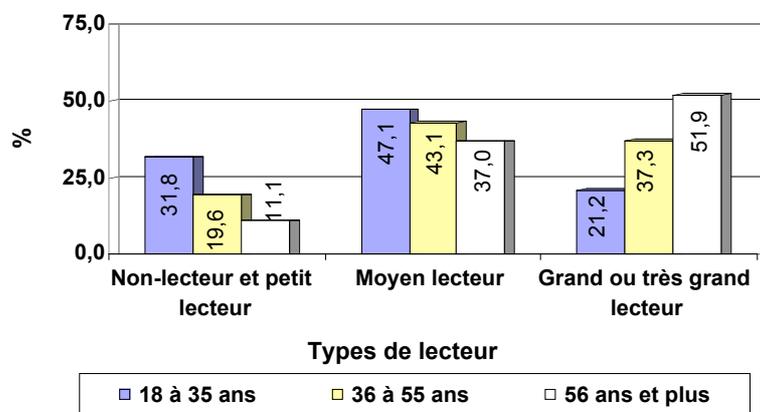
<sup>42</sup> \_noter que ces pourcentages issus des donn\_es du recensement de 2006 font r\_f\_rence \_des strates d'\_ge diff\_rentes de celles de notre enqu\_te. Aussi, il importe de souligner que les personnes \_g\_es de 19 ans et moins n'ont pas \_t\_tenues en compte dans le calcul de ces pourcentages.

<sup>43</sup> En fait, 51,9% des personnes \_g\_es de 55 ans et plus sont de grands ou tr\_s grands lecteurs de l' Infobourg et leur poids dans la population du QSJB compte pour 36,6% (donc 51,9% \* 0,366 signifie que **19,0%** des lecteurs de l'Infobourg en sont de grands ou tr\_s grands lecteurs et sont \_g\_s de 55 ans et plus), 37,3% des personnes \_g\_es entre 35 et 54 ans sont de grands ou tr\_s grands lecteurs de l'Infobourg et leur poids dans la population du QSJB compte pour 28,5% (donc 37,3% \* 0,285 signifie que **10,6%** des lecteurs de l'Infobourg en sont de grands ou tr\_s grands lecteurs et sont \_g\_s entre 35 et 54 ans) alors que 21,2% des personnes \_g\_es entre 20 et 34 ans sont de grands ou tr\_s grands lecteurs de l'Infobourg et leur poids dans la population du QSJB compte pour 34,8% (donc 21,2% \* 0,348 signifie que **7,4%** des lecteurs de l'Infobourg en sont de grands ou tr\_s grands lecteurs et sont \_g\_s de 20 \_ 34 ans).

### Graphique 9 Habitudes de lecture du journal l'Infobourg, selon l'âge (en %)

*Chi*<sup>2</sup> de 0,002 et *Gamma* de +0,362

(18 à 35 ans = 85 répondants; 36 à 55 ans = 102 répondants ; 56 ans et + = 54 répondants)



Une autre observation est que les répondants ayant 5 ans et plus d'habitation consécutive dans le QSJB sont de plus grands lecteurs, et ce, malgré que des ajustements aient été apportés dans les données pour les gens habitant le QSJB depuis moins de un an<sup>44</sup>. En fait, le graphique 10 indique que 43,0% des répondants habitant le QSJB depuis 5 ans et plus sont de « grand ou très grand lecteurs » contre 24,0% des individus habitant le quartier depuis moins de 5 ans consécutives<sup>45</sup>.

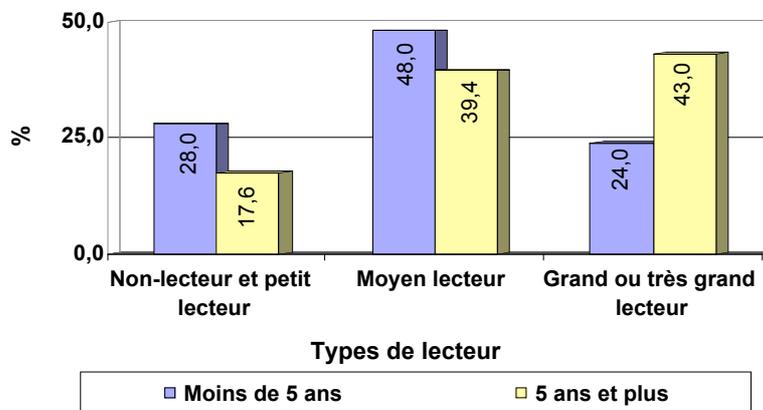
<sup>44</sup> La lumière des informations inscrites aux questions 10\_11 et 13 par les vingt-deux personnes habitant le QSJB depuis moins d'un an, nous avons augmenté leur fréquence de lecture afin qu'elles reflètent mieux, toutes choses étant égales par ailleurs, leurs habitudes sur deux ans. Enfin, malgré les ajustements apportés dans les données, nous invitons la prudence lors de la lecture de ces résultats.

<sup>45</sup> Pour ce croisement de données, il est pratiquement impossible d'évaluer s'il y a plus de lecteurs au total parmi ceux qui habitent le QSJB depuis 5 ans ou plus, ou l'inverse, parmi ceux qui l'habitent depuis moins de 5 ans. En fait, les données du recensement nous permettent difficilement de convertir les résultats de notre enquête sous cet aspect, et ce, comme nous l'avons fait pour les variables de croisement précédentes.

**Graphique 10**  
**Habitudes de lecture du journal l'Infobourg,**  
**selon le nombre d'années d'habitation consécutives dans le QSJB (en %)**

*Chi<sup>2</sup> de 0,007 et Gamma de +0,327*

(- de 5 ans = 100 répondants ; 5 ans et + = 142 répondants)



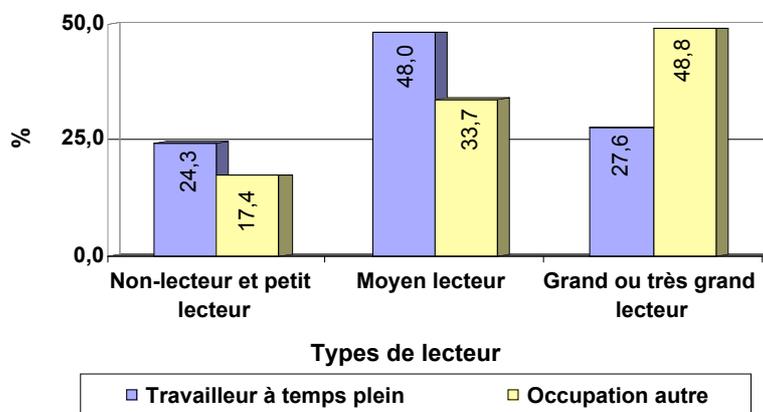
De plus, les répondants qui ont une *occupation autre* que d'être *travailleur à temps plein* semblent être de plus grands lecteurs du journal l'Infobourg. En effet, le graphique 11 illustre une différence significative entre les habitudes de lecture des individus *travaillant à temps plein* et ceux ayant d'*autres occupations*. Les répondants *travaillant à temps plein* sont de « grand ou très grand lecteurs » dans 27,6% des cas, tandis que ceux ayant une *occupation autre* forment 48,8% de ce type de lecteurs<sup>46</sup>.

<sup>46</sup> Pour ce croisement de donn\_ es, il est pratiquement impossible d'\_ valuer s'il y a plus de lecteurs au total parmi ceux qui travaillent \_ temps plein, ou \_ l'inverse, parmi ceux qui ont une occupation autre. En fait, les donn\_ es du recensement nous permettent difficilement de convertir les r\_ sultats de notre enqu\_ te sous cet aspect.

**Graphique 11**  
**Habitudes de lecture du journal l'Infobourg,**  
**selon la principale occupation professionnelle (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,004 et *V de Cramer* de +0,213

(Travailleur à temps plein = 152 répondants ; Occupation autre= 86 répondants)



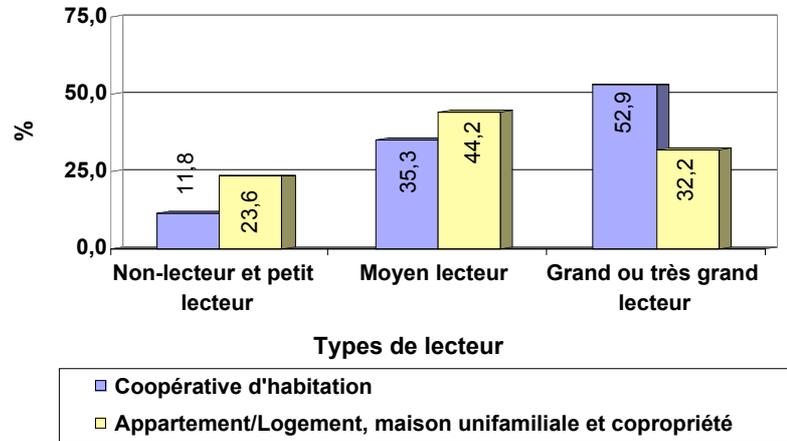
Enfin, les répondants qui habitent dans une *coopérative d'habitation* semblent être de plus grands lecteurs du journal l'Infobourg que ceux demeurant dans un *appartement/logement*, une *copropriété* ou une *maison unifamiliale*. De fait, à la lumière du graphique 12, 52,9% des répondants qui habitent une coopérative d'habitation sont de « grand ou très grand lecteurs » de l'Infobourg, alors que c'est le cas de 32,2% de ceux résidant dans un appartement/logement, une maison unifamiliale ou une copropriété<sup>47</sup>.

<sup>47</sup> Pour ce croisement de données, il est pratiquement impossible d'évaluer avec certitude s'il y a plus de lecteurs au total parmi ceux qui habitent dans des coopératives d'habitation, ou l'inverse, parmi ceux qui habitent dans d'autres types de résidence. En fait, les données du recensement nous permettent difficilement de convertir les résultats de notre enquête sous cet aspect.

**Graphique 12**  
**Habitudes de lecture du journal l'Infobourg,**  
**selon le type de résidence habitée (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,05 et *V de Cramer* de +0,157

(Coopérative d'habitation = 34 répondants ; Autre type de résidence= 208 répondants)



Enfin, pour clore cette section sur les habitudes de lecture de l'Infobourg, il importe de mentionner qu'il ne semble pas y avoir de relations statistiquement significatives entre les habitudes de lecture de l'Infobourg et les variables suivantes : le sexe, le secteur de recensement et le statut de propriétaire versus de locataire de la résidence. Aussi, pour ces variables, nous n'avons pas obtenu de résultats dignes de mention<sup>48</sup>. Néanmoins, les lecteurs intéressés à examiner les résultats de tous les croisements de variables avec les habitudes de lecture de l'Infobourg peuvent consulter l'annexe 5.

