



SÉNAT | SENATE
CANADA

Rapport du Comité sénatorial
permanent des langues officielles

INTERNET, NOUVEAUX MÉDIAS ET MÉDIAS SOCIAUX



Octobre 2012

DES DROITS LINGUISTIQUES À RESPECTER!

L'honorable Maria Chaput, présidente

L'honorable Andrée Champagne, C.P., vice-présidente

This document is available in English.

Disponible sur le site Web parlementaire :

www.parl.gc.ca

(Travaux des comités – Sénat – 41^e législature, 1^{re} session)

Aussi disponible sur Twitter et les appareils mobiles :



@SenatCA
#ollo



<http://www.parl.gc.ca/Content/SEN/Committee/411/OLLO/DPK-SocialMedia/home-f.htm>

Des copies de ces documents sont aussi disponibles en communiquant avec la Direction des comités du Sénat au 613-990-0088 ou par courriel à ollo@sen.parl.gc.ca

MEMBRES**ORDRE DE RENVOI****PRÉFACE****SOMMAIRE**

INTRODUCTION	1
LE WEB 2.0 : UN PORTRAIT SOMMAIRE DE LA SITUATION.....	4
La portée de l'étude	4
Quelques données statistiques	6
L'utilisation d'Internet : variation selon la région, l'âge et le revenu	6
Les médias sociaux et les nouveaux médias :	
une utilisation de plus en plus diversifiée	8
Les sites Web, les médias sociaux et le gouvernement	10
L'usage selon la langue	12
LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET LES LANGUES OFFICIELLES :	
LE CADRE LÉGISLATIF, RÉGLEMENTAIRE ET POLITIQUE	16
Le cadre existant	16
La collaboration entre les institutions fédérales.....	21
Les défis.....	22
De l'information pertinente, à jour et accessible à tous.....	22
Une utilisation adéquate des plateformes	22
Un cadre législatif et réglementaire souple et flexible	23
Encourager l'utilisation du français	24
L'ACCÈS DANS LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE	
EN SITUATION MINORITAIRE	26
Internet à large bande	26
L'accès : encore des lacunes dans les milieux ruraux	26
Les standards et les besoins.....	28
L'abonnement aux services.....	29
L'innovation dans les communautés	31
Les réseaux mobiles	33
Les besoins spéciaux	34
LES MESURES PRISES PAR LES INSTITUTIONS FÉDÉRALES	37
Les médias sociaux	37
Les applications mobiles.....	40
Les consultations en ligne.....	42
Les outils de collaboration à l'interne	43
Les bonnes pratiques.....	44
Les défis.....	49
Une question de ressources	49
Une question de terminologie et de traduction.....	51
Une question de visibilité.....	57
Une question de planification	61

LE RÔLE IMPORTANT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE.....	72
Le réseautage : briser l'isolement.....	72
L'accès aux services gouvernementaux dans sa langue.....	74
L'éducation : les écoles comme lieu d'apprentissage et d'expérimentation des nouvelles technologies	77
L'utilisation croissante des nouvelles technologies dans les écoles de la minorité	77
Les institutions fédérales au service des nouvelles technologies dans les écoles	81
Quelques cas pratiques du côté francophone	82
Quelques cas pratiques du côté anglophone	85
Les médias et la culture : être le reflet des communautés	86
Les arts et la culture : une utilisation prometteuse des nouvelles technologies.....	86
Les institutions fédérales en appui aux arts et à la culture branchés	88
Internet, les nouveaux médias et les médias sociaux au service de la culture francophone.....	89
Promouvoir les arts et la culture en ligne : rapprocher les différentes communautés.....	92
Les médias communautaires : un rôle central dans les communautés	94
Des médias communautaires qui manquent de ressources	95
Vers des médias communautaires branchés.....	98
La jeunesse : une clientèle cible	99
Intéresser les jeunes dès le tout jeune âge... ..	99
... jusqu'au marché du travail	100
Les défis.....	101
Les programmes fédéraux : un appui insuffisant.....	101
Les ressources et le développement des capacités	103
La production de contenu en français : occuper l'espace.....	105
Le reflet des réalités et la promotion de la dualité linguistique.....	107
OBSERVATIONS ET RECOMMANDATIONS :	
ASSURER LE RESPECT DES DROITS LINGUISTIQUES	109
Un accès pour tous.....	109
En français svp!.....	111
Notre avenir : nos jeunes.....	113
De la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats.....	116
CONCLUSION	119
ANNEXE A : RECOMMANDATIONS.....	i
ANNEXE B : UN APERÇU DU CANADA SELON LE CENTRE BERKMAN	iv
ANNEXE C : TÉMOINS	v
ANNEXE D : MÉMOIRES, PRÉSENTATIONS ET AUTRES DOCUMENTS	xi
ANNEXE E : NOTES	xiv

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES LANGUES OFFICIELLES

Sénateurs ayant participé à cette étude :

L'honorable Maria Chaput, présidente

L'honorable Andrée Champagne, C.P., vice-présidente

et

Les honorables sénateurs :

Pierre De Bané, C.P.

Suzanne Fortin-Duplessis

Paul E. McIntyre

Percy Mockler

Rose-May Poirier

Fernand Robichaud, C.P.

Claudette Tardif

Membres d'office du Comité :

Les honorables sénateurs James S. Cowan (ou Claudette Tardif)
et Marjory LeBreton, C.P. (ou Claude Carignan).

Sénatrice à la retraite ayant participé à cette étude :

L'honorable sénatrice Rose-Marie Losier-Cool.

Autres sénateurs ayant participé, de temps à autre, aux travaux :

Les honorables sénateurs JoAnne L. Buth, Marie-P. Charrette-Poulin, Gerald J. Comeau, Dennis Dawson, Joseph A. Day, Céline Hervieux-Payette, C.P., Ghislain Maltais, Pierre Claude Nolin, Pierrette Ringuette et Hugh Segal.

LES MEMBRES DU PERSONNEL

*Analyste du Service d'information et de recherche parlementaires de la
Bibliothèque du Parlement :*

Marie-Ève Hudon

Greffière du Comité :

Danielle Labonté

Extrait des *Journaux du Sénat*, le mercredi 5 octobre 2011 :

L'honorable sénateur Chaput propose, appuyée par l'honorable sénateur Hubley,

Que le Comité sénatorial permanent des langues officielles soit autorisé à étudier, afin d'en faire rapport, l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens;

Que le comité fasse de temps à autre rapport au Sénat, mais au plus tard le 31 octobre 2012, et qu'il conserve, jusqu'au 31 décembre 2012, tous les pouvoirs nécessaires pour diffuser ses conclusions.

La motion, mise aux voix, est adoptée.

Le greffier du Sénat,
Gary W. O'Brien

Au début de la 41^e législature, les membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles ont convenu d'entreprendre une étude sur l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux et le respect des droits linguistiques de la population canadienne. S'agissant d'un sujet très actuel, nous avons cherché à comprendre quelle était la place accordée aux deux langues officielles dans un contexte où les nouvelles technologies et le phénomène du Web 2.0 gagnent en popularité.

De nos jours, Internet, les nouveaux médias et les médias sociaux font partie du quotidien d'un bon nombre de Canadiens. Ces nouveaux modes de communications influencent la vie des francophones et des anglophones, qui en font usage dans de nombreux secteurs. L'instantanéité et l'accessibilité caractérisent ces nouveaux outils. Leur utilisation se répand rapidement, mais qu'en est-il du respect des droits linguistiques?

Dans le cadre de cette étude, nous avons rencontré au-delà d'une cinquantaine de témoins (représentés par 83 porte-paroles) lors d'audiences publiques qui ont eu lieu à Ottawa. Nous avons aussi reçu des mémoires de la part d'individus, d'organismes ou de ministères qui n'ont pas pu témoigner devant nous. Les audiences publiques se sont échelonnées sur une période de neuf mois. Nous avons cherché à savoir si les deux langues officielles étaient traitées équitablement dans ce nouvel univers électronique. Les témoignages ont suscité des réflexions et nous ont menés vers des pistes de solution pour assurer le respect des droits linguistiques de nos concitoyens.

Ce rapport met en évidence quatre idées importantes. Premièrement, sans accès, point de service. Il est important que le gouvernement fédéral garantisse le plus vite possible un accès à tous les Canadiens à la large bande et aux réseaux numériques. Deuxièmement, comme c'est le cas pour les services en personne ou au téléphone, les services en ligne doivent être offerts selon le principe de l'égalité réelle des deux langues officielles. Il faut reconnaître que le français demeure sous-utilisé dans le nouvel univers électronique. Des mesures sont nécessaires pour accroître sa présence. Troisièmement, les jeunes sont les plus grands utilisateurs des nouveaux outils de communication. Il faut s'assurer de les rejoindre là où ils sont et le faire dans la langue de leur choix. Cet enjeu est d'une importance toute particulière pour le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Quatrièmement, les institutions fédérales qui portent une attention méticuleuse à la dualité linguistique à toutes les étapes de la mise en œuvre de leurs stratégies de communication, de la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats, sont celles qui performant le mieux. Il faut donc encourager les comportements exemplaires, les faire connaître, et s'assurer que des stratégies appropriées soient mises en place dans l'ensemble de la fonction publique.

Nous remercions très sincèrement tous les témoins qui nous ont apporté leur vision des choses avec la plus grande franchise et, surtout, un enthousiasme débordant. Nous regrettons cependant que le ministre de l'Industrie, un acteur central dans le dossier de l'accès à Internet, n'ait pas pu trouver un moment pour comparaître devant nous. Nous souhaitons que le gouvernement fédéral considère les résultats de cette étude avec sérieux, en vue de respecter les droits linguistiques des Canadiens, peu importe leur condition ou leur lieu de résidence. Nous souhaitons également que la population francophone et anglophone sache tirer profit de cet univers qui, au bout du compte, lui appartient.

La présidente,
Maria Chaput

La vice-présidente,
Andrée Champagne, C.P.

Sommaire



Le Comité sénatorial permanent des langues officielles a amorcé son étude sur l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens à l'automne 2011. Au cours des neuf mois durant lesquels les audiences publiques se sont échelonnées, le Comité sénatorial a rencontré au-delà d'une cinquantaine de témoins (représentés par 83 porte-paroles). Il a également reçu des mémoires de la part d'individus, d'organismes ou de ministères qui n'ont pas pu témoigner en personne.

De nos jours, Internet, les nouveaux médias et les médias sociaux font partie du quotidien d'un bon nombre de Canadiens. Ces nouveaux modes de communications influencent la vie des francophones et des anglophones, qui en font usage dans de nombreux secteurs. L'instantanéité et l'accessibilité caractérisent ces nouveaux outils. Leur utilisation se répand rapidement, mais qu'en est-il du respect des droits linguistiques? Le Comité sénatorial a cherché à comprendre quelle était la place accordée aux deux langues officielles dans un contexte où les nouvelles technologies et le phénomène du Web 2.0 gagnent en popularité.



L'étude du Comité sénatorial montre qu'Internet, les nouveaux médias et les médias sociaux recèlent un potentiel incroyable pour le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Elle met en évidence certaines réalisations à l'échelle de la fonction publique quant à l'utilisation des technologies du Web 2.0 et fait état du cadre législatif, réglementaire et politique en vigueur. L'étude montre aussi que les jeunes sont au cœur des stratégies numériques adoptées par les institutions fédérales. L'un des messages clés des audiences publiques est l'importance de rejoindre les jeunes, là où ils sont. Et de l'avis de la majorité des témoins rencontrés, il faut le faire dans la langue de leur choix. L'étude reconnaît que le français demeure sous-utilisé dans le nouvel univers électronique. Elle insiste sur l'importance de la collaboration entre les institutions fédérales. Elle aborde la question de l'accessibilité, peu importe le choix de la langue officielle, le lieu de résidence ou encore la condition particulière des personnes qui font usage des nouvelles technologies.



Le rapport du Comité sénatorial met en évidence quatre idées importantes.

- @ **Premièrement, sans accès, point de service.** Il est important que le gouvernement fédéral garantisse le plus vite possible un accès à tous les Canadiens à la large bande et aux réseaux numériques. Cet accès doit être universel, suffisant et abordable. Il faut également s'assurer d'appuyer de façon continue les projets innovateurs en ce sens mis en branle dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire, à l'image des mesures positives prévues dans la partie VII de la *Loi sur les langues officielles*.

- @ **Deuxièmement, comme c'est le cas pour les services en personne ou au téléphone, les services en ligne doivent être offerts selon le principe de l'égalité réelle des deux langues officielles.** Il faut reconnaître que le français demeure sous-utilisé dans le nouvel univers électronique. Des mesures sont nécessaires pour accroître sa présence. Cela exige la collaboration de certains ministères fédéraux clés, du secteur privé et des communautés francophones et acadiennes. Ce contenu doit être à l'image des réalités de ces communautés.
- @ **Troisièmement, les jeunes sont les plus grands utilisateurs des nouveaux outils de communication. Il faut s'assurer de les rejoindre là où ils sont et le faire dans la langue de leur choix.** Cet enjeu est d'une importance toute particulière pour le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Le gouvernement fédéral doit appuyer le développement de ces communautés dans l'univers électronique. Cela passe par l'appui à des projets innovateurs qui visent le développement et l'utilisation des médias sociaux et des applications mobiles. Cela passe aussi par l'appui à long terme pour le développement des capacités de ces communautés à l'égard de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux. Il faut également reconnaître les besoins particuliers des écoles de la minorité, des médias communautaires et du secteur des arts et de la culture en matière d'appui aux nouvelles technologies.
- @ **Quatrièmement, les institutions fédérales qui portent une attention méticuleuse à la dualité linguistique à toutes les étapes de la mise en œuvre de leurs stratégies de communication, de la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats, sont celles qui performent le mieux.** Il faut donc encourager les comportements exemplaires et s'assurer que des stratégies appropriées soient mises en place dans l'ensemble de l'administration publique. Le gouvernement fédéral doit effectuer une recherche formelle sur la façon dont les médias sociaux du gouvernement du Canada opèrent en matière de langues officielles et s'engager à partager les bonnes pratiques, notamment celles contenues dans ce rapport.

Alors que l'ère du Web 3.0 est à nos portes, il demeure essentiel de donner aux Canadiens les moyens de participer activement à l'économie numérique et aux activités en ligne, dans la langue de leur choix. Par conséquent, le Comité sénatorial demande au gouvernement fédéral de prendre acte des constats de ce rapport et insiste pour que des mesures soient prises pour permettre aux Canadiens francophones et anglophones de véritablement s'appropriier tout le potentiel qu'offrent les nouvelles technologies et les outils du Web 2.0. Cet univers qui se veut un incitatif à la collaboration et à la participation directe, au bout du compte, leur appartient.

Si le gouvernement fédéral prend un engagement sans équivoque envers le respect des droits linguistiques des Canadiens, peu importe leur condition ou leur lieu de résidence, la réussite à long terme n'en sera que mieux assurée. Par conséquent, le Comité sénatorial présente **six recommandations** au gouvernement fédéral pour assurer aux deux langues officielles la place qui leur revient.



INTERNET, NOUVEAUX MÉDIAS ET MÉDIAS SOCIAUX

DES DROITS LINGUISTIQUES À RESPECTER! *

« Communiquer rapidement et directement avec ses employés et le public canadien, c'est un défi, mais aussi une grande occasion pour promouvoir la démocratie, promouvoir la communication entre les citoyens et le gouvernement canadien. C'est très important pour l'avenir. »

L'honorable Tony Clement, président du Conseil du Trésor,
Délibérations, 27 octobre 2011.

INTRODUCTION

Alors qu'au milieu des années 1990 le commissaire aux langues officielles décelait régulièrement des lacunes dans l'utilisation d'Internet par les institutions fédérales, seule une dizaine de sites Web fédéraux ne respectaient pas la *Loi sur les langues officielles* en 2010-2011¹. Internet est devenu l'un des plus importants outils de communication – pour ne pas dire le principal outil – utilisés par les institutions fédérales pour entrer en contact avec la population canadienne. Et comme le montre le rapport annuel du commissaire aux langues officielles de l'an dernier, la grande majorité d'entre elles ont su intégrer le respect de la dualité linguistique dans leurs pratiques sur le Web.

Mais avec le temps sont apparus de nouveaux outils, de nouvelles façons de faire. Nous sommes à l'ère du Web 2.0, où la collaboration et le contact direct avec la population tentent de devenir monnaie courante. L'instantanéité et l'accessibilité caractérisent ces nouveaux modes de communication. L'administration publique fédérale est appelée à intégrer cette nouvelle philosophie à ses pratiques et, dans l'optique qui nous intéresse ici, elle est appelée à le faire dans le respect des deux langues officielles du Canada.

Le Comité sénatorial permanent des langues officielles (ci-après, le « Comité sénatorial ») a amorcé son étude sur Internet, les nouveaux médias et les médias sociaux à l'automne 2011. Comme il s'agit d'un sujet très large qui soulève de nombreuses questions, le Comité sénatorial s'était fixé un mandat exhaustif afin d'explorer les enjeux qui touchent à la fonction publique, aux médias, à l'éducation, à l'accessibilité ainsi qu'au cadre législatif, réglementaire et politique². Le Comité sénatorial s'était fixé les objectifs suivants :

- Tracer un portrait du cadre législatif, réglementaire et politique en vigueur actuellement au Canada pour régir l'utilisation des langues officielles sur Internet, dans les nouveaux médias et les médias sociaux.
- Déterminer si dans ce nouvel univers électronique le régime en vigueur répond aux droits linguistiques des Canadiens en matière de communications avec le public et d'offre de services (partie IV), aux droits des employés fédéraux dans les régions désignées bilingues aux fins de la langue de travail (partie V) et aux obligations des institutions fédérales à l'égard du développement des communautés de langue officielle et de la promotion de la dualité linguistique (partie VII).
- Déterminer si dans ce nouvel univers électronique les Canadiens francophones et anglophones voient leurs droits respectés pour ce qui est des médias et de l'enseignement des langues officielles.
- Déterminer si dans ce nouvel univers électronique l'accessibilité est assurée pour tous les Canadiens, peu importe le choix de la langue officielle, le lieu de résidence ou encore la condition particulière des personnes qui en font usage.
- Identifier les bonnes pratiques.
- Présenter des recommandations au gouvernement fédéral en vue de respecter les droits linguistiques des Canadiens pour l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux.

L'étude entreprise par le Comité sénatorial a montré qu'Internet, les nouveaux médias et les médias sociaux recèlent un potentiel incroyable pour le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Ils permettent la collaboration, encouragent le réseautage, favorisent l'accès aux arts et à la culture et rendent possible l'obtention de services à distance. Mais pour bénéficier de ce plein potentiel, encore faut-il que l'accès aux réseaux à large bande et aux réseaux numériques soit assuré.

L'étude a mis en évidence certaines réalisations à l'échelle de la fonction publique. Plusieurs institutions fédérales ont déjà emboîté le pas vers l'utilisation des technologies du Web 2.0, dont les médias sociaux font partie. Certaines en sont à leurs balbutiements, alors que d'autres les ont déjà intégrés dans leurs façons de faire. De façon générale, les institutions fédérales qui portent une attention méticuleuse à la dualité linguistique à toutes les étapes de la mise en œuvre de leurs stratégies de communication, de la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats, sont celles qui performant le mieux.

L'étude a aussi montré que les jeunes sont au cœur des stratégies numériques adoptées par les institutions fédérales. L'un des messages clés des audiences publiques est l'importance de rejoindre les jeunes, là où ils sont. Et de l'avis de la majorité des témoins rencontrés, il faut le faire dans la langue de leur choix. Il faut également reconnaître que le français demeure sous-utilisé dans le nouvel univers électronique. Des mesures sont nécessaires pour accroître sa présence.

Ce rapport se divise en six sections. La **première section** définit la portée de la présente étude et présente quelques données statistiques récentes sur l'utilisation des outils du Web 2.0. La **deuxième section** trace un portrait du cadre législatif, réglementaire et politique en vigueur. Elle insiste sur l'importance de la collaboration entre les institutions fédérales et sur les principaux défis existants en matière de législation et de réglementation. La **troisième section** aborde la question de l'accessibilité, peu importe le choix de la langue officielle, le lieu de résidence ou encore la condition particulière des personnes qui font usage des nouvelles technologies. La **quatrième section** fait état des mesures prises par les institutions fédérales, principalement à l'égard des médias sociaux, ainsi que des réussites et des défis qui y sont associés. La **cinquième section** traite de l'importance des nouvelles technologies dans le développement et l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire, avec un accent particulier sur les secteurs suivants : l'accès aux services gouvernementaux, l'éducation, la jeunesse, les médias et la culture. Elle identifie un certain nombre de défis à relever pour que ces communautés soient mieux outillées. La **sixième section** résume les principales observations du Comité sénatorial à l'égard du respect des droits linguistiques des Canadiens et présente des recommandations à l'intention du gouvernement fédéral.

« Le Web 2.0 s'entend des outils et des services Internet qui permettent le partage commun de l'information, le dialogue et le contenu produit par l'utilisateur, ce qui peut comprendre les médias sociaux (p. ex., Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, blogues), qui permettent à des participants ayant des profils sociaux/d'utilisateurs distincts de créer et de partager le contenu produit par l'utilisateur, y compris du texte, des images, des documents vidéo et audio, et d'interagir avec ce contenu, ainsi que les technologies de collaboration (p. ex., les wikis, les documents sur Google (Google Docs)), qui permettent à de nombreux utilisateurs de créer du contenu en collaboration. »

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada,
Ligne directrice sur l'usage externe du Web 2.0.

LE WEB 2.0 : UN PORTRAIT SOMMAIRE DE LA SITUATION

Avant d'entrer dans le vif du sujet, soit le respect des droits linguistiques, encore faut-il comprendre de quoi il en retourne lorsque l'on traite d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux, en particulier de la question du Web 2.0. Cette première section définit, dans un premier temps, la portée de l'étude et présente, dans un deuxième temps, quelques données statistiques récentes.

La portée de l'étude

L'étude du Comité sénatorial s'intéressait au départ à l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux dans différents contextes : fonction publique, médias, éducation. D'autres thèmes ont ressurgi tout au long des audiences publiques, comme l'accès aux réseaux numériques, le développement d'applications mobiles ou encore la place des nouvelles technologies dans le secteur des arts et de la culture. Le point commun de tous ces thèmes : voir comment s'inscrit le **respect des droits linguistiques**, en particulier en ce qui a trait aux communications avec le public, à la langue de travail, au développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire et à la promotion de la dualité linguistique.

Le **Web 2.0** réfère habituellement aux questions de l'interactivité, de la collaboration entre les utilisateurs et du partage de contenu. En d'autres mots, les utilisateurs du Web prennent une part active dans son développement et y créent du contenu, tout en étant en relation entre eux. Les médias sociaux font partie intégrante de cette ère du 2.0 et peuvent faire référence à de nombreux concepts. Par conséquent, il est difficile de trouver une définition commune acceptée de tous. On y associe généralement les blogues (ou cybercarnets), les sites de réseautage, les forums, les sites de partage ou les wikis, en somme, tout outil permettant la création et l'échange de contenu généré par les utilisateurs.

Selon le livre blanc publié à l'automne 2011 par le CEFRIO³, un centre qui facilite la recherche et l'innovation dans les organisations à l'aide des technologies de l'information et de la communication et qui regroupe des membres du milieu universitaire, de l'industrie, du gouvernement et des chercheurs, on constate que les médias sociaux peuvent être utilisés pour :

- ▣ **Partager et collaborer** : partager du contenu et intégrer la contribution de chacun à un même document ou produit; on met à profit le savoir collectif en permettant à plusieurs individus de collaborer au développement de produits et services.
- ▣ **Converser** : créer un contact bidirectionnel (communication, socialisation) avec des collègues, clients, usagers, partenaires ou membres de la communauté; à l'externe, cela permet de fidéliser la clientèle; à l'interne, cela encourage la mobilisation des employés.
- ▣ **Rechercher et collecter** : mettre au profit l'intelligence collective afin de rechercher plus facilement et plus efficacement les informations voulues; cela permet de puiser dans la connaissance collective pour générer et cibler des idées novatrices.
- ▣ **Diffuser** : transmettre de l'information, que ce soit à l'interne ou à l'externe de l'organisation; cela permet la diffusion rapide d'information à un public cible et le maintien de la mémoire organisationnelle.
- ▣ **Veiller** : se tenir au courant des derniers développements concernant une organisation; cela permet de tâter le pouls des employés, à l'interne, et de la clientèle, à l'externe.

Les plateformes du Web 2.0 offrent des possibilités novatrices d'interaction entre les institutions fédérales et les Canadiens. Elles créent des occasions pour engager les citoyens dans l'élaboration des politiques et la prise de décision. De plus en plus d'institutions fédérales les utilisent comme un moyen rapide et instantané de rejoindre la population et de communiquer avec elle. Ces plateformes sont également utilisées dans le milieu de l'éducation, dans les médias, ainsi que dans le secteur des arts et de la culture. Généralement, leur utilisation s'avère peu coûteuse. À ce titre, les médias sociaux se distinguent des médias traditionnels du fait qu'ils exigent moins de ressources. Par contre, comme nous le verrons plus loin dans cette étude, le respect des exigences linguistiques peut entraîner des coûts supplémentaires (p. ex., traduction) et certaines institutions fédérales sont encore incapables de les assumer. Il en est de même pour des organismes œuvrant dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire qui n'ont pas encore eu l'occasion de prendre le virage du Web 2.0. C'est le cas de certains médias communautaires, par exemple.

Quelques données statistiques

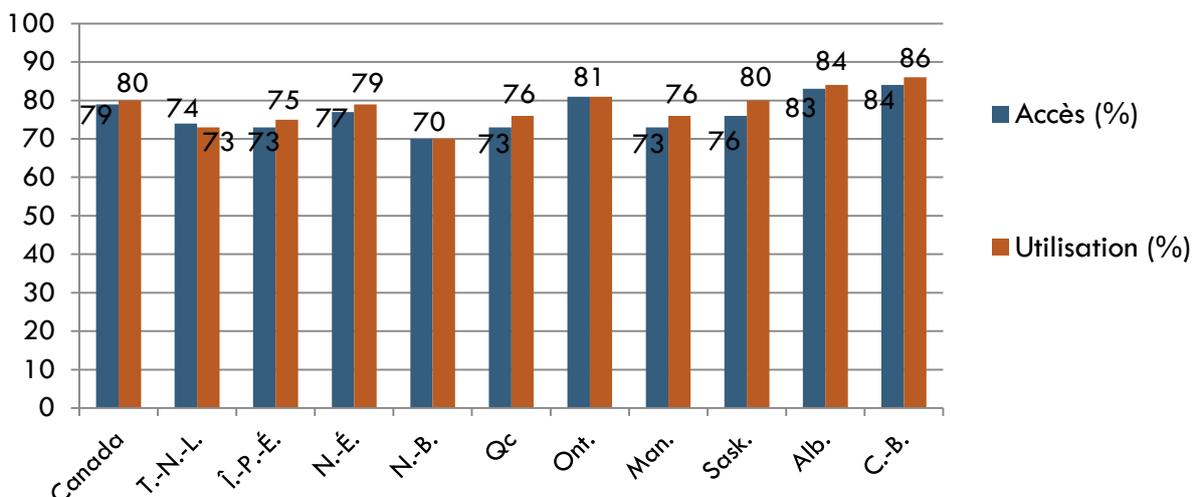
L'utilisation d'Internet : variation selon la région, l'âge et le revenu

Un sondage récent des Nations Unies ⁴ a montré que le Canada, de façon générale, performe assez bien du côté de l'offre de services en ligne (6^e rang mondial), des infrastructures disponibles (6^e rang mondial) et du cadre réglementaire mis en place pour favoriser le développement et le déploiement des nouvelles technologies (3^e rang mondial). Par contre, il est désavantagé lorsqu'il est question de l'inclusion numérique des citoyens, en particulier pour ce qui est de leur alphabétisation numérique (19^e rang mondial). Ces résultats ont été corroborés par une autre étude réalisée par le World Economic Forum ⁵, selon laquelle le Canada se classe au 9^e rang mondial en ce qui concerne son appropriation générale des technologies de l'information et des communications. Sa performance est moindre pour ce qui est de l'utilisation régulière de ces technologies par les citoyens, les entreprises et les gouvernements, puisqu'il se classe seulement au 18^e rang mondial.

Les données récentes montrent qu'un grand nombre de Canadiens ont accès à Internet et s'en servent régulièrement. Selon les données de 2010 provenant de l'*Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet* de Statistique Canada ⁶, environ 79 % de la population à l'échelle canadienne avait accès à Internet et environ 80 % l'utilisait régulièrement. **Il est important de souligner que l'utilisation d'Internet n'est pas répandue dans l'ensemble des ménages canadiens. Elle varie selon la région, le niveau de revenu et l'âge des utilisateurs.** Le terme « fracture numérique » sert à décrire les inégalités dans les niveaux d'accès, d'utilisation et d'habilités associées aux nouvelles technologies.

Comme l'illustre la figure suivante (figure 1), **l'utilisation d'Internet varie selon les provinces.** Les deux extrêmes se situent au Nouveau-Brunswick, au plus bas, et en Colombie-Britannique, au plus haut.

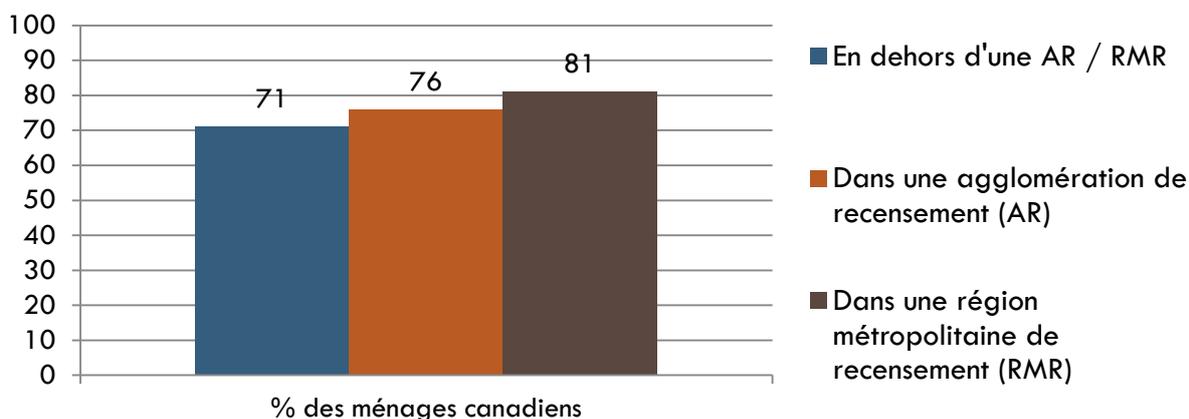
Figure 1 – Accès et utilisation d'Internet au Canada, Canada et provinces, 2010



Source : Statistique Canada, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2010.

Il faut également noter que **le type d'accès (large bande, commuté, mobile, etc.) varie selon les régions**. Dans l'ensemble des ménages canadiens, environ les trois quarts ont déclaré avoir un accès à Internet haute vitesse à la maison et le tiers y accèdent sur un équipement mobile. **L'accès à la maison varie selon l'emplacement des ménages**, comme le montre la figure suivante (figure 2).

Figure 2 – Accès à Internet à domicile selon l'emplacement des ménages, 2010

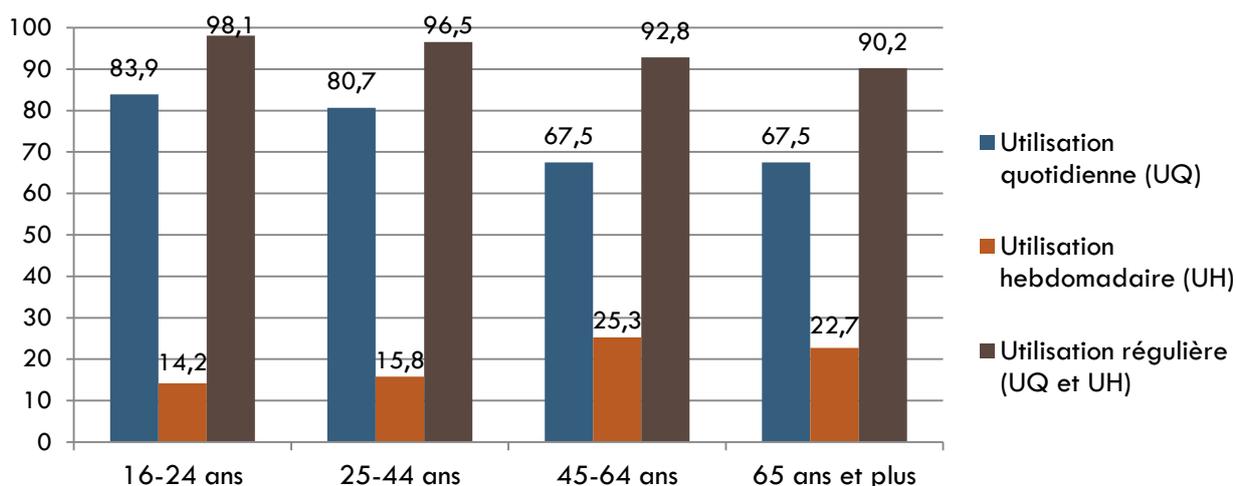


Source : Statistique Canada (2010).

L'utilisation d'Internet varie aussi selon le niveau de revenu, selon Statistique Canada ⁷. Alors qu'en 2010 l'accès atteignait 97 % dans les ménages à revenu élevé (87 000 \$ ou plus), il n'était que de 54 % dans les ménages à faible revenu (30 000 \$ ou moins).

Sans surprise, les données de Statistique Canada ⁸ ont montré que **ce sont les jeunes qui utilisaient davantage Internet au quotidien en 2010**. C'est chez les 16 à 24 ans que l'utilisation quotidienne était la plus élevée. Cette dernière chutait de façon importante à partir de 45 ans. L'utilisation hebdomadaire était proportionnellement plus élevée chez les 45 à 64 ans et les 65 ans et plus. La figure suivante (figure 3) montre un écart de près de 8 % entre les jeunes et les aînés si l'on compare leur utilisation régulière totale (c'est-à-dire l'utilisation quotidienne combinée à l'utilisation hebdomadaire).

Figure 3 – Utilisation d'Internet selon le groupe d'âge, 2010



Source : Statistique Canada (2010).

Les médias sociaux et les nouveaux médias : une utilisation de plus en plus diversifiée

De façon générale, on constate que les utilisateurs d'Internet réalisent toutes sortes d'activités en ligne. L'utilisation du **courriel** demeure l'activité la plus populaire chez les Canadiens. Pour ce qui est des **médias sociaux**, le nombre d'inscriptions sur les sites de réseautage comme Facebook et Twitter ne cesse de croître. Des études récentes du CEFRIO⁹ ont montré qu'ils occupent une place de plus en plus importante dans la vie, voire dans le mode de vie, des jeunes adultes du Québec. Ainsi, 73 % des internautes québécois sont actifs sur les médias sociaux. La cohorte des 18-34 ans est celle qui utilise le plus les médias sociaux. Pour ce qui est de la création de contenu sur les blogues, les jeunes adultes du Québec sont deux fois plus actifs que l'ensemble des internautes québécois. Ces constats semblent s'appliquer au reste du pays. Le tableau suivant (tableau 1), tiré des données de Statistique Canada, montre la variété d'activités en ligne réalisées en 2010 dans l'ensemble du pays.

Tableau 1 – Activités en lignes à partir de n'importe quel emplacement (% des utilisateurs d'Internet), Canada, 2010

Activités en ligne	Pourcentage (%)
Utiliser le courrier électronique	93
Faire du lèche-vitrines ou rechercher de l'information sur des biens ou services	74
Effectuer des opérations bancaires électroniques (p. ex., payer des factures, afficher des relevés bancaires, effectuer des virements entre comptes)	68
Lire ou regarder les nouvelles	68
Trouver des renseignements ou faire des arrangements de voyage	65
Visiter les sites Web du gouvernement ou traiter avec celui-ci	65
Chercher des renseignements médicaux ou liés à la santé (suite...)	64

Activités en ligne	Pourcentage (%)
Utiliser des sites de réseautage social	58
Se renseigner sur des événements communautaires	54
Utiliser un service de messagerie instantanée	47
Télécharger ou regarder des films ou des vidéoclips en ligne	47
Acquérir ou sauvegarder de la musique (les téléchargements gratuits ou payants)	46
Chercher un emploi	37
Utiliser Internet dans le cadre d'un programme d'éducation formel, de formation ou de travaux scolaires	37
Écouter la radio en ligne	37
Acquérir ou sauvegarder un logiciel (les téléchargements gratuits ou payants)	35
Jouer à des jeux en ligne	33
Télécharger ou regarder la télévision en ligne	33
Se renseigner sur des investissements	27
Faire un appel téléphonique en ligne	24
Vendre des biens ou des services (p. ex., sur des sites de vente aux enchères)	19
Fournir du contenu ou participer à des groupes de discussion (p. ex., les blogues, les babillards électroniques, le partage d'images)	19

Source : Statistique Canada, « Utilisation d'Internet et du commerce électronique par les particuliers », *Le Quotidien*, 12 octobre 2011.

