



Jaky Fortin, directeur adjoint aux études de l'École supérieure en art et technologie des médias et Annick Charette, présidente de la Fédération nationale de la culture et des communications, aux côtés de la ministre fédérale du Patrimoine Pascale St-Onge, venue annoncer le renouvellement de l'Initiative de journalisme local lors du Sommet sur l'avenir de l'information régionale à Saguenay.

## SANS COMMUNAUTÉ POUR LES SOUTENIR, POINT DE SALUT

L'apport du milieu, que ce soit les municipalités ou la communauté d'affaires, est aussi jugé essentiel. « Pourquoi les entreprises privées ne soutiendraient-elles pas les médias autrement qu'en annonçant ? demande Jaky Fortin, directeur adjoint aux études de l'École supérieure en art et technologie des médias du Cégep de Jonquière. Elles pourraient contribuer en achetant des abonnements à leurs employés pour un ou plusieurs médias. »

Au Sommet des médias de la Rive-Sud, l'adoption par la Ville de Longueuil d'un plan de valorisation des médias locaux a été saluée. L'administration bonifiera chaque année son budget publicitaire annuel de 25 000 \$ et s'est engagée à dépenser au moins 50 % de cette enveloppe dans les médias locaux. De plus, elle entend mettre en place une campagne de valorisation des médias locaux pour promouvoir l'information d'ici.

Longueuil s'est aussi engagée à recourir davantage aux médias locaux pour communiquer l'information aux citoyens, notamment en leur fournissant « davantage de primeurs et d'exclusivités », en réponse aux critiques formulées depuis longtemps, selon lesquelles la Ville favoriserait les médias nationaux de Montréal.

Le porte-parole de Longueuil, Louis-Pascal Cyr, a reconnu les faits et promis de faire mieux. « On doit considérer les médias comme un service public, même s'ils sont gérés par le privé, comme le transport interurbain collectif, dit-il. Les gouvernements doivent intervenir pour ne pas laisser le marché décider seul de l'avenir du service. »

## DES PISTES DE RÉINVENTION

D'autres idées ont aussi émergé, comme l'élargissement de l'aide gouvernementale aux secteurs de la radio et de la télévision, ainsi que l'exploration de la voie philanthropique. On peut aussi citer l'imposition d'infotaxes<sup>1</sup> sur l'achat d'appareils électroniques, la mutualisation d'outils numériques, la création d'une agence de presse régionale, mais aussi l'intervention d'instances comme le CRTC pour s'assurer d'une couverture journalistique locale et régionale, d'un océan à l'autre.

Enfin, pourquoi pas l'élaboration d'une entente avec les fournisseurs de services de téléphonie cellulaire pour qu'ils offrent, avec leurs forfaits de données, un abonnement à des médias québécois.

Tant M<sup>me</sup> Charette que M. Fortin sont d'avis que les médias doivent se réinventer : leur avenir dépend surtout de leur capacité à s'adapter.

« Historiquement, on [la société] a demandé au secteur privé de nous informer, mais quand les profits ne sont pas au rendez-vous, il se désinvestit, constate la syndicaliste. Ce n'est plus possible de penser que ce modèle d'affaires est viable », estime Annick Charette.

« Cette idée que les médias doivent se réinventer est ce qui manquait dans les solutions. Tout est sous-jacent à ça, renchérit M. Fortin. Ils doivent regarder leurs pratiques et les modifier pour demeurer pertinents, mais force est de constater que ce n'est pas ce qui est ressorti des échanges. » -30-

<sup>1</sup> L'infotax est une taxe qui serait appliquée à l'achat de cellulaires, d'ordinateurs, de tablettes ou de services Internet et mobile. En février 2024, la CSN proposait que l'argent issu de l'infotax soit utilisé pour soutenir l'information.

# La sobriété numérique est-elle compatible avec l'industrie médiatique ?

La sobriété numérique consiste essentiellement à réduire l'utilisation du numérique dans nos vies, pour diminuer son impact environnemental. L'industrie médiatique peut-elle adopter ce principe sans mettre en péril ses nouveaux modèles d'affaires, basés sur l'innovation permanente ?