En résumé, les habitudes de lecture des répondants nous apprennent que :

- ⇒ les journaux les plus lus sont : *L'Infobourg, Le Voir et Le Soleil*;
- ⇒ les journaux les moins lus sont : *Les Immigrants de la Capitale, La Presse, Le Devoir et Le Québec Express*;
- ⇒ ils utilisent régulièrement Internet comme moyen d'information;
- ⇒ très peu de répondants (15,0%) ont déjà consulté le site Internet du Comité populaire Saint-Jean-Baptiste;
- ⇒ globalement, un peu plus d'un numéro sur deux de l'Infobourg est lu par au moins une personne du ménage;
- ⇒ les répondants ayant un *secondaire 5 ou moins* semblent être de plus « grands ou très grands lecteurs » de l'Infobourg que ceux ayant un *diplôme d'études professionnelles ou plus* (comme plus haut niveau de scolarité atteint), mais qu'en

<sup>48</sup> Les croisements statistiquement significatifs sont ceux pour lesquels nous avons obtenu des *chi*<sup>2</sup> plus petit ou *\_gal\_* 0,05 et ceux tant dignes de mention sont ceux pour lesquels nous avons obtenu des *chi*<sup>2</sup> plus grands que 0,05, mais plus petits ou *\_gal\_* 0,10.

considérant le nombre de résidants ayant un *secondaire 5 ou moins* dans le QSJB versus le nombre ayant un *diplôme d'études professionnelles ou plus*, il est logique de croire qu'il y a, au total dans le QSJB, plus de lecteurs de l'*Infobourg* ayant un *diplôme d'études professionnelles ou plus*;

- ⇒ les répondants issus de ménages moins aisés financièrement sont de plus « grands ou très grands lecteurs » de l'*Infobourg* en comparaison aux ménages plus aisés (20 000 \$ et plus), mais qu'en considérant le nombre de résidants issus de *ménages ayant un revenu annuel brut de 19 999\$ ou moins* dans le QSJB versus le nombre de résidants issus de *ménages ayant un revenu annuel brut de 20 000\$ ou plus*, il est logique de croire qu'il y a, au total dans le QSJB, autant de lecteurs de l'*Infobourg* issus de *ménages ayant un revenu annuel brut de 19 999\$ ou moins* que de 20 000\$ et plus;
- ⇒ les répondants âgés de *56 ans et plus* sont de plus « grands ou très grands lecteurs » de l'*Infobourg* en comparaison aux répondants de *18 à 35 ans* et *36 à 55 ans* et qu'en considérant le nombre de résidants du QSJB âgés de *18 à 35 ans* versus de *36 à 55 ans* et de *56 ans et plus*, il est logique de croire qu'il y a, au total dans le QSJB, plus de lecteurs de l'*Infobourg* parmi la strate d'âge des *56 ans et plus*, mais qu'il y en a pratiquement autant dans les strates d'âge de *18-35 ans* et de *36-54 ans*;
- ⇒ les répondants habitant le QSJB depuis *5 années consécutives et plus* sont davantage de « grands ou très grands lecteurs » que les individus l'habitant depuis *moins de 5 années consécutives*;
- ⇒ les répondants *travaillant à temps plein* sont moins de « grands ou très grands lecteurs » de l'*Infobourg* en comparaison à ceux ayant une *occupation autre*;
- ⇒ les répondants qui habitent des *coopératives d'habitation* sont de plus grands lecteurs de l'*Infobourg* que ceux demeurant dans des *maisons unifamiliales*, des *copropriétés* ou des *appartements/logements*.

### 8.3 – APPRÉCIATION DU JOURNAL L'INFOBOURG

La section sur l'appréciation du journal l'*Infobourg* occupe une place importante dans le questionnaire puisque celle-ci permet de répondre à plusieurs éléments présents dans l'appel d'offres. Les données recueillies dans cette section permettent de savoir si les lecteurs<sup>49</sup> apprécient le format du journal l'*Infobourg* ainsi que l'information et les sujets traités (c'est-à-dire les éléments de contenu).

---

<sup>49</sup> C'est uniquement les personnes ayant mentionné avoir lu au moins un numéro du journal l'*Infobourg* au cours des 2006 et 2007 qui pouvaient répondre à cette section du questionnaire.

### 8.3.1 - Appréciation du format du journal l'Infobourg

Afin d'évaluer le niveau d'appréciation à l'égard du format du journal l' *Infobourg*, nous demandions aux gens d'indiquer s'ils sont « très insatisfaits », « insatisfaits », « satisfaits » ou « très satisfaits » de chacun de ces éléments : *nombre de pages, dimension du journal, aspect visuel, fréquence de parution par année, nombre d'articles, place accordée à la publicité et le ton du journal* (Annexe 2, Q14). Un des faits saillants qui ressort, en survolant le tableau ci-dessous, est que les répondants se disent « satisfaits » ou « très satisfaits » pour chacun des éléments de format dans des proportions variant de 81,3% à 94,9% (tableau 19). Par contre, la majorité a mentionné être « satisfait » par les éléments de format, dans des proportions variant entre 64,5% et 75,5%. Les deux aspects pour lesquels il y a le moins de satisfaction sont le *ton du journal* et l'*aspect visuel*. Ce sont aussi les deux seuls aspects pour lesquels la cote moyenne est inférieure à 2,00. Aussi, à propos de « l'*aspect visuel* », quelques répondants commentaient leurs réponses en disant qu'ils apprécieraient que l'*Infobourg* ait une apparence semblable à celle du *Média Matin Québec*.

**Tableau 19**  
**Appréciation du format du journal l'Infobourg (en %) tirée de la question 14 :**  
**En tant que lecteur de l'Infobourg (version papier), pourriez-vous nous dire jusqu'à quel point vous êtes satisfaits ou insatisfaits de chacun de ces éléments de format ?**

Éléments de format	Très insatisfait	Insatisfait	Satisfait	Très satisfait	Cote moyenne*
Dimension du journal (Grandeur, Largeur)	1,4	3,7	64,5	30,4	2,24
Nombre de pages	0,9	4,2	72,3	22,5	2,16
Place accordée à la publicité	1,4	6,1	75,5	17,0	2,08
Fréquence de parution par année	0,5	8,0	74,6	16,9	2,08
Nombre d'articles	0,9	10,8	73,6	14,6	2,02
Aspect visuel	1,4	17,3	64,5	16,8	1,97
Ton du journal	4,7	12,6	65,4	17,3	1,95

\* Le calcul de la cote moyenne est produit en utilisant les poids suivants : 0 pour « très insatisfait », 1 pour « insatisfait », 2 pour « satisfait » et 3 pour « très satisfait ».

Jusqu'à présent, il est possible de conclure que, globalement, le format du journal l'*Infobourg* semble apprécié par les lecteurs.

Enfin, nous présentons maintenant les résultats des *analyses bivariées*, et ce, dans le but d'avoir un portrait plus précis sur le niveau d'appréciation du format du journal l'*Infobourg*. Pour ce faire, nous utilisons l'échelle additive conçue pour évaluer l'appréciation

du format du journal l'*Infobourg*<sup>50</sup>. Celle-ci permet d'obtenir l'évaluation globale du format du journal l'*Infobourg* puisqu'elle tient compte, dans un seul indicateur, des sept éléments de format compris dans le questionnaire. C'est en croisant cette échelle et différentes variables socio-économiques et sociodémographiques qu'il devient possible d'évaluer s'il y a des profils d'individus prédisposés à apprécier le format du journal l'*Infobourg*. Ainsi, dans les lignes suivantes, nous exposons d'abord les résultats des analyses bivariées pour lesquelles nous avons obtenu des relations statistiquement significatives, pour ensuite, présenter rapidement les autres variables de croisement n'étant pas en relation statistiquement significative avec l'échelle d'appréciation du format du journal l'*Infobourg*<sup>51</sup>.

Ainsi, le premier croisement de données statistiquement significatif avec l'échelle sur l'appréciation du format du journal l'*Infobourg* a trait au niveau de scolarité des répondants. En fait, les répondants ayant un *secondaire 5 ou moins* semblent apprécier dans une moindre mesure le format du journal l'*Infobourg*. À la lumière des données présentées dans le graphique 13, seulement 3,8% des répondants ayant un *secondaire 5 ou moins* apprécient « fortement » le format de l'*Infobourg* contre 24,0% des individus ayant un *diplôme d'études professionnelles ou plus* (comme plus haut niveau de scolarité complété).

---

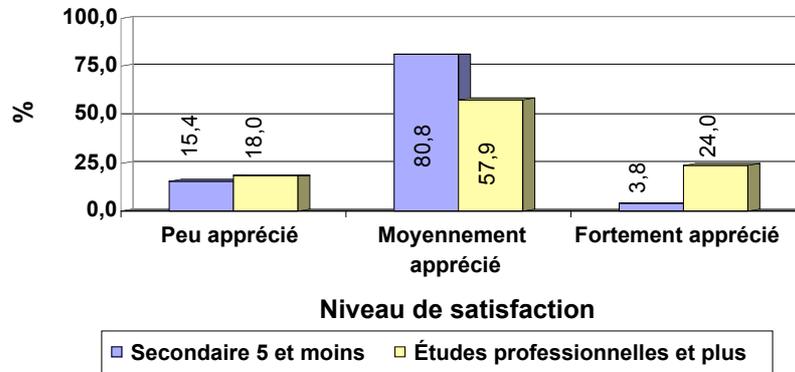
<sup>50</sup> Les précisions \_propos de la méthode de conception de l'échelle additive sur l'appréciation du format du journal l'*Infobourg* sont exposées \_la section 7.6.2 de ce rapport. Selon cette méthode, 21,3% des répondants ont \_t\_classés comme appréciant fortement (ont obtenu plus de 80% des points) le format du journal l'*Infobourg*, 61,1% comme l'appréciant moyennement (ont obtenu entre 60% et 80% des points) et 17,5% comme l'appréciant peu (ont obtenu moins de 60% des points).

<sup>51</sup> Nous présentons tout de même, le cas \_ch\_ant, les résultats des croisements de variables ayant obtenu un  $\chi^2$  plus grand que 0,05, mais plus petit ou \_gal\_ 0,10. Nous considérons ces croisements comme n'\_tant pas statistiquement significatifs, mais n'\_anmoins dignes de mention. Les résultats de ces croisements *dignes de mention* doivent par contre \_tre considérés avec plus de prudence. Enfin, les lecteurs intéressés peuvent consulter l'annexe 5 pour connaître les résultats de tous les croisements de variables réalisés avec l'échelle sur l'appréciation du format du journal l'*Infobourg*.

**Graphique 13**  
**Niveau d'appréciation du format de l'Infobourg,**  
**selon le plus haut niveau de scolarité complété (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,042 et *Gamma* de +0,294

(Secondaire 5 et - = 26 répondants; Études professionnelles et + = 183 répondants)

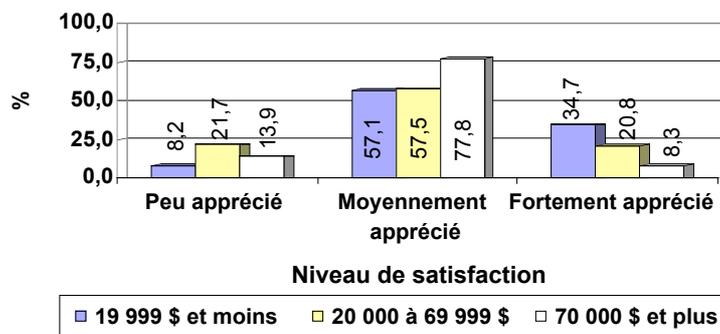


Outre le croisement de cette échelle additive avec le plus haut niveau de scolarité complété, trois autres croisements de variables ont donné des relations statistiquement significatives. En effet, les répondants de ménages à faible revenu semblent apprécier davantage le format de l'Infobourg. Le graphique 14 illustre une différence significative dans l'appréciation du format entre les individus de ménages moins nantis (19 999 \$ et moins annuel brut) et ceux de ménages plus aisés. En fait, 34,7% des répondants de ménages moins bien nantis semblent « fortement apprécier » le format du journal tandis que c'est le cas de 20,8% des répondants de ménage dont le revenu annuel brut est de 20 000\$ à 69 999\$ et 8,3% des répondants de ménage dont le revenu annuel brut est de 70 000\$ et plus.