Les données de Statistique Canada présentées ci-dessus montrent que près de 58 % de la population utilise les sites de réseautage social. Cependant, il y a encore peu de gens (19 %) qui fournissent du contenu ou participent à des groupes de discussion en ligne.

Plusieurs autres activités en ligne gagnent en popularité. Le plus récent *Rapport de surveillance des communications* du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a montré que la **radiodiffusion par les nouveaux médias** attire de plus en plus la faveur populaire. Le taux d'adoption et de croissance de diverses technologies de **vidéo** (par Internet, sur cellulaire et sur tablette) augmente d'une année à l'autre, tant chez les francophones que les anglophones¹⁰. De plus en plus de gens regardent la **télévision en ligne**. Ces données concordent avec celles publiées par le CEFRIO¹¹ à l'automne 2011, montrant que la webtélé a le vent dans les voiles et que le visionnement de vidéos en ligne est lui aussi très populaire, surtout chez les jeunes Québécois. Dans l'ensemble du pays, on note que la population anglophone a plus tendance que la population francophone à écouter la **radio en continu sur le Web**, sur un téléphone intelligent ou sur une tablette ; il en est de même pour le **téléchargement de musique**, l'écoute de la **radio par satellite** et l'utilisation de la **baladodiffusion**¹². Le **téléchargement de livres numériques**, pour sa part, reste une activité encore marginale chez les Canadiens francophones en général. Cela pourrait s'expliquer par le manque d'outils disponibles en français, même si des initiatives ont été développées en ce sens. Nous aborderons cette question plus loin. Finalement, il est intéressant de constater à la lumière des données présentées ci-dessus qu'Internet est utilisé par près de quatre Canadiens sur dix dans le domaine de l'**enseignement**, que ce soit dans le cadre des programmes d'éducation formels, de la formation ou des travaux scolaires.

Les sites Web, les médias sociaux et le gouvernement

Un représentant du Commissariat aux langues officielles a estimé à environ 30 millions le nombre de pages Web mises à la disposition du public par les institutions fédérales, soit 15 millions de pages en français et 15 millions de pages en anglais ¹³. On constate que les sites Web gouvernementaux sont de plus en plus visités par les internautes, surtout pour la recherche d'informations, les transactions et la consultation de dossiers en ligne. Une étude du CEFRIO ¹⁴ a souligné un intérêt croissant pour les transactions gouvernementales en ligne et a constaté qu'un internaute québécois sur trois a utilisé son ou ses dossiers gouvernementaux en ligne en 2011. Le tableau suivant (tableau 2), tiré des données de Statistique Canada, indique les tendances dans le recours aux **sites Web gouvernementaux** selon la langue maternelle des utilisateurs au Canada et dans certaines provinces.

Tableau 2 – Proportion des Canadiens âgés de 15 ans ou plus qui ont utilisé Internet pour avoir accès à de l'information sur les programmes ou services gouvernementaux offerts au Canada, au moins une fois par mois, selon la langue maternelle, Canada et certaines provinces ⁱ, 2008

Région	Langue maternelle	Proportion des personnes au sein de chaque groupe linguistique qui ont utilisé Internet (%)
Canada	Total	61,9
	Anglais	61,0
	Français	62,8
	Anglais et français	67,6
	Autre	64,4
Québec	Total	61,2
	Anglais	53,8
	Français	62,6
	Anglais et français	n.d. ⁱⁱ
	Autre	58,5
Canada moins le Québec	Total	62,1
	Anglais	61,2
	Français	64,0
	Anglais et français	73,2
	Autre	65,4
Ontario	Total	60,6
	Anglais	59,5
	Français	65,9
	Anglais et français	83,1
	(suite...)	Autre

Région	Langue maternelle	Proportion des personnes au sein de chaque groupe linguistique qui ont utilisé Internet (%)
Nouveau-Brunswick	Total	60,9
	Anglais	61,5
	Français	56,6
	Anglais et français	n.d. ⁱⁱ
	Autre	86,9
Canada moins Ontario, Nouveau-Brunswick et Québec	Total	64,0
	Anglais	62,9
	Français	64,3
	Anglais et français	n.d. ⁱⁱ
	Autre	69,2

i Étant donné la taille des échantillons utilisés par Statistique Canada, il n'était pas possible d'obtenir les données dans les autres provinces.

ii Confidentiel en vertu des dispositions de la *Loi sur la statistique*.

Source : Statistique Canada, *Enquête sociale générale*, Cycle 22, 2008.

Le CEFRIO a souligné que de plus en plus d'internautes québécois (1 sur 5) utilisent les **médias sociaux** pour interagir avec les organismes ou les ministères. Ce constat pourrait facilement être transposé aux institutions fédérales. Lors de leur passage devant le Comité sénatorial, à l'automne 2011, les représentants du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (SCT) ont noté que 36 institutions avaient des comptes Facebook bilingues, tandis que 66 institutions avaient des comptes Twitter bilingues¹⁵. Au fil des audiences publiques, ce nombre n'a cessé de croître.

« LA NATURE MÊME DES MÉDIAS SOCIAUX FAIT EN SORTE QUE LA PRÉSENCE FÉDÉRALE EST EN ÉVOLUTION CONSTANTE, CE QUI POSE DES DÉFIS DANS LA PRODUCTION DE STATISTIQUES FIABLES QUANT À LEUR UTILISATION¹⁶ ».

L'Index des organisations du gouvernement du Canada sur les médias sociaux (Zegouv.ca), qui a été lancé en mars 2012, recense la présence des institutions fédérales sur les différents outils du Web 2.0. Un rapport statistique fait état de l'utilisation des médias sociaux dans le contexte fédéral. En date du 16 avril 2012, le gouvernement du Canada et ses organismes hébergeaient 228 comptes Twitter, 95 pages Facebook et 11 blogues officiels¹⁷. Une autre étude récente du CEFRIO¹⁸ a montré que l'usage des médias sociaux varie selon les gouvernements, et même à l'intérieur du Canada. C'est ainsi que le gouvernement fédéral, celui de l'Ontario et celui de la Colombie-Britannique présentent trois visions différentes dans l'utilisation du Web 2.0.

L'usage selon la langue

Les données actuelles et les témoignages entendus devant le Comité sénatorial montrent que **les comportements des francophones et des anglophones dans l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux varient**. En 2011, les Canadiens francophones passaient en moyenne 13,1 heures par semaine en ligne, contre 18,2 heures par semaine pour les Canadiens anglophones¹⁹. L'utilisation d'Internet a grandement évolué au cours des dernières années, est très populaire chez les jeunes et change selon le groupe linguistique. Comme l'indique le tableau suivant (tableau 3), en 2011, l'écart dans l'utilisation d'Internet chez les francophones et les anglophones était inexistant dans la cohorte des 18 à 34 ans et à peu près minime dans la cohorte et des 35 à 49 ans ; par contre, il était beaucoup plus élevé chez les citoyens plus âgés.

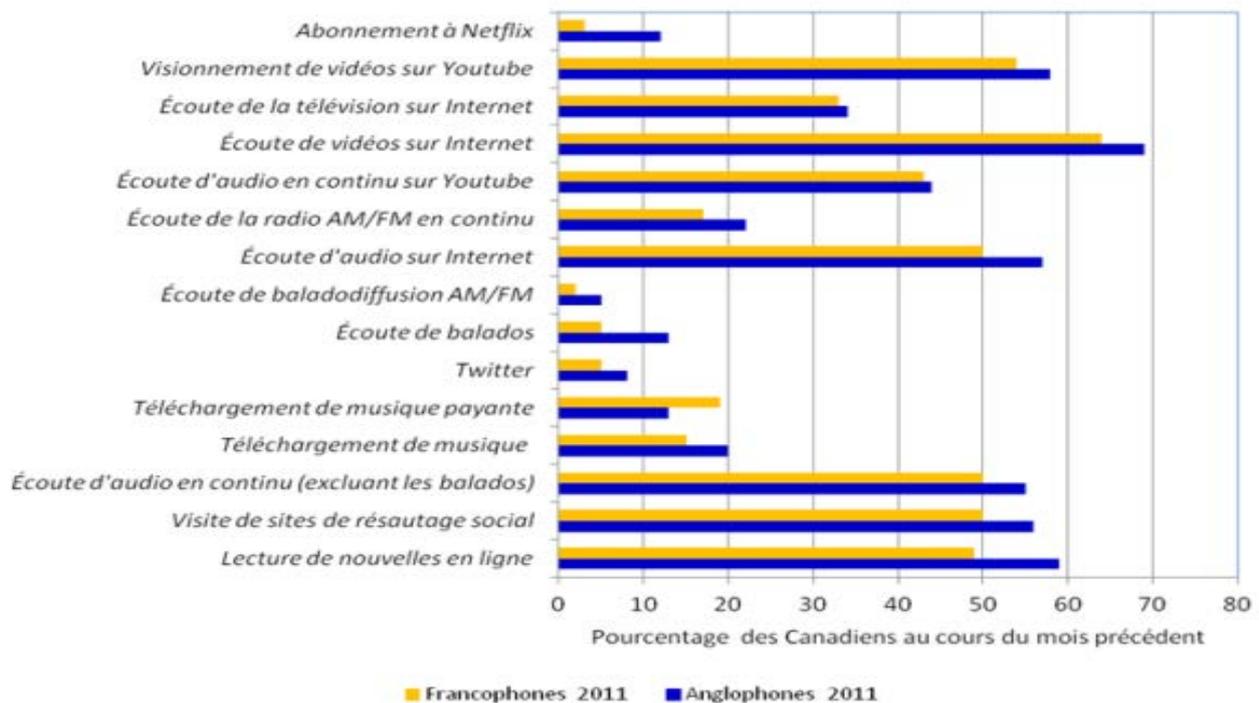
Tableau 3 – Utilisation d'Internet au Canada, selon le groupe linguistique, de 2005 à 2011

	2005		2007		2009		2010		2011	
	Anglo. (%)	Franco. (%)								
Utilisation globale	77	65	83	83	83	76	86	79	87	82
18-34 ans	91	86	94	94	94	93	96	97	97	97
35-49 ans	84	76	91	91	91	88	92	90	94	92
50 ans et plus	60	43	69	69	69	59	74	63	75	63

Source : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. 109.

L'Enquête sur la vitalité des minorités de langue officielle²⁰ a permis de fournir des données sur les comportements linguistiques des membres des communautés de langue officielle, mais très peu sur les différents usages d'Internet. On y constate qu'une grande proportion de francophones en situation minoritaire (à l'exception des régions de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick avoisinant les frontières du Québec) utilise l'anglais pour accéder à Internet. C'est également le cas pour l'écoute de la télévision, de la radio, la lecture des journaux, des livres, etc. **Ce constat est revenu à plusieurs reprises dans le cadre des audiences publiques : l'utilisation de l'anglais sur la Toile est omniprésente, même chez les francophones**. Pour ce qui est de l'utilisation des médias sociaux, on ne dispose pas de données fiables sur l'usage propre aux francophones et aux anglophones dans l'ensemble du Canada. Selon les données du CEFRIO²¹, 68,3 % des internautes anglophones et allophones du Québec et 57,2 % des internautes francophones de la province ont au moins une activité par mois sur les médias sociaux. Des données plus récentes du CRTC, présentées dans la figure ci-dessous (figure 4), donnent un peu plus d'éclairage sur la situation actuelle.

Figure 4 – Activités populaires des Canadiens sur Internet, par groupe linguistique, 2011



Source : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. 110.

Selon un sondage Léger-Marketing ²², réalisé avec la participation de Patrimoine canadien entre novembre 2010 et avril 2011, on constate que 78 % des francophones du Canada en situation minoritaire naviguent sur Internet et que la durée moyenne de navigation est de 9,5 heures par semaine. Les habitudes de navigation varient selon les régions, comme le montre le tableau suivant (tableau 4).

Tableau 4 – Habitudes de navigation sur Internet, communautés francophones, Canada et régions, novembre 2010 à avril 2011

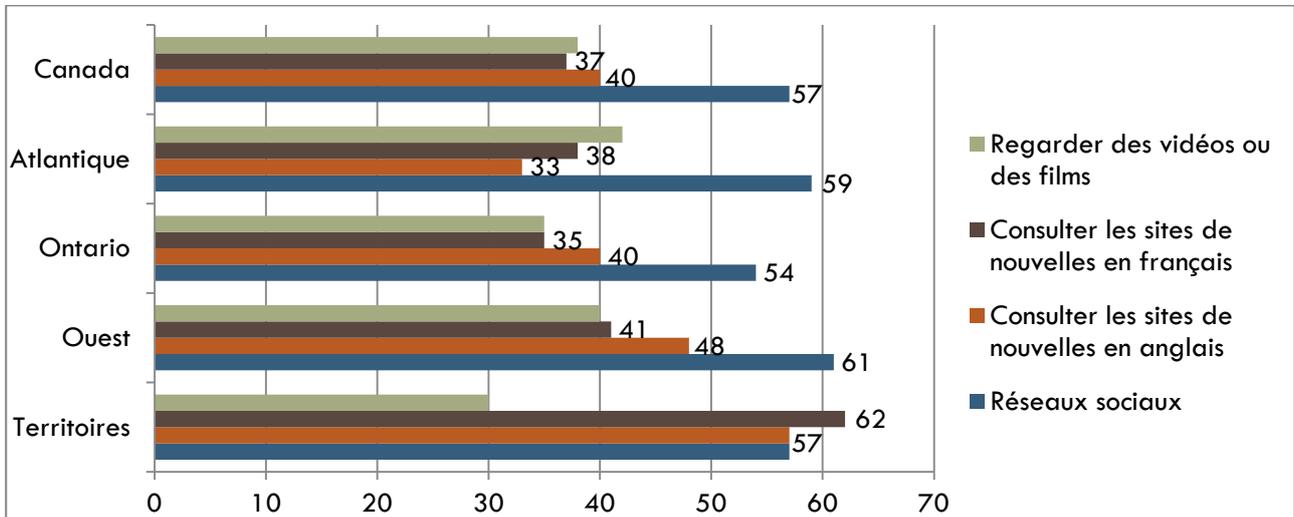
Région	Pourcentage de la population francophone qui navigue sur Internet (%)	Durée moyenne par semaine (heures)
Canada	78	9,5
Atlantique	72	9,8
Ontario	78	9,4
Ouest	84	9,4
Territoires	92	9,0

Source : Léger-Marketing, *Étude sur les habitudes médias des communautés francophones en situation minoritaire – Faits saillants*, avec la participation de Patrimoine canadien, mars 2012.

Selon le même sondage, les principales utilisations d'Internet concernent les médias sociaux (57 %), le visionnement de films ou de vidéos (38 %) et la consultation des sites de nouvelles

en anglais (40 %) et en français (37 %). Encore une fois, les habitudes varient selon les régions, comme l'indique la figure suivante (figure 5).

Figure 5 – Habitudes de navigation sur Internet, communautés francophones, Canada et régions, novembre 2010 à avril 2011



Source : Léger-Marketing (mars 2012).

C'est en Ontario que l'utilisation de réseaux sociaux est à son plus bas (54 %). Il en est de même pour la consultation de sites de nouvelles en français (35 %). Il est frappant de voir le taux très élevé pour la consultation de sites en français dans les territoires (62 %). L'abonnement aux réseaux sociaux varie très peu selon les régions. La consultation des sites de nouvelles en anglais, de son côté, passe de 40 % à 57 %, selon le cas. Au total, 62 % des francophones en situation minoritaire ont un compte sur les médias sociaux, en très grande majorité sur Facebook (60 %), et dans une moindre proportion sur Twitter (7 %) et LinkedIn (5 %). Pour ce qui est de la langue d'utilisation dans les médias sociaux, les contrastes sont plus évidents. Comme le montre le tableau suivant (tableau 5), dans l'ensemble du Canada, les francophones en situation minoritaire utilisent ces plateformes soit en français seulement (38 %), soit en anglais seulement (37 %), soit dans les deux langues (25 %).

Tableau 5 – Langue d'usage sur les médias sociaux, communautés francophones, Canada et régions, novembre 2010 à avril 2011

Région	Français seulement (%)	Anglais seulement (%)	Les deux langues également (%)
Canada	38	37	25
Atlantique	48	30	21
Ontario	36	39	25
Ouest	30	39	31
Territoires	43	27	27

Source : Léger-Marketing (mars 2012).

En somme, cette première section a montré que l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux couvre un large éventail de questions et pose des défis particuliers en matière de respect des droits linguistiques. Dans le cadre de ses audiences publiques, le Comité sénatorial a cherché à comprendre quelle était la place accordée aux deux langues officielles dans un contexte où les nouvelles technologies, le numérique et le phénomène du Web 2.0 gagnent en popularité. Les prochaines sections résument le contenu des audiences publiques sous différents angles.

« À mesure que l'utilisation des outils et des services Web 2.0, tels que les médias sociaux et les technologies de collaboration, s'est répandue dans l'administration du gouvernement du Canada, il est devenu évident qu'il fallait offrir aux ministères et aux employés des conseils stratégiques spécifiques pour les aider à s'acquitter de leurs obligations législatives et stratégiques en se servant de ces puissantes nouvelles technologies de communications. »

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada,
Délibérations, 31 octobre 2011.

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET LES LANGUES OFFICIELLES : LE CADRE LÉGISLATIF, RÉGLEMENTAIRE ET POLITIQUE

Pour mieux comprendre les défis linguistiques qui découlent de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux, il faut comprendre comment tout cela est régi. Cette deuxième section dresse un portrait général du cadre législatif, réglementaire et politique existant et des défis particuliers qui touchent la mise en œuvre des parties IV, V et VII de la *Loi sur les langues officielles* ²³.

Le cadre existant

Le gouvernement du Canada utilise Internet comme plateforme pour diffuser rapidement de l'information et communiquer avec le public. De plus en plus d'institutions fédérales ont recours à Internet pour offrir des services en ligne. Parallèlement à cela, les médias sociaux permettent une interaction dynamique et instantanée entre différents groupes de la société situés aux quatre coins du pays. Qu'il s'agisse de blogues, de sites de réseautage, de sites de partage ou de wikis, ces nouvelles plateformes offrent des possibilités novatrices d'interaction entre les institutions fédérales et les Canadiens. Elles créent des occasions pour engager les citoyens dans l'élaboration des politiques et la prise de décision. De plus en plus d'institutions fédérales les utilisent comme un moyen rapide et instantané de rejoindre la population et de communiquer avec elle.

Il faut se rappeler que la *Loi sur les langues officielles* a été adoptée avant l'avènement d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux. Le règlement d'application de cette loi ²⁴ a été conçu pour répondre aux besoins d'un environnement axé sur les communications écrites et les services en personne ou au téléphone. Ce règlement n'a pas été mis à jour pour tenir compte de l'avènement des nouveaux modes de communications axés sur l'interactivité et l'instantanéité. Il ne traite pas non plus des services offerts en ligne ou par l'intermédiaire de supports virtuels.

Quelques-unes des **politiques du gouvernement fédéral** abordent les questions d'innovation technologique, de nouveaux médias, d'Internet et de communications électroniques et du respect des langues officielles. Par exemple :

- **Politique de communication du gouvernement du Canada** : Cette politique énonce les obligations en matière de communications avec le public dans les deux langues officielles qui découlent de la *Charte canadienne des droits et libertés*, de la *Loi sur les langues officielles*, de son règlement d'application et des politiques qui en découlent. Toute activité de communication entreprise par une institution fédérale doit respecter les exigences en matière de langues officielles. La politique encourage l'innovation technologique et l'usage de nouveaux médias, mais rappelle que certains citoyens peuvent avoir un accès limité à la technologie ou préfèrent recevoir des renseignements du gouvernement par des moyens plus conventionnels ²⁵.

- **Politique sur les communications avec le public et la prestation des services** : Cette politique traite des communications et des services écrits et oraux et mentionne que les versions française et anglaise doivent être disponibles simultanément et respecter le critère de l'égalité de statut des deux langues officielles. Des conditions particulières existent pour les bureaux unilingues. Les obligations linguistiques doivent être respectées lorsque le public communique ou reçoit des services d'un tiers agissant pour le compte de l'institution ²⁶.

- **Politique sur la langue de travail** : Cette politique énonce les conditions relatives à l'utilisation du français et de l'anglais en matière de langue de travail, à la fois dans les régions désignées bilingues et les régions unilingues. Dans les régions désignées bilingues aux fins de la langue de travail, les employés peuvent utiliser la langue officielle de leur choix avec leur superviseur, pour obtenir des services personnels et centraux, pour obtenir de la formation et du perfectionnement professionnel ainsi que pour travailler avec des instruments de travail et des systèmes informatiques d'usage courant et généralisé. La politique établit une liste d'instruments de travail et de systèmes informatiques qui doivent être disponibles dans les deux langues ²⁷.

- **Directive sur l'utilisation des langues officielles pour les communications électroniques** : Cette directive établit les conditions d'utilisation de l'une ou l'autre des langues officielles, ou des deux, pour les communications électroniques. Cela comprend : le babillard électronique, le courriel, le forum de discussion, le salon de clavardage et la boîte vocale. Là encore, les versions française et anglaise doivent être de qualité égale et les tiers doivent se soumettre aux exigences par l'entremise de clauses linguistiques insérées dans les accords conclus avec un bureau désigné bilingue. Des communications électroniques peuvent avoir lieu dans une seule langue, sous certaines conditions ²⁸.

- **Directive sur l'utilisation des langues officielles sur les sites Web** : Cette directive énonce les exigences pour les sites Web bilingues (dans les bureaux désignés bilingues) et les sites Web unilingues (dans les bureaux désignés unilingues). Pour ce qui est des sites Web bilingues, les versions française et anglaise doivent être de qualité égale et sont mises à la disposition du public simultanément. Ces exigences concernent les informations qui proviennent du bureau. Lorsque ce dernier collabore avec un tiers, l'accord conclu doit comprendre des clauses qui énoncent les obligations linguistiques du bureau auxquelles le tiers doit se conformer. De l'information peut être mise à la disposition du public dans une seule langue sous certaines conditions. Dans ces cas particuliers, le bureau doit émettre un avis expliquant que l'information n'est disponible que dans une seule langue puisque la source de l'information n'est pas

assujettie à la *Loi sur les langues officielles*. Ces obligations ne s'appliquent pas aux bureaux unilingues lorsque le contenu s'adresse exclusivement au public desservi par ce bureau ²⁹.

Pour l'instant, ces politiques et directives n'abordent pas la question de l'utilisation des médias sociaux. Le SCT a mené un processus de révision de ses instruments de politique au cours de la dernière année, processus auquel les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire ont été appelées à participer. Il était prévu que les politiques révisées entrent en vigueur à l'automne 2012 et qu'elles reflètent le principe de l'égalité réelle, tel que soulevé dans la décision de la Cour suprême du Canada dans l'affaire *DesRochers* ³⁰.

Entre-temps, le SCT a adopté deux **lignes directrices** qui portent directement sur la question des médias sociaux. En novembre 2008, le SCT a adopté une ligne directrice à propos de l'usage interne des nouvelles technologies comme les wikis ou les blogues ³¹. Celle-ci traite de l'utilisation interne des réseaux électroniques privés du gouvernement et de la collaboration interne. Ses principales caractéristiques sont résumées dans l'encadré suivant.

LIGNE DIRECTRICE SUR L'UTILISATION ACCEPTABLE DES WIKIS ET DES BLOGUES INTERNES (2008)

- Les exigences des lois, politiques et directives ci-dessus continuent de s'appliquer.
- Les institutions fédérales doivent assurer un environnement propice à l'utilisation des deux langues officielles. Dans les régions désignées bilingues aux fins de la langue de travail, les blogues et les wikis sont considérés comme des outils de travail bilingues. Les interfaces doivent être offertes dans les deux langues officielles et permettre à tout utilisateur de choisir la langue officielle de son choix.
- Dans les régions désignées unilingues aux fins de la langue de travail, il n'est pas exigé que les blogues ou les wikis soient bilingues lorsqu'ils sont utilisés uniquement par des employés unilingues. La langue d'usage est la langue prédominante dans cette région.
- Pour les blogues et les wikis bilingues, les messages officiels sont disponibles dans les deux langues officielles et les utilisateurs sont libres de répondre dans la langue de leur choix. La réponse à une réplique est publiée dans la langue dans laquelle elle a été reçue, mais les résumés doivent paraître simultanément en français et en anglais et être de qualité égale. Un avis exposant les paramètres relatifs à l'utilisation des langues officielles doit être diffusé par le ministère.

En novembre 2011, le SCT a adopté une autre ligne directrice, cette fois à propos de l'usage externe du Web 2.0 ³². Elle s'applique aux outils et aux services du Web 2.0 mis au point ou hébergés dans les réseaux du gouvernement fédéral et des tierces parties. Ses principales caractéristiques sont résumées dans l'encadré suivant.

LIGNE DIRECTRICE SUR L'USAGE EXTERNE DU WEB 2.0 (2011)

- Les exigences des lois, politiques et directives ci-dessus continuent de s'appliquer.
- Les langues officielles sont reconnues comme l'un des principes juridiques qui encadrent l'usage du Web 2.0.
- La ligne directrice reconnaît trois types d'usage : usage officiel, usage professionnel à des fins de réseautage et usage personnel.
- Lorsqu'une institution s'engage dans une initiative du Web 2.0, elle doit prendre en considération les publics cibles (selon la langue, le handicap, le niveau d'alphabétisme, etc.) et attribuer les ressources (humaines, financières et techniques) qui s'imposent pour gérer les comptes dans les deux langues officielles.
- Une institution qui utilise le Web 2.0 doit favoriser activement la participation en français et en anglais et s'assurer du respect de l'égalité des services et de la qualité dans les deux langues officielles. Cela exige une planification à l'avance des ressources requises (p. ex., traduction).
- Pour les services du Web 2.0, les messages sont publiés simultanément dans les deux langues officielles et les utilisateurs sont libres de répondre dans la langue de leur choix. La réponse à une réplique est publiée dans la langue dans laquelle elle a été reçue. Une réponse générale et publique doit être fournie en français et en anglais.
- L'offre active de services est encouragée, en faisant savoir aux utilisateurs que les communications sont disponibles dans les deux langues officielles et qu'ils peuvent avoir accès au site équivalent dans l'autre langue.
- L'emploi d'outils déjà disponibles dans les deux langues officielles est fortement encouragé. Les versions française et anglaise des applications utilisées doivent faire l'objet d'une surveillance attentive.

Ces lignes directrices ont la plupart du temps été jugées très utiles par les institutions fédérales qui ont comparu devant le Comité sénatorial. Bon nombre d'institutions ont développé leurs propres **lignes directrices internes** (voir le tableau 8 du présent rapport), alors que d'autres n'en ont pas développé (p. ex., Banque du Canada). Comme cela a été souligné plusieurs fois devant le Comité sénatorial, les pratiques concernant l'utilisation des médias sociaux évoluent constamment et les institutions tentent de s'y adapter selon les moyens dont elles disposent.

Plusieurs témoins ont exprimé l'avis que les principes contenus dans la *Loi sur les langues officielles* et dans son règlement d'application prennent toujours vie dans l'univers du Web 2.0. Selon le commissaire aux langues officielles :

« MALGRÉ LES DÉFIS ASSOCIÉS À CES AVANCÉES TECHNOLOGIQUES, LES PRINCIPES D'INTERPRÉTATION DE LA LOI DOIVENT CONTINUER À NOUS GUIDER DANS LE CHOIX D'UNE APPROCHE. L'UN DES PRINCIPES LES PLUS IMPORTANTS EST CERTAINEMENT CELUI DE L'ÉGALITÉ RÉELLE DES DEUX LANGUES OFFICIELLES ³³ ».

Les représentants du SCT ont confirmé cette interprétation en disant que les règles hors ligne s'appliquent aussi en ligne et que le fondement législatif en matière de langues officielles doit s'interpréter selon un contexte en constante évolution.

« TOUT COMME LA CHARTE DOIT S'ADAPTER À DES CIRCONSTANCES CHANGEANTES, LA LOI S'INTERPRÈTE ÉGALEMENT EN FONCTION D'UN CONTEXTE ÉVOLUTIF. ON PARLE DANS LA LOI DE SERVICES ET DE COMMUNICATIONS. IL N'Y A PAS LIEU DE CROIRE QUE CES PRINCIPES, CES CONCEPTS DE COMMUNICATION ET DE SERVICES NE SONT PAS TOUT À FAIT ADAPTÉS AUX TECHNOLOGIES PLUS RÉCENTES DONT ON DISCUTE AUJOURD'HUI. [...] IL NE SEMBLE DONC PAS Y AVOIR DE RAISONS DE DOUTER DE LA CAPACITÉ DE NOS INSTRUMENTS DE POLITIQUE À S'APPLIQUER À TOUTES CES NOUVELLES CIRCONSTANCES. ILS L'ONT FAIT. ILS ONT TROUVÉ LEUR APPLICATION, BIEN QU'IL FAILLE, À L'OCCASION, AMPLIFIER OU COMPLÉTER CERTAINES IDÉES POUR TRAITER DES PARTICULARITÉS DE TECHNOLOGIES ÉMERGENTES ³⁴ ».

Les représentants du SCT n'ont pas recommandé de changement dans la réglementation existante. Seule la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA) a pris position à l'égard d'une modification au *Règlement sur les langues officielles*. Nous y reviendrons plus loin.

Le commissaire aux langues officielles a par ailleurs mentionné lors de son passage devant le Comité sénatorial qu'il se penchait sur la question des médias sociaux afin de dégager des principes qui serviront à guider les institutions fédérales ³⁵. Au moment d'écrire ces lignes, le commissaire ne les avait pas encore dévoilés.

Le Comité sénatorial s'est intéressé brièvement à ce qui se fait ailleurs au Canada. Il a pris note de certaines initiatives qui ont cours en Ontario et au Nouveau-Brunswick. Par exemple, le commissaire aux services en français de l'Ontario tient depuis janvier 2009 un blogue bilingue qui se veut un espace d'échanges, d'interactions et de discussions. Au Nouveau-Brunswick, le Bureau du commissaire aux langues officielles a présenté dans son rapport annuel de l'an dernier des recommandations à propos de l'utilisation des langues officielles dans les médias sociaux ³⁶. Selon le commissaire, il va de soi que la province doit développer des lignes directrices pour guider les organismes publics en cette matière. Le commissaire a été invité à comparaître devant le Comité sénatorial pour exposer son point de vue, mais a répondu qu'il n'avait pas d'autres commentaires à faire à ce sujet ³⁷.

Le Comité sénatorial a tout de même eu l'occasion d'entendre l'opinion d'une spécialiste de l'information qui s'est intéressée à la question et qui a fait état de différents modèles d'utilisation qui ont cours au Nouveau-Brunswick. Selon ce témoin, le niveau de complexité d'un organisme public qui s'engage dans les médias sociaux influe sur sa capacité à respecter ses obligations en matière de langues officielles ³⁸. Un cadre réglementaire ne pourra être adéquat, à son avis, que s'il tient compte des besoins des principaux utilisateurs.

« IL FAUT D'ABORD SAVOIR CE QUE LES CITOYENS VEULENT ET SAVOIR COMMENT ILS VEULENT INTERAGIR AVEC LE GOUVERNEMENT DANS LES MÉDIAS SOCIAUX. LES CITOYENS QUI UTILISENT LES MÉDIAS SOCIAUX SONT AUTONOMES ET FONCEURS, ET IL FAUT

ABSOLUMENT LES CONSULTER AVANT DE METTRE EN PLACE UN RÈGLEMENT AVEC LEQUEL IL NOUS FAUDRA VIVRE ENSUITE ³⁹ ».

Cela dit, il n'existe pas, pour le moment, de modèle clairement défini à l'échelle provinciale pour dicter la voie à suivre sur ces nouvelles plateformes en matière de respect de la dualité linguistique.

La collaboration entre les institutions fédérales

Le partage de pratiques exemplaires a été cité à de nombreuses reprises comme l'un des moyens dont disposent les institutions fédérales pour améliorer leur performance dans l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux. **La collaboration est l'un des facteurs clés dans le contexte du Web 2.0.** C'est grâce à elle que plusieurs institutions fédérales réussissent à améliorer leur performance, notamment à l'égard du respect des langues officielles. Une représentante du SCT a parlé des avantages en matière de collaboration :

« LES MÉDIAS SOCIAUX CONSTITUENT UN FORUM QUI COMMENCE PAR LA BASE ET QUI S'AUTOALIMENTE PAR LA BASE. [...] C'EST UN MÉDIUM DE COLLABORATION QUI VA CHERCHER TOUS LES GENS ET QUI LEUR PERMET DE COLLABORER, PEU IMPORTE LE LIEU DE RÉSIDENCE. [...] CELA PERMET D'ÉCHANGER ET DE CONTRIBUER À LA CONNAISSANCE COLLECTIVE. [...] LA FORCE EST DANS LA COLLECTIVITÉ. LA COMMUNAUTÉ CHERCHE À COLLABORER, À INTERVENIR, À ÉCHANGER, À CRÉER DES DIALOGUES ⁴⁰ ».

Dans le cadre de ses audiences publiques, le Comité sénatorial a rencontré le Bureau de la collectivité des communications (BCC), qui a entre autres pour mandat d'appuyer l'utilisation des nouvelles technologies et des nouveaux médias dans l'administration fédérale. Cette initiative interministérielle a pour but d'augmenter les connaissances, les réseaux et le partage de pratiques exemplaires parmi les responsables des communications dans les ministères et organismes fédéraux.

Pour ce faire, un groupe de travail sur les technologies émergentes a été mis sur pied. Il offre des ressources, de l'expertise et des conférences sur le réseautage. Il a établi un centre d'excellence virtuel sur GCPedia, le wiki interne du gouvernement fédéral. Il a développé une trousse à outils des médias sociaux pour les communications externes. Plus d'une trentaine d'institutions fédérales ont participé à l'élaboration de cette trousse et elles l'ont fait par l'entremise des médias sociaux. À ce sujet, la représentante du Bureau de la collectivité des communications a noté que :

« BEAUCOUP DE TRAVAIL S'EST FAIT DE FAÇON VIRTUELLE SUR GCPEDIA, ET C'EST COMME CELA QUE LE BCC A ÉTÉ CAPABLE DE MONTER UNE TROUSSE À OUTILS DES MÉDIAS SOCIAUX SUR GCPEDIA, MÊME AVANT QUE NOUS AYONS UNE LIGNE DIRECTRICE. CES GENS, SUR GCPEDIA, ONT CONTRIBUÉ À LA LIGNE DIRECTRICE QUI A ÉTÉ ÉMISE AU MOIS DE NOVEMBRE. QUAND UNE NOUVEAUTÉ S'ANNONCE, AVANT DE POUVOIR ÉTABLIR UNE LIGNE DIRECTRICE, IL Y A DU TRAVAIL DE DÉFRICHAGE À FAIRE. CELA FAIT PARTIE DU TRAVAIL QUI A ÉTÉ MENÉ PAR LE BCC ⁴¹ ».

Des témoins qui ont comparu devant le Comité sénatorial ont par ailleurs noté qu'un groupe non officiel de collaboration a été formé pour identifier et échanger des pratiques exemplaires dans le domaine des médias sociaux et des technologies de l'information. Il porte le nom de Groupe des praticiens du Web 2.0. D'autres témoins ont souligné que la collaboration permet à des institutions fédérales de faire preuve d'innovation dans leurs activités du Web 2.0, et ce, malgré des ressources parfois limitées.

Les défis

De l'information pertinente, à jour et accessible à tous

Pour certains témoins, se tenir à l'affût des nouvelles plateformes du Web 2.0 constitue en soi un défi. Dans un contexte où il y a de plus en plus de renseignements disponibles en ligne, la population veut avoir accès à de l'information pertinente, en temps opportun, et facile à comprendre. Un représentant d'Environnement Canada a indiqué que la principale difficulté à laquelle son ministère est confronté est celle du **volume d'information**.