## SAMUEL LAMOUREUX

Professeur en communication au Département Sciences humaines, Lettres et Communication de l'Université TÉLUQ

Depuis le début des années 2000, de nombreux médias québécois ont effectué avec brio le passage du journal papier au numérique. On peut penser aux applications de *La Presse*, du *Devoir* ou à celles des journaux de la Coopérative nationale de l'information (CN2i). Pour la lutte contre les changements climatiques, il s'agit a priori d'une excellente nouvelle, étant donné le caractère énergivore de l'industrie des pâtes et papiers.

Mais ces transitions ont aussi leur coût : on évalue maintenant que le numérique serait responsable de 4 % des gaz à effet de serre et de 6 à 10 % de la consommation d'électricité sur Terre<sup>1</sup>. Face à l'urgence climatique, les médias doivent-ils s'inquiéter de leur présence numérique exponentielle, notamment sur les réseaux sociaux ? Parallèlement, serait-il possible de limiter cette nouvelle forme de pollution en empruntant les outils de la sobriété numérique, qui visent à réduire l'impact environnemental des usages de l'informatique ?

## DES MESURES D'ATTÉNUATION DÉJÀ PRÉSENTES

Le but de la sobriété numérique n'est pas d'éliminer la présence du numérique dans notre quotidien, mais bien de proposer des moyens de l'utiliser de façon raisonnable, selon l'Association québécoise des organismes de coopération internationale (AQOCI). Le concept est sou-

vent défini comme un juste milieu entre la déconnexion et la croissance infinie. Celui-ci est d'ailleurs porté autant par des auteurs à gauche, comme les chercheurs Jonathan Durand Folco et Jonathan Martineau dans leur livre *Le capital algorithmique*, que par l'ex-ministre caquiste de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, Pierre Fitzgibbon, dans certaines de ses déclarations sur notre consommation imprudente d'électricité en mars 2024<sup>2</sup>.

Plusieurs mesures inspirées de la sobriété numérique sont d'ailleurs déjà appliquées dans les salles de rédaction québécoises, notamment le fait de prolonger la durée de vie des appareils électroniques ou d'envoyer mieux et moins de courriels. C'est du moins le point de vue de la rédactrice en chef de *Québec Science*, Marine Corniou : « Nous sommes bien conscients des impacts du stockage des centaines de courriels, par exemple, et nous procédons à des suppressions régulières de courriels avec de grosses pièces jointes, comme les communiqués, infolettres, etc. Nous n'entreposons pas de vidéos et nous ne lançons pas des requêtes inutiles sur les IA [intelligences artificielles] », explique-t-elle, n'hésitant pas à qualifier sa rédaction de « très sensibilisée à la question de la sobriété énergétique ».

## LE PROBLÈME DES VIDÉOS EN LIGNE

Une première difficulté émerge par contre pour l'industrie médiatique lorsque la question des vidéos en ligne est abordée. Selon l'AQOCI, le visionnement « de vidéos sur un cellulaire connecté au 4G, au Canada, émet trois fois plus de gaz à effet de serre (GES) que le visionnement sur le Wi-Fi ». La plupart des rapports de recherche sur la sobriété numérique, comme celui publié par le Shift Project en 2019<sup>3</sup>, insistent en effet sur le caractère exceptionnellement lourd de la vidéo en ligne : celle-ci générerait de 60 % à 80 % des flux de données mondiaux et produirait plus de 300 millions de tonnes de CO<sub>2</sub> par an.

Or, le problème est que la production de vidéos est directement encouragée par les réseaux sociaux, ce qui met énormément de pression sur les médias voulant développer leur présence numérique. En 2018, Facebook (devenue Meta en 2023) avait annoncé un tournant majeur vers la vidéo. Selon un article de La Presse canadienne d'octobre 2018, la logique de la plateforme était que les « petits montages vidéo ou photo qui disparaissent après une journée » produisaient plus d'interactions que les longs textes écrits par les médias traditionnels. Le Meta Journalism Project a par la suite publié plusieurs tutoriels destinés aux journalistes pour populariser l'usage de la vidéo et du « journalisme mobile<sup>4</sup> ».