**Graphique 14**  
**Niveau d'appréciation du format de l'Infobourg,**  
**selon le revenu brut annuel du ménage (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,013 et *Gamma* de -0,294

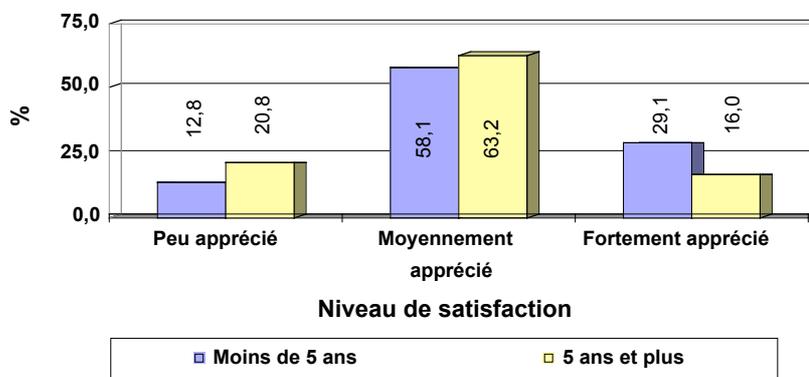
(19 999 \$ et - = 49 répondants; 20 à 69 999 \$ = 120 répondants; 70 000 \$ et + = 36 répondants)



Le niveau d'appréciation du format est aussi significativement relié au *nombre d'années d'habitation consécutives dans le QSJB*. En effet, les répondants ayant *moins de 5 années d'habitation consécutives dans le QSJB* semblent apprécier davantage le format du journal l'*Infobourg*. Les résultats présentés dans le graphique 15 confirment que 29,1% des répondants habitant depuis *moins de 5 ans* dans le QSJB expriment « *fortement apprécier* » le format contre 16,0% des répondants y demeurant depuis *5 années consécutives et plus*.

**Graphique 15**  
**Niveau d'appréciation du format de l'*Infobourg*,**  
**selon le nombre d'années d'habitation consécutives dans le QSJB (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,046 et *Gamma* de -0,305  
(- de 5 ans = 86 répondants; 5 ans et + = 125 répondants)



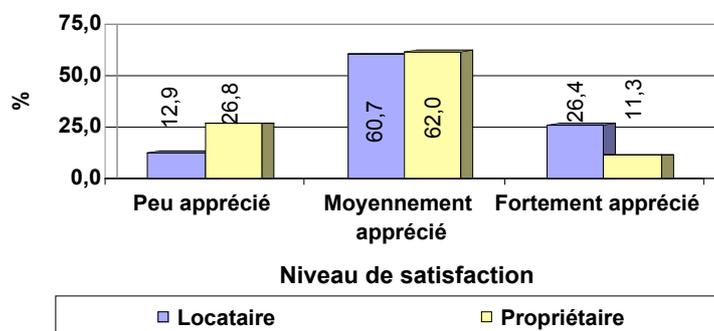
Enfin, la variable statut de *propriétaire* versus statut de *locataire* de la résidence est également en relation statistiquement significative avec le niveau d'appréciation du format. En effet, dans les pages du journal l'*Infobourg*, on traite souvent des problèmes de logement propres au QSJB. Cette prise de position sur le rôle du locataire et du propriétaire dans le développement du quartier a certainement un impact sur l'appréciation de l'ensemble du journal (format et contenu) auprès de son lectorat, selon qu'ils sont propriétaires ou locataires. En effet, les propriétaires apprécient dans une moindre mesure le format du journal l'*Infobourg*. À la lecture du graphique 16, nous constatons que 11,3% des répondants *propriétaires* semblent apprécier « *fortement* » le format de l'*Infobourg* tandis que c'est le cas de 26,4% des répondants *locataires*. De plus, les locataires sont en moins grand nombre à apprécier « *peu* » le format (12,9%), en comparaison aux propriétaires (26,8%).



**Graphique 16**  
**Niveau d'appréciation du format de l'Infobourg,**  
**selon le statut de propriétaire versus de locataire de la résidence (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,006 et *V de Cramer* de +0,221

(Locataire = 140 répondants; Propriétaire = 71 répondants)



Enfin, pour clore cette section, il importe de mentionner qu'il ne semble pas y avoir de relations statistiquement significatives entre l'appréciation du format du journal l'*Infobourg* et les variables suivantes : le sexe, le secteur de recensement, l'âge, la principale occupation professionnelle et le type de résidence habitée. Aussi, pour ces variables, nous n'avons pas obtenu de résultats dignes de mention<sup>52</sup>. Néanmoins, les lecteurs intéressés à examiner les résultats de tous les croisements de variables avec l'échelle additive sur l'appréciation du format du journal l'*Infobourg* peuvent consulter l'annexe 5.

### 8.3.2 - Appréciation du contenu du journal l'Infobourg

L'évaluation du niveau d'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg*, par ses lecteurs, est l'un des objectifs centraux de notre analyse. Les résultats provenant de la question 15 (tableau 20) du questionnaire sont semblables à ceux touchant l'appréciation du format, c'est-à-dire que la majorité des répondants disent « assez apprécier » les différents éléments de contenu du journal, dans des proportions variant de 42,3% à 61,0%. Globalement, les répondants disent « très apprécier » ou « assez apprécier » chacun des éléments de contenu dans des proportions variant de 57,7% à 93,5%. Nous remarquons aussi que les articles portant sur l'*aménagement urbain du QSJB* (cote de 2,33 sur 3), l'*information sur les activités sociales et culturelles du QSJB* (2,31), l'*actualité socio-politique portant sur le QSJB* (2,22), les *informations sur les services communautaires du QSJB* (2,22) et le *logement et*

<sup>52</sup> Les croisements statistiquement significatifs sont ceux pour lesquels nous avons obtenu des *chi*<sup>2</sup> plus petit ou *\_gal\_* 0,05 et ceux tant dignes de mention sont ceux pour lesquels nous avons obtenu des *chi*<sup>2</sup> plus grands que 0,05, mais plus petits ou *\_gal\_* 0,10.

*l'habitation dans le QSJB (2,22) sont les sujets les plus appréciés. À l'opposé, les sujets les moins appréciés sont les analyses et les informations politiques en général (1,67) et l'Église et société (1,59).*

**Tableau 20**

**Appréciation du contenu du journal l'Infobourg (en %) tirée de la question 15 :  
En tant que lecteur de l'Infobourg (version papier), pourriez-vous nous dire jusqu'à quel point vous appréciez les éléments de contenu (articles) suivants ?**

Éléments de contenu	Pas du tout apprécié	Peu apprécié	Assez apprécié	Très apprécié	Cote moyenne*
Aménagement urbain du QSJB	1,4	7,9	46,8	44,0	2,33
Informations sur les activités sociales et culturelles du QSJB	0,9	5,6	54,5	39,0	2,31
Actualité socio-politique portant sur le QSJB	3,7	6,5	53,3	36,4	2,22
Informations sur les services communautaires du QSJB	0,9	11,2	52,8	35,0	2,22
Logement et habitation dans le QSJB	0,9	12,1	51,2	35,8	2,22
Espace résidentiel VS commercial VS touristique dans le QSJB	1,9	10,8	55,4	31,9	2,17
L'écologie	1,0	12,9	54,3	31,9	2,17
Histoire sociale et politique du QSJB	1,9	14,6	52,8	30,7	2,12
Arts et culture	1,9	15,8	52,6	29,7	2,10
Justice sociale	3,4	14,4	54,3	27,9	2,07
Informations légales et juridiques en général	4,7	15,6	52,8	26,9	2,02
Appel à la mobilisation et à la revendication dans le QSJB	5,6	19,7	42,3	32,4	2,01
Les femmes	1,9	17,1	61,0	20,0	1,99
Analyses et informations politiques liées au QSJB	4,7	21,7	46,7	26,9	1,96
Les aînés	2,4	20,1	59,8	17,7	1,93
Homosexualité	3,4	23,7	57,0	15,9	1,86
Actualité socio-politique en général	5,2	20,7	61,0	13,1	1,82
Appel à la mobilisation et à la revendication en général	6,7	25,7	46,7	21,0	1,82
Opinions	7,8	24,8	46,6	20,9	1,81
Histoire sociale et politique en général	3,8	26,3	59,3	10,5	1,77
Analyses et informations politiques en général	4,7	34,9	48,6	11,8	1,67
Église et société	10,6	31,7	46,2	11,5	1,59

\* Le calcul de la cote moyenne est produit en utilisant les poids suivants : 0 pour « pas du tout apprécié », 1 pour « peu apprécié », 2 pour « assez apprécié » et 3 pour « très apprécié ».

Aussi, ces résultats nous apprennent que l'information à caractère local est davantage appréciée par le lectorat de l'*Infobourg* que les articles à caractère plus général. En fait, à la lecture du tableau ci-dessus, nous constatons que les douze éléments de contenu ayant obtenu une cote moyenne supérieure à 2,00 sont, dans huit cas, orientés directement sur le QSJB. Aussi, à l'exception de l'énoncé *L'écologie*, les huit sujets les plus appréciés sont tous axés sur le QSJB. À l'opposé, nous constatons que, parmi les dix éléments de contenu ayant obtenu une cote moyenne inférieure à 2,00, uniquement un énoncé est orienté directement sur le QSJB, soit celui portant sur les *Analyses et informations politiques liées au QSJB*.

Les résultats mis en relief, jusqu'à présent, permettent de conclure que globalement le contenu du journal l'*Infobourg* semble apprécié par ses lecteurs, mais que cette appréciation varie selon les sujets.

Enfin, nous présentons maintenant les résultats des *analyses bivariées*, et ce, dans le but d'avoir un portrait plus précis sur le niveau d'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg*. Pour ce faire, nous utilisons l'échelle additive conçue pour évaluer l'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg*<sup>53</sup>. Celle-ci permet d'obtenir l'évaluation globale du contenu du journal l'*Infobourg* puisqu'elle tient compte, dans un seul indicateur, des vingt-deux éléments de contenu compris dans le questionnaire. C'est en croisant cette échelle et différentes variables socio-économiques et sociodémographiques qu'il devient possible d'évaluer s'il y a des profils d'individus prédisposés à apprécier le contenu du journal l'*Infobourg*. Ainsi, dans les lignes suivantes, nous exposons d'abord les résultats des analyses bivariées pour lesquelles nous avons obtenu des relations statistiquement significatives, pour ensuite, présenter brièvement les autres variables n'étant pas en relation statistiquement significatives avec l'échelle d'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg*<sup>54</sup>.

---

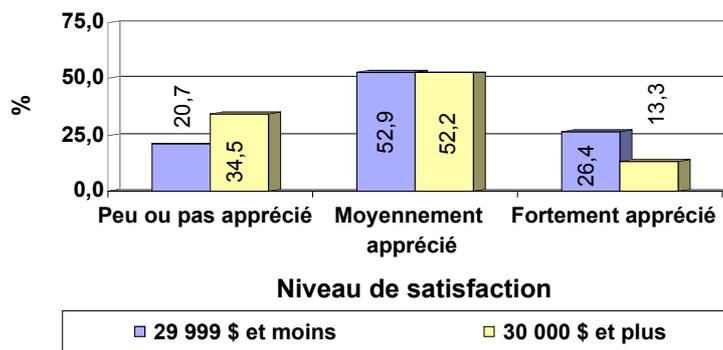
<sup>53</sup> Le détail des propositions de la méthode de conception de l'échelle additive sur l'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg* est exposé dans la section 7.6.3 de ce rapport. Selon cette méthode, 18,9% des répondants ont déclaré catégoriquement comme appréciant fortement (ont obtenu plus de 80% des points) le contenu du journal l'*Infobourg*, 52,4% comme l'appréciant moyennement (ont obtenu entre 60% et 80% des points) et 28,6% comme l'appréciant peu (ont obtenu moins de 60% des points).

<sup>54</sup> Nous présentons tout de même, le cas échéant, les résultats des croisements de variables ayant obtenu un chi<sup>2</sup> plus grand que 0,05, mais plus petit ou égal à 0,10. Nous considérons ces croisements comme n'étant pas statistiquement significatifs, mais néanmoins dignes de mention. Les résultats de ces croisements *dignes de mention* doivent par contre être considérés avec plus de prudence. Enfin, les lecteurs intéressés peuvent consulter l'annexe 5 pour connaître les résultats de tous les croisements de variables réalisées avec l'échelle sur l'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg*.