« SI NOUS DEVONS FAIRE QUELQUE CHOSE, CE SERAIT CERTAINEMENT DE RÉDUIRE CE VOLUME POUR NOUS CONCENTRER SUR LES MESSAGES QUE NOUS DIFFUSONS, BIEN ÉVIDEMMENT DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES. IL ARRIVE QUE LA DIFFICULTÉ NE TIENNE PAS TANT À L'ACCÈS À L'INFORMATION QU'À L'ACCÈS À UNE TROP GRANDE QUANTITÉ D'INFORMATION. LORSQUE VOS CLIENTS VOUS DEMANDENT DE LEUR FOURNIR UNE INFORMATION DE QUALITÉ ET EN TEMPS RÉEL ET QU'ILS DOIVENT ACCÉDER À DIVERSES SECTIONS DE VOTRE SYSTÈME POUR SE LA PROCURER, VOUS NE LEUR OFFREZ PEUT-ÊTRE PAS LE MEILLEUR SERVICE POSSIBLE ⁴² ».

Plusieurs institutions fédérales cherchent donc à optimiser leur présence sur le Web. Aux yeux du président du Conseil du Trésor, la présence en ligne représente à la fois un défi et une occasion ⁴³. Bien évidemment, tout cela doit se faire dans le respect des exigences de qualité égale dans les deux langues officielles. Or, comme nous le verrons plus loin, **la traduction exige du temps et des ressources, qui ne vont pas toujours de pair avec l'instantanéité et la gratuité qui caractérisent l'utilisation habituelle des médias sociaux**. Comme l'a mentionné un représentant de Ressources humaines et Développement des compétences Canada :

« LE DÉFI CONSISTE À PRENDRE LE TEMPS DE BIEN FAIRE LES CHOSES ET DE RESPECTER TOUTES LES OBLIGATIONS QUE NOUS IMPOSE L'UTILISATION DE CE NOUVEAU SUPPORT D'INFORMATION. NOUS CONTINUERONS D'APPRENDRE ET D'ADAPTER NOS APPROCHES EN COURS DE ROUTE ⁴⁴ ».

Une utilisation adéquate des plateformes

De façon générale, on s'attend à ce que les employés du gouvernement et le public soient au fait des **obligations**, des **comportements attendus** et des **risques** liés à l'usage du Web 2.0. Pour les employés gouvernementaux, il est important de respecter certaines règles de participation dans les médias sociaux et d'éthique du Net. À cet égard, un représentant du CEFRIO a souligné ceci :

« AU NIVEAU GOUVERNEMENTAL, IL Y A UN DÉFI IMPORTANT QUANT À LA LIBRE EXPRESSION QUE LES RÉSEAUX SOCIAUX SOUS-TENDENT. IL Y A UN DEVOIR DE RÉSERVE, LORSQU'ON EST EMPLOYÉ DE L'ÉTAT, QUI SE MARIE MOINS AVEC LA NOTION DES RÉSEAUX SOCIAUX. IL DEMEURE TOUTEFOIS QUE CET ASPECT EST COMPRIS ET ACCEPTÉ. EN EFFET, MÊME SI ON UTILISE LES RÉSEAUX SOCIAUX, NOUS AVONS DES OBLIGATIONS ET DES DEVOIRS. IL Y A AUSSI BEAUCOUP D'ÉDUCATION À FAIRE À L'ÉGARD DES PLUS JEUNES. [...] DONC, IL Y A CETTE ÉTAPE À FRANCHIR AU NIVEAU DE L'ÉTAT; ÊTRE SÛR QUE LE PERSONNEL EST SUFFISAMMENT ÉDUQUÉ POUR COMPRENDRE L'IMPACT ET LE RÔLE DES RÉSEAUX SOCIAUX ⁴⁵ »).

À cela, il faut ajouter un certain nombre de règles à respecter en matière de sécurité de l'information et de la protection des renseignements personnels, à la fois pour ceux qui produisent le contenu et pour ceux qui l'utilisent. Il faut aussi tenir compte d'autres considérations. Lorsqu'une institution se lance dans l'aventure des médias sociaux, il peut parfois être difficile pour elle de s'y retrouver. Quels sont les avantages d'utiliser un compte Twitter plutôt qu'une page Facebook? En quoi l'usage d'un blogue peut-il être utile pour mener à bien ses activités? Quand et comment faut-il consulter le public sur les décisions qui sont prises et quelles sont les règles à respecter pour le faire en ligne? **Tout cela exige une bonne planification, de la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats.** Nous aborderons cette question plus loin.

Un cadre législatif et réglementaire souple et flexible

Plusieurs témoins ont souligné l'importance de **bien encadrer l'utilisation des nouvelles plateformes**, que ce soit pour l'utilisation des langues officielles, le respect de la vie privée, la protection des renseignements personnels ou tout autre enjeu lié à la participation dans les médias sociaux. Le président du Conseil du Trésor a reconnu l'importance – voire même l'obligation – d'avoir des lignes directrices à cet égard ⁴⁶.

C'est ainsi que des règles ont été définies à l'échelle fédérale pour encadrer la participation dans les médias sociaux. On distingue l'usage officiel, de l'usage professionnel ou personnel. Parmi les risques possibles liés à l'utilisation des médias sociaux, il y a le respect des exigences entourant les langues officielles et l'encadrement de l'usage par les tierces parties. La ligne directrice adoptée par le SCT en novembre 2011 édicte des règles pour veiller à ce que le contenu soit dans les deux langues, que le français et l'anglais soient traités de façon égale, que l'on offre activement au public le choix d'interagir dans une langue ou dans l'autre et que l'on planifie à l'avance les besoins en matière de langues officielles (p. ex., traduction). Elle mentionne que l'usage des outils et services du Web 2.0 doit être conforme à la partie IV de la *Loi sur les langues officielles* (communications avec le public et prestation des services) et à la partie VII (développement des communautés et promotion de la dualité linguistique). Elle reste cependant muette sur les obligations prévues à la partie V (langue de travail). Cette question est plutôt abordée dans la ligne directrice adoptée en novembre 2008 qui porte sur l'usage du Web 2.0 à l'intérieur même de l'administration publique.

Quelques témoins ont tenu à rappeler que face à trop d'encadrement, certaines institutions auront tendance à se limiter aux obligations prescrites telles quelles, sans chercher à les dépasser. **Ce qui compte d'abord et avant tout, c'est d'offrir du contenu intéressant qui**

reflète la réalité des gens qui le consomment. Comme l'a indiqué une représentante de l'Office national du film du Canada (ONF) :

« LES CANADIENS VEULENT SE VOIR, QU'ILS SOIENT JEUNES OU MOINS JEUNES. ON VEUT SE VOIR DANS NOS HISTOIRES. ET SI ON PEUT LES RENDRE DISPONIBLES, SELON MOI, CE SERAIT PLUS EFFICACE QUE D'ESSAYER DE RÉGLEMENTER ⁴⁷ »).

Selon une spécialiste de l'information qui a témoigné devant le Comité sénatorial, il faut garder en tête la culture même des médias sociaux lorsque l'on s'en sert dans un contexte où **il est entendu que les communications avec le public doivent se faire dans les deux langues officielles** ⁴⁸. Cette culture est marquée par l'**instantanéité** et l'**interaction**. L'essentiel du contenu dans les médias sociaux est généré par et pour les utilisateurs. Sur cette toile de fond, les institutions ont besoin d'un cadre qui établit clairement les règles, tout en étant assez flexible pour tenir compte des besoins des utilisateurs. Lorsqu'une institution s'engage dans les médias sociaux, elle devrait donc faire en sorte de consulter les principaux intéressés et être en mesure d'ajuster ses pratiques, au besoin.

Somme toute, la très grande majorité des institutions fédérales qui ont comparu devant le Comité sénatorial s'est montrée satisfaite des lignes directrices récemment développées par le gouvernement fédéral. Tout va tellement vite dans le secteur des nouvelles technologies, que bien souvent les pratiques s'instaurent plus rapidement que l'application des lois et règlements.

Encourager l'utilisation du français

Plusieurs témoins qui ont comparu devant le Comité sénatorial ont souligné l'importance d'accroître la présence du français, tant sur la Toile que dans les nouveaux outils qui se développent, comme les applications mobiles. Ce phénomène n'est pas nouveau. De 1999 jusqu'à 2005, le Commissariat aux langues officielles a publié différentes études au sujet de l'utilisation des langues officielles sur Internet ⁴⁹. La commissaire de l'époque, Dyane Adam, avait noté des lacunes concernant la situation du français. Il semble qu'encore aujourd'hui, le gouvernement fédéral ait tout intérêt à **appuyer le développement de contenu en français**. À ce sujet, le commissaire aux langues officielles en poste, Graham Fraser, a dit :

« MICROSOFT A DÉVELOPPÉ DES PROGRAMMES EN GALLOIS. LE GOUVERNEMENT DU NUNAVUT TRAVAILLE, JE CROIS, EN COLLABORATION AVEC APPLE, POUR DÉVELOPPER DES PROGRAMMES EN INUKTITUT. À MON AVIS, LES MÉDIAS REPRÉSENTENT UNE GRANDE OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPER DE NOUVEAUX RÉSEAUX DE COMMUNICATION ENTRE FRANCOPHONES ⁵⁰ »).

La place du français prend une grande importance dans le contexte de l'appareil gouvernemental, comme l'a souligné un représentant du CEFRIO :

« SI ON PREND L'APPAREIL FÉDÉRAL, UN DES DÉFIS IMPORTANTS SERA, BIEN SÛR, CELUI DE FAIRE EN SORTE QUE LE FRANÇAIS SOIT AUSSI PRÉSENT LÀ QU'IL L'EST AILLEURS DANS D'AUTRES FORUMS ⁵¹ »).

Comme nous le verrons plus loin, des institutions fédérales ont déjà entrepris d'occuper l'espace en français sur la Toile. **Les audiences publiques ont montré qu'il faut accorder une attention toute spéciale à cette langue et qu'il faut prendre des mesures pour accroître sa présence.** Les propos de la Fédération de la jeunesse canadienne-française résument bien la situation à cet égard :

« LES ORGANISMES ET GOUVERNEMENTS DOIVENT [...] AVOIR LA CAPACITÉ DE COMMUNIQUER EN FRANÇAIS AVEC TOUTES LES MÉTHODES DE COMMUNICATIONS POSSIBLES, Y COMPRIS SUR LE WEB. IL FAUT PLUS QUE SIMPLEMENT DIFFUSER DE L'INFORMATION EN FRANÇAIS, IL EST PRIMORDIAL DE MAINTENIR DES COMMUNICATIONS BIDIRECTIONNELLES EN FRANÇAIS ⁵² ».

En somme, cette deuxième section a montré que l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux est encadrée à différents égards, notamment en ce qui a trait au respect des deux langues officielles. Normalement, toutes les institutions fédérales doivent s'engager à les respecter. Or, certains défis se posent lorsque l'on traite des activités entreprises dans l'univers du Web 2.0. Il faut être vigilant à l'égard de la pertinence, des contraintes de temps ou de l'accessibilité de l'information. Il faut assurer une utilisation adéquate des plateformes. L'encadrement requis doit être suffisant, sans l'être trop. Et il y a lieu de garantir une place de choix au français dans un univers électronique encore hautement anglicisé.

« Si on a fait de grands progrès au cours des deux dernières années, pour améliorer la couverture large bande en milieu rural, il reste encore des régions francophones qui sont mal desservies. Je pense à la péninsule de Port-au-Port à Terre-Neuve, où se trouve une grande partie de la communauté francophone de la province. Je mentionnerais aussi la région de Prince-Ouest, à l'Île-du-Prince-Édouard, ainsi que les régions rurales du sud du Manitoba. Pour ces francophones qui, souvent, utilisent encore une connexion à 56K, comme il y a 10 ans, l'accès est à la base de tout. On a beau être assis dans le siège du conducteur, si on n'a pas la clé, on n'ira nulle part. »

Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada,
Délibérations, 14 novembre 2011.

« Quant à nos communautés, celles qui sont plus susceptibles de ne pas y avoir accès sont situées à l'extrémité est de la province, soit la Basse-Côte-Nord, les îles de la Madeleine, la Gaspésie ainsi que les Cantons-de-l'Est, rien qu'en raison de leur situation géographique. Dès que vous sortez de la région métropolitaine de recensement de Sherbrooke et que vous vous rapprochez de la frontière américaine, la large bande constitue toujours un problème. »

Quebec Community Groups Network,
Délibérations, 14 novembre 2011.

L'ACCÈS DANS LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE

L'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux soulève des questionnements au sujet de l'accessibilité, peu importe le choix de la langue officielle, le lieu de résidence ou encore la condition particulière des personnes qui en font usage. Certaines personnes ont une piètre connaissance des deux langues officielles. D'autres qui demeurent dans des régions éloignées où l'accès à Internet à large bande et aux réseaux numériques semble limité. Il y a aussi des Canadiens francophones et anglophones qui ont des besoins spéciaux, notamment ceux qui souffrent de handicaps auditifs ou visuels ou qui sont analphabètes. Dans ce contexte, le Comité sénatorial s'est questionné sur l'accessibilité des nouveaux modes de communication. Cette troisième section fait état des principaux constats et défis en la matière.

Internet à large bande

L'accès : encore des lacunes dans les milieux ruraux

L'accès à Internet à large bande est apparu comme un enjeu essentiel lors des audiences publiques. Il semble en effet exister une fracture numérique selon la région où l'on habite. Le *Rapport de surveillance des communications* du CRTC publié en septembre 2012 a montré

qu'environ 97 % des ménages canadiens ont accès à un réseau à large bande, mais la disponibilité varie selon le type de technologie utilisée, selon les provinces et selon que l'on se trouve en région urbaine ou en région rurale⁵³. On peut aussi retrouver des cas où l'accès n'est pas disponible, même tout près des grandes villes, pour la simple raison qu'il n'est pas rentable pour les compagnies privées de couvrir ces régions.

Bien que le manque d'accès à Internet ne soit pas limité aux communautés de langue officielle en situation minoritaire à proprement parler, force est de constater que ces dernières, qui sont souvent situées en milieu rural, ont jusqu'à maintenant été désavantagées à ce chapitre. Ces communautés doivent surmonter un double obstacle pour accéder à Internet. Cet accès représente un facteur essentiel pour assurer leur propre prospérité et celle de leur région.

D'emblée, il faut prendre note du fait que l'élargissement de l'accès à Internet ne dépend pas seulement du gouvernement fédéral. Le CRTC est d'avis que le déploiement des services à large bande doit se faire selon une approche qui favorise le **partenariat public-privé**. Le CRTC a donc adopté des mesures réglementaires pour inciter les compagnies privées à élargir les services Internet à large bande à l'ensemble de la population canadienne. Le ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles a reconnu que la question de l'accès à Internet était complexe⁵⁴. De son côté, le président du Conseil du Trésor a rappelé que :

« [C]'EST LA RESPONSABILITÉ DE DEUX PALIERS : DU SECTEUR PRIVÉ ET DU GOUVERNEMENT. IL EST IMPORTANT D'AVOIR LA RÉGLEMENTATION ET LES DIRECTIVES POUR LE SECTEUR PRIVÉ AFIN D'AUGMENTER LEUR COUVERTURE DE LARGE BANDE, ET EN MÊME TEMPS, NOUS AVONS CRÉÉ DANS LE PLAN D'ACTION ÉCONOMIQUE UN PROGRAMME POUR LES AUTRES RÉGIONS MAL DESSERVIES AVEC LE SECTEUR PRIVÉ, AVEC UN PLAN DE FINANCEMENT POUR LA LARGE BANDE⁵⁵ ».

Dans son Plan d'action économique, le gouvernement fédéral a en effet créé le programme Large bande Canada. Ce programme vise à développer et à mettre en œuvre une stratégie d'expansion de couverture des services à large bande pour le plus grand nombre possible de ménages canadiens non desservis ou mal desservis.

« ACTUELLEMENT, LE PROGRAMME FOURNIT ENVIRON 118 MILLIONS \$ EN CONTRIBUTIONS FINANCIÈRES À 85 PROJETS (EN C.-B., ALB. MAN., ONT. QC, T.N.-O.) QUI PERMETTENT D'OFFRIR LE SERVICE À LARGE BANDE À ENVIRON 214 000 MÉNAGES AUPARAVANT NON DESSERVIS OU MAL DESSERVIS⁵⁶ ».

Selon les données les plus récentes, le programme Large bande Canada a fourni, entre 2009 et 2012, l'accès à Internet à large bande à 218 000 foyers qui étaient non desservis ou mal desservis. Le programme a cependant pris fin le 31 mars 2012. Selon l'information disponible sur le site Web d'Industrie Canada, il semble qu'aucun autre programme de déploiement de la large bande dans les régions rurales ne soit prévu pour le moment⁵⁷. Selon les données les plus récentes rendues publiques par le CRTC, seulement 83 % des

Canadiens avaient accès aux services de large bande à la maison en 2011, en hausse de 3 % par rapport à l'année précédente ⁵⁸.

Dans la mise à jour de son Plan d'action économique, rendue publique en mars 2012, le gouvernement fédéral s'est engagé à prendre d'autres mesures pour améliorer l'accès aux services à large bande en milieu rural, sans toutefois en préciser la teneur.

« LE GOUVERNEMENT RECONNAÎT QUE DES RÉSEAUX À LARGE BANDE DE GRANDE QUALITÉ SONT NÉCESSAIRES POUR REHAUSSER LES POSSIBILITÉS ÉCONOMIQUES LOCALES ET POUR DONNER ACCÈS À DE PRÉCIEUX SERVICES ⁵⁹ ».

Un rapport du CRTC publié en 2009 a montré que les communautés de langue officielle en situation minoritaire étaient désavantagées au chapitre de l'accès à Internet à large bande et a souligné au gouvernement l'urgence d'agir pour l'implantation de technologies abordables en milieu rural ⁶⁰.

Les standards et les besoins

Au Canada, la définition de la vitesse de transmission de la large bande correspond à une vitesse minimale de 1,5 mégabit/seconde (Mb/s). Lors des audiences publiques, des témoins ont noté qu'une telle vitesse n'était peut-être pas suffisante pour répondre aux besoins de la population. Aux États-Unis, l'engagement envers la large bande atteint une vitesse minimale de 4 Mb/s. En Suède, en Australie et en Finlande, l'engagement atteint plutôt 100 Mb/s. Selon un rapport récent du CRTC :

« LES BESOINS DES CANADIENS EN MATIÈRE DE SERVICES INTERNET ONT CHANGÉ DANS TOUTES LES RÉGIONS DU PAYS ET ILS NE CESSENT DE CHANGER. LES CONSOMMATEURS CANADIENS RECHERCHENT UN ACCÈS INTERNET PLUS RAPIDE, UNE PLUS GRANDE CAPACITÉ DE TRANSFERT DE DONNÉES ET UNE PLUS GRANDE FLEXIBILITÉ DE LEURS APPAREILS FIXES, MOBILES ET DE POCHE ⁶¹ ».

C'est dans cette lignée que le CRTC s'est fixé comme objectif, d'ici à 2015, de donner accès à tous les Canadiens à des services à large bande à certaines **vitesse**s minimales. Il s'attend à ce que cet objectif se réalise au moyen d'un mélange d'**investissements** et de **partenariats publics et privés**, en ciblant des vitesses d'au moins 5 Mb/s pour les téléchargements et 1 Mb/s pour les téléversements ⁶².

Des représentants du SCT ont noté que certains nouveaux modes de communications n'exigent pas beaucoup de bande passante pour assurer la communication ⁶³. Si cela est vrai pour Twitter, qui transmet l'information sous forme de micromessages, cela ne s'applique pas à l'ensemble des médias sociaux. Pour ce qui est d'Internet, les opinions varient. Les représentants du SCT étaient d'avis que :

« [C]'EST VRAI QU'IL Y A DU CONTENU QUI DEMANDE BEAUCOUP DE BANDE PASSANTE MAIS IL Y A ÉGALEMENT BEAUCOUP DE CONTENU DE TYPE TEXTE, QUI EST ACCESSIBLE MÊME SI ON N'A PAS NÉCESSAIREMENT LES DISPOSITIFS LES PLUS MODERNES ET LES PLUS HAUTES VITESSES POUR EN GARANTIR L'ACCÈS ⁶⁴ ».

Les représentants du CEFRIO, de leur côté, étaient plutôt d'avis qu'une vitesse de 1,5 Mb/s n'est pas suffisante pour répondre aux besoins. Elle peut limiter l'échange de fichiers volumineux, l'utilisation de vidéos à haute résolution diffusés sous forme de lecture en transit ou encore la participation des artistes à des rencontres de création virtuelles⁶⁵. Dans le cadre des audiences publiques, le CEFRIO a affirmé :

« PENDANT QU'ON ESSAIE DE BRANCHER LA BASSE-CÔTE-NORD OU CERTAINES RÉGIONS DE L'ESTRIE, À 1,5 MÉGABIT/SECONDE – CHEZ MOI, J'AI DU 40 MÉGABITS/SECONDE – ET À HONG KONG, ILS ONT DU 1 000 MÉGABITS/SECONDE. ALORS, CELA OUVRE DES POSSIBILITÉS AUXQUELLES LES GENS DES COMMUNAUTÉS DE LANGUES OFFICIELLES N'AURONT PAS NÉCESSAIREMENT ACCÈS SI CES COMMUNAUTÉS SONT PLAFONNÉES À 1,5 MÉGABIT/SECONDE. IL FAUT UN BON ACCÈS À INTERNET HAUTE VITESSE. [...] JE PENSE QUE LE RÔLE DU CRTC EST DE MONTER LA BARRE ET DE FAIRE EN SORTE QUE TOUS LES CANADIENS, OÙ QU'ILS HABITENT ET QUELLE QUE SOIT LEUR PREMIÈRE LANGUE OFFICIELLE, AIENT UN ACCÈS AUSSI BON ET RAPIDE QUE POSSIBLE À INTERNET HAUTE VITESSE. [...] UNE CHOSE EST CERTAINE, C'EST QU'UNE VITESSE DE 1,5 MÉGABIT/SECONDE, QUI EST LE NIVEAU DONT DOIVENT SE CONTENTER CERTAINES RÉGIONS DU CANADA, C'EST TRÈS BAS⁶⁶ ».

Une chercheuse qui a témoigné devant le Comité sénatorial a aussi fait remarquer les risques associés au manque de capacité dans certaines régions :

« CERTAINES RÉGIONS N'ONT PEUT-ÊTRE PAS ENCORE ACCÈS À INTERNET HAUTE VITESSE. LES CONTENUS EN LIGNE SONT DE PLUS EN PLUS SOPHISTIQUÉS. IL FAUT PARFOIS BEAUCOUP DE TEMPS POUR LES TÉLÉCHARGER, BEAUCOUP D'ESPACE ET DE MÉMOIRE. POUR CES RÉGIONS, IL EST DIFFICILE D'ACCÉDER À CES CONTENUS. IL EXISTE DONC UNE INÉGALITÉ SUR CE PLAN ÉGALEMENT⁶⁷ ».

Ce manque de capacité touche aussi certaines écoles de la minorité, comme l'ont montré les témoignages de la Fédération nationale des conseils scolaires francophones et de LEARN Quebec :

« EFFECTIVEMENT, PLUSIEURS ÉCOLES N'ONT PAS ACCÈS À DES BANDES PASSANTES SUFFISAMMENT LARGE[S] POUR OFFRIR DES COURS EN LIGNE⁶⁸ ».

« LORSQUE, À CERTAINS MOMENTS, LA DEMANDE EST TRÈS FORTE, IL PEUT Y AVOIR MOINS D'ACCESSIBILITÉ À CERTAINES RESSOURCES SUR [INTERNET]⁶⁹ ».

L'abonnement aux services

Par ailleurs, même s'il est vrai que l'accès aux réseaux à large bande est en cours d'amélioration, **encore faut-il que les Canadiens puissent s'y abonner de façon abordable**. Comme nous l'avons vu au début de ce rapport, il semble exister une fracture numérique selon le revenu des utilisateurs. Dans son *Rapport sur la large bande* publié en novembre 2011, le CRTC a noté que 70 % des ménages possédaient un abonnement à Internet⁷⁰. Le plus récent *Rapport sur les plans et les priorités* du CRTC a fixé à 3 % l'objectif pour l'augmentation annuelle du pourcentage de Canadiens abonnés aux services Internet à large bande de plus de 1,5 Mb/s⁷¹. Son *Rapport sur la surveillance des communications* de

septembre 2012 a noté que l'an dernier, 72 % des foyers étaient abonnés à un service Internet à large bande de 1,5 Mb/s, comparativement à 68 % l'année précédente ; en outre, quelque 54 % des ménages canadiens étaient abonnés à un service de 5 Mb/s ou plus en 2011 ⁷².

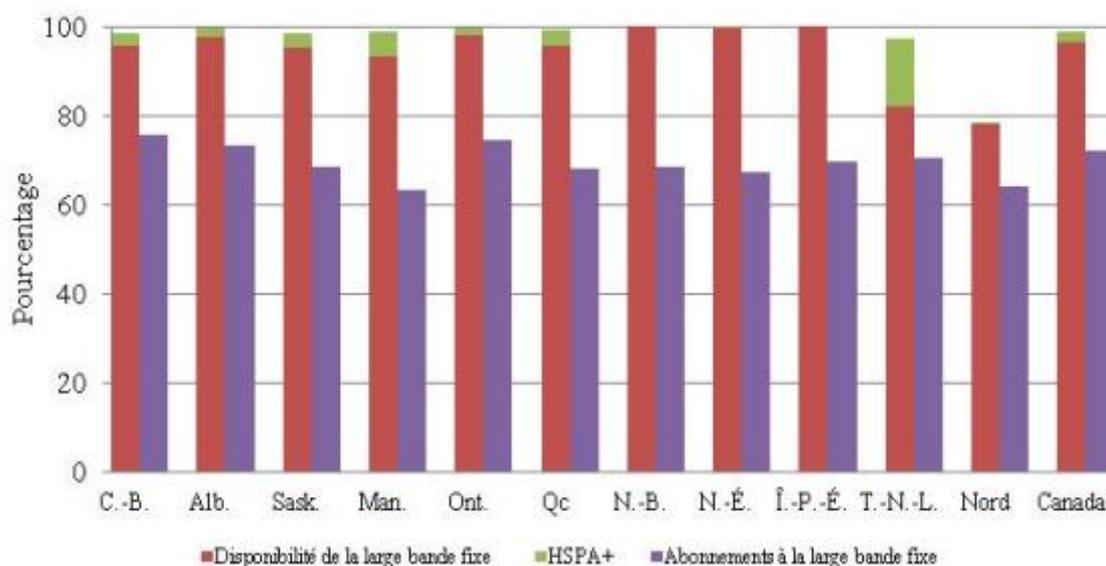
Selon une étude du centre Berkman de l'Université Harvard publiée en 2010, le Canada se classait au 20^e rang des 30 pays de l'OCDE pour les questions de prix d'abonnement à Internet haute vitesse ⁷³. Le Canada, selon le centre Berkman, a l'un des systèmes les plus pauvres du monde développé et est un exemple à ne pas suivre lorsqu'il est question des politiques qui touchent à Internet haute vitesse et à l'accès au sans-fil. En comparaison aux années antérieures, la performance du Canada n'a cessé de dégringoler en matière de pénétration. De plus, le pays connaît une piètre performance en ce qui a trait à la vitesse, à la capacité et aux prix d'abonnement. Une partie des données obtenues par le centre Berkman ont été reproduites à l'Annexe B de ce rapport. Des données récentes de l'OCDE et du CRTC montrent que la situation tend petit à petit à s'améliorer, mais il y a encore du chemin à faire pour améliorer l'abonnement aux services ⁷⁴.

Selon le CEFRIO :

« CES COÛTS ÉLEVÉS ONT UN EFFET NÉGATIF SUR LE NIVEAU DE BRANCHEMENT DE TOUS LES CANADIENS, PARTICULIÈREMENT SUR CELUI, PEUT-ON PENSER, DES CANADIENS EN SITUATION MINORITAIRE VIVANT DANS LES RÉGIONS LES PLUS DÉVITALISÉES DU CANADA ⁷⁵ ».

La figure suivante (figure 6) illustre, pour 2011, la disponibilité de la large bande selon les provinces en comparaison au taux d'abonnements à la large bande. **Elle montre que le taux d'abonnements ne suit pas nécessairement son taux de disponibilité.**

Figure 6 – Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, Canada, provinces et territoires, 2011



Source : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. 158.

Il est encore tôt pour dire si les mesures réglementaires adoptées par le CRTC pour inciter les compagnies privées à élargir les services Internet à large bande à l'ensemble de la population canadienne ont eu un réel impact sur l'abonnement aux services et les coûts qui y sont associés. Comme nous l'avons vu dans la première section de ce rapport, les données statistiques récentes tendent à démontrer qu'un **fossé numérique** persiste au Canada, à la fois du point de vue technique et socioéconomique, et qu'il varie selon les régions, le revenu et l'âge. **La faible densité de la population dans certaines régions du pays constitue sans contredit un facteur de taille dans les coûts liés au déploiement et aux frais d'abonnements des services à large bande.**

Notons au passage que depuis 1995, le Programme d'accès communautaire (PAC) d'Industrie Canada a permis de fournir un accès abordable à Internet à partir de lieux publics, comme les écoles, les centres communautaires et les bibliothèques. En 2010-2011, le programme avait permis à 694 sites d'offrir un accès Internet à 748 communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada⁷⁶. Ce programme concentrait ses efforts sur les personnes les plus touchées par le fossé numérique. Le gouvernement fédéral a mis fin à sa contribution au volet communautaire du Programme d'accès communautaire le 31 mars dernier en soutenant qu'un grand nombre de personnes ont maintenant accès à Internet à la maison ou par l'entremise de leurs appareils mobiles. Pourtant, les témoignages ont montré qu'à certains endroits, l'accès à Internet à haute vitesse demeure encore limité aux écoles ou à la rue principale⁷⁷. Le CEFRIO a convenu dans un mémoire présenté au Comité sénatorial que le soutien à la création de zones d'accès gratuit à Internet pourrait faciliter l'accès aux personnes moins fortunées⁷⁸. Cela étant, il n'est pas certain que la décision du gouvernement fédéral en ce qui concerne le PAC répondra aux besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire, notamment dans les régions où l'infrastructure n'est pas disponible ou dans celles où le coût d'abonnement est trop dispendieux.

L'innovation dans les communautés

Certaines communautés ont fait preuve d'**innovation** pour favoriser l'**élargissement de l'accès aux services d'Internet à large bande**. Ce fut entre autres le cas en Saskatchewan et au Manitoba. À ce sujet, un représentant de la FCFA a mentionné que :

« [E]N SASKATCHEWAN, L'ASSEMBLÉE COMMUNAUTAIRE FRANSASKOISE A DÉCIDÉ DE PRENDRE LE TAUREAU PAR LES CORNES ET A CRÉÉ ELLE-MÊME UNE PETITE ENTREPRISE QUI S'EST FAITE FOURNISSEUR D'INTERNET AUPRÈS DES CITOYENS D'UN VILLAGE FRANCOPHONE ENTIER EN MILIEU RURAL. [...] CEPENDANT, IL RESTE QU'AVEC LES RESSOURCES DONT L'ASSEMBLÉE COMMUNAUTAIRE FRANSASKOISE DISPOSE À L'HEURE ACTUELLE, C'EST SÛR QUE CELA DEMEURE LIMITÉ. DONC IL Y A PEUT-ÊTRE DES PISTES À EXPLORER POUR TROUVER DES SOLUTIONS QUI PEUVENT ÉGALEMENT IMPLIQUER LES COMMUNAUTÉS POUR TROUVER DES SOLUTIONS LOCALES AUX PROBLÈMES LOCAUX⁷⁹ ».

Le Comité sénatorial a reçu un représentant de l'Association des municipalités bilingues du Manitoba, qui a réalisé beaucoup de travail à ce chapitre au cours des dernières années. Le directeur général de l'organisme a décrit son expérience de la façon suivante :

« ON VOULAIT DÉMONTRER QUE NOTRE ASSOCIATION POUVAIT ÊTRE UN CHEF DE FILE ET DÉMONTRER UN LEADERSHIP CONCERNANT INTERNET ET LES OUTILS TECHNOLOGIQUES. [...] POUR NOTRE ASSOCIATION, L'IMPORTANT ÉTAIT LE DÉVELOPPEMENT DE CES OUTILS ET DE NOS COMMUNAUTÉS AFIN D'ASSURER QUE LA CULTURE ET L'IDENTITÉ LINGUISTIQUE DE NOS COMMUNAUTÉS SE MAINTIENNENT. [...] LES GROSSES COMPAGNIES DE TÉLÉCOMMUNICATION NE VOYAIENT PAS L'UTILITÉ DE FOURNIR UN SERVICE À CES CITOYENS. LES COOPÉRATIVES ET D'AUTRES ORGANISMES ONT DÉPOSÉ DES DEMANDES AUPRÈS DE PATRIMOINE CANADIEN ET INDUSTRIE CANADA. LA PROVINCE DU MANITOBA A BEAUCOUP APPUYÉ CES PROJETS ET A CONTRIBUÉ AU DÉMARRAGE DE PETITES ENTREPRISES FOURNISSEURS DE SERVICES. CES PETITES ENTREPRISES EXISTENT TOUJOURS MAIS ELLES TENTENT DE SURVIVRE. [...] UNE FOIS QUE CES PETITES COMPAGNIES ONT COMMENCÉ À OFFRIR LE SERVICE AUX CITOYENS ET CITOYENNES, LES GROSSES COMPAGNIES SE SONT MONTRÉES INTÉRESSÉES. [...] ON A PRÉCIPITÉ L'OFFRE DE SERVICES ⁸⁰ ».

L'Association des municipalités bilingues du Manitoba a très vite perçu le **potentiel du Web comme moteur de développement des communautés francophones en situation minoritaire**. Le directeur général de l'organisme a donné quelques exemples d'entreprises qui, grâce à l'accès à Internet à large bande, ont contribué au maintien de la vitalité économique dans certaines petites communautés en y créant de la richesse et des emplois. Il a commenté la situation en disant :

« SI ON N'AVAIT PAS PU OFFRIR CE SERVICE, ON AURAIT PEUT-ÊTRE PERDU 200 OU 300 EMPLOIS DIRECTS DANS LA COMMUNAUTÉ [...]. CELA A EU POUR EFFET DE REMPLIR NOS ÉCOLES ET AUGMENTER LES SERVICES ⁸¹ ».

Certains témoins, en parlant de l'accès à Internet, ont tenu à rappeler les obligations du gouvernement fédéral en vertu de la partie VII de la *Loi sur les langues officielles*. Ils ont suggéré que des **mesures positives** soient prises pour accroître l'accès à ces services dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire ⁸² ou dans les écoles de la minorité ⁸³. Cela va de pair avec une recommandation faite par le CRTC en 2009 qui se lisait comme suit :

« LE CONSEIL ESTIME PRESSANT QUE TOUS LES PALIERS DE GOUVERNEMENT, À L'INITIATIVE DES MINISTÈRES FÉDÉRAUX DU PATRIMOINE CANADIEN ET DE L'INDUSTRIE, ENCOURAGENT PAR DIVERS MOYENS (FINANCIERS ET AUTRES) L'ADOPTION ET L'IMPLANTATION DE TECHNOLOGIES ABORDABLES DANS LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE SITUÉES DANS LES RÉGIONS RURALES ÉLOIGNÉES AFIN DE LEUR GARANTIR, À COURT TERME, L'ACCÈS À [INTERNET] À LARGE BANDE. [...] LE GOUVERNEMENT POURRAIT SOUHAITER S'ASSURER QUE LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE ÉLOIGNÉES À FAIBLE DENSITÉ DE POPULATION BÉNÉFICIENT ÉGALEMENT DE CES INVESTISSEMENTS ⁸⁴ ».

Dans une réponse écrite envoyée au Comité sénatorial, Industrie Canada a indiqué ceci :

« [L]ORSQUE LES PROJETS OFFRENT OU MÈNENT À L'OFFRE DE SERVICES À LARGE BANDE À DES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE, LES BÉNÉFICIAIRES

DU PROGRAMME SOUTIENNENT ET ENCOURAGENT LE DÉVELOPPEMENT DE CES COMMUNAUTÉS EN S'ASSURANT QUE LE MARKETING ET LA PROMOTION DU PROJET VISENT À AMÉLIORER LES ACTIVITÉS DE LA MINORITÉ DE LANGUE OFFICIELLE ⁸⁵ ».

Selon les données disponibles, on ne sait pas combien des projets financés dans le cadre de Large bande Canada touchaient précisément aux communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Les réseaux mobiles

Même si le Comité sénatorial ne s'est pas attardé en détail à cet aspect, un autre commentaire qui est revenu souvent lors des audiences publiques est **le besoin d'élargir l'accès aux réseaux mobiles**. Comme dans beaucoup d'autres régions du monde, **l'heure est à la mobilité**. En juin 2010, le Comité sénatorial permanent des transports et des communications a fait paraître un rapport ⁸⁶ sur la question des communications numériques, en particulier le secteur du sans fil. Il contenait plusieurs recommandations, notamment pour faire en sorte que tous les Canadiens, y compris ceux qui vivent dans les régions rurales et éloignées, fassent partie intégrante de la société numérique.