Encouragés par les réseaux sociaux, plusieurs médias québécois ont embrassé le médium vidéo d'abord sur Facebook et Instagram, puis sur TikTok à partir de 2022, comme l'a bien démontré le chercheur Jean-Hugues Roy dans son article de l'édition 2023 du *Trente*. Mais, au Canada, le blocage des nouvelles journalistiques sur les différentes plateformes de Meta depuis l'été 2023 a changé la donne. De nouveaux modèles d'affaires, plus soucieux de la qualité des contenus que de leur quantité, ont dès lors commencé à foisonner : infolettre, renouvellement du pacte avec les lecteurs, groupes de discussion, cartes de membres, etc.

## SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE ET CULTURE ORGANISATIONNELLE

L'un des médias qui poussent ces réflexions proécologiques et postnumériques le plus loin est *Protégez-Vous*. En 2022-2023, le magazine avait commandé un bilan des GES complet de ses activités à un cabinet-conseil indépendant. Le but était d'abord de réduire l'empreinte écologique des activités physiques du magazine, mais le rapport final a aussi pointé du doigt de nombreuses mesures à optimiser du côté numérique. Le bilan, que nous avons consulté, mentionne entre autres l'importance d'établir une « politique de sélection des fournisseurs de produits informatiques selon des critères écoresponsables », ou encore de produire une évaluation claire du « dimensionnement/capacité [du] réseau (bande passante, stockage, etc.) ». Le rédacteur en chef de *Protégez-Vous*, Sylvain Masse, n'a d'ailleurs pas l'intention de tableter le rapport : ce dernier a donné l'élan à l'initiative de la formation d'un comité GES au sein du média, qui doit se réunir au moins quatre fois par année pour s'assurer de l'atteinte des objectifs des politiques écologiques. « Ça tombait sous le sens pour nous de développer cette conscience numérique, nous dit-il. Nous voulons nous donner les moyens de devenir une organisation durable, et le comité GES aura l'autorité pour aller de l'avant. »

Il est donc possible pour une organisation médiatique d'adopter les principes de la sobriété numérique dans sa culture organisationnelle. Encore faut-il suivre le rythme, car la prochaine grande innovation, l'intelligence artificielle générative, pourrait rebrasser les cartes. L'Agence internationale de l'énergie évaluait le 1<sup>er</sup> mai 2024 que la quantité d'énergie pour faire fonctionner l'IA pourrait doubler d'ici 2026, stimulée notamment par l'entrée sur le marché de nouvelles microprocesseurs. La tentation sera forte d'embrasser les possibilités de l'IA générative, mais des balises claires et de bonnes pratiques, comme celles mises notamment de l'avant par *Québec Science* ou *Protégez-Vous*, pourraient servir de digues à l'utilisation tous azimuts de l'IA et du numérique dans les salles de rédaction. -30-

1 Des chiffres de 2020 à actualiser vers le haut. Voir « La face cachée du numérique », Agence française de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, janvier 2021. <https://bibliothèque.ademe.fr/ged/4932/guide-pratique-face-cachee-numerique.pdf>.

2 Entre la gauche et la droite, le débat porte sur une vision plus individuelle ou collective de la sobriété numérique. Voir Sobriété énergétique : le ministre Pierre Fitzgibbon dit que les Québécois sont les « derniers de classe », *Le Journal de Québec*, 15 mars 2024. [www.journaldequebec.com/2024/03/16/sobriete-energetique--les-quebecois-derniers-de-classe](http://www.journaldequebec.com/2024/03/16/sobriete-energetique--les-quebecois-derniers-de-classe).

3 Maxime Efoui-Hess, *Climat : L'insoutenable usage de la vidéo en ligne*, The Shift Project, juillet 2019. <https://theshiftproject.org/article/climat-insoutenable-usage-vidéo/>.

4 How to Make Engaging Digital News Videos on Your Phone, *Meta Journalism Project*, 19 décembre 2019. [www.facebook.com/journalismproject/how-to-make-videos-phone](http://www.facebook.com/journalismproject/how-to-make-videos-phone).

# REVUES CULTURELLES QUÉBÉCOISES

sodep  
revues culturelles  
québécoises  
SODEP.QC.CA



ARTS DE LA SCÈNE | ARTS VISUELS | CINÉMA  
CRÉATION LITTÉRAIRE | CULTURE ET SOCIÉTÉ  
HISTOIRE ET PATRIMOINE | LITTÉRATURE  
MUSIQUE | THÉORIES ET ANALYSES