Le principal constat sur l'appréciation du contenu de l'*Infobourg* est que les répondants issus de ménages moins aisés financièrement semblent apprécier dans une plus grande mesure le contenu du journal. Le regroupement de catégories, construit à partir de la question 7 de notre outil de collecte, propose des résultats davantage significatifs si l'on analyse les résultats pour les ménages ayant un faible revenu, soit de 29 999 \$ *et moins*. En effet, à la lumière des données présentées dans le graphique 17, nous constatons que 26,4% des répondants issus de ménages ayant un revenu annuel brut de 29 999 \$ *et moins* semblent apprécier « fortement » le contenu de l'*Infobourg* contre 13,3% des répondants faisant partie de ménages ayant un revenu annuel brut de 30 000 \$ *et plus*. De plus, on constate que les individus de ménages moins nantis paraissent « peu ou ne pas apprécier » le contenu dans une proportion de 20,7% en comparaison avec les répondants de ménages plus nantis (34,5%).

**Graphique 17**  
**Niveau d'appréciation du contenu de l'*Infobourg*,  
selon le revenu du ménage (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,020 et *Gamma* de -0,334  
(29 999 \$ et - = 87 répondants; 30 000 \$ et + = 113 répondants)



Enfin, il ne semble pas y avoir de relations statistiquement significatives entre l'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg* et les variables suivantes : le sexe, le secteur de recensement, la scolarité, l'âge, le nombre d'années consécutives d'habitation dans le QSJB, la principale occupation professionnelle, le statut de propriétaire versus de locataire de la résidence et le type de résidence habitée. Aussi, pour ces variables, nous n'avons pas obtenu de résultats dignes de mention<sup>55</sup>. Néanmoins, les lecteurs intéressés à examiner les

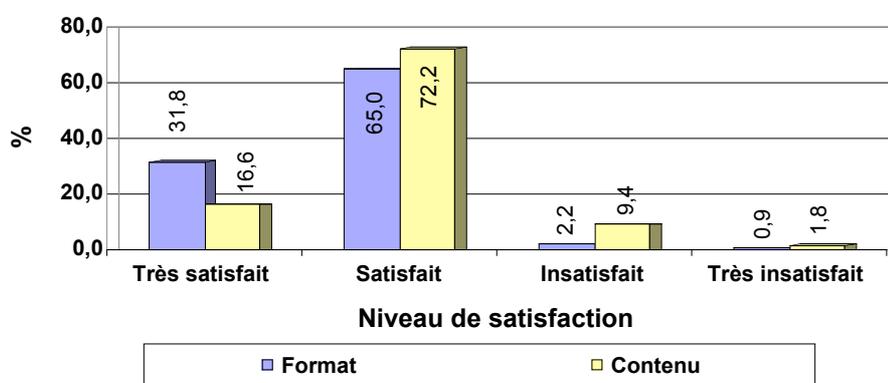
<sup>55</sup> Les croisements statistiquement significatifs sont ceux pour lesquels nous avons obtenu des *chi*<sup>2</sup> plus petit ou *\_gal\_* 0,05 et ceux tant dignes de mention sont ceux pour lesquels nous avons obtenu des *chi*<sup>2</sup> plus grands que 0,05, mais plus petits ou *\_gal\_* 0,10.

résultats de tous les croisements de variables avec l'échelle additive sur l'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg* peuvent consulter l'annexe 5.

### 8.3.3 - Appréciation globale du journal l'*Infobourg*

Les questions 16 et 17 permettent d'obtenir le niveau de satisfaction global des répondants quant au format (Q16) et au contenu (Q17) du journal l'*Infobourg*. Ces deux questions permettent de vérifier l'opinion générale des répondants à l'égard du journal l'*Infobourg* et elles se veulent aussi une synthèse des tableaux 19 et 20 présentés précédemment. Celles-ci servent du même coup de variables de validation<sup>56</sup> pour les échelles additives portant sur l'appréciation. Les réponses à ces questions concordent avec la tendance illustrée dans les tableaux 19 et 20 ainsi qu'avec les échelles additives sur l'appréciation du format et du contenu. De fait, selon le graphique 18, les lecteurs de l'*Infobourg* se disent majoritairement « satisfaits » du contenu et du format du journal l'*Infobourg*. Nous notons toutefois une plus grande satisfaction à l'égard du format du journal l'*Infobourg*.

**Graphique 18**  
**Niveau d'appréciation du format (Q16) et du contenu (Q17) de l'*Infobourg* (en %)**



<sup>56</sup> Les échelles additives construites à partir des sous-éléments des questions 14 et 15 ont pour but de vérifier respectivement, tout comme les questions 16 et 17, le niveau d'appréciation global du format ainsi que du contenu du journal l'*Infobourg*. En ce sens, les questions 16 et 17 ont permis de valider nos échelles additives, c'est-à-dire de nous assurer qu'elles soient cohérentes avec la tendance des réponses aux questions 14 et 15.

En résumé, l'analyse de l'appréciation du journal l'*Infobourg* nous apprend que :

- ⇒ le lectorat est globalement satisfait du format et du contenu;
- ⇒ le lectorat apprécie davantage les éléments de contenu (articles) orientés directement sur le QSJB que ceux plus généraux;
- ⇒ les répondants ayant un *secondaire 5 ou moins* semblent moins « fortement apprécier » le format en comparaison aux répondants ayant complété un *diplôme d'études professionnelles ou plus*;
- ⇒ les répondants issus de ménages ayant un revenu annuel brut de *19 999 \$ et moins* paraissent plus « fortement apprécier » le format de l'*Infobourg* que les répondants issus de ménages ayant un revenu annuel brut supérieur à celui-ci;
- ⇒ les répondants habitant depuis *moins de 5 années consécutives* dans le QSJB semblent « fortement apprécier » le format en comparaison aux répondants demeurant dans le *QSJB depuis 5 années consécutives ou plus*;
- ⇒ les répondants *locataires* de leur résidence semblent plus « fortement apprécier » le format de l'*Infobourg* en comparaison aux *propriétaires*;
- ⇒ les répondants issus de ménages ayant un revenu annuel brut de *29 999 \$ et moins* sont plus nombreux à « fortement apprécier » le contenu de l'*Infobourg* en comparaison aux répondants issus de ménages ayant un revenu annuel brut de *30 000 \$ et plus*.

#### **8.4 - IMPACT DU JOURNAL L'INFOBOURG SUR SON LECTORAT**

Afin de mesurer l'impact<sup>57</sup> de l'*Infobourg* sur son lectorat<sup>58</sup>, nous avons demandé aux lecteurs sondés de nous spécifier jusqu'à quel point ils croient que ce journal contribue à obtenir de l'information sur le QSJB et/ou à modifier leur façon de se comporter ou de réfléchir dans leur vie quotidienne, et ce, en se référant à la douzaine d'éléments mentionnés à cet effet dans le questionnaire. En ce sens, les répondants ont dû répondre si l'*Infobourg* a un « très grand », un « grand », un « petit » ou encore « aucun impact » sur chacun des douze items mentionnées dans la question 19 (voir l'annexe 2).

Les deux catégories qui regroupent le plus de réponses sont le « petit impact » et le « grand impact ». Lorsque nous additionnons les proportions de ces deux catégories pour chacun des douze éléments, nous constatons que les proportions varient entre 67,3% et 82,8% (tableau 21). Les aspects sur lesquels le journal l'*Infobourg* semble avoir le plus d'impact sur son lectorat sont : l'*information sur la vie sociale et urbaine du QSJB* (cote moyenne de 1,76 sur 3), l'*obtention d'informations ancrées sur le QSJB* (1,74), la *sensibilisation à l'égard*

---

<sup>57</sup> Pour connaître le sens attribué au mot « impact », veuillez vous référer à la section 6 de ce rapport.

<sup>58</sup> C'est uniquement les personnes ayant mentionné avoir lu au moins un numéro du journal l'*Infobourg* au cours des 2006 et 2007 qui pouvaient répondre à cette section du questionnaire.

d'enjeux sociaux sur le QSJB (1,71) et le sentiment d'appartenance au QSJB (1,66). D'autre part, les aspects sur lequel le journal l'Infobourg semble avoir le moins d'impact sont ceux relatifs à la formation ou modification des opinions en général (0,93), au développement des réflexions en général (1,05), à la revendication et à la défense active des droits et intérêts en général (1,08) et à la sensibilisation à l'égard d'enjeux sociaux en général (1,12).

**Tableau 21**

**Impact dans la vie quotidienne (en %) du journal l'Infobourg tirée de la question 19 : À la lecture de l'Infobourg (version papier), croyez-vous que ce journal a, au regard des aspects suivants, un impact dans votre vie quotidienne ?**

Types d'impact – Le journal l'Infobourg contribue-t-il à ...	Aucun impact	Petit impact	Grand impact	Très grand impact	Cote moyenne*
Votre information sur la vie sociale et urbaine du QSJB	3,2	31,7	51,1	14,0	1,76
L'obtention d'informations ancrées sur le QSJB	5,4	30,8	48,0	15,8	1,74
Votre sensibilisation à l'égard d'enjeux sociaux sur le QSJB	5,9	32,0	47,3	14,9	1,71
Votre sentiment d'appartenance au QSJB	13,6	25,9	41,4	19,1	1,66
L'obtention d'informations différentes des médias commerciaux	11,4	40,9	35,9	11,8	1,48
Votre fréquentation des commerces du QSJB	19,0	38,9	31,2	10,9	1,34
La revendication et défense active de vos droits et intérêts à l'intérieur du QSJB	13,2	49,3	32,4	5,0	1,29
Votre implication et participation dans la vie du QSJB	15,5	47,3	33,2	4,1	1,26
Votre sensibilisation à l'égard d'enjeux sociaux en général	18,2	56,8	20,0	5,0	1,12
La revendication et défense active de vos droits et intérêts en général	18,6	58,6	18,6	4,1	1,08
Au développement de vos réflexions, en général	21,8	55,0	20,0	3,2	1,05
La formation ou modification de vos opinions, en général	26,5	56,2	15,1	2,3	0,93

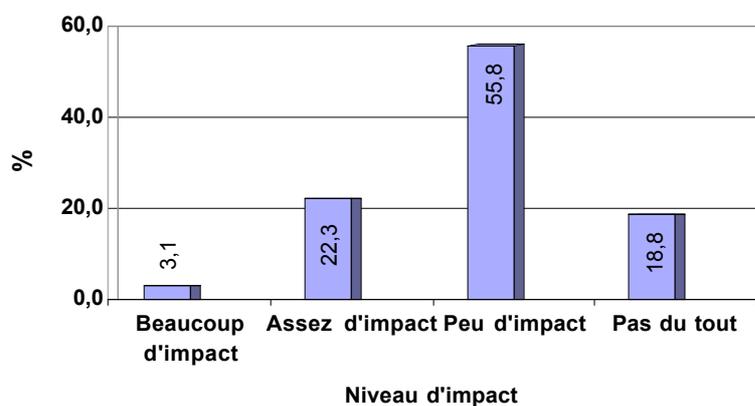
\* Le calcul de la cote moyenne est produit en utilisant les poids suivants : 0 pour « aucun impact », 1 pour « petit impact », 2 pour « grand impact » et 3 pour « très grand impact ».

À la lecture du tableau ci-dessus, nous constatons qu'aucun des douze éléments mentionnés dans le questionnaire (concernant l'impact du journal l'Infobourg sur son lectorat) n'a obtenu une cote moyenne supérieure à 2,00. Ce résultat est très différent de ceux portant sur l'appréciation du format et du contenu du journal l'Infobourg. À noter de plus qu'à l'exception de l'énoncé *l'obtention d'informations différentes des médias commerciaux*, les huit types d'énoncés les mieux cotés sont tous axés sur le QSJB. À l'opposé, nous

remarquons que les quatre types d'énoncés les moins bien cotés ne sont aucunement orientés sur le QSJB.

Enfin, la question suivante du questionnaire (Q20) permet d'obtenir un aperçu plus global de l'ampleur de l'impact du journal l'*Infobourg* sur son lectorat. Ainsi, cette question se veut une synthèse relative du bloc de sous-questions de la Q19. En plus, elle sert de variable de validation<sup>59</sup> pour l'échelle additive portant sur l'impact de l'*Infobourg*. Les résultats à la question 20 concordent avec la tendance illustrée pour la question 19 (voir le tableau précédent), c'est-à-dire que l'*Infobourg* semble avoir peu d'impact sur son lectorat dans une proportion de 55,8% et assez d'impact dans une proportion de 22,3% (graphique 19).