De façon générale, les audiences publiques ont montré que les téléphones intelligents et les tablettes numériques connaissent une popularité grandissante au sein de la population. Ils constituent un nouveau moyen par lequel les Canadiens accèdent aux renseignements gouvernementaux. Comme nous le verrons plus loin, quelques institutions fédérales ont fait preuve d'innovation en développant des applications mobiles, gratuites, facilement accessibles et dans un format apprécié des utilisateurs, surtout chez les plus jeunes. Mais, là aussi, **l'accès aux réseaux mobiles n'est pas assuré partout**. C'est le cas, entre autres, dans plusieurs régions du Manitoba ⁸⁷.

Encore une fois, le président du Conseil du Trésor a tenu à rappeler les **rôles complémentaires des différents acteurs** pour assurer l'élargissement de l'accès aux réseaux numériques :

« À MON AVIS, IL EST NÉCESSAIRE D'AVOIR CETTE STRATÉGIE NUMÉRIQUE. UNE STRATÉGIE DONT LA RESPONSABILITÉ REVIENT À TOUTE LA SOCIÉTÉ, PAS SEULEMENT AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL, MÊME SI CE DERNIER A UN RÔLE À JOUER. IL S'AGIT ÉGALEMENT DE LA RESPONSABILITÉ DES PROVINCES ET DES TERRITOIRES, DE MÊME QUE DES MUNICIPALITÉS ET DES COLLECTIVITÉS ⁸⁸ ».

Bien évidemment, on ne peut passer sous silence les coûts associés à l'implantation de telles technologies. On ne peut non plus ignorer le fait que **de plus en plus de citoyens se tournent vers les téléphones intelligents et les tablettes numériques pour accéder au Web**. Le *Rapport de surveillance des communications* du CRTC publié en septembre 2012 a fait remarquer que 48 % des appareils sans fil permettent d'accéder à des services à large bande ⁸⁹. En mars 2012, le ministre de l'Industrie a annoncé qu'il prendrait des mesures pour assurer un plus grand choix et des bas prix en matière de services sans fil dans les régions rurales ⁹⁰.

Pour la FCFA, la voie numérique semble prometteuse et surtout moins coûteuse pour assurer l'accès dans certaines communautés francophones ⁹¹. Une représentante de l'ONF a donné l'exemple du Nunavut où les réseaux mobiles sont plus accessibles que la large bande. C'est pourquoi des mesures spéciales ont été prises par cette institution pour accroître l'accès à ses produits dans les écoles et les bibliothèques situées dans ces communautés ⁹². En Acadie, l'ONF a mis en place un certain nombre de salles qui offrent du cinéma numérique, un investissement de taille dans une communauté comme celle-là, aux dires de la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF) ⁹³.

La représentante de l'ONF a noté que la télé connectée et le mobile sont en voie de surpasser l'ordinateur et Internet pour ce qui est de l'accès à l'information ⁹⁴. Un représentant de la Banque du Canada et une autre du Bureau de la collectivité des communications ont reconnu qu'il était important d'assurer une offre multiplateforme afin de rejoindre le plus grand nombre possible d'utilisateurs ⁹⁵. Même son de cloche du côté de CBC/Radio-Canada, qui y voit un avantage pour assurer le rayonnement des régions dans l'ensemble du Canada ⁹⁶. Transports Canada a souligné que, malgré son absence à l'heure actuelle dans le secteur des applications mobiles, il compte occuper cet espace sous peu pour mieux rejoindre la population et faire en sorte de suivre l'évolution des tendances actuelles ⁹⁷.

Les besoins spéciaux

Il faut reconnaître que certaines personnes, en raison de leurs handicaps auditifs ou visuels, ne sont pas en mesure d'accéder à l'information disponible sur les sites Web ou dans les médias sociaux dans sa forme actuelle. Certaines personnes n'ont tout simplement pas les compétences requises en lecture. Des études récentes ont montré que **des lacunes persistent du côté de l'appropriation des nouvelles technologies par la population canadienne** ⁹⁸.

Le Comité sénatorial a voulu savoir si les institutions fédérales tenaient compte de ces contraintes dans le développement de ces nouveaux modes de communication. Des témoins ont noté qu'il existe une **norme** et des **règles** sur l'accessibilité et la facilité d'emploi des sites Web. Elles se résument comme suit :

- ▣ **Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.0** : Ces règles visent à rendre les contenus Web plus utilisables par les personnes qui ont des limitations fonctionnelles (visuelles, auditives, physiques, cognitives, neurologiques) ou liées à la parole, au langage ou à l'apprentissage. Elles fournissent un cadre commun de normalisation, à l'échelle mondiale, pour l'accessibilité des contenus Web. En tout, cinq exigences de conformité et douze règles de base sont énoncées afin de rendre le contenu plus accessible pour les utilisateurs. En ce qui concerne la langue, des mesures sont prévues pour proposer des versions de remplacement aux médias temporels, comme une interprétation en langue des signes, ainsi que pour rendre le contenu textuel lisible et compréhensible. Ainsi, un site Web doit prévoir des mécanismes pour passer facilement d'une langue à l'autre, limiter l'utilisation de mots rares ou d'abréviations et s'adapter au niveau de lecture du plus grand nombre possible d'utilisateurs ⁹⁹.

- ▣ **Norme sur l'accessibilité des sites Web** : Cette norme reconnaît qu'Internet est un élément central de l'engagement du gouvernement fédéral envers la prestation des services. Les sites Web des institutions fédérales doivent par conséquent respecter les règles acceptées à l'échelle internationale en matière d'accessibilité ¹⁰⁰.

Dans les lignes directrices du SCT qui portent sur les médias sociaux, il est recommandé que le contenu publié respecte les critères d'accessibilité. Des témoignages ont montré que cela vaudrait la peine pour le Canada de s'inspirer des pratiques internationales ¹⁰¹.

Un certain nombre de sites Web gouvernementaux demeurent inaccessibles pour ceux et celles qui ont une difficulté en lecture, qui souffrent d'un handicap ou qui n'ont pas les capacités technologiques requises pour utiliser les nouveaux outils. Il semble que les aînés soient défavorisés au chapitre des compétences acquises à l'égard des nouvelles technologies. Le CEFRIO a étudié la capacité des aînés à l'égard de leur utilisation et a fait état de son expérience au Comité sénatorial.

« LES AÎNÉS SE TROUVAIENT À L'ORDINATEUR ET DEVAIENT S'INFORMER SUR LE CRÉDIT D'IMPÔT AUQUEL ILS ONT DROIT OU L'ENSEMBLE DES SERVICES AUXQUELS ILS ONT DROIT. ON A CONSTATÉ QUE 100 % DES AÎNÉS ONT ÉCHOUÉ À CE TEST QUI CONSISTAIT À TROUVER L'INFORMATION, ET CE, MALGRÉ LE FAIT QUE CETTE INFORMATION ÉTAIT DANS LEUR LANGUE MATERNELLE. [...] L'ÉTAT A LA RESPONSABILITÉ DE S'ASSURER QUE LES CITOYENS OBTIENNENT LES INFORMATIONS DANS LEUR LANGUE MATERNELLE, MAIS ÉGALEMENT À UN NIVEAU DE LANGAGE QUI FACILITE L'ACCÈS AUX SERVICES DE L'ÉTAT ¹⁰² ».

Dans de nombreux suivis envoyés au Comité sénatorial, il est mentionné que les institutions fédérales ont procédé à l'évaluation de leurs sites Web et ont effectué les modifications qui s'imposent pour s'arrimer aux règles établies en matière d'accessibilité ¹⁰³. Il existe donc de **bonnes pratiques** en cette matière. Une représentante de l'ONF s'est exprimée ainsi au sujet de l'accessibilité du contenu :

« C'EST UNE PRÉOCCUPATION QUE NOUS AVONS. LA MAJORITÉ DES PROJETS QU'ON AVAIT SONT SOUS-TITRÉS POUR LES MALENTENDANTS. C'ÉTAIT INCLUS DANS NOTRE PROJET LORSQU'ON A LANCÉ WWW.ONF.CA. NOUS TRAVAILLONS AUSSI SUR LES BESOINS D'ACCESSIBILITÉ POUR LES GENS À MOBILITÉ RÉDUITE. PLUSIEURS PRODUCTIONS SONT DISPONIBLES POUR LES MALENTENDANTS. ON A QUELQUES ÉLÉMENTS AUSSI POUR LES NON-VOYANTS, CE QUI EST UN PEU PLUS COMPLEXE ET COÛTEUX. ON RETROUVE ÉGALEMENT DE LA VIDÉO DESCRIPTION SUR LE SITE WWW.ONF.CA, MAIS EN MOINS GRAND NOMBRE, COMPTE TENU DES COÛTS ÉLEVÉS. ON S'EST ASSURÉ QUE LE SITE COMME TEL ÉTAIT ACCESSIBLE POUR LES GENS À MOBILITÉ RÉDUITE. C'EST UN PETIT PEU PLUS COMPLIQUÉ POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PARCE QU'ON NE CONTRÔLE PAS CETTE ACCESSIBILITÉ, MAIS ON LE FAIT DIRECTEMENT SUR LA PLATE-FORME WWW.ONF.CA ¹⁰⁴ ».

D'autres institutions ont mentionné avoir pris des mesures pour rendre leurs sites Web accessibles et conviviaux (p. ex., Agence des services frontaliers Canada, Ressources humaines et Développement des compétences Canada, Santé Canada, Citoyenneté et Immigration Canada, Anciens combattants Canada) ou s'approprient à le faire (p. ex., Parcs

Canada). Des mesures pour accroître l'accessibilité des sites Web sont importantes dans le contexte particulier du respect des droits linguistiques, car les technologies peuvent varier selon la langue. Malheureusement, faute de temps, le Comité sénatorial n'a pas eu l'occasion d'approfondir plus en détail cette question.

Une représentante du Bureau de la collectivité des communications a expliqué que les médias sociaux, s'ils sont bien utilisés, peuvent contribuer à une plus grande accessibilité :

« [L]ES MÉDIAS SOCIAUX ET LES OUTILS ÉLECTRONIQUES, S'ILS SONT CRÉÉS DE FAÇON ACCESSIBLE, PERMETTENT À CES GENS-LÀ DE PARTICIPER BEAUCOUP PLUS QU'ILS NE LE POUVAIENT AUPARAVANT. LES ORDINATEURS PARLENT, LES GENS QUI NE VOIENT PAS BIEN ONT DES OUTILS QUI LEUR PERMETTENT VRAIMENT D'ACCÉDER À L'INFORMATION, D'OBTENIR LES SERVICES, MÊME S'ILS ONT DES DIFFICULTÉS COMME CELLES-LÀ. [...] C'EST POUR CELA QUE DANS LES MÉDIAS SOCIAUX [...] ON VA TOUJOURS FOURNIR DES HYPERLIENS VERS NOS SITES INTERNET OÙ L'INFORMATION EST DISPONIBLE DANS CES FORMATS ACCESSIBLES ¹⁰⁵ ».

Des initiatives ont aussi été mises sur pied par le CRTC pour améliorer l'accès des Canadiens handicapés aux services de télécommunication ¹⁰⁶. En 2010-2011, le Conseil a tenu des audiences publiques sur les entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias, afin d'établir des exigences de reddition de compte en cette matière. Un groupe de travail a été créé pour élaborer des définitions et des critères appropriés pour la production de rapports. Le CRTC a estimé à plus de 4 millions les Canadiens ayant un handicap qui pourront profiter d'un accès amélioré aux services de radiodiffusion et de télécommunication. Dans son plan triennal 2012-2015, l'organisme s'est engagé à brancher les Canadiens à des services de communications novateurs et de qualité à un coût abordable, y compris les services destinés aux Canadiens ayant un handicap ¹⁰⁷.

En somme, cette troisième section a montré que l'accès universel et abordable à Internet à large bande et aux réseaux mobiles dans l'ensemble des régions du Canada n'est pas encore assuré. Il faut s'assurer que l'accès offert réponde aux besoins des utilisateurs. En effet, on constate des variations dans le niveau de compétences des utilisateurs à l'égard des nouvelles technologies. Il faut également encourager l'innovation dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire, surtout du côté des régions rurales éloignées.

« L'utilisation du Web 2.0 au gouvernement du Canada est encore plus récente, les premiers projets pilotes remontant à tout au plus quatre ou cinq ans. Pourtant, de nos jours, chaque ministère du gouvernement du Canada a une quelconque présence dans le cadre du Web 2.0. Tous les jours, des dizaines de milliers de fonctionnaires utilisent les outils Web 2.0 internes et externes pour s'acquitter de leurs tâches officielles, se brancher à leurs collectivités professionnelles et, bien entendu, communiquer avec autrui sur le plan personnel. »

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada,
Délibérations, 31 octobre 2011.

« Il est certain que des ministères font plus appel aux médias sociaux que d'autres. [...] Chaque ministère utilise les médias sociaux suivant sa vocation et s'adresse au groupe qu'il veut rejoindre selon l'âge, le sujet ou d'autres critères. »

Bureau de la collectivité des communications,
Délibérations, 30 avril 2012.

LES MESURES PRISES PAR LES INSTITUTIONS FÉDÉRALES

Pour la grande majorité des institutions fédérales, Internet constitue le principal moyen utilisé pour rejoindre la population canadienne et lui offrir des services. Plusieurs institutions fédérales ont déjà emboîté le pas vers l'utilisation des technologies du Web 2.0, dont les médias sociaux font partie. Certaines en sont à leurs balbutiements, alors que d'autres les ont déjà intégré dans leurs façons de faire. Cette quatrième section présente un portrait sommaire de l'usage des médias sociaux, des applications mobiles, des consultations en ligne et des outils de collaboration à l'interne par les institutions fédérales. Elle expose des exemples de bonnes pratiques ainsi que les principaux défis liés à leur utilisation.

Les médias sociaux

De plus en plus d'institutions fédérales intègrent les médias sociaux à leurs stratégies de communication. Pour la très grande majorité d'entre elles, les médias sociaux sont perçus comme un **outil complémentaire** pour rejoindre la population canadienne. En d'autres mots, les médias sociaux ne remplacent pas les sites Web des institutions, ni les autres moyens plus traditionnels de communication avec le public, mais ils s'y ajoutent.

Comme nous l'avons indiqué précédemment, **ce ne sont pas toutes les institutions fédérales qui font usage des médias sociaux**. Certaines utilisent davantage Twitter, d'autres Facebook, d'autres YouTube. Certaines font un usage combiné de ces outils (p. ex., Anciens combattants Canada, Transports Canada). Certaines sont présentes sur LinkedIn ou Flickr (p. ex., Affaires étrangères et Commerce international Canada, Banque du Canada). D'autres ont mis sur pied des sites permettant le clavardage en direct (p. ex., Statistique Canada). La plupart des institutions fédérales publient de l'information en format RSS. Une

infime minorité d'entre elles ont mis sur pied des blogues (p. ex., ONF). Le témoignage d'un représentant de Statistique Canada résume bien le potentiel de ces différents outils :

« LE FORUM DE DISCUSSION S'ADRESSE À UN PUBLIC AVERTI. TWITTER REJOINT LES GENS QUI ADORENT L'ACTUALITÉ, FACEBOOK PERMET LES CONVERSATIONS PLUS ANIMÉES AVEC NOS UTILISATEURS ET LE CLAVARDAGE SE PRÊTE AUX ÉCHANGES SUR UN SUJET PRÉCIS ET ENFIN, YOUTUBE MONTRE LA STATISTIQUE EN ACTION ET REJOINT DES PUBLICS PLUS JEUNES ¹⁰⁸ ».

Le type d'usage varie selon les institutions. Certaines ne font que diriger les utilisateurs vers de l'information déjà disponible sur le site Web (p. ex., Banque du Canada, Commission de la fonction publique). D'autres utilisent ces outils de façon à engager la population dans la discussion (p. ex., séances de clavardage en direct avec les experts de Statistique Canada) ou ont l'intention de le faire dans un proche avenir (p. ex., Santé Canada). Des institutions ont refusé d'aller dans cette voie et ont restreint la capacité des abonnés à commenter l'information affichée par l'institution (p. ex., Agence des services frontaliers du Canada).

Certaines institutions profitent des médias sociaux pour faire du recrutement (p. ex., Transports Canada, Ressources naturelles Canada, Commission de la fonction publique, Banque du Canada). D'autres ont entrepris des actions ciblées pour des programmes en particulier (p. ex., programme Travailler au Canada de Ressources humaines et Développement des compétences Canada et campagne « 0 drogue pour moi » de Santé Canada). Quelques institutions utilisent les médias sociaux pour informer la population sur les avis de sécurité et les rappels (p. ex., Santé Canada, Agence de la santé publique du Canada, Transports Canada) ou pour présenter des galeries de photos en ligne (p. ex., Transports Canada, Défense nationale, Affaires étrangères et Commerce international Canada, Environnement Canada, Commission de la capitale nationale). Deux des institutions rencontrées ont dit faire usage des médias sociaux à une échelle plus régionale. La Gendarmerie royale du Canada (GRC) le fait dans certaines de ses divisions provinciales, tout comme certains postes frontaliers relevant de l'Agence des services frontaliers du Canada.

Différentes approches sont possibles pour ce qui est de l'usage de vidéos en ligne. Le format vidéo permet de présenter de l'information d'intérêt public, d'expliquer des concepts plus compliqués d'une façon simple et facile à comprendre ou tout simplement de faire la promotion des activités de l'institution. Pour ce faire, la plupart des institutions font usage de YouTube (p. ex., Transports Canada, Agence du revenu du Canada, Anciens combattants Canada, Environnement Canada, Parcs Canada, Passeport Canada, Banque du Canada, Statistique Canada, CRTC). Certaines institutions présentent les vidéos sur leurs propres sites Web (p. ex., Anciens combattants Canada, Affaires étrangères et Commerce international Canada, Commission de la fonction publique). D'autres présentent de l'information dans d'autres langues (p. ex., Citoyenneté et Immigration Canada). D'autres encore offrent de l'information sous forme de baladodiffusion (p. ex., Affaires étrangères et Commerce international Canada, Défense nationale).

L'usage de blogues publics ne semble pas très répandu au sein des institutions fédérales. L'ONF en fait un usage intensif et y voit de nombreux avantages :

« NOUS NOUS SERVONS ÉGALEMENT BEAUCOUP D'UN BLOGUE POUR PRENDRE CONTACT AVEC NOS CLIENTS. C'EST LA FAÇON IDÉALE DE METTRE EN VALEUR LES ACTIVITÉS DE L'ONF. IL S'AGIT D'UN SITE CONVIVIAL OÙ LES CINÉPHILES ET LES TECHNOPHILES DE MÊME QUE LES ÉDUCATEURS — NOUS AVONS UN BLOGUE ÉDUCATIF — PEUVENT AFFICHER DES COMMENTAIRES, INTERAGIR ET DISCUTER DES FILMS. DEUX AUTEURS SONT RESPONSABLES DU BLOGUE, L'UN FRANCOPHONE, L'AUTRE ANGLOPHONE. ILS ALIMENTENT LES SITES, QUI SONT ENSUITE TRADUITS DANS L'AUTRE LANGUE OFFICIELLE POUR ÊTRE AFFICHÉS SUR LE BLOGUE ¹⁰⁹ ».

Pour plusieurs institutions fédérales, le fait de pouvoir rejoindre un public plus jeune est un grand facteur de motivation pour susciter un engagement dans les médias sociaux.

Par exemple, Parcs Canada a permis à 32 jeunes étudiants de réaliser une vidéo mettant en valeur le patrimoine et l'histoire des parcs et des sites nationaux.

« ILS ONT MIS LEUR TALENT À L'ŒUVRE ET RACONTÉ, À LEUR FAÇON, À TOUS LES CANADIENS DE LEUR GÉNÉRATION BRANCHÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, L'HISTOIRE DE NOS LIEUX HISTORIQUES NATIONAUX, DE NOS PARCS ET DE NOS GENS, PARTAGEANT DU COUP LEUR PROPRE EXPÉRIENCE ¹¹⁰ ».

De son côté, la campagne « 0 drogue pour moi » parrainée par Santé Canada, qui vise à dissuader les jeunes de consommer de la drogue, a su attirer en date du 31 mai 2012 plus de 88 000 adeptes sur la page Facebook du ministère.

Le fait de pouvoir attirer l'attention du public de façon plus directe et moins formelle est un autre facteur de motivation pour certaines institutions.

Les médias sociaux offrent une nouvelle portée auprès de l'ensemble de la population. Un représentant de Transports Canada a noté que :

« LES MÉDIAS SOCIAUX SONT MOINS FORMELS QUE D'AUTRES MOYENS DE COMMUNICATION. ILS NOUS ONT PERMIS DE FAIRE CONNAÎTRE LE CÔTÉ PLUS HUMAIN DE NOTRE MINISTÈRE ¹¹¹ ».

Pour ce qui est du **respect des langues officielles**, certaines institutions exigent des utilisateurs qu'ils s'abonnent à deux comptes séparés, l'un en français, l'autre en anglais. C'est le cas de la majorité des institutions fédérales rencontrées (p. ex., @banqueducanada et @bankofcanada ou @Patrimoinecdn et @CdnHeritage). D'autres publient leur information dans les deux langues officielles, sur une seule page (p. ex., @CCO-BCC, @ExportDevCanada, @CitImmCanada, page Facebook « Canadian Citizenship / Citoyenneté canadienne »). Certaines institutions ont été appelées à modifier leurs pratiques en cours de route, en instaurant deux comptes distincts plutôt qu'un seul (p. ex., CRTC). Quand vient le temps d'assurer le respect des deux langues officielles pour les vidéos en ligne, certaines institutions préparent deux vidéos distinctes dans l'une et l'autre langue. D'autres font usage des sous-titres ou de voix hors champ. D'autres préparent des versions complètement bilingues.

La plupart des institutions rencontrées ont dit répondre au public dans la langue de son choix, en fonction de la langue du compte auquel celui-ci est abonné. De plus, des réponses générales sont disponibles dans chaque langue officielle lorsque l'information est susceptible de profiter à un public plus large. Cela fait en sorte que le contenu sur les comptes en français et en anglais pourra varier, selon le type de commentaires reçus de la part du public. Certaines institutions fédérales ont affirmé que les médias sociaux permettaient de rejoindre davantage les communautés de langue officielle en situation minoritaire (p. ex., Parcs Canada). Bien que nous n'ayons pas reçu d'exemple précis à ce sujet, on peut supposer que des institutions très actives pour le respect de la partie VII de la *Loi sur les langues officielles* auront une portée plus grande sur ces communautés. D'autres institutions ont indiqué que les activités dans les médias sociaux ne visaient pas spécifiquement ces communautés, mais que le fait de publier dans les deux langues officielles rendait cet objectif plus facile à atteindre (p. ex., Ressources humaines et Développement des compétences Canada).

Selon l'Index Zegouv.ca, certains comptes d'institutions fédérales dans les médias sociaux ne sont disponibles que dans une seule langue ¹¹². C'est le cas, entre autres, des comptes Twitter du Centre canadien d'hygiène et de sécurité au travail (@CCOHS) ainsi que des divisions de la GRC de Terre-Neuve-et-Labrador (@RCMPNLTraffic) et de la Colombie-Britannique (@KamloopsRMCP). D'autres irrégularités dans le respect des droits linguistiques ont été notées sur certains comptes. Par exemple, les Chaires de recherche du Canada (@CRC_CRC) gazouillent dans les deux langues, mais seule une biographie en anglais de l'institution est affichée. Du côté de Facebook, des lacunes en matière de respect de la dualité linguistique ont été notées pour les comptes du Centre d'hygiène et de sécurité au travail et du Programme des délits commerciaux de la GRC de l'Île-du-Prince-Édouard. Ces comptes ne sont en effet disponibles qu'en anglais.

En somme, lorsqu'il s'agit des médias sociaux, il semble y avoir autant de façons de faire qu'il y a d'institutions fédérales. Soulignons qu'au moment où les audiences publiques ont eu lieu, le Conseil du Trésor n'avait pas effectué de recherche formelle et définitive au sujet de la façon dont les médias sociaux du gouvernement du Canada opèrent en matière de langues officielles ¹¹³.

Les applications mobiles

Le développement d'applications mobiles est synonyme d'innovation. Le président du Conseil du Trésor a commenté au sujet des initiatives récentes du gouvernement en matière de transparence et d'utilisation des données gouvernementales en ligne. Ce genre d'initiative favorise, selon lui, le développement d'applications mobiles ou de services qui visent à rendre la vie plus facile aux utilisateurs :

« C'EST GRÂCE AU LIBRE ACCÈS AUX DONNÉES QUE CELA EST POSSIBLE. C'EST LA RÉALITÉ. PLUS IL Y AURA DE DONNÉES ACCESSIBLES, PLUS IL Y AURA D'APPLICATIONS QUI POURRONT ÊTRE DÉVELOPPÉES PAR DES ESPRITS BRILLANTS, DES ENTREPRENEURS. DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES, J'ESPÈRE. JE PENSE. JE SUIS CONFIANT ¹¹⁴ ».

En effet, **la question des langues officielles est importante lorsque l'on parle du développement d'applications mobiles**. Le fait que les applications développées à l'externe soient disponibles dès le départ dans les deux langues officielles a ressorti comme un critère de choix parmi les institutions fédérales qui en font usage. Selon un représentant d'Affaires étrangères et Commerce international Canada :

« COMME IL S'AGIT DE SOCIÉTÉS PRIVÉES, IL EST PARFOIS DIFFICILE ET ARDU DE LES CONVAINCRE D'AVOIR UNE APPLICATION EN FRANÇAIS OU DANS UNE AUTRE LANGUE. IL Y EN A BEAUCOUP DE DISPONIBLES, MAIS TOUTES NE SONT PAS BILINGUES. [...] AU TOUT DÉBUT DE L'EXISTENCE DE TWITTER, L'APPLICATION ÉTAIT UNIQUEMENT OFFERTE EN ANGLAIS. C'EST AVEC L'UTILISATION [...] QUE DE PLUS EN PLUS DE FRANCOPHONES, DE FRANCE, DE PAYS D'AFRIQUE, DE PAYS FRANCOPHONES, ONT COMMENCÉ À UTILISER L'APPLICATION ET DEMANDER QU'ELLE SOIT OFFERTE EN FRANÇAIS. [...] C'EST LA MÊME CHOSE POUR FACEBOOK, POUR YOUTUBE. IL Y A PLUSIEURS AUTRES PLATEFORMES EN CE MOMENT QUI NE SONT DISPONIBLES QU'EN ANGLAIS, MAIS C'EST AVEC LA DEMANDE DU MARCHÉ FRANCOPHONE MONDIAL QUE DES COMPAGNIES DÉVELOPPERONT LEURS PLATEFORMES DANS UNE AUTRE LANGUE, QUE CE SOIT LE FRANÇAIS, L'ANGLAIS OU UNE AUTRE LANGUE DU MONDE. [...] AU MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES, ON S'EFFORCE D'UTILISER DES PLATEFORMES BILINGUES [...] ¹¹⁵ ».

Les audiences publiques ont montré que quelques institutions fédérales ont emboité le pas vers le développement d'applications mobiles en format bilingue (p. ex., Anciens combattants Canada, Patrimoine canadien, ONF, Statistique Canada, Banque du Canada, Commission de la capitale nationale, Agence des services frontaliers du Canada, Défense nationale, Agence du revenu du Canada, CBC/Radio-Canada) ou sont sur le point de le faire (p. ex., Bureau de la traduction).

La plupart de ces institutions ont noté que de telles applications permettent de mieux rejoindre les jeunes. Une représentante de l'ONF a reconnu que son application pour iPhone a été l'élément déclencheur pour capter l'intérêt des jeunes pour ses œuvres ¹¹⁶. Une représentante de Santé Canada a fait référence au développement d'une application interactive et d'une sonnerie en ligne téléchargeable pour attirer l'intérêt des jeunes dans le cadre de la campagne « 0 drogue pour moi » ¹¹⁷. De son côté, Anciens combattants Canada estime à 25 % la proportion de sa clientèle jeunesse qui utilise ses services ; c'est pour cette raison que l'institution a décidé de mettre sur pied des applications mobiles pour mieux les rejoindre, là où ils sont ¹¹⁸.

Quelques institutions ont développé des gadgets logiciels. Dans certains cas, ces gadgets permettent aux usagers d'accéder rapidement à du contenu Web en balayant le code à barres à partir d'un appareil mobile (p. ex., Santé Canada, Commission de la capitale nationale). Dans d'autres cas, ils permettent d'avoir accès à l'information la plus récente dans un format alternatif (p. ex., Statistique Canada) ou d'accéder en direct à de l'information gratuite et mise à jour sur les possibilités d'emplois (p. ex., gadget Travailler au Canada de Ressources humaines et Développement des compétences Canada).

Les consultations en ligne

Au cours des dernières années, plusieurs institutions fédérales ont mené des activités de consultation avec le public directement sur le Web (p. ex., Patrimoine canadien, Industrie Canada, Passeport Canada, Statistique Canada, Agence de la santé publique du Canada, CRTC). **Deux des grands défis associés à ce genre d'exercice sont d'assurer le respect des obligations linguistiques et d'encourager la participation des anglophones et des francophones.** La plupart du temps, on remarque un taux de participation bien plus élevé chez les anglophones que chez les francophones, mais ce taux représente généralement de façon assez fidèle la représentation de ces deux groupes au sein de la population.

Par exemple, en mai 2012, le ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles a lancé des consultations pancanadiennes sur les langues officielles, comprenant une consultation publique en ligne et un questionnaire disponible dans les deux langues officielles. Ces consultations étaient toujours en cours au moment d'écrire ces lignes. Passeport Canada a aussi fait usage de la consultation en ligne en prévision de l'adoption du passeport électronique à sécurité accrue. L'institution a décrit son expérience de la façon suivante :

« C'ÉTAIT LA PREMIÈRE FOIS QUE NOUS PROFITONS PLEINEMENT [D'INTERNET] COMME OUTIL BILATÉRAL LIÉ À LA PARTICIPATION DES CITOYENS. NOUS AVONS RECUEILLI PLUS DE 7 200 COMMENTAIRES ET RÉPONSES À PARTIR DE NOTRE QUESTIONNAIRE. DANS L'OBJECTIF PRÉCIS D'OBTENIR UNE RÉTROACTION DES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE, NOUS AVONS ÉGALEMENT INVITÉ LA FÉDÉRATION DES COMMUNAUTÉS FRANCOPHONES ET [ACADIENNE] DU CANADA ET LE QUEBEC COMMUNITY GROUPS NETWORK À PARTICIPER AUX CONSULTATIONS ¹¹⁹ ».

Le Bureau de la collectivité des communications a aussi encouragé la participation des organismes représentant les communautés de langue officielle en situation minoritaire dans le cadre d'une consultation en ligne qu'il a menée.

« NOUS AVONS APPRIS QU'IL NE SUFFISAIT PAS D'AVOIR UN COMPTE SUR TWITTER NI DE MENER UNIQUEMENT UNE CONSULTATION EN LIGNE. EN FAIT, NOUS AVONS DÛ ALLER À L'EXTÉRIEUR ET INVITER VÉRITABLEMENT LES GENS À PARTICIPER EN LANÇANT DES INVITATIONS OFFICIELLES OU EN METTANT À CONTRIBUTION LES RÉSEAUX ET LES COLLECTIVITÉS ¹²⁰ ».

Dans le cadre de sa campagne « Notre santé, notre avenir », l'Agence de la santé publique du Canada a combiné l'usage de la consultation en ligne à d'autres stratégies de mobilisation comprenant un site Web interactif, une série de ressources d'apprentissage et des applications dans les médias sociaux, tous bilingues ¹²¹. Le CRTC, de son côté, a combiné ses consultations en ligne à la production de courtes vidéos, en français et en anglais, pour attirer l'attention des participants potentiels ¹²².

Les outils de collaboration à l'interne

Il est difficile de déterminer la situation pour les wikis et les blogues internes, puisqu'il s'agit la plupart du temps d'outils destinés à l'usage interne et pour lesquels il y a peu d'information disponible à l'externe. Somme toute, quelques institutions ont témoigné de leur expérience liée à l'usage de ce type d'outils. Quelques-unes d'entre elles ont mentionné avoir développé leurs propres mécanismes destinés à la collaboration et à l'échange des connaissances entre les employés d'un même ministère (p. ex., Passeport Canada, Ressources humaines et Développement des compétences Canada, Ressources naturelles Canada, GRC, Anciens combattants Canada, Défense nationale, Statistique Canada, SCT, École de la fonction publique, Industrie Canada).

Il existe aussi des outils pour encourager la collaboration entre les institutions fédérales. L'un des plus populaires est **GCpedia**, un espace wiki, créé en 2008, auquel participent de nombreux fonctionnaires du gouvernement du Canada. Ceux-ci y créent du contenu, échangent de l'information et collaborent pour le développement de dossiers communs. Des bulletins de nouvelles sur les médias sociaux y sont disponibles à chaque mois. Une représentante du SCT a parlé des avantages de l'outil GCpedia :

« GRÂCE A LUI, TOUS LES FONCTIONNAIRES AU PAYS PEUVENT ÉCHANGER DE L'INFORMATION AVEC LEURS COLLÈGUES. ON UTILISE GCpedia DE BIEN DES FAÇONS, ALLANT DE L'ÉCHANGE DE DOCUMENTATION OFFICIELLE, PAR EXEMPLE DES COMPTES RENDUS D'UN GROUPE DE TRAVAIL INTERMINISTÉRIEL, AUX MESSAGES AFFICHÉS PAR DES FONCTIONNAIRES SUR DES SUJETS QUI LES INTÉRESSENT PERSONNELLEMENT. LÀ ENCORE, ET TOUT COMME POUR LE COURRIER ÉLECTRONIQUE, CET OUTIL WEB 2.0 PEUT ÊTRE EMPLOYÉ POUR UNE FOULE DE SCÉNARIOS LIÉS AUX LANGUES OFFICIELLES. [...] L'EMPLOYÉ PEUT CONTRIBUER À GCpedia DANS LA LANGUE DE SON CHOIX ¹²³ ».

Un autre représentant du ministère a parlé de l'accessibilité de ces outils à un grand nombre de fonctionnaires dans l'ensemble des régions du pays :

« [L]ORSQU'ON A UN OUTIL DISPONIBLE SUR UNE BASE CENTRALE, LA MAGIE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES FAIT EN SORTE QU'IL PEUT ÊTRE PLUS FACILEMENT DISPONIBLE À L'ENSEMBLE DES UTILISATEURS TOUTES RÉGIONS CONFONDUES ¹²⁴ ».

Selon le CEFRIO, l'usage de tels outils comporte tout de même un risque : la marginalisation du français. Si les utilisateurs ne sont pas ouvertement encouragés à faire usage de ces plateformes dans la langue de leur choix, les chances sont que la langue anglaise y demeurera omniprésente. Des mesures proactives sont donc nécessaires pour encourager les employés dans les régions désignées bilingues à utiliser la langue de leur choix ; on pourrait par exemple désigner des employés dont le rôle principal est d'intervenir en français ¹²⁵.

Ressources naturelles Canada a partagé avec le Comité sénatorial une copie des lignes directrices qui ont été établies pour l'usage de son wiki dans les deux langues officielles ¹²⁶. Selon les règles établies, tout message officiel doit être publié dans les deux langues officielles. Par contre, il est permis que certaines parties du site demeurent unilingues pour

permettre aux employés de partager leurs connaissances dans la langue de leur choix. Selon une représentante du ministère :

« NOUS AVONS RÉCEMMENT REMARQUÉ QUE LE WIKI EST DE PLUS EN PLUS UTILISÉ EN TANT QU'OUTIL DE COMMUNICATION, ET PAR CONSÉQUENT, LE CONTENU EN FRANÇAIS A AUGMENTÉ. [...] L'UTILISATION DE CES OUTILS A CRÉÉ UNE CULTURE DE TRANSPARENCE, D'INCLUSIVITÉ ET DE COLLABORATION AU MINISTÈRE ¹²⁷ ».

Les bonnes pratiques

La ligne directrice adoptée par le SCT en novembre 2011 contient une série de conseils pratiques pour aider les institutions à se conformer aux exigences en matière de langues officielles. Plusieurs institutions ont, elles aussi, développé leurs pratiques exemplaires pour guider leur usage des médias sociaux. Ci-dessous, nous dressons une **liste de bonnes pratiques** tirées des témoignages devant le Comité sénatorial.