**Graphique 19**  
**Impact global de l'*Infobourg* (Q20) dans la vie quotidienne (en %)**



La dernière question portant sur l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat concernait le nombre de personnes, dans le ménage, qui fait la lecture du journal. À cet égard, les réponses vont dans le même sens que la répartition démographique des ménages du QSJB. Rappelons ici que le quartier a comme particularité d'être composé majoritairement de ménages d'une seule personne. Ainsi, nos résultats nous indiquent que 69,5% des répondants sont les seuls à lire le journal dans leur foyer. Dans une proportion moindre (27,4%), deux personnes en font la lecture. Enfin, les répondants qui déclarent être trois ou quatre à faire la lecture de l'*Infobourg* dans le ménage représentent 3,1% des répondants.

<sup>59</sup> L'échelle additive construite à partir des sous-éléments de la question 19 a pour but de vérifier, tout comme la question 20, l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat. En ce sens, la question 20 a permis de valider notre échelle additive, c'est-à-dire de nous assurer qu'elle soit cohérente avec la tendance des réponses à la 19.

Les résultats exposés, jusqu'ici, permettent de conclure que le journal l'*Infobourg* semble globalement avoir un impact sur son lectorat, mais que celui-ci semble petit et variable.

Par ailleurs, nous présentons maintenant les résultats des *analyses bivariées*, et ce, dans le but d'avoir un portrait plus précis sur l'impact du journal l'*Infobourg* sur son lectorat. Pour ce faire, nous utilisons l'échelle additive conçue pour évaluer l'impact du journal l'*Infobourg* sur son lectorat. À noter que la configuration de cette échelle est différente des deux précédentes<sup>60</sup>. Toutefois, elle permet quand même d'obtenir l'évaluation globale de l'impact du journal l'*Infobourg* sur son lectorat puisqu'elle tient compte, dans un seul indicateur, des douze éléments compris dans le questionnaire. C'est en croisant cette échelle et différentes variables socio-économiques et sociodémographiques qu'il devient possible d'évaluer s'il y a des profils d'individus pour lesquels le journal l'*Infobourg* est prédisposé à avoir plus ou moins d'impact. Ainsi, dans les lignes suivantes, nous exposons d'abord les résultats des analyses bivariées pour lesquelles nous avons obtenu des relations statistiquement significatives, pour ensuite, présenter rapidement les autres variables de croisement n'étant pas en relation statistiquement significative avec l'échelle sur l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat<sup>61</sup>.

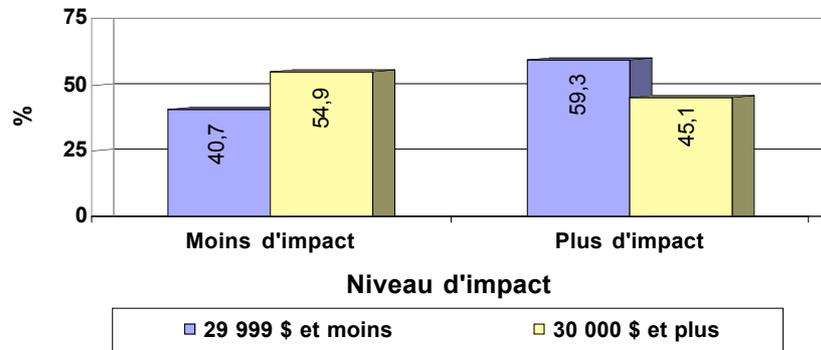
La principale observation sur l'impact du journal auprès de son lectorat est que l'*Infobourg* semble avoir « plus d'impact » sur les répondants issus de ménages moins nantis. En effet, selon le graphique 20, 59,3% des individus issus de ménages ayant un revenu annuel brut de 29 999 \$ *et moins* ont été classifiés dans la catégorie « plus d'impact » contre 45,1% pour les répondants issus de ménages ayant un revenu annuel brut de 30 000 \$ *et plus*.

---

<sup>60</sup> Les précisions \_propos de la méthode de conception de l'échelle additive sur l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat sont exposées \_la section 7.6.4 de ce rapport. Selon cette méthode, le groupe de répondants a \_t \_scindé en deux sous-groupes (le premier représente 49,3% des répondants et le second 50,7% des répondants) selon le score médian de l'échelle additive sur l'impact du journal l'*Infobourg*. De cette manière, le premier groupe est composé \_environ du 50% de répondants sur lequel l'*Infobourg* a le moins d'impact (en l'occurrence, c'est ceux qui ont obtenu moins de 45% des points) tandis que le deuxième groupe est composé \_environ du 50% de répondants sur lequel l'*Infobourg* a le plus d'impact (en l'occurrence, c'est ceux qui ont obtenu 45% et plus des points).

<sup>61</sup> Nous présentons tout de même, le cas échéant, les résultats des croisements de variables ayant obtenu un chi<sup>2</sup> plus grand que 0,05, mais plus petit ou égal \_ 0,10. Nous considérons ces croisements comme n'étant pas statistiquement significatifs, mais n'importe lesquels dignes de mention. Les résultats de ces croisements *dignes de mention* doivent par contre \_tre considérés avec plus de prudence. Enfin, les lecteurs intéressés peuvent consulter l'annexe 5 pour connaître les résultats de tous les croisements de variables réalisés avec l'échelle sur l'impact du journal l'*Infobourg* sur son lectorat.

**Graphique 20**  
**Impact du journal l'Infobourg sur son lectorat,**  
**selon le revenu annuel brut du ménage (en %)**  
*Chi*<sup>2</sup> de 0,039 et *Gamma* de -0,280  
 (29 999 \$ et - = 91 répondants; 30 000 \$ et + = 122 répondants)



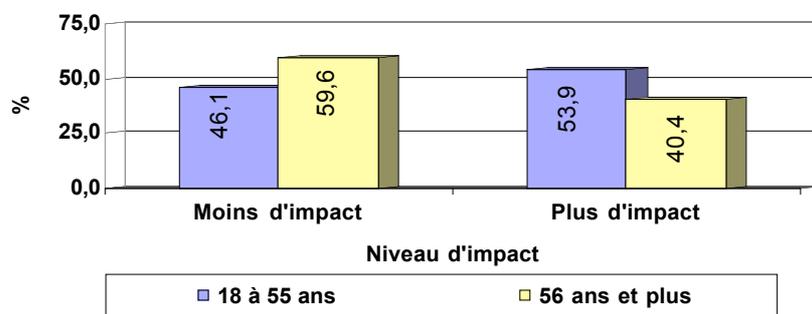
D'autres croisements de variables avec notre échelle sur l'impact de l'Infobourg sur son lectorat présentent des résultats dignes de mention (*chi*<sup>2</sup> entre 0,051 et 0,10) quoique, selon nos barèmes, ces croisements ne soient pas statistiquement significatifs (le *chi*<sup>2</sup> n'est pas plus petit ou égal à 0,05). Nous jugeons quand même intéressant de présenter ces croisements puisqu'ils peuvent être révélateurs de certaines tendances. De toute évidence, ces résultats doivent donc être considérés avec plus de prudence que le précédent qui est statistiquement significatif.

D'abord, la principale observation est que l'Infobourg semble avoir un impact moindre chez les répondants âgés de 56 ans et plus. En effet, en tenant compte des résultats présentés dans le graphique 21, l'Infobourg semble avoir plus d'impact chez les 18 à 55 ans que chez les 56 ans et plus, les proportions variant respectivement de 53,9% à 40,4%.

**Graphique 21**  
**Impact du journal l'Infobourg sur son lectorat, selon l'âge (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,089

(18 à 55 ans = 167 répondants; 56 ans et + = 52 répondants)

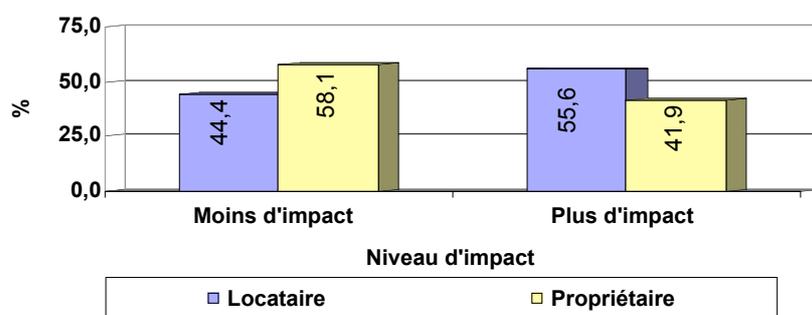


Enfin, l'Infobourg semble avoir un plus grand impact chez les locataires que chez les propriétaires. Le graphique 22 permet de présenter les résultats observés par rapport au statut de *propriétaire* versus celui de *locataire* de la résidence. Bref, 55,6% des répondants qui sont *locataires* de leur résidence contre 41,9% des répondants étant *propriétaire* se retrouvent dans la catégorie « plus d'impact ».

**Graphique 22**  
**Impact du journal l'Infobourg sur son lectorat, selon statut de propriétaire versus de locataire de la résidence (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,056

(Locataire = 144 répondants; Propriétaire= 74 répondants)



Pour clore cette section, il importe de mentionner qu'il ne semble pas y avoir de relations statistiquement significatives entre l'impact du journal l'Infobourg sur son lectorat et les variables suivantes : le sexe, le secteur de recensement, l'âge, la scolarité, le nombre d'années consécutives d'habitation dans le QSJB, la principale occupation professionnelle, le statut de propriétaire versus de locataire de la résidence et le type de résidence habitée. Par contre, pour les variables « âge » et « statut de propriétaire versus de locataire de la

résidence », nous avons obtenu des résultats dignes de mention<sup>62</sup>. Finalement, les lecteurs intéressés à examiner les résultats de tous les croisements de variables avec l'échelle additive sur l'impact du journal l'*Infobourg* sur son lectorat peuvent consulter l'annexe 5.

En résumé, cette section sur l'impact de l'*Infobourg* nous apprend que :

- ⇒ ce journal semble, de manière générale, avoir un léger impact sur son lectorat;
- ⇒ les sujets communautaires, c'est-à-dire propres au QSJB ont plus d'impact que les articles à caractère plus général;
- ⇒ dans un ménage, c'est majoritairement une seule personne qui fait la lecture de l'*Infobourg*;
- ⇒ l'*Infobourg* a « plus d'impact » sur les répondants de ménages ayant un revenu annuel brut de 29 999 \$ *et moins* en comparaison aux ménages en ayant un de 30 000 \$ *et plus*;

## **8.5 - IMPLICATIONS SOCIALES, MILITANTES, BÉNÉVOLES, CULTURELLES ET ENVIRONNEMENTALES**

Les questions 23, 24, 25 et 26 (voir l'annexe 2) visent à mieux connaître l'ampleur des implications sociales, militantes et bénévoles des lecteurs et des non-lecteurs du journal l'*Infobourg*. Le tableau 22 montre qu'entre 51,2% et 70,6% des répondants ont « peu » ou « pas du tout » d'implications.

Toutefois, en analysant les questions portant sur le QSJB (Q23 et Q25) versus celles portant sur la vie en général (Q24 et Q26), nous constatons que l'implication est plus forte à l'extérieur du quartier. Par exemple, 29,5% des répondants s'impliquent « souvent » ou « occasionnellement » de manière bénévole dans le QSJB tandis que 48,8% des répondants ont une implication bénévole de même ampleur dans la vie en général. Un autre exemple est que 29,7% des répondants disent participer « souvent » ou « occasionnellement » à des manifestations ou à des mouvements de protestation dans le QSJB alors que 36,9% d'entre eux disent participer « souvent » ou « occasionnellement » à des mouvements de protestation dans la vie en général.

---

<sup>62</sup> Les croisements statistiquement significatifs sont ceux pour lesquels nous avons obtenu des  $\chi^2$  plus petit ou  $\geq 0,05$  et ceux tant dignes de mention sont ceux pour lesquels nous avons obtenu des  $\chi^2$  plus grands que 0,05, mais plus petits ou  $\geq 0,10$ .

**Tableau 22**  
**Implications sociales, militantes et bénévoles (en %)**

Types d'implication	Souvent	Occasion-nellement	Peu	Pas du tout
Q23 -Implication bénévole ou militante dans QSJB	9,7	19,8	21,0	49,6
Q24 - Implication bénévole ou militante, en général	14,9	33,9	25,8	25,4
Q25 - Participation à des manifestations ou à des mouvements de protestations dans le QSJB	4,8	24,9	24,5	45,8
Q26 -Participation à des manifestations ou à des mouvements de protestations, en général	5,2	31,7	27,7	35,3

Une fois ces premiers constats généraux présentés, nous jugeons aussi approprié d'examiner s'il y a des relations statistiquement significatives entre l'ampleur des implications sociales, militantes et bénévoles et : 1) les habitudes de lecture du journal *l'Infobourg*; 2) l'échelle sur l'appréciation du contenu du journal *l'Infobourg* ainsi que 3) l'échelle sur l'impact de *l'Infobourg* sur son lectorat. Afin de vérifier l'existence ou la non-existence d'une relation statistiquement significative entre ces variables, nous avons développé une typologie tenant compte autant de l'ampleur des implications réalisées dans le QSJB que dans la vie en général<sup>63</sup>.

Ainsi, à la lumière de nos analyses, nous avons constaté qu'il y a des relations statistiquement significatives entre l'ampleur des implications et : 1) les habitudes de lecture de *l'Infobourg*; et 2) l'impact de *l'Infobourg* sur son lectorat. Toutefois, pour ces deux croisements, il est difficile de déterminer si c'est le fait de lire régulièrement le journal *l'Infobourg* (ou si c'est le fait que ce journal ait un impact considérable sur son lectorat) qui influence l'ampleur des implications, ou encore, si c'est l'inverse. Aussi, nous pourrions émettre l'hypothèse que les variables s'inter-influencent entre elles. Bref, à tout le moins, nous pouvons assurément conclure qu'il y a une relation statistiquement significative entre ces variables, mais qu'il est difficile d'établir laquelle exerce plus d'influence sur l'autre.

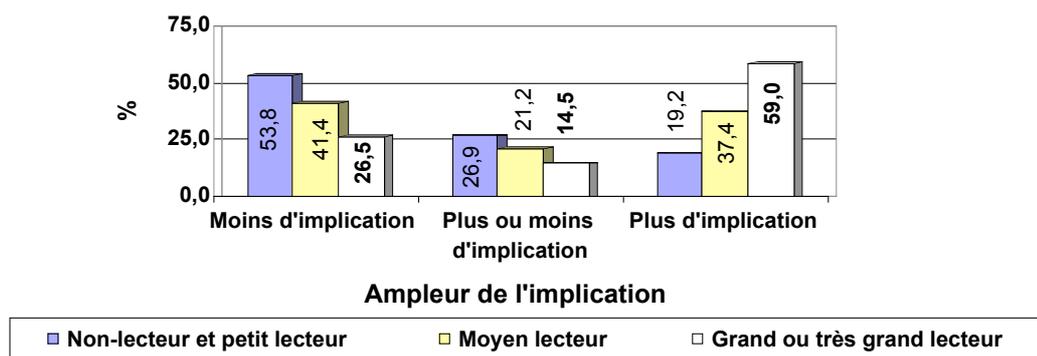
<sup>63</sup> Les précisions \_ propos de la méthode de conception de cette typologie des implications sociales, militantes et bénévoles sont exposés \_ la section 7.6.1 de ce rapport. Selon cette méthode, le groupe de rpondants a \_t scindé en trois groupes : le groupe 1 (les moins impliqués) repr\_sente 39,3% des rpondants, le groupe 2 (les plus impliqués) repr\_sente 39,7% des rpondants, le groupe 3 (les plus ou moins impliqués) repr\_sente 21,1% des rpondants. Globalement, ce qu'il faut retenir, c'est que le groupe 1 est composé des rpondants les moins impliqués dans la vie en général et dans le QSJB, que le groupe 2 est composé des rpondants les plus impliqués dans la vie en général et dans le QSJB et que le groupe 3 est composé des rpondants ayant des implications de différentes ampleur dans la vie en général et dans le QSJB.

Un des premiers constats, à la lecture du graphique 23, est que les grands et les très grands lecteurs de l'*Infobourg* sont dans 59,0% des cas parmi ceux ayant le plus d'implication sociale, militante et bénévole, et ce, contrairement à 19,2% des non-lecteurs ou des petits lecteurs de l'*Infobourg*. Il appert aussi que les non-lecteurs et les petits lecteurs de l'*Infobourg* sont dans 53,8% des cas parmi ceux ayant le moins d'implication sociale, militante et bénévole, et ce, contrairement à 26,5% des grands ou très grands lecteurs de l'*Infobourg*. En ce sens, nous croyons pouvoir dire que la lecture de l'*Infobourg* ainsi que l'implication sociale, militante et bénévole vont de pair.

**Graphique 23**  
**L'ampleur des implications, selon les**  
**habitudes de lecture du journal l'*Infobourg* (en %)**

*Chi*<sup>2</sup> de 0,000 et *Gamma* de +0,387

(Non-lecteur ou petit lecteur = 52 répondants; Moyen lecteur = 99 répondants;  
Grand ou très grand lecteur = 83 répondants)

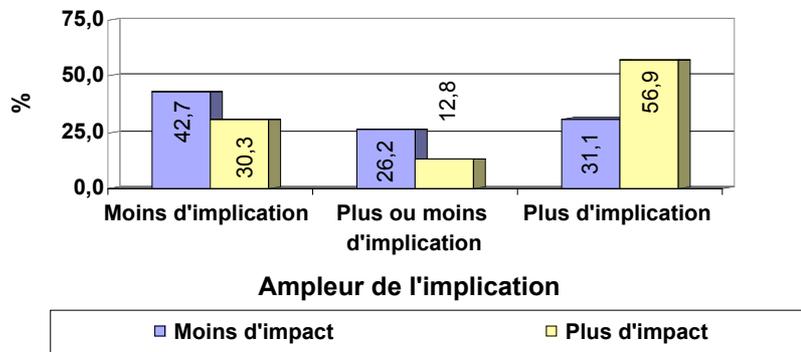


La deuxième relation statistiquement significative est celle entre la variable typologique sur les implications sociales, militantes et bénévoles et l'échelle de l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat. En effet, les répondants sur lesquels l'*Infobourg* a le plus d'impact sont dans 56,9% des cas parmi ceux ayant le plus d'implication, et ce, contrairement à 31,1% des répondants sur lesquels l'*Infobourg* a le moins d'impact. Il appert aussi que les répondants sur lesquels l'*Infobourg* a le moins d'impact sont dans 42,7% des cas parmi ceux ayant le moins d'implication sociale, militante et bénévole, et ce, contrairement à 30,3% des répondants sur lesquels l'*Infobourg* a le plus d'impact. En ce sens, nous croyons pouvoir affirmer que l'implication sociale, militante et bénévole évolue de pair avec l'ampleur de l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat.

**Graphique 24**  
**L'ampleur des implications, selon l'impact**  
**de l'Infobourg sur son lectorat (en %)**

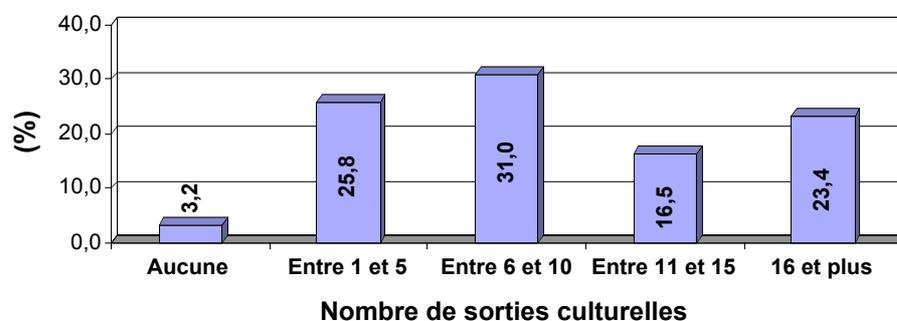
*Chi*<sup>2</sup> de 0,001 et *Gamma* de +0,354

(- d'impact = 103 répondants; + d'impact = 109 répondants)



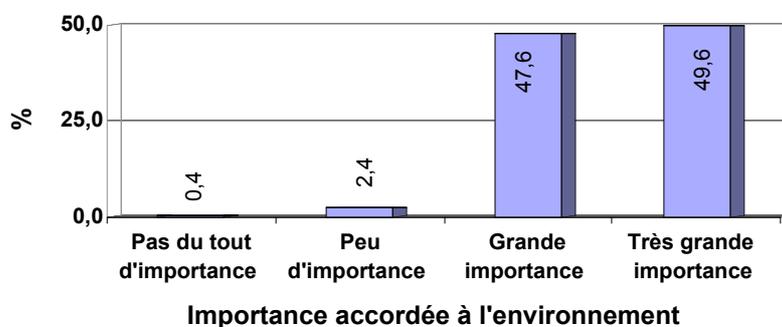
Maintenant, en ce qui a trait au nombre de sorties culturelles réalisées au cours de l'année 2007 (question 27), le graphique 25 révèle que 56,8% des répondants estiment avoir réalisé entre une et dix sorties culturelles en 2007 alors que 23,4% disent en avoir réalisé seize ou plus au cours de la même période. Enfin, très peu de gens (3,2%) disent n'avoir eu aucune sortie culturelle au cours de l'année 2007. À noter aussi que nous avons croisé cette question avec : 1) les habitudes de lecture du journal l'Infobourg; 2) l'échelle sur l'appréciation du contenu du journal l'Infobourg ainsi que 3) l'échelle sur l'impact de l'Infobourg sur son lectorat. Toutefois, aucune relation statistiquement significative n'a émergé de ces croisements.

**Graphique 25**  
**Estimation du nombre de sorties culturelles (Q27) au cours de l'année 2007 (en %)**



Finalement, la dernière question de notre outil de collecte portait sur l'importance accordée à l'environnement et ceci, dans les choix et décisions au quotidien. Le nombre d'articles consacrés à la cause écologique dans l'*Infobourg* est important. Ce choix est judicieux vu le grand intérêt des résidents du QSJB sur ce thème (pour plus de détails, voir la section 8.3.2). En effet, 49,6% des répondants disent accorder une très grande importance à l'environnement dans leurs choix et décisions de la vie quotidienne et 47,6% disent y accorder une grande importance.

**Graphique 26**  
**Importance accordée à l'environnement (en %) tirée de la question 28 :**  
*Dans vos choix et décisions de la vie quotidienne, jusqu'à quel point diriez-vous que vous accordez une importance à l'environnement ?*

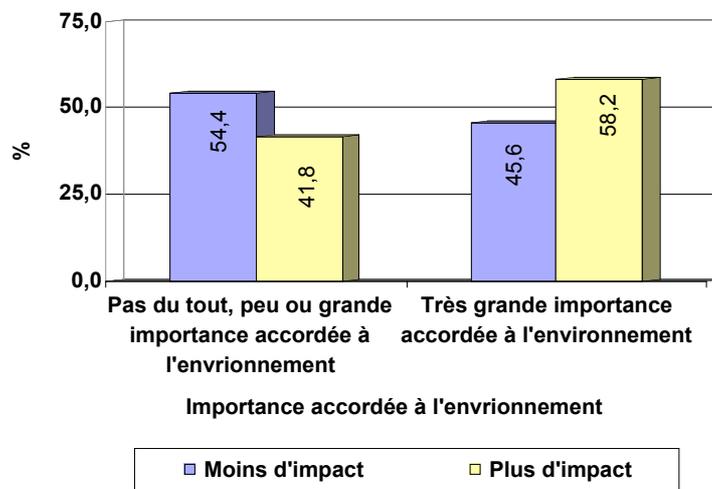


Enfin, comme pour les sections précédentes, nous avons croisé la variable portant sur l'importance accordée à l'environnement avec : 1) les habitudes de lecture du journal l'*Infobourg*; 2) l'échelle sur l'appréciation du contenu du journal l'*Infobourg*; ainsi que 3) l'échelle sur l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat. Toutefois, dans ces croisements de variables, nous n'avons pas obtenu de relations statistiquement significatives. Néanmoins, le croisement de données entre l'importance accordée à l'environnement et l'échelle sur l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat a donné un résultat digne de mention ( $\chi^2$  entre 0,051 et 0,10) que nous jugeons bon de présenter.