- ▣ **L'Agence de la santé publique du Canada** utilise Twitter en français et en anglais pour avertir la population canadienne des rappels d'aliments et des mises en garde contre les risques d'allergies. Elle fait l'offre active de services dans les deux langues dans les médias sociaux. Ainsi, il est possible pour les utilisateurs de trouver facilement le lien vers le compte ou la page dans l'une ou l'autre langue.
- ▣ **Anciens combattants Canada** présente la campagne « Le Canada se souvient » sur deux pages Facebook, l'une en français, l'autre en anglais. Cela permet à plus d'un demi-million de Canadiens de partager leurs souvenirs, dans la langue de leur choix, concernant des parents et des amis qui ont servi sous le drapeau canadien. De plus, une application mobile intitulée « Vétérans le méritent » a été mise à la disposition du public dans les deux langues pour trouver de l'information sur la commémoration ainsi que les services et avantages offerts aux anciens combattants. La popularité de ces outils témoigne de leur succès.
- ▣ **Service Canada** a conçu une vidéo pour sensibiliser ses employés à l'offre active de services dans les deux langues officielles et prévoit l'utiliser dans ses modules de formation sur les langues officielles, disponibles en ligne et obligatoires pour le personnel responsable de servir le public.
- ▣ **La Commission de la fonction publique** affiche les offres d'emploi sur Twitter au moyen de deux comptes, l'un en français, l'autre en anglais. Sur le portail emplois.gc.ca, elle offre des services en ligne de qualité égale en français et en anglais pour ceux et celles qui désirent postuler pour un emploi dans la fonction publique.

- ▣ **L'Office national du film** a créé un portail de ressources éducatives et met à la disposition des enseignants canadiens toute une série de produits accessibles en ligne dans les deux langues officielles. Ce programme semble connaître un grand succès auprès des écoles et des enseignants de partout au pays et il permet, entre autres, d'accroître le contenu francophone disponible aux élèves qui fréquentent les écoles de langue française en situation minoritaire. L'accès à ces produits permet aussi aux enseignants d'exposer leurs élèves aux deux cultures de langue officielle ainsi qu'aux événements marquants de l'histoire canadienne. De plus, l'institution adopte des mesures spéciales lorsque la vitesse de bande passante n'est pas suffisante, afin d'assurer l'accès à tous, peu importe le lieu de résidence.

- ▣ **Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes** a modifié ses pratiques concernant l'usage de son compte Twitter. Alors qu'il n'existait qu'un seul compte Twitter pour les nouvelles du CRTC, avec des mises à jour faites simultanément en français et en anglais, l'institution a décidé en mars 2012 d'établir deux comptes distincts dans chaque langue. Les membres du public peuvent donc s'abonner au compte de leur choix et se sentir libres d'interagir dans leur langue préférée. L'institution publie, lorsque nécessaire, de l'information générale sur ses deux comptes, en même temps, en respectant le principe de qualité égale.

- ▣ **Patrimoine canadien** a lancé en mai 2012 des consultations pancanadiennes visant à développer la prochaine stratégie fédérale en langues officielles. Un questionnaire en ligne a été mis à la disposition du public en vue d'aider Patrimoine canadien à identifier les défis et les priorités actuelles en matière de langues officielles. Le site Web de la consultation et le questionnaire en ligne sont disponibles dans les deux langues officielles et permettent aux utilisateurs de répondre dans la langue de leur choix. En outre, de nombreux programmes du ministère comportent un volet numérique qui permet d'accroître le contenu en français et en anglais. Par exemple, le Fonds du livre du Canada a permis la publication et la promotion de livres numériques en français et en anglais et de rehausser leur présence en ligne ; de son côté, le Fonds de développement culturel a exposé en ligne le patrimoine culturel et artistique des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

- ▣ **L'Agence du revenu du Canada** a ciblé son usage des médias sociaux en privilégiant Twitter et YouTube et en laissant tomber Facebook. Pour l'Agence, les deux premiers outils représentent une méthode plus rentable et plus efficace d'étendre la portée de ses activités de communications. Durant la période de production des déclarations de revenus des particuliers de 2012, l'Agence a été en mesure de multiplier le nombre de gazouillis ainsi que leur partage dans les deux langues officielles. Une quinzaine de vidéos donnant de l'information claire, concise et simple à comprendre sont disponibles sur l'un des deux canaux YouTube de l'institution, l'un en français, l'autre en anglais. Les productions vidéo sont adaptées dans chaque langue officielle et sont encodées pour les personnes malentendantes. L'Agence préfère d'ordinaire faire appel à des acteurs francophones et anglophones pour créer des vidéos uniques dans chaque langue plutôt que d'utiliser des voix hors champ.

- **Le Bureau de la traduction** a annoncé le lancement prochain d'une application mobile pour la banque de données terminologique TERMIUM®. Depuis 2009, cet outil a été rendu disponible à l'ensemble de la population canadienne par l'entremise du Portail linguistique du Canada. Il a été jugé extrêmement utile par de nombreux témoins qui ont comparu devant le Comité sénatorial. Sa disponibilité sur les appareils mobiles permettra une utilisation encore plus répandue au sein de la population, et particulièrement auprès des jeunes.
- **Parcs Canada** a établi des mesures de surveillance claires et détaillées pour surveiller l'usage des deux langues officielles dans les médias sociaux. Par exemple, l'institution s'assure que les plateformes choisies disposent d'interfaces bilingues, elle exige que les canaux anglais et français comportent des liens vers l'autre langue, elle s'assure que les applications mobiles puissent être téléchargées dans la langue de choix de l'utilisateur et elle veille à ce que toutes les vidéos unilingues comportent une version équivalente dans l'autre langue, soit à l'aide de voix hors champ ou de sous-titres.
- **Passeport Canada** a invité les représentants des communautés francophones et anglophones en situation minoritaire à participer aux consultations publiques qui ont eu lieu dans le cadre de l'adoption du passeport électronique à sécurité accrue. Ce geste est considéré comme une mesure positive au sens de la partie VII de la *Loi sur les langues officielles*.
- **Santé Canada** utilise YouTube pour aborder des enjeux sanitaires d'une façon qui n'aurait pas été possible par l'entremise d'un communiqué de presse traditionnel. L'interface est disponible dans les deux langues officielles. Jusqu'à maintenant, les chaînes anglaise et française ont attiré des visionnements dans une proportion de 2 pour 1, c'est-à-dire 260 000 visionnements en anglais et 130 000 visionnements en français. Le taux d'utilisation est donc très élevé auprès de la population francophone comparativement à sa représentation démographique.
- **Citoyenneté et Immigration Canada** utilise des identifiants communs en français et en anglais pour ses différents comptes de médias sociaux. Ainsi, le compte Twitter @CitImmCanada réfère à la fois à Citoyenneté et Immigration Canada, en français, et à Citizenship and Immigration Canada, en anglais. Sur Facebook, le ministère utilise l'URL bilingue facebook.com/CitCanada. Cela permet au public francophone et anglophone de s'y retrouver facilement.
- **Affaires étrangères et Commerce international Canada** restreint son usage des médias sociaux à des plateformes qui sont dans les deux langues officielles. Le ministère publie des messages d'intérêt public en format vidéo à l'intention des citoyens du Canada sur son propre site Web ainsi que sur YouTube. Lorsque ces produits sont en version unilingue, le ministère s'assure de fournir des sous-titres ou une transcription dans l'autre langue officielle. Les liens qui mènent vers l'autre langue sont clairement visibles, à la fois sur le site Web et sur YouTube.

- ▣ **La Banque du Canada** reste à l'affût des nouveautés technologiques et assure une offre multiplateforme (Internet, Twitter, YouTube, Flickr) pour tenter de rejoindre le public canadien en fonction de ses intérêts et de ses besoins. L'institution s'engage à respecter les lignes directrices établies par le SCT. Elle consulte régulièrement ses homologues dans d'autres banques centrales ou des institutions financières internationales en vue d'adopter des pratiques optimales en matière d'utilisation des nouvelles technologies.
- ▣ **L'Agence des services frontaliers du Canada** a mis sur pied des comptes Twitter bilingues dans 22 postes frontaliers à travers le pays dans le but de transmettre rapidement de l'information au public sur les temps d'attente à la frontière. Selon leurs besoins, les utilisateurs peuvent choisir le compte qui est le plus pertinent pour eux.
- ▣ **Environnement Canada** utilise Internet comme principal outil de communication auprès des Canadiens. La proportion des visites sur le site Web de l'institution avoisine la représentation des francophones et des anglophones au sein de la population, c'est-à-dire 24 % de visites sur la version française et 76 % de visites sur la version anglaise. L'institution s'assure en tout temps que le contenu est mis en ligne de façon simultanée et respecte le critère de la qualité égale.
- ▣ **Ressources humaines et Développement des compétences Canada** utilise depuis plusieurs années des outils de collaboration et d'échange des connaissances à l'intérieur du ministère. Cela comprend des blogues rédigés par les cadres supérieurs, un service wiki qui fonctionne partout au pays, un portail de connaissances pour les employés ainsi que des communautés de pratique en ligne. Les employés du ministère peuvent y intervenir dans la langue de leur choix.
- ▣ **La Commission de la capitale nationale** a mis en place des pratiques exemplaires qui permettent une meilleure promotion des politiques linguistiques officielles. Pour ce faire, elle intègre des contenus en ligne et hors ligne. Elle adapte ses programmes à la réalité aux besoins de chaque groupe linguistique. Elle intègre son site Web à de multiples plateformes, le rendant disponible à plus grande échelle par l'entremise de plateformes externes. Elle a mis sur pied quelque 30 projets pilotes pour affiner ses procédures et ses directives internes. Le principal but recherché est de rejoindre les visiteurs là où ils sont. L'expérience des applications mobiles développées dans le cadre de deux événements récents, comme la Fête du Canada et le Bal de neige, a connu un grand succès. De 15 à 20 % des francophones ont consulté le compte Twitter et la page Facebook qui y étaient associés. Cette stratégie multiplateforme a permis de doubler le nombre de visites sur le site Web institutionnel.
- ▣ **La Défense nationale** a développé une application mobile de lecteur de nouvelles pour iPhone et iPad qui permet d'accéder aux nouvelles du ministère. Les utilisateurs peuvent, à tout moment, passer d'une langue officielle à l'autre.

- ▣ **Transports Canada** a adopté une approche intégrée à l'égard des communications, ce qui signifie que les activités liées aux médias sociaux font partie intégrante des activités de communications du ministère. Les messages sur les médias sociaux sont produits au même moment que d'autres messages et produits de communication, et c'est pourquoi les coûts associés sont minimes. De plus, la traduction des messages se fait à l'interne, ce qui, encore une fois, a pour effet de diminuer les coûts. Les employés affectés à cette tâche possèdent une bonne connaissance des deux langues officielles.

- ▣ **La Gendarmerie royale du Canada** a établi ses propres règles internes qui touchent à l'utilisation de Facebook et de Twitter. L'institution effectue une surveillance régulière de ses comptes dans les médias sociaux. Les employés qui font usage de ces outils sont informés des obligations existantes en matière de respect des langues officielles.

- ▣ **Ressources naturelles Canada** fait usage, depuis 2007, d'un wiki qui contient plus de 10 000 pages de contenu, dont 15 % est exclusivement en français et 30 % est bilingue. Le ministère a fait œuvre de pionnier concernant l'usage d'un tel outil. Des lignes directrices ont été établies et mentionnent que les employés peuvent en faire usage dans l'une ou l'autre des langues officielles ou les deux, selon le cas. Le ministère a aussi créé des blogues, des forums de discussion, des espaces de collaboration virtuelle ainsi que le « Réseau d'expertise de RNCan », tous offerts dans les deux langues officielles.

- ▣ **Statistique Canada** a organisé, dans le cadre de la parution des données du recensement de 2011, des séances de clavardage en direct bilingues durant lesquelles une cinquantaine de participants se sont inscrits pour dialoguer en temps réel avec un expert en démographie. Lors de ces séances, une transcription intégrale est publiée dans les deux langues officielles, peu de temps après. L'institution compte réutiliser cet outil dans le cadre des prochaines diffusions du recensement.

- ▣ **CBC/Radio-Canada** a lancé il y a quelques années la plateforme de webtélé Tou.tv en collaboration avec une vingtaine de diffuseurs et producteurs partenaires. Il s'agit de la plateforme de divertissement francophone en ligne la plus importante au Canada. Elle permet d'offrir gratuitement, sur demande, du contenu francophone à l'ensemble de la population canadienne. De plus, une application gratuite permet le visionnement des vidéos de Tou.tv sur un appareil mobile.

- ▣ **Travaux publics et Services gouvernementaux Canada** installe sur chaque nouvel ordinateur de ses employés un lien bien visible menant vers le Portail linguistique du Canada. Cela a pour effet d'encourager un réflexe auprès de ces employés à l'égard de l'utilisation des deux langues officielles en milieu de travail. Il permet le recours facile à une foule d'outils linguistiques, dont la banque de données terminologique TERMIUM®.

- ▣ **L'École de la fonction publique du Canada** offre un cours qu'elle a conçu sur l'utilisation de l'outil GCPedia. Elle s'affaire également à élaborer d'autres offres de cours pour appuyer les employés de la fonction publique dans leur utilisation des médias sociaux. Pour s'assurer de combler les besoins de tous les fonctionnaires, les initiatives relatives aux médias sociaux conçues par l'École de la fonction publique seront offertes dans les deux langues officielles.

Les défis

Une question de ressources

Comme dans toute autre activité de communication, **l'engagement sur le Web et dans les médias sociaux suppose l'investissement de ressources (humaines et financières) de la part des institutions fédérales**. La plupart des institutions fédérales rencontrées dans le cadre des audiences publiques ont noté qu'Internet est un incontournable et qu'il constitue un moyen efficace de fournir des informations en temps opportun et à faible coût. Il s'agit, dans la grande majorité des cas, du principal moyen de communication utilisé. Cette plateforme est accessible en tout temps. Il s'agit d'un outil plutôt statique qui n'exige pas d'interaction soutenue avec le public. Pour la grande majorité des institutions rencontrées – pour ne pas dire toutes les institutions – il semble que les ressources sont en place pour mener à bien les activités sur le Web.

Pour ce qui est des **médias sociaux**, les pratiques varient. Compte tenu de leurs caractéristiques propres, **ces outils exigent des ressources pour répondre aux critères d'instantanéité et d'interactivité**. Les audiences publiques ont montré que certaines institutions limitent leur participation aux heures normales de bureau (p. ex., Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Transports Canada). D'autres sont plus actives et assurent une présence plus régulière, même le soir et les fins de semaine (p. ex., ONF, Bureau de la traduction). Dans certains cas, des délais de réponse de 24h ont été établis pour permettre aux employés de présenter l'information rapidement et dans une langue de qualité (p. ex., Agence des services frontaliers du Canada).

Au début des audiences publiques, il est apparu évident que le Commissariat aux langues officielles était pénalisé au chapitre des ressources. Devant le Comité sénatorial, le commissaire a affirmé ne pas avoir été en mesure de participer aux initiatives du Web 2.0 faute de ressources suffisantes pour moderniser son système informatique ¹²⁸. Dans la mise à jour de son Plan d'action économique, rendue publique en mars 2012, le gouvernement fédéral a exigé que le Commissariat réaffecte ses économies de fonctionnement pour répondre à ce problème ¹²⁹. En d'autres mots, le Commissariat devra réaffecter une partie de son budget en vue de moderniser une infrastructure informatique considérée désuète. Le commissaire s'est ainsi engagé à réaffecter, au cours des quatre prochaines années, 7,8 % de ses allocations budgétaires pour régler ce problème ¹³⁰. Dans son plus récent *Rapport sur les plans et les priorités*, il a pris les deux engagements suivants :

« LE COMMISSARIAT ÉTABLIRA [...] UNE PRÉSENCE DANS LES MÉDIAS SOCIAUX POUR SENSIBILISER DAVANTAGE LE PUBLIC, ET EN PARTICULIER LES JEUNES, À L'IMPORTANCE ET À LA VALEUR DE LA DUALITÉ LINGUISTIQUE ET DU BILINGUISME. [...] LE COMMISSARIAT [...] SENSIBILISERA LES INSTITUTIONS FÉDÉRALES À LEURS OBLIGATIONS LINGUISTIQUES LORSQU'ELLES UTILISENT LES MÉDIAS SOCIAUX POUR COMMUNIQUER AVEC LEURS EMPLOYÉS ET LE PUBLIC ¹³¹ »).

C'est le 25 septembre 2012, après que les audiences publiques eurent pris fin, que le Commissariat aux langues officielles a procédé au lancement de ses deux pages Facebook et de ses deux comptes Twitter.

Plusieurs institutions reconnaissent qu'une participation dans les médias sociaux est importante et font du mieux qu'elles peuvent avec les ressources dont elles disposent.

Des témoins ont dit ne pas être en mesure d'investir les sommes voulues pour assurer une présence adéquate dans les médias sociaux dans les deux langues officielles. C'est le cas de certaines divisions provinciales de la GRC. Un représentant de cette institution a fait remarquer que dans certaines régions éloignées du pays, les infrastructures n'existent tout simplement pas.

« À TITRE D'EXEMPLE, C'EST LA RAISON POUR LAQUELLE NOUS N'UTILISONS PAS FACEBOOK AU NUNAVUT. LES COLLECTIVITÉS QUE NOUS Y DESSERVONS NE SERAIENT PAS EN MESURE D'Y ACCÉDER. LES INFRASTRUCTURES NÉCESSAIRES ÉTANT ABSENTES, LES GENS NE POURRAIENT PAS UTILISER CET OUTIL POUR SE CONNECTER À NOTRE SITE ¹³² »).

Une spécialiste de l'information s'est montrée en faveur d'un modèle où l'information dans les deux langues officielles est fournie selon un modèle centralisé, par l'entremise d'employés déjà bilingues. Cela permet, selon elle, d'offrir des renseignements de même qualité aux francophones et aux anglophones.

« IL ARRIVE QUE CE SOIT UN FRANCOPHONE QUI RÉPONDE À DES QUESTIONS DANS LE FIL DE DISCUSSION EN FRANÇAIS ET UN ANGLOPHONE QUI LE FASSE DANS LE FIL DE DISCUSSION EN ANGLAIS. POUR DES RAISONS DE RESSOURCES EN PERSONNEL, IL SERAIT DIFFICILE D'AVOIR DEUX EMPLOYÉS, SOIT UNE PERSONNE POUR CHAQUE COMPTE. AUTRE CHOSE, NOUS SOUHAITERIONS QUE LES MÊMES INFORMATIONS SOIENT COMMUNIQUÉES AUX DEUX COMMUNAUTÉS. J'ESTIME QUE TOUT CE QUI EST AFFICHÉ DANS UN FIL DE DISCUSSION DEVRAIT L'ÊTRE ÉGALEMENT DANS L'AUTRE FIL DE DISCUSSION. JE CROIS QU'IL EST IMPORTANT D'INSTAURER UNE CERTAINE ÉQUITÉ AU NIVEAU DU PARTAGE DE L'INFORMATION ¹³³ »).

Le Comité sénatorial a demandé aux institutions fédérales rencontrées de lui fournir des données sur les budgets et les ressources consacrés à la participation dans les médias sociaux. Il semble qu'il y ait des variations selon les institutions, comme le montre plus loin le tableau 6. Comme les données qui y sont présentées sont difficilement comparables, il peut être hasardeux d'en tirer des conclusions claires. On remarque cependant que la participation dans les médias sociaux relève la plupart du temps de la section des communications de l'institution et fait appel la majorité du temps à des ressources bilingues.

Cependant, le nombre des ressources utilisées varie de moins d'un employé à 10 employés, selon le cas. Certaines institutions font appel aux traducteurs à l'interne ou passent par des services de traduction à l'externe. La plupart du temps, il s'avère difficile d'évaluer les coûts précis, car la participation dans les médias sociaux relève des activités générales de communication de l'institution. Le tableau à la page suivante (tableau 6) dresse le portrait du budget annuel et des ressources consacrées à la participation dans les médias sociaux.

Somme toute, les témoignages ont montré qu'il est important de prévoir les ressources appropriées pour accomplir les tâches tout en respectant les obligations linguistiques et en conservant la rapidité et la polyvalence des nouveaux médias. Le CEFRIO a cependant tenu à rappeler qu'en plus de la question des ressources disponibles, le respect des exigences linguistiques dans les médias sociaux exige de la volonté ¹³⁴. Un représentant de Parcs Canada a également parlé des besoins en matière de formation et de soutien aux employés, surtout chez les candidats plus âgés ou ceux qui sont moins familiers avec les nouvelles technologies ¹³⁵.

Une question de terminologie et de traduction

Se servir des médias sociaux tout en respectant les obligations linguistiques et en conservant la rapidité et la polyvalence des nouveaux médias peut représenter tout un défi. Le témoignage d'une représentante de Passeport Canada résume bien la situation :

« LES CONTENUS PEUVENT ÊTRE PRÉPARÉS À L'AVANCE, MAIS LORSQUE NOUS DEVONS AFFICHER UN MESSAGE URGENT, LA RÉVISION ET LA TRADUCTION NÉCESSITENT PLUS DE TEMPS ¹³⁶ »).

Pour les institutions fédérales, s'engager dans cette aventure signifie qu'il faut le faire dans les deux langues, en respectant les critères de rapidité et de qualité égale de l'information présentée. La ligne directrice adoptée par le SCT en novembre 2011 mentionne que les institutions doivent :

« PLANIFIER À L'AVANCE LA TRADUCTION DES PRINCIPALES ÉTAPES AFIN D'ASSURER L'ÉGALITÉ DES SERVICES ET DE LA QUALITÉ DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES ¹³⁷ »).

La majorité des institutions fédérales qui ont comparu devant le Comité sénatorial ont fait référence au **respect de la qualité égale des services et des communications dans les deux langues officielles**. Un représentant de l'Agence de services frontaliers du Canada est même allé jusqu'à dire que si ce critère ne peut être respecté, l'engagement dans les médias sociaux ne peut pas avoir lieu ¹³⁸.

Pour ce qui est de la traduction et de la révision, plusieurs institutions ont recours aux ressources à l'interne. Pour ce qui est des ressources à l'externe, les institutions y ont plus souvent recours lorsqu'elles produisent des vidéos. Les frais engagés comprennent à la fois les coûts pour la production et pour la traduction de ces vidéos.

Tableau 6 – Budget annuel et ressources consacrés à la participation dans les médias sociaux, institutions fédérales rencontrées dans le cadre des audiences publiques, printemps 2012

Nom de l'institution	Nom du secteur	Budget annuel – Montant (\$) et/ou pourcentage (%)	Ressources
Office national du film	n.d.	5 % annuellement du budget des frais d'exploitation consacré au virage numérique	Deux employés responsables d'un compte dans chaque langue
Passeport Canada	Direction des communications	88 000 \$ 70 725 \$ (salaires et production de vidéos)	Employés bilingues de l'équipe des Communications ; révision à l'interne surtout
Environnement Canada	Direction générale des communications	85 000 \$ 25 000 \$ (salaires, logiciels et formation) 1 % du budget de la Direction	Employés bilingues, soit l'équivalent d'un équivalent temps plein (ETP) ; soutien interne et externe pour la révision et la traduction, selon la nature du projet
Agence des services frontaliers du Canada	Direction des communications	n.d.	Employés bilingues, soit l'équivalent de deux ETP ; révision à l'interne
Parcs Canada (suite...)	Direction générale des relations externe et de l'expérience du visiteur	60 000 \$ (recherche, développement de politiques et stratégies, recours à des services externes à l'occasion) 0,01 % du budget de l'Agence	Plusieurs employés bilingues, soit l'équivalent de 10,5 ETP ; soutien interne et externe pour la révision et la traduction, selon la nature du projet

Nom de l'institution	Nom du secteur	Budget annuel – Montant (\$) et/ou pourcentage (%)	Ressources
Ressources humaines et Développement des compétences Canada	Différentes équipes (p. ex., Direction du Web ministériel, Direction des services médiatiques, Unité des communications, etc.)	758 000 \$ (budget global, salaires et production de vidéos) De 1,25 % à 14 % du budget des équipes	Employés qui s'occupent uniquement des médias sociaux dans différentes équipes du ministère, soit l'équivalent de 8,88 ETP dans l'ensemble du ministère
Santé Canada	Direction générale des communications (Santé Canada et Agence de la santé publique du Canada)	172 000 \$ (salaires, Santé Canada)	Traduction et révision à l'interne ; fonction intégrée à l'équipe des communications des deux institutions, soit l'équivalent de 2 ETP
Citoyenneté et Immigration Canada	Équipe chargée du site Internet	75 000 \$ à 80 000 \$ (salaires)	Employés bilingues, soit l'équivalent d'un ETP ; révision à l'interne
Commission de la capitale nationale	Direction de l'Expérience de la capitale, des communications et du marketing	60 000 \$ + 5 000 \$ (salaires et coûts pour le développement de produits particuliers)	Un employé bilingue qui s'occupe uniquement des médias sociaux, soit l'équivalent d'un ETP, appuyé par d'autres employés à l'interne
Gendarmerie royale du Canada	Services nationaux de communication	n.d.	n.d.
Agence de la santé publique du Canada	Direction générale des communications (Santé Canada et Agence de la santé publique du Canada)	172 000 \$ (salaires)	Recours à des services de traduction à l'externe et à la révision à l'interne ; fonction intégrée à l'équipe des communications des deux institutions, soit l'équivalent de 2 ETP
Anciens combattants Canada (suite...)	n.d.	n.d.	n.d.

Nom de l'institution	Nom du secteur	Budget annuel – Montant (\$) et/ou pourcentage (%)	Ressources
Banque du Canada	Service des cybercommunications	(les médias sociaux ne font pas partie d'un poste budgétaire particulier)	Divers employés bilingues
Transports Canada	Groupe des communications et du marketing	(salaires et coûts ponctuels pour certaines campagnes)	Employés bilingues, soit l'équivalent de deux ETP, appuyés par d'autres équipes
Affaires étrangères et Commerce international Canada	Directeurs généraux (BCD et CSM)	De 150 000 \$ à 200 000 \$ 10 000 \$ (salaires, traduction de la trousse d'outils des médias sociaux)	Employés bilingues, soit l'équivalent d'un ETP, appuyé par d'autres agents du ministère ; révision à l'interne
Défense nationale	Groupe des affaires publiques (GAP)	(salaires et traduction, couverts par le budget du GAP)	Employés bilingues, soit l'équivalent de 0,5 ETP pour le personnel régulier et de 0,33 ETP pour le personnel militaire
Ressources naturelles Canada	Centre d'expertise sur les médias sociaux	120 000 \$ (salaires)	Employés bilingues, soit l'équivalent de 1,7 ETP
Statistique Canada	Section du rayonnement et des médias sociaux (dans la Division des communications)	106 000 \$ (salaires, développement de produit, infographie, traduction)	Employés bilingues, soit l'équivalent de 1,33 ETP
Agence du revenu du Canada	Direction générale des affaires publiques	90 000 \$ (salaires) 0,18 % du budget total de la Direction	Employés bilingues, soit l'équivalent 1,5 ETP

Sources : *Délibérations* ; Notes envoyées aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 6 juin 2012, 12 juin 2012, 13 juin 2012 et 5 septembre 2012.

De son côté, le Bureau de la traduction offre des services de traduction aux institutions fédérales qui en ont besoin sous la forme de recouvrements des coûts. Avec l'arrivée des médias sociaux, l'institution et ses traducteurs ont dû s'adapter à la nouvelle réalité de l'instantanéité des communications.

« LES WIKIS, BLOGUES ET AUTRES MÉDIAS SOCIAUX FONT EN SORTE QUE NOUS SOMMES BRANCHÉS SUR L'ACTUALITÉ 24 HEURES SUR 24, 7 JOURS SUR 7 ¹³⁹ ».

Certains témoignages ont fait ressortir les risques associés à l'usage d'un français de moindre qualité sur les nouvelles plateformes électroniques. En effet, la rapidité associée aux nouveaux médias fait en sorte que certains utilisateurs accorderont moins d'importance à la qualité de la langue utilisée. À ce sujet, une représentante du SCT a fait remarquer que :

« LA VITESSE DE CRÉATION ET D'ÉMISSION FAIT EN SORTE QUE CHAQUE INDIVIDU NE PRENDRA PEUT-ÊTRE PAS LE RECUIL POUR VÉRIFIER SON ORTHOGRAPHE ET LA RICHESSE DE SON VOCABULAIRE. [...] C'EST LE RISQUE DE TOUT NOUVEL OUTIL. ON PEUT TOUJOURS LES UTILISER AVEC UN MANQUE DE RIGUEUR. [...] C'EST LE CHOIX DE CHAQUE INDIVIDU QUI PUBLIE UN DOCUMENT DE S'ASSURER QU'IL UTILISE UNE LANGUE DE QUALITÉ ¹⁴⁰ ».

Le Bureau de la traduction a affirmé jouer un rôle actif auprès des institutions fédérales qui font appel à ses services en aidant ces dernières à respecter les exigences de la *Loi sur les langues officielles* alors qu'elles intègrent les médias sociaux à leurs modes de communication interne et externe ¹⁴¹. Le CEFRIO a ajouté qu'il ne faut pas s'inquiéter du phénomène outre mesure lorsque les utilisateurs sont conscients qu'ils doivent changer le niveau de langage selon le forum utilisé ¹⁴². Ainsi, il faut s'attendre à ce que la qualité de la langue ne soit pas la même dans un contexte personnel comparativement à un contexte professionnel.

De plus, des témoins ont souligné que toute traduction constitue une adaptation. Ainsi, pour assurer une qualité égale il faut mettre à jour l'information simultanément dans les deux langues officielles, bien sûr, mais également faire en sorte que le contenu soit équivalent dans les deux langues, et non pas nécessairement identique. À ce sujet, une représentante de l'ONF a dit :

« LE SITE COMME LES APPLICATIONS SONT COMPLÈTEMENT BILINGUES. S'ILS NE SONT PAS IDENTIQUES, C'EST QUE NOUS AVONS DES FILMS DIFFÉRENTS EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS, ET NOUS FOURNISSONS AUTANT QUE POSSIBLE DES VERSIONS SOUS-TITRÉES DANS LES DEUX LANGUES ¹⁴³ ».

Plusieurs témoins ont souligné le défi que représente la limite de 140 caractères de Twitter, surtout du point de vue de la terminologie à utiliser. Ce problème vaut autant pour les francophones que les anglophones, bien qu'il représente un défi supplémentaire en français. Un représentant du Bureau de la traduction a résumé sa pensée de la façon suivante :

« LE DÉFI N'EST PAS TELLEMENT LA TRADUCTION, MAIS C'EST LE TEMPS QUI EST TRÈS COMPRIMÉ. ET SURTOUT QUAND ON PARLE DE TWITTER, LES GAZOUILLIS, LA PENSÉE EST COMPRIMÉE. IL S'AGIT DONC DE BIEN COMPRENDRE LA PENSÉE DE L'AUTEUR POUR POUVOIR LA RENDRE. LE DÉFI EST LÀ ¹⁴⁴ ».

Dans ce contexte où l'usage des nouvelles plateformes se répand comme une traînée de poudre, il peut être difficile d'encourager l'utilisation de termes en français. Par exemple, même si l'on peut dire que les utilisateurs de Twitter « gazouillent », la plupart du temps c'est le verbe « tweeter » qui fait partie de leur vocabulaire. Malgré ces remarques, il semble y avoir du potentiel du côté de l'usage des banques de terminologie et de leur capacité d'influence sur l'usage du français en ligne. Selon un chercheur qui a comparu devant le Comité sénatorial :

« JE PENSE QU'UN DES FACTEURS TRÈS IMPORTANTS POUR LE MAINTIEN D'UNE LANGUE DE QUALITÉ EN CE QUI A TRAIT À LA TERMINOLOGIE, C'EST LA CAPACITÉ DE POUVOIR PROPOSER RAPIDEMENT DES TERMES FRANÇAIS LORSQUE SURVIENNENT DES TERMES ANGLAIS. [...] AUJOURD'HUI, GRÂCE AU WEB 2.0, ON PEUT CONSULTER DES BANQUES DE TERMINOLOGIE PARALLÈLES ALIMENTÉES PAR TOUT UN CHACUN, DANS SA LANGUE. C'EST UN PHÉNOMÈNE INTER-LINGUISTIQUE ET PLURILINGUISTIQUE. IL Y A DES GENS ENTHOUSIASTES ET PASSIONNÉS PAR UN DOMAINE ET QUI VEULENT CONTRIBUER EN METTANT L'ÉQUIVALENT FRANÇAIS POUR LEURS PASSE-TEMPS. [...] ON PEUT PENSER QUE PLUS LES FRANCOPHONES DANS LE MONDE COMMUNIQUE[RO]NT ENTRE EUX, PLUS ILS VONT S'ENTENDRE SUR UNE TERMINOLOGIE COMMUNE QUI LEUR PERMETTRA DE COMMUNIQUER DE FAÇON EFFICACE ¹⁴⁵ ».

Selon ce chercheur, le Web 2.0 peut favoriser la diffusion des connaissances et la création d'une terminologie en français qui trouverait consensus auprès des usagers. Il a commenté les initiatives récentes du gouvernement fédéral de la façon suivante :

« IL EXISTE DES LOGICIELS DÉVELOPPÉS [...] AU CENTRE DE RECHERCHE EN TECHNOLOGIE LANGAGIÈRE, DE L'AUTRE CÔTÉ DE LA RIVIÈRE. JE PENSE À UN PRODUIT COMME WEBITEXT, QUI VA PRENDRE TOUS LES DOCUMENTS SUR LES SITES « GC.CA », VA FAIRE UNE RECHERCHE D'UN TERME ANGLAIS ET TROUVER LA PHRASE CORRESPONDANTE EN FRANÇAIS OÙ LE TERME A ÉTÉ TRADUIT. DANS TOUTES LES PAGES WEB « GC.CA », LES RÉSULTATS VONT ÊTRE PRÉSENTÉS AUX UTILISATEURS. C'EST TRÈS PRÉCIEUX POUR TOUS LES LANGAGIERS, QU'ILS SOIENT TRADUCTEURS, TERMINOLOGUES, RÉDACTEURS, RÉVISEURS OU INTERPRÈTES SANS DOUTE ÉGALEMENT ¹⁴⁶ ».

Un représentant du Bureau de la traduction a reconnu lui aussi le potentiel des technologies langagières pour faire face aux défis de l'instantanéité, de la rapidité et de la qualité de la langue. Il a cependant fait remarquer que dans les universités canadiennes qui enseignent la traduction, la question des médias sociaux n'a pas encore été abordée de front ¹⁴⁷.

De nombreux témoins ont vanté le potentiel de la banque de données terminologique TERMIUM[®], qui contient plus de quatre millions de termes en français et en anglais et dont l'usage a été généralisé à l'ensemble de la population canadienne grâce à l'appui financier prévu dans la *Feuille de route pour la dualité linguistique canadienne*. Pour un représentant du SCT, cet outil permet un appui à la qualité de la langue dans la société canadienne ¹⁴⁸. Il est utilisé par les fonctionnaires, les rédacteurs, les traducteurs, les enseignants et les étudiants d'ici et d'ailleurs. Une application mobile TERMIUM[®] est également sur le point d'être lancée. Selon les représentants du Bureau de la traduction :

« CES RESSOURCES PERMETTENT AUX UTILISATEURS DE PERFECTIONNER LEURS COMPÉTENCES EN FRANÇAIS OU EN ANGLAIS. LES INTERNAUTES CANADIENS PEUVENT VISITER LE PORTAIL AFIN DE TROUVER TOUT CE DONT ILS ONT BESOIN POUR ÉTUDIER, TRAVAILLER ET COMMUNIQUER PLUS EFFICACEMENT DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES ¹⁴⁹ ».

Une question de visibilité

La plupart des institutions fédérales qui ont témoigné devant le Comité sénatorial se sont entendues pour dire que **l'usage des médias sociaux permet d'accroître la visibilité et de rejoindre davantage de personnes**. Le témoignage d'une représentante de l'Agence du revenu du Canada résume bien la situation :

« NOUS N'EN SOMMES QU'AUX BALBUTIEMENTS DE CETTE DÉMARCHE, MAIS IL EST ABSOLUMENT ESSENTIEL QUE NOUS NOUS EFFORCIONS D'INFORMER LE PUBLIC DE L'EXISTENCE DE CES OUTILS AFIN DE CONTINUER À CROÎTRE. BIEN SÛR, SI LES GENS TROUVENT CES OUTILS UTILES, ILS EN INFORMENT LEURS AMIS, ET C'EST LÀ QUE RÉSIDE LE POUVOIR DES MÉDIAS SOCIAUX ¹⁵⁰ ».