Ainsi, à la lumière du graphique 27, il semble que l'importance accordée à l'environnement soit en relation avec l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat. En effet, en tenant compte des résultats présentés dans le graphique 27, 58,2% des répondants chez qui l'*Infobourg* a le plus d'impact accordent aussi une très grande importance à l'environnement, et ce, comparativement au 45,6% des répondants pour qui l'*Infobourg* a le moins d'impact. Néanmoins, pour ce croisement, il est difficile de déterminer si le plus grand impact de

l'*Infobourg* sur certains lecteurs est l'élément qui contribue à ce que le lectorat accorde une très grande importance à l'environnement, ou encore, si c'est l'inverse. Aussi, nous pourrions émettre l'hypothèse que ces deux variables s'inter-influencent entre elles. À tout le moins, il demeure que le résultat de ce croisement est digne de mention.

**Graphique 27**  
**L'importance accordée à l'environnement, selon**  
**l'impact de l'*Infobourg* sur son lectorat (en %)**  
*Chi*<sup>2</sup> de 0,067  
 (- d'impact = 103 répondants; + d'impact = 110 répondants)



En résumé, cette section sur les implications sociales, militantes et bénévoles des répondants nous apprend que :

- ⇒ la majorité des répondants (entre 51,2% et 70,6%) ont « peu » ou « pas du tout » d'implications, mais, parmi ceux qui en font, celles-ci ont davantage lieu à différents endroits plutôt que strictement dans le QSJB;
- ⇒ il semble que l'ampleur des implications soit en relation statistiquement significative avec : 1) les habitudes de lecture du journal l'*Infobourg*; et 2) l'impact du journal sur son lectorat.
- ⇒ plus de la moitié des répondants (56,8%) ont réalisé entre une et dix sorties culturelles au cours de l'année 2007;
- ⇒ près de la totalité des répondants (97,2%) accordent au minimum une « grande importance » à l'environnement.

## 9 - INTERPRÉTATION ET DISCUSSION

Dans cette dernière section du rapport, nous mettons en relief quelques pistes de réflexion ayant pris forme à différents moments de la réalisation de cette étude. Celles-ci pourront probablement être utiles à l'équipe du journal l'*Infobourg* pour orienter le contenu rédactionnel de l'*Infobourg*. Aussi, dans cette section, nous procéderons à la confirmation ou à l'infirmerie de chacune de nos trois hypothèses.

### 9.1 - CONFIRMATION ET/OU INFIRMATION DE NOS HYPOTHÈSES

Dans cette section du rapport, nous revenons sur les trois hypothèses formulées à la section 6 afin de voir si elles ont été confirmées ou infirmées par les résultats de notre recherche. Dans un premier temps, nous avons formulé l'hypothèse selon laquelle nous supposions :

1. *que le taux de lecture du journal l'Infobourg (dans les zones desservies de porte-à-porte) allait varier en fonction de caractéristiques sociodémographiques et socio-économiques des habitants des différents secteurs du QSJB. Le contenu du journal nous portait à croire que c'est davantage les plus jeunes, les plus défavorisés et les plus scolarisés qui allaient être prédisposés à lire ce journal.*

Tout d'abord, ce sont tous les groupes d'individus (selon toutes les caractéristiques sociodémographiques et socio-économiques confondues) qui font la lecture de l'*Infobourg*. Toutefois, il est vrai que certains groupes sont prédisposés à lire davantage ce journal que les autres. Par contre, ce ne sont pas nécessairement les plus jeunes, tel que nous l'avions postulé dans notre hypothèse, qui sont de « grands ou très grands lecteurs », mais plutôt les répondants de *56 ans et plus* (graphique 9). Par conséquent, le premier élément de notre hypothèse est invalidé. Ce résultat peut s'expliquer en partie par le mode de vie des personnes de *56 ans et plus*. En effet, ce groupe d'individus a peut-être davantage de temps libre à accorder à la lecture de l'*Infobourg*, car 41,5% d'entre eux sont à la retraite. De plus, 81,5% des répondants de *56 ans et plus* habitent le QSJB depuis plus de 5 ans. Nous pouvons croire qu'ils ont un sentiment d'appartenance plus important au quartier et donc, davantage d'intérêt quant aux préoccupations véhiculées dans l'*Infobourg*.

Ensuite, nous présumons que les individus plus défavorisés seraient prédisposés à être de plus grands lecteurs du journal. En effet, selon nos résultats (graphique 8) les répondants issus de ménage ayant un revenu brut annuel de moins de 20 000\$ semblent être davantage de « grands ou très grands lecteurs » du journal l'*Infobourg*. Cet élément de la première hypothèse se trouve donc validé. À titre d'explication, nous supposons que les ménages ayant de faibles revenus sont plus enclins à être personnellement concernés par le contenu de l'*Infobourg* qui traite souvent de problèmes de logements, du transport en commun, des coopératives d'habitation, de justice sociale, etc.

Finalement, nous avons constaté, à partir des analyses de données (graphique 7) que les répondants ayant un *secondaire 5 ou moins* semblent être plus souvent de « grands ou très grands lecteurs » de l' *Infobourg* en comparaison aux individus ayant un *diplôme d'études professionnelles ou plus* (comme plus haut niveau de scolarité complété). Ainsi, le troisième élément de notre première hypothèse est donc invalidé. D'ailleurs, comme nous avons pu le constater dans l'analyse des résultats (section 8), le niveau de scolarité est, dans la plupart des cas, corrélé avec le revenu du ménage. Donc, il n'est pas étonnant ici que ce troisième élément de notre hypothèse suive la même tendance que celui du revenu

Donc, nous pouvons conclure que la première hypothèse est invalidée sur deux aspects (âge et scolarité) et validé sur un élément (revenu). Maintenant, pour ce qui est de la deuxième hypothèse formulée, c'est-à-dire celle selon laquelle le journal l'*Infobourg* contribuerait :

2. *à l'élaboration d'une opinion chez les gens, voire même, à la modification de leurs opinions.*

Afin de pouvoir confirmer ou infirmer cette deuxième hypothèse, nous utiliserons les questions 20 et 19\_9 de notre questionnaire. D'abord, la question 20 permet d'obtenir un aperçu global de l'ampleur de l'impact du journal sur son lectorat. Selon cette question, l'*Infobourg* semble avoir « peu d'impact » sur son lectorat dans une proportion de 55,8% et « assez d'impact » dans une proportion de 22,3% (graphique 19). Donc, il ne serait pas inapproprié de dire que l'*Infobourg* contribue à l'élaboration d'une opinion chez ses lecteurs, voire même à la modification de celle-ci. De plus, les chiffres concordent sensiblement avec les résultats obtenus à la question 19\_9 qui était libellé de cette façon : « Le journal

*l'Infobourg* contribue-t-il à la formation ou modification de vos opinions, en général ? ». Au regard de cet énoncé, *l'Infobourg* a un « petit impact » sur 56,2% de son lectorat et un « grand impact » auprès de 15,1%. Bref, nous pouvons conclure que *l'Infobourg* contribue à l'élaboration d'une opinion chez ses lecteurs et à la modification de celle-ci, mais dans une mesure assez limitée. Notre deuxième hypothèse est tout de même validée par les résultats de la recherche.

Enfin, la troisième hypothèse que nous avons formulé est celle selon laquelle :

- 3. les lecteurs seraient plus intéressés par les articles ayant une connotation locale, qui traitent des activités et faits se rapportant directement ou indirectement au quartier, que par les articles traitant de thématiques plus générales.*

En fait, les résultats mentionnés dans le tableau 20 nous confirment que l'information à caractère local est davantage appréciée par le lectorat de *l'Infobourg*, et ce, en comparaison aux articles à caractère plus généraux. En effet, à la lecture de ce tableau, nous constatons que les douze éléments de contenu ayant obtenu une cote moyenne supérieure à 2,00 sont, dans huit cas, orientés directement sur le QSJB. Nous pouvons donc conclure que la troisième hypothèse est confirmée. En effet, l'information à caractère communautaire de *l'Infobourg* est l'un de ses principaux atouts, puisque ce journal présente des sujets absents de la plupart des *médias de masse*.

## **9.2 - INTERPRÉTATION**

Cette section du document met en relief différents éléments d'interprétation à propos des résultats présentés à la section 8 de ce rapport. Nous n'avons toutefois pas la prétention de tout expliquer en profondeur l'ensemble des phénomènes décrits dans ce rapport, mais néanmoins, nous croyons que les quelques pistes de compréhension mentionnées dans cette section permettront de nuancer et d'approfondir les résultats.

### 9.2.1 - Habitudes de lecture

Les résultats présentés dans le graphique 6 montrent que l'utilisation d'Internet dans un but informatif (et non de divertissement) est répandue chez les résidents du QSJB. En effet, 64,7% des répondants estiment s'informer au moins une fois par semaine par le biais d'Internet. Ce moyen d'information étant en pleine expansion, le Comité populaire aurait tout avantage à faire la promotion et à mettre à jour le plus régulièrement possible son site Internet. En plus, la diffusion de ses articles par l'entremise du web est un moyen peu coûteux afin d'obtenir une plus large audience et par conséquent, d'augmenter l'impact de son journal auprès de son lectorat. Toutefois, le site du Comité populaire Saint-Jean-Baptiste a été très peu fréquenté au cours de l'année 2007, car à peine 15% des répondants disent l'avoir consulté. De plus, un commentaire très intéressant a été formulé par un des répondants. Celui-ci proposait au journal de créer une « boîte postale de textes à éditer sur le site Web » (Annexe 6).

Dans un deuxième temps, nous avons pu constater que le journal peut se réjouir d'une réelle popularité parmi les habitants du quartier. À la lumière des résultats présentés dans le tableau 17, nous constatons que l'*Infobourg* est le journal le plus consulté par ceux-ci. Toutefois, comme nous l'avons mentionné précédemment (section 8.2), cette popularité peut être accentuée par le fait que l'enquête portait directement sur ce journal. Nous pouvons aussi relativiser la forte popularité du journal du fait que les répondants le reçoivent à leur porte et qu'il est offert gratuitement. De plus, certains répondants ont précisé qu'ils appréciaient le fait de recevoir le journal séparément du « Publisac ».

Par ailleurs, nous avons calculé qu'environ 55% des publications de l'*Infobourg* sont, au moins, survolées (tableau 18). Par contre, les différents calculs qui nous ont permis d'en arriver à cette conclusion (à partir de la Q10\_11 et de la Q13) ne nous révèlent rien à propos de l'ampleur de la lecture. En effet, l'*Infobourg* est-il lu minutieusement ou simplement feuilleté rapidement ? Nous ne pouvons malheureusement pas répondre à cette question, ce point de la recherche est donc une de nos limites. Toutefois, une autre étude plus approfondie sur le temps de lecture consacré au journal serait intéressante.

Enfin, en ce qui concerne la popularité des autres journaux rassemblés dans le tableau 17, nous supposons que le journal *Le Devoir* aurait été l'un des plus populaires, car il s'adresse généralement à un public très scolarisé. Toutefois, nous constatons qu'il est l'un des

moins consultés, et ce, malgré la proportion assez élevée d'individus (39,5%) dans le QSJB qui, d'après les données du recensement de 2001, avaient complété des études universitaires. Cette présomption se retrouve donc contredite. Ce faible taux de lecture s'explique peut-être par le fait que ce journal n'est pas un journal de la région de Québec.