Une représentante de CBC/Radio-Canada a offert un témoignage semblable :

« IL EST CERTAIN QUE NOUS DEVONS ÊTRE LÀ OÙ LES USAGERS SE TROUVENT. LA PLUPART DE NOS ÉMISSIONS ONT UN COMPTE FACEBOOK, UTILISENT TWITTER, LES MÉDIAS SOCIAUX, NON SEULEMENT POUR ENCOURAGER LA CONVERSATION, LE DÉBAT, L'ÉCHANGE D'OPINIONS, LA DIVERSITÉ DES VOIX SUR TOUTES SORTES DE SUJETS, MAIS AUSSI POUR REJOINDRE DES GENS QUI POTENTIELLEMENT NE SAURAIENT PAS QUE RADIO-CANADA EXISTE OU QUE CERTAINES ÉMISSIONS OU CERTAINS CONTENUS SONT DISPONIBLES ¹⁵¹ ».

Or, même si une institution assure une présence dans les médias sociaux, elle n'est pas nécessairement visible auprès du public. La plupart des institutions fédérales rencontrées ont affiché visiblement, parfois sur la page principale de leur site Web, parfois ailleurs sur le site, les liens menant vers les différentes plateformes de médias sociaux. Certaines utilisent leurs réseaux existants pour garantir une plus grande visibilité (p. ex., Statistique Canada, Ressources naturelles Canada).

Plusieurs institutions qui ont comparu devant le Comité sénatorial en sont arrivées au constat que les comportements des francophones et des anglophones varient en ce qui concerne l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux. Pour que les activités des institutions fédérales soient visibles, il faut qu'elles soient adaptées aux besoins et aux intérêts des publics cibles. Une représentante de l'ONF a fait remarquer qu'il est important de s'ajuster à l'auditoire, puisque les francophones et les anglophones ne consomment pas le même genre de contenu ¹⁵². Un représentant du CRTC a fait remarquer que les anglophones utilisent Internet et les médias sociaux beaucoup plus que les francophones ¹⁵³.

Au sujet de la visibilité des institutions fédérales auprès des francophones en situation minoritaire, un représentant de la FCFA a affirmé ceci :

« JE NE SUIS PAS SÛR DANS QUELLE MESURE LES GENS SONT AU COURANT DU FAIT QUE LES INSTITUTIONS FÉDÉRALES SONT PRÉSENTES ET ACTIVES DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES ¹⁵⁴ ».

D'autres témoins ont souligné les besoins différents des membres de ces deux groupes linguistiques en matière de contenu et d'information recherchée. À ce sujet, une représentante de l'Agence de la santé publique du Canada a donné l'exemple suivant :

« IL EST [...] DEVENU MANIFESTE QUE LES FRANCOPHONES ET LES ANGLOPHONES AVAIENT PARFOIS DES BESOINS ET DES INTÉRÊTS DIFFÉRENTS EN MATIÈRE DE RENSEIGNEMENTS. EN PARTICULIER, LA QUESTION LIÉE À LA GROSSESSE ET AUX VACCINS REVÊTAIT UN INTÉRÊT SPÉCIAL POUR LES FRANCOPHONES. À LA LUMIÈRE DE CETTE CONSTATATION, L'AGENCE A RAPIDEMENT AJUSTÉ SA CAMPAGNE DE MARKETING SUR GOOGLE POUR RENDRE CE TYPE DE RENSEIGNEMENTS PLUS ACCESSIBLE À CETTE COLLECTIVITÉ. D'APRÈS NOTRE RECHERCHE, LES ANGLOPHONES ONT TENDANCE D'AVANTAGE À CHERCHER DES RENSEIGNEMENTS SUR LA VACCINATION, LES DÉTERMINANTS DE LA SANTÉ ET LES SYMPTÔMES DES MALADIES ¹⁵⁵ ».

Une représentante d'Anciens combattants Canada a offert un témoignage semblable et a dit souhaiter accroître sa présence auprès de la population francophone:

« FAIT À NOTER, LES CONVERSATIONS DIRIGÉES PAR LE PUBLIC MENÉES SUR LA PAGE FRANCOPHONE DE FACEBOOK ONT TENDANCE À PORTER D'AVANTAGE SUR NOS ACTIVITÉS MILITAIRES ACTUELLES. QUANT À LA PAGE ANGLOPHONE, ELLE SEMBLE D'AVANTAGE AXÉE SUR DES THÈMES PLUS TRADITIONNELS, TELS QUE LE SOUVENIR DES PERSONNES QUI ONT PRIS PART À LA PREMIÈRE OU À LA SECONDE GUERRE MONDIALE. DE PAR LEUR NATURE, LES MÉDIAS SOCIAUX OFFRENT LA SOUPLESSE NÉCESSAIRE POUR FAIRE EN SORTE QUE LES CONVERSATIONS ET LES RENSEIGNEMENTS SOIENT ASSUJETTIS AU CHOIX LINGUISTIQUE DE L'UTILISATEUR. [...] NOUS VOULONS ACCROÎTRE NOTRE VISIBILITÉ AUPRÈS DE LA POPULATION FRANCOPHONE ¹⁵⁶ ».

Le Comité sénatorial a demandé aux institutions fédérales rencontrées de lui fournir des données sur la fréquentation par les francophones et les anglophones des sites Web et des comptes de médias sociaux. En examinant ces données, on constate des écarts importants entre les institutions lorsque l'on jette un coup d'œil aux statistiques sur la fréquentation de leurs sites Web, pages Facebook et comptes Twitter. Certaines activités en ligne sont définitivement plus populaires que d'autres. Certaines institutions rejoignent davantage les francophones que d'autres.

Par exemple, la page Facebook « Le Canada se souvient » mise sur pied par Anciens combattants Canada comptait tout près de 645 000 mentions « j'aime » au 31 mai 2012. De ce nombre, seuls 7 % des gens étaient abonnés à la page française. Soulignons au passage que la popularité de cette page a augmenté de 75 % si l'on compare les mentions « j'aime » obtenues avant et après la Semaine des combattants ¹⁵⁷.

Les pages Facebook de Statistique Canada et de l'Agence des services frontaliers du Canada, de leur côté, ne comptaient respectivement que 580 et 425 mentions « j'aime » à pareille date. Pourtant, la page française de Statistique Canada arrivait à rejoindre les francophones dans une proportion de 32 %.

Dans certains cas, la capacité de rejoindre le public varie selon le média social utilisé. Par exemple, la GRC arrive à rejoindre les francophones dans une proportion de 25 % sur Twitter, mais cette proportion chute à 4 % sur Facebook.

Le tableau suivant (tableau 7) dresse un portrait varié de la fréquentation par les francophones et les anglophones des sites Web et des comptes de médias sociaux dans les institutions fédérales rencontrées par le Comité sénatorial.

Tableau 7 – Fréquentation par les francophones et les anglophones des sites Web ⁱ, pages Facebook et comptes Twitter ⁱⁱ des institutions fédérales rencontrées dans le cadre des audiences publiques, printemps 2012

Nom de l'institution	Site Web (% selon le nombre de visites)		Facebook (% selon le nombre de cliques « j'aime »)		Twitter (% selon le nombre d'abonnements)	
	Anglo.	Franco.	Anglo.	Franco.	Anglo.	Franco.
Office national du film	67	33	59	41	74	26
Passeport Canada	67	33	77	23	76	24
Environnement Canada	76	24	73	27	88	12
Agence des services frontaliers du Canada	n.d.	n.d.	80	20	83	17
Parcs Canada ⁱⁱⁱ	81	16	86	14	89	11
Ressources humaines et Développement des compétences Canada ^{iv}	87	13	65	35	81	19
Santé Canada ^v	72	28	73	27	83	17
Commission de la capitale nationale ^{vi}	85	15	80	20	85	15
Citoyenneté et Immigration Canada ^{vii}	85	11	83	12	85	15
Gendarmerie royale du Canada ⁱⁱⁱ	80	15	96	4	75	25
Agence de la santé publique du Canada	79	21	83	17	83	17
Anciens combattants Canada ^{viii}	n.d.	n.d.	93	7	86	14
Banque du Canada	78	22	n.d.	n.d.	90	10
Transports Canada (suite...)	81	19	76	24	81	19

Nom de l'institution	Site Web (% selon le nombre de visites)		Facebook (% selon le nombre de cliques « j'aime »)		Twitter (% selon le nombre d'abonnements)	
	Anglo.	Franco.	Anglo.	Franco.	Anglo.	Franco.
Affaires étrangères et Commerce international Canada	87	13	n.d.	n.d.	86	14
Défense nationale	81	19	n.d.	n.d.	94	6
Ressources naturelles Canada	80	20	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Statistique Canada	86	14	68	32	78	22
Agence du revenu du Canada	89	11	n.d.	n.d.	89	11

- i Sites Web ministériels seulement.
- ii Sauf exception, ces données reflètent la présence institutionnelle dans les médias sociaux. Lorsque non disponible dans les *Délibérations* ou les suivis envoyés par les institutions fédérales, l'information concernant les abonnements dans les comptes de médias sociaux est fondée sur les données disponibles au 31 mai 2012.
- iii Un petit pourcentage des pages Web visitées sont bilingues.
- iv Le ministère n'assure pas de présence institutionnelle sur Facebook. Ces données touchent au programme Travailler au Canada.
- v Le ministère n'assure pas de présence institutionnelle sur Facebook. Ces données touchent à la campagne « 0 drogue pour moi », ainsi qu'aux initiatives « Canadiens en santé » et « Premières Nations et Inuit en santé » (taux global).
- vi La commission n'assure pas de présence institutionnelle sur Facebook et sur Twitter. Ces données touchent aux activités liées à la Fête du Canada et au Bal de neige (taux global).
- vii Certaines données n'ont pu être identifiées pour ce site Web en raison de contraintes de nature technique.
- viii Le ministère n'assure pas de présence institutionnelle sur Facebook. Ces données touchent à l'initiative « Le Canada se souvient ».

Sources : *Délibérations* ; Notes envoyées aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 6 juin 2012, 12 juin 2012, 13 juin 2012 et 5 septembre 2012 ; abonnements dans les comptes de médias sociaux en date du 31 mai 2012.

Des témoins ont fait remarquer que la visibilité auprès du public francophone et anglophone va de pair avec un juste équilibre de l'information présentée. Une représentante de l'ONF s'est exprimée ainsi à ce sujet :

« C'EST UN ÉQUILIBRE DÉLICAT CAR, SI ON FAIT TROP DE PROMOTION, ON S'APERÇOIT QU'ON PERD AUSSI LES GENS. IL FAUT TROUVER DE L'INTÉRÊT POUR EUX [...]. [...] LE TOUT N'EST PAS QUE LES GENS SOUSCRIVENT À L'ONF, IL FAUT AVOIR UN CONTENU INTÉRESSANT ET RICHE QUI FERA QU'ILS S'ABONNERONT ENCORE PLUS ¹⁵⁸ ».

Une spécialiste de l'information interrogée par le Comité sénatorial a souligné l'importance d'identifier des pratiques exemplaires pour ce qui est de l'aspect relationnel des médias sociaux ¹⁵⁹. En d'autres mots, il faut tenir compte de la préférence des utilisateurs et prendre les moyens nécessaires pour les rejoindre de la façon la plus efficace qui soit. Une bonne connaissance de ces besoins suppose un certain degré de consultation ¹⁶⁰.

Une question de planification

Plusieurs témoins ont insisté sur l'importance d'effectuer une **planification adéquate** lorsque vient le temps de publier de l'information sur le site Web ou de s'engager dans les médias sociaux. **Souvent, lorsque cette étape est prise au sérieux, meilleure est la performance en matière de langues officielles.**

La décision de s'engager ou non dans les médias sociaux peut s'inspirer des pratiques établies dans d'autres institutions. Elle peut faire l'objet d'une stratégie plus ou moins élaborée, selon le cas. Elle peut aussi passer par des projets-pilotes. Un représentant du CRTC a décrit son expérience de la façon suivante :

« LE CRTC A MENÉ UN PROJET PILOTE POUR L'UTILISATION DE TWITTER LORS D'UNE AUDIENCE PUBLIQUE EN JUIN DERNIER. TOUTES LES COMMUNICATIONS DU CRTC ÉTAIENT DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES, Y COMPRIS LES MOTS CLICS ET LES RÉPONSES EN TEMPS RÉEL QUE LE PERSONNEL DONNAIT AUX QUESTIONS QUI NOUS ÉTAIENT POSÉES. NOUS Y AVONS VU AUSSI L'OCCASION D'AMÉLIORER LES CONNAISSANCES DU PUBLIC SUR NOTRE MANDAT ET DE CORRIGER MYTHES, RUMEURS ET INFORMATIONS ERRONÉES RAPIDEMENT. SUITE À CE PROJET PILOTE, LE CRTC JOUIT AUJOURD'HUI D'UNE PRÉSENCE ACTIVE SUR TWITTER ¹⁶¹ ».

Au moment où les audiences publiques ont eu lieu, le CRTC mettait la dernière touche au développement d'un plan axé sur les médias sociaux pour 2012-2013 ¹⁶². De son côté, la Commission de la fonction publique a décrit son approche de la façon suivante :

« [I]L EST IMPORTANT D'AVOIR UNE STRATÉGIE. [...] UNE FOIS QUE NOUS CONNAISSONS NOTRE OBJECTIF, IL S'AGIT DE DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE POUR LES MÉDIAS SOCIAUX, DÉTERMINER CE QU'ON VEUT FAIRE ET LA CLIENTÈLE CIBLE QUE NOUS VOULONS REJOINDRE. [...] NOUS VOULONS NOUS ASSURER DE LE FAIRE POUR LES BONNES RAISONS ET DE LA BONNE FAÇON. ON NOUS A DEMANDÉ POURQUOI TWITTER ET POURQUOI PAS FACEBOOK? NOUS VOULIONS REJOINDRE LES NOUVEAUX [DIPLÔMÉS] ET LES GENS QUI SONT EN MILIEU DE CARRIÈRE ET QUI DÉSIRENT PEUT-ÊTRE CHANGER DE TRAVAIL. NOUS VOULIONS REJOINDRE LES PERSONNES ÂGÉES [DE] 25 [À] 44 ANS. L'INFORMATION QUE NOUS RECEVONS DES SPÉCIALISTES DANS LE DOMAINE [INDIQUE] QUE TWITTER EST VRAIMENT L'OUTIL QUI REJOINT CE SEGMENT DE LA POPULATION. C'EST POURQUOI NOUS AVONS CHOISI TWITTER ¹⁶³ ».

Dans un suivi envoyé au Comité sénatorial, l'École de la fonction publique a indiqué qu'elle limitait sa participation aux médias sociaux seulement au réseau LinkedIn, où elle fait la promotion de ses activités d'apprentissage, ainsi qu'aux wikis internes et externes. L'École ne voit pas l'intérêt, pour le moment, d'assurer une présence sur d'autres types de plateformes pour les raisons suivantes :

« POUR L'INSTANT, L'ÉCOLE N'UTILISE QUE LES MÉDIAS SOCIAUX SUSMENTIONNÉS PARCE QUE SA CLIENTÈLE ET SON PUBLIC CIBLE PRINCIPAL SONT FORMÉS DE FONCTIONNAIRES, QUI PEUVENT NE PAS AVOIR ACCÈS AUX MÉDIAS SOCIAUX GRAND PUBLIC (COMME FACEBOOK, TWITTER ET YOUTUBE) AU TRAVAIL, OÙ ILS PLANIFIENT LEUR APPRENTISSAGE ET LEUR PERFECTIONNEMENT. [...] COMME L'ÉCOLE DOIT RECOUVRER SES COÛTS, ELLE DOIT VEILLER À CE QUE L'UTILISATION DE MÉDIAS SOCIAUX SOIT RENTABLE, AVANTAGEUSE ET CONFORME À SES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS AINSI QU'AUX EXIGENCES PRÉVUES PAR PLUSIEURS LOIS ET POLITIQUES GOUVERNEMENTALES, Y COMPRIS LA LOI SUR LES LANGUES OFFICIELLES ¹⁶⁴ ».

La position de l'École pourrait cependant être appelée à changer dans un avenir rapproché. Avec l'augmentation de l'accès des fonctionnaires aux médias sociaux et une volonté d'établir une culture fondée sur l'apprentissage au sein de la fonction publique, l'École se penche actuellement sur l'élaboration d'une stratégie axée sur l'utilisation de Twitter et de YouTube, où elle pourrait informer les fonctionnaires des possibilités d'apprentissage et présenter de courtes vidéos sur les cours les plus populaires et les plus intéressants ¹⁶⁵.

En ce qui a trait à la surveillance, certaines institutions mesurent le nombre ou le type de commentaires reçus dans les médias sociaux (p. ex., ONF, Parcs Canada). D'autres entreprennent des sondages pour valider leur approche (p. ex., Agence du revenu du Canada). Certaines analysent la fréquentation sur les sites Web de façon régulière (p. ex., Passeport Canada). D'autres ont développé des indicateurs, à la fois quantitatifs et qualitatifs, pour mesurer leur performance (p. ex., ONF). Comme l'a souligné une représentante du SCT devant le Comité sénatorial, la surveillance des sites Web peut s'avérer laborieuse.

« LE NOMBRE DE SITES WEB DU GOUVERNEMENT, DE L'ENSEMBLE DES AGENCES ET DÉPARTEMENTS, EST CONSIDÉRABLE ET LE VOLUME D'INFORMATION PUBLIÉE DANS LES DEUX LANGUES EST AUSSI IMPORTANT. ET IL SERAIT PRESQUE IMPOSSIBLE DE MESURER OU DE VALIDER CELA CONTINUELLEMENT. LE NOMBRE DE SITES ET DE PAGES EST VRAIMENT IMPORTANT. ON SE FIE DONC SUR UN PROCESSUS ANNUEL BASÉ SUR UN ÉCHANTILLONNAGE ET SUR DES RÉPONSES FOURNIES PAR LES MINISTÈRES SELON LES CRITÈRES DE PERFORMANCE QUI LEUR SONT DEMANDÉS ¹⁶⁶ ».

Pour ce qui est de la surveillance des médias sociaux, une institution a fait une mention explicite des critères utilisés. Parcs Canada s'assure que le contenu des médias sociaux est toujours affiché et disponible dans les deux langues en même temps, en respectant les mêmes critères de qualité ¹⁶⁷. Son approche se résume comme suit :

DES PRATIQUES EXEMPLAIRES EN MATIÈRE DE PLANIFICATION: L'EXEMPLE DE PARCS CANADA

- Parcs Canada (PC) veille à ce que les principales plateformes choisies (p. ex., Twitter, Facebook, YouTube) disposent d'interfaces bilingues et permettent l'affichage du contenu dans les deux langues officielles.
- PC s'assure que son contenu est affiché sur n'importe quelle plateforme dans les deux langues officielles de manière égale et simultanée.
- PC exige que des canaux anglais et français distincts soient établis et comportent des liens vers l'autre langue.
- PC exige que toutes les applications pour téléphones intelligents et tablettes puissent être téléchargées en anglais et en français et qu'elles soient disponibles dans les magasins d'applications anglais et français.
- PC exige, pour toutes les plateformes mobiles, que l'ensemble du contenu unique à Parcs Canada (c.-à-d. le contenu qui n'est pas déjà affiché sur le site Web) soit également affiché sur le site Web de PC simultanément en anglais et en français.
- PC veille à ce que toutes les vidéos unilingues comportent une version complète dans l'autre langue, soit à l'aide d'une voix hors champ ou de sous-titres, avant d'être affichées sur YouTube.

Une autre institution, la Commission de la capitale nationale, a souligné que chacun de ses projets destinés aux médias sociaux est évalué selon trois critères :

- ▣ **Son importance** : Le projet mérite-t-il une campagne dans les médias sociaux?
- ▣ **Son caractère durable** : Disposons-nous des ressources pour maintenir un échange sur le programme dans les médias sociaux?
- ▣ **Son exposition dans les deux langues officielles** : Pouvons-nous créer et maintenir un échange avec le public dans les deux langues officielles? ¹⁶⁸

Du côté de Statistique Canada, la participation dans les médias sociaux se fait selon une structure de gouvernance et des règles d'engagement qui allient les principes de planification, de gestion du risque et de vigilance ¹⁶⁹.

Certains médias sociaux permettent une évaluation plus facile de leur portée et des résultats qu'ils engendrent. Cela semble être le cas pour YouTube, comme l'a indiqué Citoyenneté et Immigration Canada dans un suivi envoyé au Comité sénatorial :

« [L]ES MÉDIAS SOCIAUX COMME YOUTUBE NOUS PERMETTENT D'ÉVALUER LA PORTÉE DE CHAQUE VIDÉO AINSI QUE L'INTÉRÊT QU'ELLE SUSCITE CHEZ CEUX QUI LA VISIONNENT. CETTE ANALYSE PEUT ENSUITE ÊTRE UTILISÉE POUR ÉCLAIRER NOS DÉCISIONS RELATIVES À LA RÉALISATION DE FUTURES VIDÉOS AFIN D'EN TIRER LE MAXIMUM POUR LES CONTRIBUABLES ¹⁷⁰ ».

Le Comité sénatorial a demandé aux institutions fédérales rencontrées dans le cadre des audiences publiques de lui fournir des données sur le recours à des mesures d'évaluation et de surveillance pour Internet et les médias sociaux. Plusieurs des institutions fédérales rencontrées ont établi leurs propres règles pour régir l'utilisation des médias sociaux. Selon le cas, ces outils internes prennent la forme d'un guide, de règles de participation, de conditions d'utilisation, de directives, de protocoles. La plupart des institutions fédérales tentent de rendre ces règles conformes aux lignes directrices qui ont été développées par le SCT.

Pour ce qui est du recours à des mesures d'évaluation et de surveillance, bien que les données soient difficilement comparables, on remarque que les pratiques varient grandement d'une institution à l'autre. Deux des institutions rencontrées ont affirmé n'avoir établi aucune mesure particulière à l'égard de l'évaluation des sites Web (Banque du Canada, Défense nationale). Concernant les médias sociaux, la surveillance est plus ou moins approfondie, selon le cas. Certaines institutions ont procédé à des analyses préalables avant d'assurer une présence sur telle ou telle plateforme. D'autres font un suivi régulier du contenu. Certaines utilisent des techniques de ciblage géographique pour mieux diriger le contenu offert sur ces plateformes. D'autres ont établi des critères très précis pour mesurer le respect des exigences linguistiques.

Le tableau à la page suivante (tableau 8) résume les données recueillies auprès de ces institutions. Il indique s'il y a ou non présence de lignes directrices pour l'utilisation des médias sociaux et fait état du rendement global de l'institution selon les données contenues dans les bulletins de rendement préparés annuellement par le Commissariat aux langues officielles.

En somme, cette quatrième section a montré qu'il existe plusieurs bonnes pratiques à l'échelle fédérale à l'égard de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux et du respect des droits linguistiques. D'ailleurs, il est important d'en faire la promotion pour que d'autres institutions suivent l'exemple. Toutefois, certains défis doivent être pris en compte lorsqu'une institution décide de s'engager dans l'aventure des médias sociaux. D'abord, il faut s'assurer d'octroyer des ressources appropriées, que ce soit en matière de financement, de ressources humaines ou de traduction. Ensuite, il faut être en mesure de déterminer la portée recherchée par l'engagement dans les activités du Web 2.0. Les audiences publiques ont montré que des lacunes existent pour ce qui est de rejoindre les francophones par l'entremise de ces outils. Finalement, des efforts sont requis en matière de planification, de la conception jusqu'à la surveillance. De façon générale, on constate que les institutions fédérales qui portent une attention méticuleuse à la dualité linguistique à toutes les étapes de la mise en œuvre de leurs stratégies de communication sont celles qui performent le mieux.

Tableau 8 – Recours à des mesures d'évaluation et de surveillance, Internet et médias sociaux, institutions fédérales rencontrées dans le cadre des audiences publiques, printemps 2012

Nom de l'institution	Site Web		Médias sociaux			Rendement global de l'institution selon le Commissariat aux langues officielles
	Oui	Détails	Oui	Détails	Lignes directrices	
Office national du film	√	Critères quantitatifs (nombre de visiteurs, lectures de vidéos)	√	Surveillance régulière (nombre d'abonnements, nombre et nature des commentaires et partage de contenu)	Utilisation des médias sociaux par le personnel de l'ONF : Code de conduite	Bon (2008-2009)
Passeport Canada	√	Rapports hebdomadaires et mensuels contenant les statistiques d'utilisation ; examen de la qualité de la langue afin d'avoir un vocabulaire clair et convivial	√	Évaluation à venir qui traitera de l'incidence des médias sociaux sur les volumes d'appel, les demandes reçues par courriel et les connaissances générales de clients de Passeport Canada	Directives de Passeport Canada quant à l'affichage d'information par les utilisateurs dans les outils de médias sociaux	Bon (2009-2010)
Environnement Canada (suite...)	√	Projets de recherche périodiques (analyse des objectifs, du contenu et des statistiques Web sur le nombre de visites, le temps passé sur le site, etc.) ; l'approche relative à l'évaluation du rendement est en cours de révision	√	Suivi des statistiques clés (nombre d'abonnements, mentions « j'aime », gazouillis partagés, etc.) ; l'approche relative à l'évaluation du rendement est en cours de révision	Lignes directrices d'Environnement Canada sur la présentation d'information par les utilisateurs dans les outils de médias sociaux	n.d. ⁱ

Nom de l'institution	Site Web		Médias sociaux			Rendement global de l'institution selon le Commissariat aux langues officielles
	Oui	Détails	Oui	Détails	Lignes directrices	
Agence des services frontaliers du Canada	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	Modalités d'utilisation de Facebook ; Modalités d'utilisation de Twitter ; Modalités d'utilisation de YouTube	Très faible (2009-2010)
Parcs Canada	√	Respect des politiques et des normes pour la publication du contenu dans les deux langues officielles et l'accessibilité	√	Analyse préalable des plateformes (portée, public, viabilité) ; surveillance régulière (nombre d'abonnements, analyse des commentaires) ; veille régulière au sujet du respect des deux langues officielles	Guide infonaute de l'entrée de Parcs Canada dans le monde des médias sociaux	Moyen (2008-2009)
Ressources humaines et Dév. des compétences Canada	√	Comités de gestion et mécanismes internes de gouvernance du Web ; gouvernance centralisée ; cadre de gestion Web	√	Analyse en fonction du guide sur la participation aux médias sociaux et du cadre de gestion Web	Participation aux médias sociaux ; Normes relatives à la formulation de commentaires et aux services	n.d. ⁱ
Santé Canada (suite...)	√	Gestion centralisée du contenu ; WebTrends ; mesures d'assurance de la qualité et de l'accessibilité dans les deux langues officielles	√	Revue et évaluation des outils, tactiques, méthodes et procédures pour veiller à une intégration efficace des réseaux sociaux de l'Agence de la santé publique du Canada et de Santé Canada ; surveillance interne	Protocole relatif à Twitter ; Protocole relatif à YouTube	Moyen (2009-2010)

Nom de l'institution	Site Web		Médias sociaux			Rendement global de l'institution selon le Commissariat aux langues officielles
	Oui	Détails	Oui	Détails	Lignes directrices	
Citoyenneté et Immigration Canada	√	Gestion centralisée du contenu ; l'institution s'assure de publier l'information au même moment et de la même manière dans les deux langues officielles	√	Vérification régulière du contenu, en fonction des lignes directrices établies ; tout le contenu est examiné par le service de traduction et approuvé avant sa publication ; évaluation des médias sociaux menée pour chaque projet (objectifs et facteurs de réussite)	Lignes directrices relatives à l'utilisation des médias sociaux	Moyen (2009-2010)
Commission de la capitale nationale	√	Mécanismes de validation similaires à ceux utilisés pour les outils de communication traditionnels ; gestion centralisée du contenu	√	Chaque projet destiné à un média social est évalué selon trois critères (importance, caractère durable, exposition dans les deux langues officielles)	Règles de participation pour le public aux médias sociaux de la CCN (en cours d'approbation)	Bon (2008-2009)
Gendarmerie royale du Canada (suite...)	√	Surveillance de la conformité par des vérifications deux fois par mois ; outils de gestion du contenu des sites permettant, de façon automatisée, de vérifier le respect des exigences linguistiques (publication simultanée et qualité égale de l'information)	√	Surveillance de la conformité par des vérifications deux fois par mois ; suivi quotidien des commentaires ; application des règles de participation et des conditions d'utilisation établies	Règles de participation du compte Facebook de la GRC ; Conditions d'utilisation du compte Twitter	Moyen (2008-2009)

Nom de l'institution	Site Web		Médias sociaux			Rendement global de l'institution selon le Commissariat aux langues officielles
	Oui	Détails	Oui	Détails	Lignes directrices	
Agence de la santé publique du Canada	√	Pratiques d'assurance de qualité afin de fournir les ressources linguistiques nécessaires pour maintenir le site Web ; évaluation des besoins selon la langue, le lieu ou le type de comportement en ligne ; recherche sur l'opinion publique; gestion centralisée du contenu ; Google Analytics	√	Revue et évaluation des outils, tactiques, méthodes et procédures pour veiller à une intégration efficace des réseaux sociaux de l'Agence de la santé publique du Canada et de Santé Canada	Conditions d'utilisation de Twitter ; Conditions d'utilisation de YouTube	n.d. ⁱ
Anciens combattants Canada	√	Diffusion de l'information planifiée pour s'assurer de publier l'information au même moment et de la même manière dans les deux langues officielles	√	Outils de planification qui permettent d'assurer la qualité et la rapidité de la diffusion dans les deux langues ; méthodes de marketing utilisant le ciblage géographique	n.d.	n.d. ⁱ
Banque du Canada (suite...)	–	Aucune enquête portant sur l'évaluation du site Web n'a été réalisée, mais l'institution s'assure de publier l'information au même moment et de la même manière dans les deux langues officielles	–	Aucune évaluation de la participation dans les médias sociaux n'a été effectuée	–	n.d. ⁱ

Nom de l'institution	Site Web		Médias sociaux			Rendement global de l'institution selon le Commissariat aux langues officielles
	Oui	Détails	Oui	Détails	Lignes directrices	
Transports Canada	√	Système de gestion de contenu Web et méthode d'évaluation portant sur les résultats escomptés (portée, sensibilisation, confiance) ; le ministère ne dispose d'aucun matériel d'évaluation axé particulièrement sur la langue, mais il s'assure d'afficher l'information simultanément dans les deux langues officielles	√	Suivi des commentaires reçus ; être à l'affût des nouvelles tendances ; usage d'outils bilingues seulement ; évaluation portant sur les résultats escomptés (portée, sensibilisation, confiance)	Conditions d'utilisation des médias sociaux ; Transports Canada sur Facebook ; Transports Canada sur Twitter ; Transports Canada sur YouTube ; Transports Canada sur Flickr	Moyen (2009-2010)
Affaires étrangères et Commerce international Canada (suite...)	√	Modèle de validation des pages Web centralisé	√	Divers outils sont utilisés pour mesurer l'impact de la présence dans les médias sociaux (p. ex., Hootsuite, Tweetreach, The Archivist, Social Mention) ; nombre d'abonnements, retransmission de l'information, mentions « j'aime », qualité et quantité des commentaires ; usage d'outils bilingues seulement	Politique générale sur les commentaires et les rétroliens ; Politique relative à Twitter	Très faible (2009-2010)

Nom de l'institution	Site Web		Médias sociaux			Rendement global de l'institution selon le Commissariat aux langues officielles
	Oui	Détails	Oui	Détails	Lignes directrices	
Défense nationale	–	Aucun critère particulier pour l'évaluation du site Web ; le ministère se conforme aux politiques du SCT et aux statistiques Web habituelles	✓	Toute nouvelle initiative doit recevoir une approbation préalable et est revue annuellement ; surveillance régulière au sujet du respect des langues officielles ; indicateurs pour mesurer l'impact des comptes Twitter (augmentation de la fréquentation des sites Web et diminution des appels au Bureau de liaison avec les médias)	Utilisation acceptable des médias sociaux ; Médias sociaux : avis de non-responsabilité	n.d. ⁱ
Ressources naturelles Canada (suite...)	✓	Essais de convivialité réalisés en mars 2011 ; mesures pour réduire le volume du contenu, améliorer les fonctions de recherche et mettre en œuvre un mécanisme de navigation normalisé ; d'autres essais sont prévus en 2012-2013 ; gestion centralisée du contenu	✓	Toute nouvelle initiative doit faire l'objet d'une planification selon plusieurs critères (présence, objectifs stratégiques, respect des lois et politiques applicables, langues officielles, etc.) ; des projets pilotes sont menés pour l'utilisation d'autres médias sociaux	Directives de RNCan sur les commentaires dans les médias sociaux ; Lignes directrices en matière de langues officielles du wiki de RNCan	Très faible (2009-2010)

Nom de l'institution	Site Web		Médias sociaux			Rendement global de l'institution selon le Commissariat aux langues officielles
	Oui	Détails	Oui	Détails	Lignes directrices	
Statistique Canada (SC)	√	SC mesure l'accès à son site Web de façon systématique (nombre de visites, nombre d'utilisateurs qui font leur recherche à partir du site Web plutôt que par l'entremise d'un lien externe, pourcentage d'utilisateurs qui ont trouvé ce qu'ils cherchaient)	√	Structure de gouvernance et règles d'engagement qui allient les principes de planification, de gestion du risque et de vigilance ; évaluation avant de s'engager dans d'autres médias sociaux ; nombre d'utilisateurs; nombre de conversations qui font mention de SC ; augmentation du trafic sur le site Web à partir des médias sociaux ; analyse des commentaires, etc.	Règles de participation dans les médias sociaux ; Règles de participation aux séances de clavardage	n.d. ⁱ
Agence du revenu du Canada	√	Sondage de 2010 auprès des utilisateurs du site Web de l'ARC ; tests réguliers (recherche sur l'opinion publique, mise à l'essai de prototypes, analyses effectuées par des experts) ; assurer la présence des deux groupes de langue officielle dans le processus d'évaluation; gestion centralisée du contenu	√	Usage d'outils de surveillance comme Google Analytics et WebTrends ; nombre et partage de gazouillis	Conditions d'utilisation de Twitter ; Conditions d'utilisation de YouTube	Bon (2008-2009)

i Ces institutions n'ont pas été évaluées par le Commissariat depuis 2008-2009.

Sources : *Délibérations* ; Notes envoyées aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 6 juin 2012, 12 juin 2012, 13 juin 2012 et 5 septembre 2012 ; sites Web des institutions fédérales ; Commissariat aux langues officielles, *Bulletins de rendement*.

« La révolution qui se produit depuis une décennie et qui s'accélère de plus en plus dans les technologies de l'information touche de façon très directe les façons dont nos communautés communiquent, s'informent, se divertissent et reçoivent des services dans leur langue. [...] C'est là qu'il faut être et qu'il faut produire du contenu en français pour nos jeunes, et on n'en est pas là à l'heure actuelle. [...] Nos jeunes sont là et c'est là qu'il faut leur parler. »

Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada,
Délibérations, 14 novembre 2011.

« Dans notre collectivité, ce qui manque ce n'est pas du contenu dans notre langue ; ce qui nous manque c'est un contenu qui reflète notre réalité. »

English-Language Arts Network,
Délibérations, 14 mai 2012.

LE RÔLE IMPORTANT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS LES COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE

La participation et la collaboration : voilà les concepts clés qui guident l'utilisation des outils du Web 2.0. Ce sont aussi les idées que sous-tendent les obligations prévues à la partie VII de la *Loi sur les langues officielles*. Pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire, les nouvelles technologies constituent un élément essentiel pour favoriser leur épanouissement et assurer leur développement. Plusieurs initiatives allant dans ce sens ont déjà été mises sur pied dans les communautés. Cette cinquième section dresse un bilan des avancées et des défis dans les secteurs particuliers de l'accès aux services gouvernementaux, de l'éducation, des médias et de la culture. Elle aborde aussi d'autres enjeux liés à la jeunesse, à la production de contenu en français, ainsi qu'aux programmes fédéraux prévus pour permettre aux communautés de participer aux technologies de l'information et des communications. Mais tout d'abord, elle expose le potentiel énorme que représentent les nouvelles technologies pour créer des contacts entre les communautés.