### 9.2.2 - Appréciation globale de l'Infobourg (contenu et format)

Maintenant que nous avons présenté les données portant sur le niveau d'appréciation du contenu et du format de l'*Infobourg*, nous pouvons revenir sur celles-ci et approfondir l'analyse. En effet, qu'est-ce qui explique la popularité des articles portant sur le QSJB ? Malgré la pertinence de certaines théories sociologiques pouvant répondre partiellement à cette question, nous préférons présenter les commentaires formulés par les répondants. Certains des 255 répondants nous ont offert leurs opinions sur l'*Infobourg* dans le cadre des questions 18 et 29 de notre questionnaire (voir l'Annexe 6). Par exemple, plusieurs répondants expriment leur appréciation en ce qui concerne le côté revendicateur employé par l'*Infobourg*. En effet, 82,7% d'entre-eux se disent « satisfaits » ou « très satisfaits » du ton du journal (tableau 19). Par contre, malgré la récurrence de commentaires positifs, une des critiques revenant le plus souvent porte sur le ton employé dans le journal. Ces répondants souhaitent que les démarches de revendication de l'*Infobourg* s'accomplissent tout en respectant leurs opposants idéologiques selon les différents thèmes abordés. Voici un commentaire qui illustre bien l'idée développée ici :

« Il me semble qu'il doit y avoir une façon de dire les choses, de revendiquer ses droits, d'essayer d'améliorer la vie des citoyens sans toujours insulter ses adversaires. Je suggère donc un peu de retenue dans les expressions employées. En général, je trouve que le journal manque de respect pour certaines catégories de gens. Je m'informe donc ailleurs. » (Annexe 6).

Un phénomène surprenant lors de l'analyse bivariée a été de constater le nombre de relations statistiquement significatives entre certaines variables et l'échelle d'appréciation du format. En fait, nous nous attendions plutôt à cette interrelation avec l'échelle sur le contenu. Par exemple, une relation statistiquement significative attendue était celle entre l'appréciation du contenu et la variable sur le statut de propriétaire versus de locataire de la résidence. Cette relation n'a pas émergé de manière statistiquement significative avec l'appréciation du

contenu, mais plutôt avec l'appréciation du format. Ce fait nous a quelque peu surpris et nous nous demandons toujours, en ce moment, quelles sont les raisons qui expliquent ce résultat.

Enfin, comme mis en relief à la section 4.4, la population du QSJB est globalement distincte en comparaison avec l'ensemble de la ville de Québec. D'ailleurs, l'*Infobourg* publie beaucoup d'articles sur les jeunes et les ménages moins nantis qui constituent son caractère spécifique. Le contenu du journal s'arrime avec la réalité de ce quartier. Par exemple, qui a des problèmes de logement aura sans doute tendance à s'intéresser au contenu de l'*Infobourg*. Tous ces éléments réunis expliquent en grande partie la grande popularité du journal (en terme de lecture) auprès des répondants ayant un secondaire 5 ou moins comme plus haut niveau de scolarité complété et des ménages moins nantis (section 8.2).

### 9.2.3 - Implications sociales, militantes, bénévoles, culturelles et environnementales

Outre la popularité des articles à caractère local illustrée au tableau 20, un autre thème qui est particulièrement apprécié des répondants est l'écologie. En effet, c'est l'un des sujets les plus appréciés après ceux portant directement sur le QSJB. L'environnement est un sujet qui rejoint autant le non-lectorat que le lectorat. Selon, les réponses au questionnaire (graphique 26), 97,2% des répondants accordent, au minimum, une « grande importance » à l'environnement dans leur vie quotidienne. Donc, comme nous l'avons mentionné auparavant (section 8), l'*Infobourg* a certainement avantage à publier certains articles abordant la question environnementale afin de rejoindre les préoccupations des résidents du quartier dans une plus grande mesure. Voici un commentaire qui résume bien l'appréciation des articles portant sur l'environnement et sur l'information locale :

« Ce que j'aime lire dans l'*Infobourg* ce sont les articles sur l'environnement, les nouvelles liées à l'environnement du quartier, les activités et les événements dans le quartier (commerces, art et culture, etc.) » (Annexe 6).

En second lieu, nous jugeons que la méthode par laquelle nous avons abordé l'analyse bivariée sur les implications doit être traitée plus longuement. En effet, nous avons analysé cette relation selon l'influence des habitudes de lecture de l'*Infobourg* sur les implications. D'ailleurs, on constate que les répondants qui sont de grands ou très grands lecteurs sont ceux ayant le plus d'implications sociales, militantes et bénévoles (graphique 23). Par contre, il

serait tout aussi intéressant, pour une autre recherche, d'étudier cette relation en sens inverse en considérant l'influence des implications sur le taux de lecture de l'*Infobourg*. De cette façon, on pourrait estimer l'influence des implications sociales, militantes et bénévoles sur le taux de lecture de l'*Infobourg*.

Finalement, une idée proposée par quelques-uns des répondants a attiré notre attention. En effet, certaines personnes proposent à l'*Infobourg* de créer un portrait sur les résidents du QSJB. Par exemple, certains répondants souhaitent en apprendre plus sur l'implication d'un commerçant dans son quartier, d'où il vient, les biens et les services qu'il propose. Nous retrouvons peut-être ici la volonté de ces répondants de mieux connaître la communauté active du QSJB, ainsi que d'augmenter son sentiment d'appartenance. Nous pourrions sommairement résumer ces commentaires par cette citation :

« J'aimerais qu'il y ait une section accordée aux réalisations et aux portraits des citoyens et des commerçants de notre quartier, afin de mieux les connaître. » et « Une chronique réservée à la population du quartier Saint-Jean-Baptiste, ce qui les motive à encourager les commerçants du quartier. » (Annexe 6).

## CONCLUSION

À titre de conclusion, nous présentons certaines considérations en lien avec l'univers des médias écrits *autres que de masse*. Au premier abord, rappelons que la presse écrite alternative et communautaire cherche à informer ainsi qu'à faire réfléchir son lectorat sur des enjeux sociaux et communautaires. Ce type de média s'intéresse, par exemple, à l'impact des commerces locaux, aux solutions écologiques, aux problèmes liés aux logements, à l'art, à la culture, aux nouveaux mouvements sociaux, ... Malgré les variations d'appréciation du lectorat sur ces thèmes, le sentiment d'appartenance à leur quartier et la volonté d'habiter un endroit plus sain semble les unir. L'enquête par questionnaire le confirme. Celle-ci nous a aussi permis de confirmer qu'il existe une audience intéressée aux publications alternatives et que les revendications que contiennent celles-ci sont encore appréciées. En effet, la volonté de changements sociaux et la liberté d'expression réclamée lors de la Révolution tranquille font toujours partie des thèmes privilégiés. Ainsi, les responsables et les bénévoles du Comité populaire Saint-Jean-Baptiste tentent, surtout par le biais de l'*Infobourg*, de sensibiliser et de mobiliser le maximum de personnes pour les causes qui leur tiennent à coeur.

Toutefois, au XXI<sup>e</sup> siècle, les journaux en version papier risquent de perdre de leur efficacité. Cette diminution potentielle de la part de marché de la presse écrite s'explique, entre autres, par l'essor des médias électroniques et informatisés. Ce dernier type de support a notamment l'avantage d'être moins coûteux à long terme. Les médias *autres que de masse*, se retrouvant fréquemment dans une situation de survie financière, pourraient peut-être exploiter davantage cette nouvelle avenue communicationnelle en effervescence. En fait, le financement des *médias autres que de masse* est, en majeure partie, tributaire des subventions gouvernementales. Ce contexte combiné aux coupures budgétaires faites, depuis quelques années, par le gouvernement québécois risque-t-il de compromettre la survie des *médias autres que de masse* ? Une des solutions serait peut-être d'utiliser davantage Internet. Cette avenue offre un potentiel aux médias communautaires, alternatifs et militants. Non seulement ces types de médias, mais aussi ces communautés elles-mêmes, sont susceptibles d'être bénéficiaires de cette méthode de diffusion. La presse écrite sur Internet est sans doute le média officiel de l'avenir. Cependant, face à ce constat, certaines questions émergent : Les publications sur Internet seront-elles aussi efficaces afin d'amplifier le sentiment d'appartenance à une communauté ? Comment les publications alternatives arriveront-elles à cibler la clientèle convoitée ?

## BIBLIOGRAPHIE

ALBERT, Pierre (1985). *La presse*, « Que sais-je », Presses universitaires de France, 126 pages.

AMECQ (Association des médias écrits communautaires du Québec (1996), *Bulletin de l'Association des médias écrits communautaires du Québec*, mai.  
<http://www.amecq.ca/new/>

AKOUN, André et Pierre ANSART (Dir.) (1999), *Dictionnaire de sociologie*, Tours, Le Robert/ Seuil.

BALLE, Francis (1997), *Médias et Sociétés*, Éditions Montchrestien, Coll. « Domat politique », Paris, 811 pages.

BEAUCHAMP, Michel et François DEMERS (1996). *Les médias communautaires au Québec : la troisième voie*, Les Cahiers du journalisme, No 2.

BOLDUC, Sébastien et Geneviève BRUNET-GAUTHIER (2004), *Les coopératives d'habitation : profil social et aspirations résidentielles des coopérants*, Rapport produit dans le cadre du cours Laboratoire de sociologie de l'Université Laval et sous la supervision de Mélanie Bédard et Jean-Jacques Simard, 98 pages.

BOUTIN, Marc et Jimena MICHEA (2005), *Le faubourg Saint-Jean : une étude socioéconomique*, Québec, 39 pages.

DE LAUBIER, Charles (2000). *La presse sur Internet*, « Que sais-je ? », Presses universitaires de France, 127 pages.

DEMERS, François et Guylaine PROULX (2006), « Médias communautaires et développement régional : l'expérience du journal À Cause ? au Royaume du Saguenay-lac-St-Jean », dans : Michel BEAUCHAMP et Thierry WATINE (dirs), *Médias et milieux francophones*, Saint-Nicolas (Québec), Les Presses de l'Université Laval, pages 221-247.

FOGEL, Jean-François et Bruno PATINO (2005). *Une presse sans Gutenberg*, Grasset, 245 pages.

GINGRAS, Anne-Marie (1999). *Médias et démocratie*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec.

GRÉGOIRE, Bédard et Monique FRÉCHETTE (1999). *Un premier colloque de la presse alternative*. « Ao ! Espaces de la parole », vol. V, numéro 3, automne.

LANGLOIS, Andrea et Frédéric DUBOIS (2006). *Médias autonomes : nourrir la résistance et la dissidence*. Montréal : Lux Éditeur. 258 pages.

OULDAMER, Mezioud et Remy RICORDEAU (1988). *Le mensonge cru, De la décomposition de la Presse dans l'achèvement de l'aliénation médiatique*, Éditions SIHAM, 123 pages.

RABOY, Marc (2000), *Les médias québécois, Presse, radio, télévision, inforoute*, Montréal, 386 pages.

RIEFFEL, Rémy (2001). *Sociologie des médias*, Ellipses, 173 pages.

SÉNÉCAL, Michel (1995). *L'espace médiatique, les communications à l'épreuve de la démocratie*. Montréal. Liber. 254 pages.

TREMBLAY, Mylène (2001), *Portrait de la presse alternative au Québec : de l'engagement politique aux préoccupations socioculturelles, 30 ans d'évolution (1970-2000)*, Volet I d'une étude sous la direction de Jean-Marc Fontan de l'Observatoire montréalais du développement et sous la coordination de Lina Laprise-Trudel du Service aux collectivités de l'UQAM, 47 pages. <http://www.ond.uqam.ca/publications/telechargements/presse-alternative-portrait.pdf>

WATINE Thierry et Michel BEAUCHAMP (2006). *Médias et milieux francophones*, Les presses de l'Université Laval, 296 pages.