Le réseautage : briser l'isolement

Dispersées sur un grand territoire, plusieurs communautés de langue officielle en situation minoritaire sont éloignées les unes des autres. **Les nouvelles technologies, notamment les médias sociaux, représentent donc une occasion d'ouvrir les frontières et de briser des barrières d'isolement dans ces communautés.** Aux yeux de plusieurs témoins, elles sont source d'**épanouissement** pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire et elles offrent de nouvelles voies de **collaboration**. Lors de son passage en octobre 2011, le commissaire aux langues officielles a affirmé ceci :

« LES NOUVEAUX MÉDIAS, LA NOUVELLE TECHNOLOGIE SONT UN OUTIL. CELA PEUT ÊTRE UTILISÉ POUR HOMOGÉNÉISER, POUR ASSIMILER, MAIS ÉGALEMENT POUR DIFFÉRENCIER, POUR CRÉER DE NOUVEAUX LIENS DE COMMUNICATIONS ET DE RENDRE ACCESSIBLE DES INFORMATIONS POUR DES GENS QUI N'AURAIENT JAMAIS EU DE CONTACT AVEC L'EXTÉRIEUR ¹⁷¹ ».

En 2007, quatre chercheurs représentant l'Université du Québec en Outaouais et l'Université d'Ottawa ont présenté un rapport de recherche à l'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques intitulé *Le Web comme outil pour le renforcement de la gouvernance des communautés francophones minoritaires* ¹⁷². Les chercheurs ont essayé de voir comment les communautés francophones utilisent le potentiel des nouvelles technologies pour susciter leur engagement politique, renforcer l'espace public francophone et participer dans les débats et les enjeux qui touchent l'avenir des communautés. Selon un des auteurs de l'étude qui a témoigné à l'automne 2011 :

« [N]OTRE ÉTUDE A PERMIS DE DÉMONTRER QUE LES ORGANISMES DE LA FRANCOPHONIE QUE NOUS AVONS ÉTUDIÉS UTILISAIENT LE POTENTIEL DE RENOUVELLEMENT DÉMOCRATIQUE DU WEB DE FAÇON PLUTÔT MARGINALE. CES ORGANISATIONS SEMBLENT, DU MOINS JUSQU'À MAINTENANT, HÉSITER À ENRACINER LEUR PRATIQUE POLITIQUE DANS LE WEB. LE POTENTIEL DÉLIBÉRATIF DU WEB RESTE DONC SOUS-EXPLOITÉ ¹⁷³ ».

Pourtant, il ne fait aucun doute que les nouvelles technologies recèlent un potentiel énorme pour le développement des communautés, surtout les plus petites d'entre elles. Selon une représentante du CEFRIO :

« NOTRE THÈSE EST QUE LES TECHNOLOGIES PEUVENT AIDER À OUTILLER LES PETITES COMMUNAUTÉS – TANT LES COMMUNAUTÉS FRANCOPHONES À L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC QUE LES COMMUNAUTÉS ANGLOPHONES AU QUÉBEC – LEUR DONNANT ACCÈS À DES CONNAISSANCES, LEUR PERMETTANT AUSSI D'ŒUVRER, DE DÉVELOPPER ÉCONOMIQUEMENT LEUR MILIEU, D'AVOIR DES PROJETS EN SANTÉ ET EN ÉDUCATION DANS LEUR LANGUE MATERNELLE ET LA LANGUE DE LEUR CHOIX ¹⁷⁴ ».

Au Québec, l'exemple des centres communautaires d'apprentissage (Community Learning Centres) est frappant à cet égard. Au départ, ces centres visaient à fournir des services aux communautés anglophones après les heures de classe. Ils sont apparus comme un moyen d'améliorer l'accès aux services pour ces communautés, surtout pour les possibilités de coopération qu'ils offrent. Les centres collaborent avec des partenaires de nombreux secteurs : santé, éducation, développement économique, etc. Leur mandat est adapté aux besoins de chacune des communautés desservies. Ces centres possèdent des installations technologiques qui leur permettent de communiquer entre eux et d'offrir certains services aux communautés éloignées. Devant le Comité sénatorial, un représentant du Quebec Community Groups Network (QCGN) a vanté de nouveau l'utilité de ces centres pour les communautés anglophones :

« CES CENTRES SONT LIÉS AU MOYEN DE RÉSEAUX DE VIDÉOCONFÉRENCES QUI PERMETTENT À NOS JEUNES EN RÉGION ISOLÉE DE COMMUNIQUER AVEC DES ENDROITS REMARQUABLES, Y COMPRIS L'ESPACE. LES TRAVAILLEURS COMMUNAUTAIRES ET LES BÉNÉVOLES PEUVENT ÉCHANGER DES IDÉES, TRAVAILLER EN COLLABORATION À DES PROJETS, ET PARTICIPER À DES DISCUSSIONS ET CONSULTATIONS ÉLARGIES ¹⁷⁵ ».

Pour les **anglophones en situation minoritaire**, les médias sociaux représentent à la fois un **outil de promotion**, une occasion de **collaboration** entre les membres des communautés, ainsi qu'une façon d'**entrer en relation avec la majorité francophone du Québec**.

« GRÂCE À CES OUTILS, NOS DIRIGEANTS ET INTERVENANTS RESTENT EN CONTACT, ET NOUS SOMMES EN MESURE D'ATTEINDRE DE NOUVEAUX PUBLICS ET DE FAIRE DE L'INNOVATION DANS LE CADRE DE NOS PROPRES COMMUNICATIONS. PARFOIS, CES PLATEFORMES CONSTITUENT LE MEILLEUR MOYEN DE COMMUNIQUER AVEC CERTAINS DE NOS INTERVENANTS, DE FAIRE LA PROMOTION DE NOS ACTIVITÉS D'ENVERGURE OU DE RETENIR L'ATTENTION DES MÉDIAS ET DES POLITICIENS. IL Y A UN AUTRE POINT TRÈS IMPORTANT POUR NOS COMMUNAUTÉS : LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT À LA DISPOSITION DE TOUS LES ORGANISMES, CE QUI NOUS PERMET DE MIEUX FAIRE LA PROMOTION DES ACTIVITÉS DE NOS MEMBRES ET DE SOUTENIR NOS RÉGIONS ¹⁷⁶ ».

Dans les **communautés francophones et acadiennes**, les nouvelles technologies représentent une façon d'**entrer en contact avec d'autres citoyens qui partagent une langue commune**, qu'ils soient situés dans la même région, ailleurs au pays ou dans le reste du monde. Dans ce contexte, les médias sociaux présentent de multiples possibilités :

« SI LA FCFA ET UN NOMBRE DE PLUS EN PLUS ÉLEVÉ DE SES ORGANISMES MEMBRES ET MÊME DE LEURS MEMBRES SONT MAINTENANT ACTIFS ET SUIVIS SUR FACEBOOK ET SUR TWITTER, C'EST PARCE QU'IL S'AGIT LÀ D'UN MOYEN EXTRAORDINAIRE POUR REJOINDRE LE CITOYEN, INFORMER LES FRANCOPHONES SUR LES ACTIVITÉS QUI SE PASSENT CHEZ EUX, INTERPELLER LA POPULATION CANADIENNE QUANT AUX ENJEUX DE LA FRANCOPHONIE ET DE LA DUALITÉ LINGUISTIQUE, ET PROMOUVOIR TOUT CE QUE NOS COMMUNAUTÉS CONTRIBUENT À L'ESSOR DE CE PAYS ¹⁷⁷ ».

L'accès aux services gouvernementaux dans sa langue

Les institutions fédérales ont recours à divers moyens pour offrir des services au public : en personne, au téléphone ou en ligne. La prestation des services est encadrée par le *Règlement sur les langues officielles – communications avec le public et prestation des services*. Il se peut que les nouvelles technologies soient utiles dans certains cas pour obtenir des services dans la langue de son choix. En effet, la prestation de services en ligne n'est pas limitée par des limitations géographiques et permet l'accès à tous, en tout temps, dans la langue de son choix. De leur côté, les points de service dans les bureaux fédéraux demeurent restreints à certaines règles particulières (p. ex., demande importante) qui font en sorte que les services ne sont pas disponibles partout et en tout temps.

Les institutions fédérales doivent s'engager, au nom du principe de l'égalité réelle, à offrir un service de qualité égale dans les deux langues officielles, tant en personne, qu'au téléphone ou en ligne. Année après année, la plupart des plaintes reçues par le Commissariat aux langues officielles touchent l'offre active en personne. Devant le Comité sénatorial, le commissaire aux langues officielles a noté le potentiel des nouvelles technologies pour améliorer l'offre de services au public :

« UNE DES RAISONS POUR LESQUELLES LE NOMBRE DE PLAINTES A DIMINUÉ, C'EST QU'IL A ÉTÉ POSSIBLE POUR LE GOUVERNEMENT, AVEC LE SYSTÈME TÉLÉPHONIQUE, DE DIRIGER LES GENS VERS DES FONCTIONNAIRES QUI POUVAIENT RÉPONDRE EN FRANÇAIS. IL EST DONC PLUS FACILE D'ORGANISER, DE FAÇON SYSTÉMATIQUE, UNE TECHNOLOGIE POUR ÉTABLIR LE LIEN ENTRE FRANCOPHONES OU ANGLOPHONES PLUTÔT QUE NÉCESSAIREMENT ORGANISER LA MAIN-D'ŒUVRE À UN COMPTOIR SPÉCIFIQUE ¹⁷⁸ ».

Dans son rapport annuel de l'an dernier, le commissaire avait toutefois noté des lacunes au sujet des services fournis par courriel. Selon les constats tirés de ses bulletins de rendement, l'égalité des deux langues officielles n'était pas assurée et les délais de réponse variaient selon la langue de même qu'en comparaison aux services offerts en personne et au téléphone ¹⁷⁹. Dans un contexte où les nouvelles technologies occupent une place de plus en plus importante dans l'offre de services aux citoyens, il est important que les institutions fédérales portent une particulière attention au respect de la dualité linguistique.

Plusieurs témoins se sont montrés d'accord pour dire que les nouvelles technologies offrent un potentiel énorme aux communautés de langue officielle en situation minoritaire pour ce qui est de l'accès aux services fédéraux. Il s'agit d'assurer aux citoyens une offre active de services, en français et en anglais, et de rendre ces derniers disponibles sur le plus grand nombre possible de plateformes. D'ailleurs, la Politique de communication du gouvernement du Canada indique que les institutions doivent permettre l'accès par voie électronique, 24 heures sur 24, à l'information, aux programmes et aux services publics. Une spécialiste de l'information a laissé planer l'idée d'établir des centres de médias sociaux, à l'image des centres d'appel, pour être en mesure de répondre à la demande sur ces nouvelles plateformes ¹⁸⁰.

Service Canada a à quelques reprises été cité comme un exemple d'institutions qui a su aller au-delà des obligations existantes à l'intérieur de la réglementation. Selon les pratiques en place, lorsqu'un citoyen se rend dans un bureau local de Service Canada qui n'a pas d'obligations en vertu de la *Loi sur les langues officielles*, l'employé unilingue sera en mesure de le diriger vers un service dans la langue de son choix en vertu d'une directive adoptée au printemps 2011 ¹⁸¹. Le Web fait partie des moyens envisagés par l'institution pour assurer l'accès aux services dans sa langue préférée. Les citoyens ont accès à leur dossier en ligne, en français ou en anglais. Une représentante de Service Canada a noté qu'un grand nombre de transactions se font en ligne ¹⁸². D'autres institutions fédérales offrent aussi la possibilité aux citoyens d'accéder aux services en ligne (p. ex., Anciens combattants Canada, Citoyenneté et Immigration Canada, Parcs Canada, Agence du revenu du Canada). De son côté, Industrie Canada s'est engagé à moderniser son site Web CommunAction.

« CE SITE PERMETTRA D'ACCÉDER À DES RENSEIGNEMENTS ÉLECTRONIQUES SUR LES PROGRAMMES ET SERVICES FÉDÉRAUX DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE QUI POURRAIENT ÊTRE UTILES AUX [COMMUNAUTÉS DE LANGUE OFFICIELLE EN SITUATION MINORITAIRE]. NOTRE MINISTÈRE A CONSULTÉ CES COMMUNAUTÉS EN DÉBUT D'AUTOMNE POUR CONNAÎTRE LEURS BESOINS EN MATIÈRE D'INFORMATION AINSI QUE LEURS MÉTHODES DE CHOIX POUR OBTENIR DES RENSEIGNEMENTS D'INDUSTRIE CANADA. LA REFORTE DU SITE METTRA EN ÉVIDENCE LES AVANCÉES DU WEB 2.0 EN Y INCORPORANT NOTAMMENT L'AJOUT D'UN FIL RSS OÙ LES ABONNÉS RECEVRONT LES NOUVEAUTÉS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU MINISTÈRE ¹⁸³ »).

La FCFA a profité des audiences publiques pour réitérer sa demande en faveur d'une révision en profondeur de la réglementation actuelle en matière de services. À son avis, cette dernière n'est pas adaptée à la réalité technologique actuelle :

« [L]'EXTENSION DE CES OBLIGATIONS À L'UNIVERS DU [W]EB MONTRE DE FAÇON CRIANTE LA DÉSUÉTUDE DU [RÈGLEMENT]. CE RÈGLEMENT, COMME VOUS LE SAVEZ, DATE DE 1991, UNE ÉPOQUE OÙ INTERNET N'EXISTAIT PAS. [...] IL SERAIT INCONCEVABLE EN 2011, QU'UN BUREAU DÉSIGNÉ BILINGUE OU NON PUBLIE SUR LE [W]EB DANS UNE SEULE LANGUE. [...] JE CROIS QUE DANS LA RÉALITÉ ON A DEVANCÉ CE QUI SE FAIT DANS LA RÉGLEMENTATION ACTUELLE ET QUE CELA LIMITE LA CAPACITÉ D'AGIR DE CERTAINES INSTITUTIONS FÉDÉRALES. [...] IL Y A DES CHOSSES QUI SE FONT, MAIS C'EST À L'ENCONTRE DE LA RÉGLEMENTATION ACTUELLE ¹⁸⁴ »).

Cela dit, il semble que tout développement en faveur de l'élargissement des services offerts en ligne par les institutions fédérales soit bienvenu, selon les témoignages entendus. Il faut cependant rappeler que même si les nouvelles technologies constituent une voie prometteuse pour l'avenir, certains citoyens préféreront encore recevoir des renseignements du gouvernement par des moyens plus conventionnels (p. ex., en personne ou au téléphone). Il est donc important de considérer les deux revers de la médaille et de prendre en compte les préférences des utilisateurs de ces services.

Les communautés anglophones du Québec ont fait ressortir d'autres points importants à considérer en matière d'offre de services. Tout d'abord, il faut rappeler que l'accès aux services gouvernementaux en anglais constitue un défi de taille au Québec compte tenu des exigences contenues dans la *Charte de la langue française*. Les services provinciaux sont offerts en anglais à certaines conditions dans les secteurs de l'éducation, de la santé de même que dans les municipalités bilingues désignées. Outre cela, il est extrêmement difficile pour les anglophones d'avoir accès aux services provinciaux dans leur langue. Pour ce qui est des services fédéraux, leur prestation demeure limitée aux régions qui répondent au critère de la demande importante. En parlant des médias sociaux, un représentant du QCGN a discuté de l'accès régional aux services offerts par les institutions fédérales et du possible manque de souplesse de l'information présentée sur ce type de plateforme :

« LA GESTION DES COMPTES TWITTER ET DES PAGES FACEBOOK EST CENTRALISÉE. LE PRÉSIDENT DU CONSEIL DU TRÉSOR SE RÉJOUIT DE CE QUE LES GAZOUILLIS NOUS ARRIVENT SIMULTANÉMENT DANS LES DEUX LANGUES; OR, CELA EST POSSIBLE PARCE QUE DEUX PERSONNES SONT ASSISES CÔTE À CÔTE, ICI À OTTAWA, DANS UN BUREAU, ET QU'ELLES CONTRÔLENT CETTE INFORMATION. QU'EN EST-IL CÉPENDANT DE L'ACCÈS RÉGIONAL À DE L'INFORMATION QUI TOUCHE PARTICULIÈREMENT UNE RÉGION, SURTOUT LÀ OÙ LE NOMBRE NE JUSTIFIE PAS LA PRESTATION DE SERVICES EN ANGLAIS ET EN FRANÇAIS? [...] LES OUTILS NE SONT EFFICACES QUE DANS LA MESURE OÙ LA STRUCTURE DANS LAQUELLE ILS S'INSCRIVENT LE PERMET. SI CETTE STRUCTURE REPOSE SUR LA CENTRALISATION DE L'INFORMATION À PARTIR D'OTTAWA, D'UNE ADMINISTRATION CENTRALE, L'INFORMATION COMMUNIQUÉE SERA GÉNÉRALE ET NON ADAPTÉE AUX DIFFÉRENTES RÉGIONS. DANS CE CAS, ELLE RISQUE DE NE PAS ÊTRE TRÈS UTILE AUX GENS SUR LE TERRAIN ¹⁸⁵ ».

Finalement, il est important de souligner l'innovation dont ont fait preuve certaines communautés pour améliorer l'accès aux services gouvernementaux. C'est le cas de l'Association des municipalités bilingues du Manitoba, qui a investi dans le développement d'un portail Web intitulé « DirectionManitoba.com ». Ce portail permet d'offrir aux citoyens du Manitoba l'accès à des produits et services dans les deux langues officielles ¹⁸⁶. Il est difficile de passer sous silence d'autres projets innovateurs qui ont cours dans cette province. D'une part, les Centres de services bilingues permettent aux citoyens d'accéder à des services municipaux, provinciaux et fédéraux dans la langue de leur choix et sous un même toit. D'autre part, le portail PerLE permet le renouvellement des permis, l'enregistrement des entreprises ou l'octroi de licences, le tout en ligne et dans les deux langues officielles ¹⁸⁷.

L'éducation : les écoles comme lieu d'apprentissage et d'expérimentation des nouvelles technologies

L'utilisation croissante des nouvelles technologies dans les écoles de la minorité

Les écoles sont au cœur du développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Les écoles de la minorité ont une double mission : favoriser la réussite scolaire et transmettre la langue et la culture à leurs apprenants. **Elles doivent apprendre à utiliser les nouvelles technologies, que ce soit pour : attirer leur clientèle, rejoindre les communautés éloignées ou assurer la présence de contenu en français auprès des jeunes.** Les besoins en matière de réseautage et d'appui aux nouvelles technologies dans ces écoles ont été portés à l'attention du Comité sénatorial dès 2005, au moment où celui-ci a réalisé une étude d'envergure sur l'éducation en milieu minoritaire francophone ¹⁸⁸. Ces revendications ont également reçu l'écho du Comité sénatorial dans son étude publiée l'an dernier portant sur les communautés anglophones du Québec ¹⁸⁹.

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS LES ÉCOLES DE LA MINORITÉ

Les besoins en matière d'appui aux nouvelles technologies dans les écoles de la minorité ont été portés à l'attention du Comité sénatorial à quelques reprises. Les écoles de langue française en milieu minoritaire et les écoles de langue anglaise au Québec vivent des situations semblables du fait que leurs écoles sont la plupart du temps éloignées les unes des autres. Par conséquent, elles ont dû apprendre à innover et à faire usage des nouvelles technologies pour assurer leur survie à long terme. Elles ont utilisé la voie virtuelle pour collaborer et échanger de l'information. Le Comité sénatorial avait présenté une recommandation à l'intention du gouvernement fédéral dans son rapport sur les communautés anglophones, au sujet d'un appui à long terme aux centres communautaires d'apprentissage. Le gouvernement n'y a cependant pas donné suite. Dans la réponse rendue publique au printemps 2012, le gouvernement s'est réjoui du succès des centres communautaires d'apprentissage, mais a reconnu que pour faire de cette question une priorité, il faut que le gouvernement du Québec en décide ainsi. Patrimoine canadien s'est engagé à appuyer les projets en ce sens tout au long de la mise en œuvre de la présente Entente Canada-Québec en matière d'éducation, mais n'a fait aucune promesse au-delà de 2013.

Dans certaines écoles situées en région éloignée, les nouvelles technologies aident à briser l'isolement. Comme l'a indiqué un représentant de LEARN Quebec devant le Comité sénatorial, la dépendance à Internet est plus élevée en région éloignée ¹⁹⁰. Selon le CEFRIO :

« **DANS L'UNIVERS DE L'ÉDUCATION, ON PEUT UTILISER LES TECHNOLOGIES POUR PRODIGUER UN ENSEIGNEMENT DE MEILLEURE QUALITÉ AUX ÉLÈVES DE COMMUNAUTÉS PLUS OU MOINS ISOLÉES OU DÉVITALISÉES. [...] IL RAPPORTE DE METTRE EN RÉSEAU, AU SEIN DE CLASSES VIRTUELLES, DES ÉLÈVES QUE DES CENTAINES DE KILOMÈTRES PEUVENT SÉPARER DANS CERTAINS CAS ¹⁹¹ ».**

Les nouvelles technologies utilisées dans le contexte scolaire peuvent servir de tremplin pour favoriser la vitalité dans l'ensemble des communautés. L'Association des commissions scolaires anglophones du Québec entrevoit ces nouveaux outils comme une possibilité pour l'apprentissage et l'épanouissement des élèves plutôt que comme une menace ¹⁹². Selon la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants :

« **[N]OUS CROYONS FERMEMENT AU POTENTIEL DES TECHNOLOGIES POUR REHAUSSER LA VITALITÉ DE NOS COMMUNAUTÉS FRANCOPHONES EN NOUS SERVANT DE L'ÉCOLE COMME TREMPIN POUR INFLUENCER LES HABITUDES DES UTILISATEURS ¹⁹³ ».**

L'accessibilité croissante de ces nouvelles technologies et la facilité qu'ont les jeunes à les utiliser ont transformé les pratiques pédagogiques dans de nombreuses écoles de la minorité ¹⁹⁴. Plusieurs de ces écoles utilisent déjà des technologies de pointe. Au Québec, un représentant de LEARN Quebec a évalué à 25 ou 30 % le degré d'utilisation du matériel numérique dans les écoles ¹⁹⁵. Du côté francophone, un représentant de la FCFA a noté que la situation variait selon les endroits :

« L'INTENSITÉ VARIE À TRAVERS LE PAYS. À CERTAINS ENDROITS, LES ÉLÈVES SE PRÉSENTENT EN CLASSE AVEC LEUR IPAD 2. LES ENFANTS DES GÉNÉRATIONS FUTURES EN SONT LÀ, EFFECTIVEMENT, ET UTILISENT DE PLUS EN PLUS CES TECHNOLOGIES. LA QUESTION EST À SAVOIR DANS QUELLE MESURE ILS SONT CAPABLES D'ALLER CHERCHER DU CONTENU EN FRANÇAIS SUR DE TELLES PLATEFORMES ¹⁹⁶ ».

Le **manque de contenu en français** fait souvent partie des principales réticences des enseignants francophones qui travaillent dans les écoles de la minorité en ce qui concerne l'utilisation des nouvelles technologies en salle de classe. La création d'espaces francophones virtuels pour favoriser le réseautage apparaît essentielle. Ce besoin est particulièrement fort dans les plus petits établissements ainsi qu'en région éloignée. Devant le Comité sénatorial, un représentant de l'Association canadienne d'éducation de langue française a dit :

« [C]E QUE NOUS AIMERIONS FAIRE VALOIR AUJOURD'HUI, C'EST LA NÉCESSITÉ D'INVESTIR POUR CRÉER DES ESPACES FRANCOPHONES DANS LE CYBERESPACE; DES ESPACES OÙ LES JEUNES POURRONT SE RETROUVER, VIVRE LEUR IDENTITÉ FRANCOPHONE ET RENCONTRER D'AUTRES JEUNES FRANCOPHONES. [...] BREF, IL FAUT CRÉER DES CYBERESPACES FRANCOPHONES OÙ LES JEUNES POURRONT VIVRE LEUR FRANCOPHONIE, DES ESPACES DE LIBERTÉ, DE CRÉATION DE CONTENU, D'ÉCHANGE D'IDÉES, DE DÉCOUVERTES DES AUTRES, DES CULTURES ET DU MONDE. DES ESPACES OÙ LES JEUNES POURRONT SE FAIRE CONNAÎTRE ET RECONNAÎTRE COMME FRANCOPHONES, FIER D'EUX, DÉSIRANT INTERAGIR COMME MEMBRES D'UNE COMMUNAUTÉ FRANCOPHONE ET D'UNE SOCIÉTÉ CANADIENNE BILINGUE OUVERTE SUR L'AVENIR ¹⁹⁷ ».

En septembre 2011, la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants a fait paraître les résultats d'une enquête nationale sur l'impact des technologies de l'information et des communications (TIC) sur la construction de l'identité francophone des jeunes qui fréquentent les écoles de la minorité ¹⁹⁸. L'étude a confirmé que le français est peu utilisé par les jeunes francophones dans le contexte social et qu'il faut favoriser la création d'outils d'échange des connaissances. Comme l'ont souligné les auteurs, les technologies évoluent rapidement, et en anglais. L'étude a identifié des mesures pour tenter de redresser la situation. Selon la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants, il faut :

- Favoriser des initiatives qui encouragent l'expérimentation et faire connaître ces expériences dans les écoles d'un bout à l'autre du pays ;
- Investir dans la sensibilisation des jeunes et en faire des citoyens numériques responsables ;
- Créer une stratégie de littératie numérique pour les écoles de langue française ;
- Développer du vocabulaire propre à la technologie, à l'exploration du monde du divertissement et de la communication électronique en français ainsi qu'à l'actualisation de la langue française dans le contexte de la messagerie texte ;
- Favoriser le développement du jugement critique et la création sur le Web, où les jeunes pourraient redécouvrir le plaisir d'écrire en français ;

- S'inspirer des succès dans certaines régions pour mieux comprendre comment les habitudes des utilisateurs peuvent être influencées positivement ;
- Favoriser le réseautage du personnel responsable des technologies et entamer des pourparlers avec les maisons de production de logiciels et d'applications technologiques ¹⁹⁹.

Le réseautage apparaît tout aussi essentiel dans le contexte de l'apprentissage à distance au niveau postsecondaire. Une étude récente du Réseau d'enseignement francophone à distance du Canada ²⁰⁰ a constaté que l'acquisition d'outils technologiques dans le contexte de l'éducation s'avère dispendieuse et que les établissements d'enseignement ont intérêt à s'associer pour en tirer pleinement profit. L'enseignement à distance connaît une popularité grandissante au niveau postsecondaire et cela s'explique par une augmentation de l'offre, un rajeunissement du public cible, et au fait qu'il se prête bien à l'enseignement des langues. L'enseignement à distance apparaît important dans un contexte d'apprentissage du français langue seconde.

Au Québec, plusieurs écoles de langue anglaise font usage des nouvelles technologies par l'entremise des centres communautaires d'apprentissage, une initiative financée dans le cadre de l'entente Canada-Québec relative à l'enseignement dans la langue de la minorité. Cette initiative a reçu de nombreux éloges lorsque le Comité sénatorial s'est rendu dans les communautés anglophones l'an dernier. Il existe actuellement quelque 37 centres communautaires d'apprentissage répartis à travers la province. LEARN Quebec agit en partenariat avec ces centres pour offrir des ressources en technologies éducatives et en apprentissage par voie électronique. Nous y reviendrons un peu plus loin.

Finalement, les témoignages ont montré que les élèves qui font usage des nouvelles technologies réussissent en général assez bien. Un représentant de LEARN Quebec a expliqué la réussite des élèves en faisant ressortir l'aspect dynamique et interactif de ces nouveaux outils, ainsi que le soutien important des parents.

« NOUS AVONS À CŒUR D'EMPLOYER DANS NOS COURS LES MEILLEURES PRATIQUES D'ÉDUCATION, FONDÉES SUR LE SOCIOCONSTRUCTIVISME. NOS ÉLÈVES OBTIENNENT TOUJOURS DE MEILLEURS RÉSULTATS, NI PLUS NI MOINS. ÇA VA À L'ENCONTRE DE LA PENSÉE CLASSIQUE DE CEUX QUI NE COMPRENNENT PAS L'APPRENTISSAGE ET L'ÉDUCATION EN LIGNE, MAIS C'EST DYNAMIQUE ET INTERACTIF. LES ÉLÈVES NE RESTENT PAS DEVANT L'ORDINATEUR DES HEURES D'AFFILÉE. AU CONTRAIRE, ILS PARTICIPENT AUX COURS ET S'IMPLIQUENT BEAUCOUP; C'EST UNE COLLABORATION. EN GÉNÉRAL, LES ÉLÈVES ET LES ENSEIGNANTS ONT UNE GRANDE PRÉFÉRENCE POUR LES COURS EN LIGNE PAR RAPPORT AUX SALLES DE CLASSE. [...] C'EST CLAIR QUE LES ÉLÈVES QUI PROFITENT D'UN SOUTIEN À LA MAISON OBTIENNENT DE MEILLEURS RÉSULTATS. NOUS L'AVONS CONSTATÉ À MANTES REPRISES. LE TAUX DE RÉUSSITE EST SUPÉRIEUR, PARCE QU'EN GÉNÉRAL, L'ÉLÈVE A NON SEULEMENT ACCÈS À UN ORDINATEUR À LA MAISON, MAIS IL BÉNÉFICIE AUSSI DU SOUTIEN DE SES PARENTS. LA DIFFÉRENCE NE S'EXPLIQUE PAS SEULEMENT PAR L'UTILISATION DE LA TECHNOLOGIE. EN GÉNÉRAL, LE SOUTIEN ET LA PARTICIPATION DES PARENTS SONT DES FACTEURS DE RÉUSSITE, EN PLUS DE LA TECHNOLOGIE ²⁰¹ ».

La Commission nationale des parents francophones a offert un avis semblable au sujet de l'importance d'accompagner les parents dans l'apprentissage des nouvelles technologies. Elle en fait d'ailleurs son principal cheval de bataille en vue de contrer l'assimilation des jeunes francophones en milieu minoritaire :

« C'EST DONC UNE ÉVIDENCE DE CONCENTRER PRINCIPALEMENT NOS EFFORTS SUR L'ACCUEIL ET L'ACCOMPAGNEMENT DU PARENT PUISQU'ILS SONT LES PREMIERS ET PRINCIPAUX ÉDUCATEURS DE CES JEUNES GENS QUI BÂTIRONT LE FUTUR DU CANADA. EN OUTRE, CHAQUE FAMILLE ÉTANT UN MICROCOSME DE LA SOCIÉTÉ, SAVOIR QUE LES FAMILLES SONT ÉPANOUIES REVIENT DONC À DIRE QUE LA SOCIÉTÉ L'EST. [...] NOUS CROYONS FERMEMENT AU BESOIN D'OUTILLER LES CITOYENS, PLUS PARTICULIÈREMENT LES PARENTS, QUANT À L'INTERNET ET AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES [...] ²⁰² ».

Les institutions fédérales au service des nouvelles technologies dans les écoles

Les écoles francophones et anglophones peuvent recevoir du financement pour appuyer les nouvelles technologies dans le cadre des ententes fédérales-provinciales-territoriales en éducation. De façon générale, ce sont surtout du côté des petites écoles, c'est-à-dire celles qui sont situées en région éloignée, que les besoins en matière d'appui aux nouvelles technologies sont les plus criants. Souvent, on retrouve ce type d'école en nombre plus élevé en milieu minoritaire. **Les ressources offertes par l'entremise des ententes fédérales-provinciales-territoriales en éducation viennent en aide à ces écoles et sont perçues comme essentielles.** Comme l'a soutenu le ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, ces ententes ont permis :

« [...] DE METTRE SUR PIED DES RÉSEAUX D'ENSEIGNEMENT À DISTANCE POUR LES COMMUNAUTÉS ÉLOIGNÉES. ELLES ONT AUSSI FAVORISÉ L'UTILISATION D'ORDINATEURS EN CLASSE ET L'ACCÈS À DES RESSOURCES PÉDAGOGIQUES EN LIGNE ET À DES OCCASIONS D'ÉCHANGE EN LIGNE ²⁰³ ».

D'autres institutions fédérales sont aussi engagées dans l'appui aux nouvelles technologies dans les écoles. C'est le cas de l'ONF, qui assure une présence dans les écoles à travers le pays en leur offrant un accès à diverses ressources pédagogiques et artistiques. Devant le Comité sénatorial, une représentante de l'organisme a noté que des contrats de licences avaient été signés avec plusieurs provinces de même qu'avec des écoles de la minorité et des enseignants de partout au pays. Elle a décrit les activités de son organisme de la façon suivante :

« ENVIRON HUIT MILLIONS D'ÉLÈVES CANADIENS ONT ACCÈS AU SERVICE EN LIGNE DE L'ONF DANS LEURS CLASSES. C'EST UN OUTIL PARTICULIÈREMENT UTILE POUR LES ENSEIGNANTS QUI TRAVAILLENT DANS LES COMMUNAUTÉS LINGUISTIQUES MINORITAIRES PARTOUT AU CANADA. [...] NOUS FOURNISSONS DES GUIDES PÉDAGOGIQUES, DES CHAÎNES ÉDUCATIVES ET DES FILMS, PAR CATÉGORIE. NOUS EMBAUCHONS DES ENSEIGNANTS AFIN DE REGROUPER DES FILMS EN FONCTION DES PROGRAMMES SCOLAIRES ET DES GROUPES D'ÂGE. NOUS OFFRONS ÉGALEMENT AUX ENSEIGNANTS DES DESCRIPTIONS DE FILM, DES ATELIERS VIRTUELS EN LIGNE, DES APPLICATIONS, DE MÊME QUE DES BLOGUES ET INFOLETTRES ²⁰⁴ ».

Comme certains enseignants sont moins enclins à utiliser les nouvelles technologies en classe, des ateliers de formation sont offerts pour qu'ils apprennent à utiliser les outils de l'ONF en classe. L'un des organismes qui a témoigné devant le Comité sénatorial, LEARN Quebec, a parlé en bien de son utilisation des ressources éducatives élaborées par l'ONF ²⁰⁵.

Statistique Canada est un autre exemple d'institution offrant des ressources éducatives en ligne. Ses produits sont destinés aux enseignants, aux élèves, de même qu'aux établissements postsecondaires. Ils visent à offrir aux Canadiens, en particulier aux jeunes et aux intervenants du milieu de l'éducation, un accès direct à l'information sur les tendances actuelles et les enjeux de l'heure.

Quelques cas pratiques du côté francophone

Quelques initiatives ont retenu l'attention du Comité sénatorial du côté francophone. Par exemple, un programme visant l'utilisation d'ordinateurs portables a été mis en œuvre en Colombie-Britannique. Devant le Comité sénatorial, l'automne dernier, le commissaire aux langues officielles a cité l'exemple d'une école francophone de la Colombie-Britannique qui offrait des cours en ligne à tous les jeunes francophones de 11^e année :

« CETTE CLASSE ÉTAIT DONNÉE À VICTORIA, ET DES ÉTUDIANTS FRANCOPHONES Y ASSISTAIENT À VANCOUVER, À CAMPBELL RIVER ET DANS UNE FOULE D'AUTRES ÉCOLES QUI N'AVAIENT PAS LA POSSIBILITÉ D'AVOIR UN PROFESSEUR DE PHYSIQUE AU NIVEAU DE LA 11^E ANNÉE. GRÂCE À CE MOYEN DE COMMUNICATION, IL ÉTAIT POSSIBLE D'OFFRIR CETTE CLASSE À TOUS LES ÉTUDIANTS DE 11^E ANNÉE DANS LES PETITES ÉCOLES À TRAVERS LA COLOMBIE-BRITANNIQUE ²⁰⁶ ».

Des exemples similaires ont été cités pour la Saskatchewan. Les nouvelles technologies permettent d'expliquer, en partie, l'augmentation du taux de fréquentation dans les écoles francophones en situation minoritaire. À ce sujet, un représentant de l'Association canadienne d'éducation de langue française a indiqué ce qui suit :

« EN SASKATCHEWAN, IL N'Y A PAS SI LONGTEMPS, LES ÉCOLES ÉLOIGNÉES DE CERTAINS CENTRES – ET ON COMPTE PLUS D'ÉCOLES ÉLOIGNÉES QUE D'ÉCOLES DANS LES CENTRES – ÉTAIENT BIEN POURVUES EN CE QUI CONCERNE LES RÉSEAUX VIRTUELS. ON REGROUPAIT LES ÉLÈVES, SURTOUT DE NIVEAU SECONDAIRE, OÙ LE NOMBRE N'ÉTAIT PAS SUFFISANT POUR OFFRIR UN COURS DE MATHÉMATIQUE, EN UNE CLASSE VIRTUELLE DE CINQ CLASSES, AVEC UN PROFESSEUR ET DES CAMÉRAS. AINSI, L'ACCESSIBILITÉ À L'APPRENTISSAGE EN SASKATCHEWAN, ET AILLEURS SANS AUCUN DOUTE, EST BEAUCOUP PLUS GRANDE ²⁰⁷ ».

Certains conseils scolaires, notamment en Colombie-Britannique, ont créé des blogues pour permettre aux jeunes francophones de s'exprimer en ligne. Ces outils sont perçus comme des moyens utiles pour favoriser le réseautage et les échanges entre les élèves, les enseignants et le personnel des conseils scolaires. Ils constituent des moyens profitables et indispensables pour briser l'isolement. Devant le Comité sénatorial, un représentant de l'Association canadienne d'éducation de langue française a fait remarquer ce qui suit :

« BREF, D'UN CÔTÉ LES JEUNES FRANCOPHONES VIVENT DANS UN UNIVERS VIRTUEL PASSABLEMENT ANGLOPHONE, ET DE L'AUTRE, L'ÉCOLE INTERDIT – PAS PARTOUT, MAIS À PLUSIEURS ENDROITS – LA PLUPART DE CES PLATEFORMES. HEUREUSEMENT, IL EXISTE DE NOMBREUSES INITIATIVES INTÉGRANT DE MANIÈRE CRÉATIVE L'UTILISATION DE CES NOUVELLES PLATEFORMES DANS UN BUT PÉDAGOGIQUE. PAR EXEMPLE, L'UTILISATION DE TEXTOS POUR DES ŒUVRES DE POÉSIE COLLECTIVE, LA CRÉATION PAR LES JEUNES DE MINI SITES WEB ET DE BLOGUES OÙ ILS PEUVENT S'EXPRIMER ET S'AFFIRMER SUR LES THÈMES QUI LES INTÉRESSENT COMME LE SPORT, LE CINÉMA, ET CETERA ²⁰⁸ ».

L'Association canadienne d'éducation de langue française a par ailleurs rappelé que les parents et les enseignants doivent être partie prenante dans le processus :

« [P]OUR NE PAS ÊTRE RAPIDEMENT DÉPHASÉ PAR RAPPORT AUX JEUNES ET POUVOIR ASSUMER AUPRÈS D'EUX NOTRE RÔLE D'ÉDUCATEUR TOUT AU LONG DE LEUR CHEMINEMENT CULTUREL, LA FAMILLE ET L'ÉCOLE DOIVENT DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES TECHNOLOGIQUES ET RELATIONNELLES QUI SONT DEVENUES NÉCESSAIRES DANS LE MONDE D'AUJOURD'HUI. [...] PAR EXEMPLE, IL FAUDRAIT OFFRIR AUX PARENTS DES RESSOURCES EN LIGNE LEUR FOURNISSANT DES TRUCS, DES IDÉES POUR DÉVELOPPER L'IDENTITÉ FRANCOPHONE DE LEURS JEUNES DANS LEUR USAGE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES. IL FAUDRAIT AUSSI OFFRIR AU PERSONNEL ENSEIGNANT DES RESSOURCES EN FRANÇAIS SUR L'UTILISATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES EN SALLE DE CLASSE, À L'ÉCOLE, ET CETERA. [...] IL FAUT QUE L'ÉDUCATEUR SOIT PROCHE ET QU'IL ACCOMPAGNE AUSSI LE JEUNE DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX. SI À L'ÉCOLE ON N'ACCOMPAGNE PAS LE JEUNE, CELUI-CI SE TROUVE LAISSÉ À LUI-MÊME. ET EN PLUS, TOUT SE PASSE EN ANGLAIS DANS NOS COMMUNAUTÉS ²⁰⁹ ».

Dans le cadre de ses audiences publiques, le Comité sénatorial a rencontré les représentants de deux établissements d'enseignement, l'un au niveau primaire, l'autre au niveau postsecondaire, qui font un usage accru des nouvelles technologies.

D'une part, abordons le cas du Centre d'apprentissage du Haut-Madawaska (C@HM). Cette école rurale, regroupant quelque 220 élèves, dessert les villages de Clair, Lac Baker, Baker Brook et St-Hilaire, au Nouveau-Brunswick. Elle favorise l'intégration des technologies de l'information et des télécommunications dans ses activités. Elle le fait en assurant une présence active sur le Web, en utilisant régulièrement des médias sociaux dans le cadre de l'enseignement et en offrant de nombreuses occasions de perfectionnement et de développement des capacités à son personnel enseignant. Le directeur du centre a expliqué sa démarche de la façon suivante :

« NOS ÉLÈVES SONT DIFFÉRENTS ET LES ÉCOLES VONT DEVOIR S'ADAPTER AUX ÉLÈVES. ON VA DEVOIR DIFFÉRENCIER NOS APPRENTISSAGES POUR FAIRE EN SORTE QUE DES ÉLÈVES AVEC DES BESOINS DIFFÉRENTS PEUVENT APPRENDRE DIFFÉRENTES CHOSES. JE VOUS DIRAIS QUE C'EST UN DÉFI MAJEUR POUR LES ÉCOLES. [...] IL FAUT QUE LES ÉCOLES SOIENT CAPABLES DE SE BRANCHER. [...] IL FAUT FAIRE DES EXPÉRIENCES, IL FAUT ESSAYER DES CHOSES. IL Y EN A QUI FONCTIONNENT MIEUX QUE D'AUTRES AVEC LA CULTURE ORGANISATIONNELLE. IL FAUT PRENDRE DES RISQUES; IL Y A DES ENDROITS OÙ ON PEUT PRENDRE PLUS DE RISQUES. IL FAUT VOIR L'UTILISATION PÉDAGOGIQUE ²¹⁰ ».

Le C@HM est très engagé dans les initiatives du Web 2.0. Par exemple, il a mis sur pied un cybercarnet qui vise à favoriser l'accompagnement pédagogique et à regrouper les travaux et réflexions des élèves en mettant l'accent sur la communication, la collaboration et la rétroaction. Il s'agit aussi d'un moyen de favoriser la lecture et l'écriture chez les élèves. Il s'adresse aux élèves de 7^e année et de 8^e année. Le directeur du centre a décrit l'usage du blogue de cette façon :

« LES PARENTS PEUVENT S'ABONNER AU BLOGUE DE LEUR ENFANT. DONC LORSQU'UN ENFANT ÉCRIT UN TEXTE, LE GRAND-PAPA, LA GRAND-MAMAN OU L'ONCLE, QUI EST EN FLORIDE, PEUT RECEVOIR UN COURRIEL QUI DIT QUE TI-PIERRE OU TI-PAUL A ÉCRIT UN BILLET ET IL EST POSSIBLE DE LAISSER DES COMMENTAIRES. DONC LORSQU'ON SAIT QUE CES GENS VONT NOUS LIRE, ON A TENDANCE À MIEUX SE PRÉPARER ET À FAIRE PLUS ATTENTION. IMAGINEZ LE POTENTIEL D'UN[E] VIDÉO SUR YOUTUBE. LORSQU'ON SAIT QU'ON PRÉSENTERA QUELQUE CHOSE SUR YOUTUBE ET QU'ON SAIT QUE LE POTENTIEL EST ASTRONOMIQUE, ON A TENDANCE À MIEUX SE PRÉPARER ²¹¹ ».

Le C@HM fait également l'usage de wikis, de tablettes électroniques et d'un portail en ligne. Tout cela fait en sorte qu'il arrive à développer les habiletés technologiques des élèves et à encourager la collaboration créative, tout en s'adaptant à leurs besoins et à leurs intérêts variés. Aux yeux de son directeur, les expérimentations sont importantes et le partage des bonnes pratiques l'est tout autant, tout comme l'appui au développement professionnel des enseignants ²¹².

D'autre part, abordons le cas du Collège Éducacentre. Cette institution a été créée en 1992 et se compose de trois campus physiques (Vancouver, Victoria et Prince George) et d'un campus virtuel. Selon les dernières données du recensement, en Colombie-Britannique, le nombre de non-francophones parlant français est quatre fois plus élevé que le nombre de personnes ayant le français comme langue maternelle. Il existe donc un bassin important de clientèle intéressée à suivre des cours de français langue seconde dans cette province. Le Collège a fait de la francisation l'un de ses créneaux. Il offre donc toute une série de cours et programmes répondant aux besoins de formation en français langue seconde, et le tout est disponible à distance.

Le Collège Éducacentre offre une gamme diversifiée de services éducatifs à la population francophone de la Colombie-Britannique. Plusieurs programmes de niveau collégial ont été développés au cours des années 2000, dont un certain nombre sont offerts à distance depuis 2004 (p. ex., administration, éducation, langues et communications, santé, tourisme et hôtellerie). Le représentant du Collège a décrit les avantages des médias sociaux dans le secteur de l'éducation postsecondaire de la façon suivante :

« AU COLLÈGE ÉDUCACENTRE, NOUS VOYONS LE POTENTIEL QU'OFFRENT LES MÉDIAS SOCIAUX ET NOUS CHERCHONS PAR TOUS LES MOYENS POSSIBLES À EN BÉNÉFICIER. LES FRANCOPHONES DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE SONT DISPERSÉS SUR UN GRAND TERRITOIRE. LA PLUPART DE NOS ÉTUDIANTS SUIVENT DES COURS À TEMPS PARTIEL TOUT EN TRAVAILLANT. LA FORMATION À DISTANCE PERMET AUX APPRENANTS DE SUIVRE LA FORMATION DANS LEUR FOYER QUAND CELA LEUR CONVIENT. [...] DANS UN CONTEXTE

MINORITAIRE FRANCOPHONE, L'ÉCLOSION DES MÉDIAS SOCIAUX OFFRE AUSSI LE POTENTIEL D'AUGMENTER LA GAMME DE SERVICES ET DE PROGRAMMES POUR ATTEINDRE UN NIVEAU SIMILAIRE À CELUI OFFERT PAR LES INSTITUTIONS ANGLOPHONES ²¹³ »).

Des recommandations ont été présentées par le directeur général du Collège Éducacentre pour prévoir du financement visant à : encourager le développement des infrastructures électroniques, favoriser l'utilisation des médias sociaux dans l'enseignement et la formation aux adultes, maintenir des réseaux de formation à distance en français, faciliter le partage de nouveaux programmes et appuyer le développement des capacités des enseignants et des formateurs ²¹⁴.

Quelques cas pratiques du côté anglophone

Lors des audiences publiques de l'an dernier, l'exemple du virage technologique pris par la Commission scolaire Eastern Townships avait suscité beaucoup d'admiration. La commission scolaire offre diverses occasions de perfectionnement à son personnel, en utilisant les balados, les vidéoclips, la téléconférence, les tableaux interactifs, etc. Tous les élèves se voient dotés d'un ordinateur portatif à partir de la 3^e année du primaire. Le virage technologique adopté par la commission scolaire a semble-t-il entraîné une amélioration des résultats scolaires des élèves, une baisse du décrochage et des occasions de perfectionnement pour le personnel enseignant. Les témoignages ont montré l'importance d'assurer un accès continu à des ressources financières pour poursuivre ce genre de projet et permettre aux nouveaux enseignants d'entrer eux aussi dans ce virage technologique ²¹⁵.

Un projet d'expérimentation a été mis en branle il y a une dizaine d'années au Québec : l'École éloignée en réseau. Il réunit l'expertise du CEFRIO et d'une équipe de chercheurs universitaires et favorise l'expérimentation dans les petites écoles de la province. Il vise à trouver des solutions nouvelles pour améliorer la vitalité des petites écoles, en s'appuyant entre autres sur les nouvelles technologies. Ce projet rejoint une centaine d'écoles, dont un certain nombre d'écoles de langue anglaise. Devant le Comité sénatorial, un représentant du CEFRIO s'est exprimé ainsi au sujet de cette initiative :

« NOUS SOMMES ÉGALEMENT CONSCIENTS DES MILIEUX ANGLOPHONES EN RÉGION OU À MONTRÉAL. ON S'EST DEMANDÉ CE QU'ON PEUT FAIRE POUR CES GROUPES SUR LE PLAN DE L'ÉDUCATION. NOUS AVONS ADAPTÉ LE PROJET ÉCOLE ÉLOIGNÉE EN RÉSEAU DONT JE VOUS AI PARLÉ PLUS TÔT, EN CONSIDÉRANT LE FAIT QU'ON NE SE TROUVE PLUS EN SITUATION MULTI-ÂGES, MAIS AVEC DE GRANDES CLASSES ET DES ENSEIGNANTS ISOLÉS QUI DOIVENT RENDRE LE MÊME PROGRAMME PÉDAGOGIQUE AVEC MOINS D'OUTILS. NOUS NOUS SOMMES ASSURÉS DE CRÉER LES COMMUNAUTÉS DE PRATIQUES PÉDAGOGIQUES NÉCESSAIRES POUR RENDRE DISPONIBLES CES APPUIS. [...] LES CHERCHEURS NOUS ACCOMPAGNENT DANS NOTRE DÉMARCHE ET APPORTENT LEUR EXPERTISE POUR FAIRE EN SORTE QUE CES TECHNOLOGIES SOIENT SIMPLES ET INTUITIVES. VOILÀ LES DEUX [MOTS-CLÉS] AUXQUELS NOUS ASPIRONS. LES ENFANTS SONT COMME DES ÉPONGES. ILS NE SAVENT PAS LIRE, MAIS ILS ABSORBENT TOUT INSTANTANÉMENT. ILS UTILISENT LA TECHNOLOGIE DE FAÇON TRÈS INTUITIVE AVEC LE TYPE DE PROGRAMMES QUE NOUS DÉVELOPPONS ²¹⁶ »).

Un représentant de l'Association des commissions scolaires anglophones du Québec a parlé de l'importance des nouvelles technologies pour les écoles anglophones situées en région éloignée :

« POUR LES ÉLÈVES D'UNE PETITE ÉCOLE ANGLOPHONE SITUÉE À BONAVENTURE, À GASPÉ OU À CHIBOUGAMAU, ÉTABLIR DES LIENS EN TEMPS RÉEL AVEC UN ENSEIGNANT DE QUÉBEC OU DE MONTRÉAL PEUT ÊTRE LA SEULE FAÇON DE POUVOIR SUIVRE UN COURS DE CHIMIE DE SECONDAIRE 5 OU UN ATELIER SUR LA PRÉVENTION DE LA CYBERINTIMIDATION ²¹⁷ ».

C'est l'un des rôles de LEARN Quebec d'offrir de tels services d'apprentissage en ligne. Un représentant de l'organisme a décrit le type d'activités offertes, qui vont de l'offre de cours à distance, en passant par l'aide aux devoirs, les tutoriels en ligne, les vidéoconférences ou encore les bulletins électroniques qui présentent du contenu multimédia.

« CE SONT DES RESSOURCES ACCESSIBLES 24 HEURES PAR JOUR, TOUS LES JOURS. LES GENS N'ONT QU'À SE RENDRE SUR NOTRE SITE WEB, QUI N'EST PAS QU'UN SITE WEB. C'EST UN SYSTÈME DE GESTION DE CONTENU, UNE BASE DE DONNÉES ÉLABORÉE ET OUVERTE. LE SITE CONTIENT PLUS DE 300 000 PAGES DE MATÉRIEL, DONT DES RESSOURCES POUR LES ENSEIGNANTS, LES ÉLÈVES, DE MÊME QUE POUR LES PARENTS, QUI VEULENT SOUVENT SAVOIR CE QU'OFFRE LE PROGRAMME ²¹⁸ ».

Un représentant de l'organisme a parlé de l'importance d'avoir accès à des enseignants qualifiés. C'est pourquoi LEARN Quebec offre des ateliers en temps réels et donne accès à des communautés en ligne pour permettre aux enseignants anglophones du Québec d'apprendre, de collaborer et de partager leurs connaissances ²¹⁹.

Par ailleurs, les médias sociaux ont été jugés extrêmement utiles dans les écoles de langue anglaise au Québec, car ils permettent d'obtenir facilement et rapidement de l'information en anglais qu'il serait difficile d'obtenir autrement. À ce sujet, un représentant de LEARN Quebec a dit :

« TWITTER, FACEBOOK ET TOUS CES OUTILS NOUS PERMETTENT DE COMPLÉTER UNE BONNE PARTIE DES PROGRAMMES, TOUT SIMPLEMENT PARCE QUE LES RESSOURCES FOURNIES PAR LES ÉDITEURS AU QUÉBEC NE CONVIENNENT PAS À NOS BESOINS PARTICULIERS ²²⁰ ».

Les médias et la culture : être le reflet des communautés

Les arts et la culture : une utilisation prometteuse des nouvelles technologies

L'utilisation des nouvelles technologies semble prometteuse dans le secteur culturel. Comme dans bien d'autres secteurs, les organismes culturels et artistiques dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire doivent être à la fine pointe de la technologie pour être en mesure de concurrencer ce qui se fait ailleurs dans l'industrie. On remarque un usage croissant du Web, d'outils multimédias, de plateformes numériques ou encore d'applications mobiles. La FCCF a réalisé un sondage en ligne ²²¹ qui a montré que bien que la majorité de

ses membres possède un site Web (67 %), ce dernier contient peu d'éléments interactifs (38 %) et permet rarement d'y acheter des produits culturels (21 %).

Le développement des capacités sur le Web constitue un défi de taille pour ces communautés, tant chez les francophones que les anglophones en situation minoritaire. **Le soutien aux nouvelles technologies apparaît essentiel pour rejoindre les jeunes, appuyer la relève artistique, décentraliser la production, rentabiliser l'offre et ainsi contribuer à la vitalité de ces communautés.** Le Comité sénatorial l'avait d'ailleurs souligné dans une étude parue en 2009 ²²².

L'APPUI AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS LE SECTEUR DES ARTS ET DE LA CULTURE

En 2009, le Comité sénatorial avait abordé la question de l'appui aux nouvelles technologies dans le cadre de son étude sur les arts et la culture francophones. Il avait recommandé « *Que le ministère du Patrimoine canadien, en collaboration avec les institutions fédérales œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, assure aux communautés francophones en situation minoritaire l'accès aux ressources (humaines et financières) suffisantes pour appuyer le développement et favoriser l'épanouissement des arts et de la culture dans leur région, particulier pour soutenir : [...] l'utilisation des nouvelles technologies* ». Dans sa réponse au rapport du Comité sénatorial, le gouvernement avait souligné l'existence du Fonds interactif du Canada, qui a appuyé la création en ligne d'applications et de contenu culturels interactifs canadiens élaborés par les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Ce Fonds a été supprimé dans le cadre du Budget de 2012 et cessera bientôt ses activités.

Comme l'a fait remarquer un porte-parole de la FCCF, l'effet des nouvelles technologies se fait sentir à toutes les étapes du continuum culturel :

« [L]ES EFFETS DU NUMÉRIQUE SUR LES ARTS ET LA CULTURE SE FONT SENTIR À TOUTES LES ÉTAPES DU CONTINUUM CULTUREL, SOIT LA CRÉATION, LA DIFFUSION, LA DISTRIBUTION ET LORS DE LA RÉCEPTION DE L'ŒUVRE PAR LE PUBLIC. ON PEUT DONC DIRE QUE TOUS LES ACTEURS DU CONTINUUM CULTUREL SONT INTERPELLÉS D'UNE FAÇON OU D'UNE AUTRE PAR CETTE RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE ²²³ ».

Pour ce qui est de l'accès aux outils technologiques pour appuyer le travail des organismes œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, la situation varie. **Du côté francophone**, la FCCF a fait remarquer que le degré d'appropriation des nouvelles technologies change selon les régions, selon les secteurs artistiques et, comme nous le verrons plus loin, selon les ressources mises à leur disposition ²²⁴. Dans un sondage en ligne ²²⁵ qu'elle a réalisé auprès de ses membres, la FCCF a identifié un certain nombre de défis à relever qui vont du manque de connaissance des outils, en passant par le manque de capacité pour les utiliser, le manque de temps, le manque d'argent ou encore les risques associés au respect du droit d'auteur. Le degré d'activité du côté des médias sociaux semble élevé : tout près de 83 % des membres de la FCCF ont déclaré avoir un profil ou une page Facebook. Au total, 74 %

des répondants ont déclaré avoir accès à tout l'équipement dont ils avaient besoin pour répondre à leurs besoins à l'égard d'Internet et des médias sociaux. Il semble, de façon générale, que le manque flagrant de culture numérique francophone en milieu minoritaire risque de contribuer à l'assimilation des francophones, qui s'accélère au même rythme qu'Internet et qui s'intègre à leur quotidien.

Du côté anglophone, l'English-Language Arts Network (ELAN) a parlé des difficultés associées à l'accès à Internet dans certaines régions, ainsi que du potentiel des médias sociaux sur le travail des artistes anglophones du Québec et sur la promotion de la dualité linguistique. Quatre thèmes ont ressorti du lot : accessibilité, connexion, contrôle et financement ²²⁶. Selon l'ELAN :

« **LES FRONTIÈRES ENTRE LES AUDITOIRES LINGUISTIQUES SONT MOINS BIEN DÉFINIES EN LIGNE OÙ LES AUDITOIRES TENDENT À ÊTRE LIÉS PAR UN INTÉRÊT COMMUN PLUTÔT QUE PAR LA LANGUE DE PRESTATION** ²²⁷ ».

Les institutions fédérales en appui aux arts et à la culture branchés

Dans le cadre du Fonds interactif du Canada, du financement a été mis à la disposition des établissements d'enseignement canadiens, des musées et des associations culturelles œuvrant en milieu minoritaire à partir de 2009. La FCFA et le ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles ont fait référence à ce Fonds lors de leur comparution devant le Comité sénatorial à l'automne 2011 ²²⁸. Le Comité sénatorial a été mis au courant de la disparition de ce dernier en juin, lors de la comparution de la FCCF ²²⁹. Le site Web de Patrimoine canadien mentionne que le programme cessera ses activités en 2012-2013 ²³⁰.

Le ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles a mentionné l'existence d'autres programmes d'appui à la culture qui sont maintenant dotés d'un volet consacré aux médias numériques (p. ex., Fonds du livre du Canada, Fonds du Canada pour les périodiques, Fonds de la musique du Canada, Fonds des médias du Canada, Fonds de développement culturel). Par exemple, le Fonds des médias du Canada permet l'élaboration d'applications logicielles pour les plateformes courantes et les plateformes numériques émergentes. D'autres organismes fédéraux assurent aussi une présence active en ligne (p. ex., ONF, Téléfilm Canada, CBC/Radio-Canada, Centre national des arts, Conseil des arts du Canada). Selon les témoignages entendus, il semble cependant que l'appui demeure souvent ponctuel, c'est-à-dire pour la mise sur pied de projets spécifiques sans engagement à long terme pour assurer leur maintien.

Dans le cadre de ses audiences publiques, le Comité sénatorial a rencontré une représentante de l'ONF qui a fait état de nombreuses initiatives entreprises depuis 2008, au moment où l'institution a pris le virage numérique ²³¹. Près de 2 000 de ses productions sont maintenant disponibles sur différentes plateformes : Web, blogue, mobile, etc. CBC/Radio-Canada est un autre exemple d'institution qui a pris le virage numérique. La société d'État compte énormément sur sa plateforme Web pour diffuser et rediffuser du contenu audio et vidéo ; de cette façon, le contenu régional peut être réécouté en ligne sur demande et est accessible à l'ensemble des citoyens canadiens ²³².

Internet, les nouveaux médias et les médias sociaux au service de la culture francophone

Pour les communautés francophones et acadiennes, les nouvelles technologies sont appelées à **changer le visage des arts et de la culture francophones**. Elles facilitent les communications, le réseautage et les échanges, d'un côté, et elles changent les façons de livrer les œuvres et instaurent de nouvelles façons de créer, d'un autre côté. Elles servent aussi à **développer une culture numérique francophone**. Les organismes culturels et artistiques sont d'avis qu'il faut non seulement assurer l'accès à ces nouvelles technologies, mais également promouvoir leur utilisation. Avec l'existence de nouveaux outils, le CEFRIO est d'avis que la consommation de produits culturels en français s'accroît :

« AVEC UN ORDINATEUR OU UN IPAD BRANCHÉ À INTERNET HAUTE VITESSE, N'IMPORTE QUEL FRANCOPHONE, QU'IL HABITE MONCTON OU MAILLARDVILLE, PEUT MAINTENANT ACCÉDER À DES PRODUITS CULTURELS DANS SA LANGUE, PAR EXEMPLE, ÉCOUTER LES ÉPISODES DU *TEMPS D'UNE PAIX*, TÉLÉCHARGER LES CHANSONS DU GROUPE RADIO RADIO, OU LIRE *LE DROIT* OU LA VERSION ÉLECTRONIQUE DU *TOUR DU MONDE EN 80 JOURS* ²³³ ».

Avec l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux, on assiste à l'émergence d'une nouvelle génération de créateurs francophones. Le public devient lui-même créateur de contenu et participe au développement d'œuvres artistiques ²³⁴. Les échanges culturels entre les citoyens francophones du Canada ne cessent de croître. Ces outils sont de plus en plus utilisés comme ressources pédagogiques ou comme véhicule des valeurs culturelles et linguistiques du pays ²³⁵.

Cela dit, une chercheuse a fait remarquer que même si les outils existent, la consommation culturelle chez les citoyens qui n'ont pas l'habitude de consommer ce genre de produit n'augmentera pas systématiquement ²³⁶. La FCCF a abondé dans le même sens en disant que même si l'offre et l'accès sont multipliés dans le nouvel univers numérique, la connaissance des œuvres ne l'est pas pour autant ²³⁷. Il faut donc trouver des moyens d'attirer l'attention. Cela passe par le consommateur lui-même, mais aussi par son entourage. Selon une chercheuse :

« DANS LE FOND, S'IL Y A UNE OFFRE CULTURELLE ASSEZ IMPORTANTE, ILS VONT ÊTRE PLUS AMENÉS À CONSOMMER, MAIS C'EST RELIÉ À DIFFÉRENTS FACTEURS, À TOUTE LA TRANSMISSION DU GOÛT PAR CE QU'ON APPELLE LES PAIRS, C'EST-À-DIRE EN PREMIER LIEU LES PARENTS, L'ÉCOLE ET LES AMIS. C'EST DONC POUR ÇA QUE POUR LES JEUNES CONSOMMATEURS, C'EST IMPORTANT PARCE QUE LES PAIRS ONT UNE GRANDE INFLUENCE. D'AUTRES JEUNES DE LEUR ÂGE VONT LEUR DIRE QU'ILS AIMENT TELLE MUSIQUE, VONT LEUR SUGGÉRER DE LIRE TEL LIVRE ET C'EST COMME ÇA QU'ILS VONT S'INFLUENCER ²³⁸ ».

En ce qui a trait plus particulièrement aux médias sociaux, la même chercheuse a indiqué que :

« CEUX QUI SONT DÉJÀ DE GRANDS CONSOMMATEURS CULTURELS VONT UTILISER LES MÉDIAS SOCIAUX POUR BÉNÉFICIER D'UNE OFFRE PLUS IMPORTANTE OU POUR ALLER CHERCHER DE L'INFORMATION PLUS FACILEMENT SUR LES ŒUVRES QU'ILS AIMENT ²³⁹ ».

Ainsi, le milieu culturel francophone peut certainement se réjouir des occasions qu'offrent les nouvelles technologies pour **créer des liens** et **briser l'isolement**. Les témoins ont rapporté que ces nouvelles technologies ont contribué à changer les rapports et les échanges culturels entre les citoyens francophones du Canada. **Mais leur utilisation comporte aussi des risques, du fait qu'il s'agit d'un milieu où l'anglais est omniprésent et où les jeunes sont portés, naturellement, à consommer des produits culturels en anglais.** La FCCF a fait part des défis suivants :

« [I]L EST PARFOIS DIFFICILE DE S'AFFIRMER COMME MINORITÉ ET DE SE DISTINGUER COMME FRANCOPHONE DANS CETTE MER D'INFORMATIONS. CECI EST D'AUTANT PLUS VRAI QUE NOMBRE DE NOS ORGANISMES AVEC QUI NOUS TRAVAILLONS ONT PEU DE RESSOURCES FINANCIÈRES ET HUMAINES À Y CONSACRER. LE DÉFI EST DE TAILLE PUISQUE LE WEB ÉVOLUE RAPIDEMENT ET QU'IL EST DIFFICILE DE SUIVRE TOUTES LES NOUVELLES TENDANCES. DÈS QUE L'ON DÉVELOPPE DES NOUVELLES STRATÉGIES, ELLES DEVIENNENT RAPIDEMENT DÉSUÈTES ET CE, PARFOIS MÊME AVANT LA FIN DE LEUR MISE EN ŒUVRE ²⁴⁰ ».

Quelques institutions fédérales œuvrant dans le secteur des arts et de la culture ont déjà entrepris d'**occuper l'espace en français sur la Toile**. C'est notamment le cas de l'ONF. À ce sujet, la représentante de cette institution a exprimé l'avis suivant :

« NOTRE POINT DE VUE EST QUE LA PRÉSENCE FRANCOPHONE EST TOUJOURS INSUFFISANTE SUR LE [W]EB. C'ÉTAIT D'AILLEURS L'UN DES OBJECTIFS IMPORTANTS D'ONF.CA D'OFFRIR UNE PLACE DE CHOIX POUR LA CULTURE FRANCOPHONE SUR LE [W]EB. L'AFFLUENCE AUGMENTE DOUCEMENT AVEC LES ANNÉES, QUE CE SOIT AVEC RADIO-CANADA, TOU.TV OU DAILYMOTION OÙ L'ON RETROUVE PLUS DE PRODUCTIONS FRANCOPHONES, MAIS NOUS AIMERIONS EN VOIR PLUS. GRÂCE AUX OUTILS SOCIAUX, MAINTENANT, L'ESPACE FRANCOPHONE PREND DE L'AMPLEUR, MAIS IL S'AGIT SOUVENT DE TRADUCTION. [...] NOUS ÉTIIONS CONSCIENTS, À L'ONF, QU'IL FALLAIT OFFRIR PLUS DE CONTENU FRANCOPHONE SI NOUS VOULIONS ÉVITER QUE LES GENS PRENNENT D'AUTRES HABITUDES DE CONSOMMATION SUR LE [W]EB ²⁴¹ ».

CBC/Radio-Canada a aussi joué un rôle de premier plan pour augmenter le contenu francophone disponible en ligne. À cet égard, une représentante de l'institution a mentionné ce qui suit :

« LE PRINCIPAL DÉFI DES CANADIENS, PARTICULIÈREMENT DES FRANCOPHONES DE CE PAYS, EST D'ASSURER UNE PRÉSENCE FORTE DANS L'UNIVERS NUMÉRIQUE EN CRÉANT DES ESPACES CAPABLES DE METTRE EN VALEUR UN CONTENU FRANCOPHONE ORIGINAL RICHE ET PERTINENT. C'EST EXACTEMENT L'APPROCHE ADOPTÉE PAR RADIO-CANADA LORSQU'ELLE A CRÉÉ TOU.TV, LA PLUS IMPORTANTE WEBTÉLÉ FRANCOPHONE EN AMÉRIQUE DU NORD, IMAGINÉE, INITIÉE ET OPÉRÉE PAR RADIO-CANADA. TOU.TV EST UN PARTENARIAT QUI REGROUPE PLUSIEURS PRODUCTEURS ET DIFFUSEURS FRANCOPHONES D'ICI ET DE PARTOUT DANS LE MONDE ²⁴² ».

Les audiences publiques ont par ailleurs fait ressortir des lacunes du côté de la disponibilité d'ouvrages numériques en français. Un représentant du CEFRIO a fait remarquer un déséquilibre important pour ce qui est des ressources disponibles en français sur Amazon ²⁴³. Un représentant de l'Association nationale des éditeurs de livres a fait part au Comité sénatorial de l'existence, depuis 2009, d'un entrepôt du livre numérique comptant plus de 9 000 ouvrages produits en français par les éditeurs du Québec et d'ailleurs au Canada ²⁴⁴. La moitié des éditeurs canadiens-français y sont représentés à l'heure actuelle ²⁴⁵. Le ministre du Patrimoine canadien a commenté la situation de la façon suivante :

« IL NE FAUT PAS OUBLIER QU'ON EN EST ENCORE AUX TOUT DÉBUTS DE CETTE TECHNOLOGIE. [...] LORSQU'ON ACHÈTE DES LIVRES EN LIGNE, PAR EXEMPLE AVEC SON IPAD, LA BOUTIQUE VIRTUELLE DE CETTE TECHNOLOGIE RISQUE DE NE PAS AVOIR AUTANT DE CONTENU EN FRANÇAIS QUE D'AUTRES LIBRAIRIES VIRTUELLES. CELA S'ARRANGERA AVEC LE TEMPS. [...] À MESURE QUE LES GENS SERONT DE PLUS EN PLUS NOMBREUX À ACHETER L'APPAREIL ET À SE RENDRE COMPTE QU'IL EXISTE UN MARCHÉ, LES CHOSES CHANGERONT ²⁴⁶ »).

La FCCF a ajouté son grain de sel pour expliquer les défis vécus dans l'industrie du livre :

« [P]OUR L'INDUSTRIE DU LIVRE FRANCOPHONE HORS QUÉBEC, IL NE RESTE QUE QUELQUE 17 LIBRAIRIES FRANCOPHONES HORS QUÉBEC. POURTANT, C'EST PAR ELLES QU'ON PEUT MIEUX REJOINDRE LES LECTEURS À L'ÉCHELLE LOCALE. IL FAUT FAIRE ATTENTION DE NE PAS TOUT ANÉANTIR AVEC LE NUMÉRIQUE. C'EST D'AILLEURS POURQUOI LE REGROUPEMENT DES ÉDITEURS CANADIENS-FRANÇAIS PARTICIPE AU PROJET L'ENTREPÔT NUMÉRIQUE MENÉ PAR L'ASSOCIATION NATIONALE DES ÉDITEURS DU LIVRE. LES DÉFIS TECHNIQUES SONT DONC APPRIVOISÉS POUR CE SECTEUR AU NIVEAU DE LA NUMÉRISATION DU LIVRE, MAIS LE TRAVAIL RESTE À FAIRE AU NIVEAU DU DÉVELOPPEMENT DE STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION MIXTE POUR FAVORISER LA VENTE DE LIVRES PAPIER TOUT EN DÉVELOPPANT LES VENTES DE LIVRES

NUMÉRIQUES. VOUS CONVIENDREZ QUE C'EST TOUT UN CASSE-TÊTE AVEC LES PETITS MOYENS DONT DISPOSENT CERTAINES DES PLUS PETITES MAISONS D'ÉDITION ²⁴⁷ »).

Dans un suivi envoyé au Comité sénatorial, les enjeux relatifs au numérique dans l'industrie de l'édition ont été décrits de la façon suivante par le Regroupement des éditeurs canadiens-français :

- ▣ **Les formats :** Pour l'instant, les livres en format numérique sont disponibles en PDF interactif ou en ePub. Ce deuxième format, préféré par plusieurs utilisateurs, entraîne beaucoup plus de coûts et de travail de vérification. Le ePub3, un format amélioré, se dessine déjà à l'horizon. Toutes les tablettes ne lisent pas tous les formats. Sachant cela, on comprend que la mutation en format numérique entraîne plusieurs manipulations sans que nous ne soyons jamais certains qu'il s'agit du format final ou optimal. Nos éditeurs ont peu de ressources humaines pour assurer tous les suivis nécessaires.

- ▣ **L'attrait de la littérature anglo-saxonne** : Le monde numérique a été pris d'assaut par les acteurs de l'industrie anglo-saxonne du livre. Nous entendons souvent les lecteurs francophones se plaindre de manque d'offre dans leur langue. Même si nos livres sont disponibles, les gens ne les trouvent pas toujours ou ne pensent même pas à les chercher. Dans des milieux où la culture anglo-saxonne représente un grand attrait comme certaines communautés francophones et acadiennes, nous devons trouver des façons de nous faire connaître.
- ▣ **La commercialisation** : Le format numérique élimine le transport et permet de rejoindre des publics qui ont moins facilement accès aux livres papier des éditeurs. Par contre, la commercialisation des livres numériques est très éclatée (de multiples sites) et les sites les plus populaires comme Amazon ou Apple ont tendance à promouvoir les plus grands vendeurs. Comment des petits joueurs peuvent-ils mieux rejoindre leur public dans la sphère numérique?
- ▣ **Le prix** : Les clients s'étonnent souvent que les prix ne soient pas plus bas. En français, la norme fixe le prix autour de 75 % du prix papier. Les clients comprennent mal que nous n'avons pas le marché anglo-saxon pour absorber les chutes de prix et que pour l'instant, le tournant numérique représente plus d'investissements que de gains.
- ▣ **Le système de prêt** : Le Québec a développé un système de prêt chronodégradable pour ses bibliothèques. Après la période prescrite de location, le fichier disparaît du lecteur. Nous sommes toujours en attente pour l'universalisation du même genre de système (respectueux de la chaîne du livre) ailleurs au Canada ²⁴⁸.

Dans le secteur de la musique, force est de constater qu'un grand nombre de jeunes francophones consomment de la musique en anglais. Il en est de même pour les films. Il faut donc trouver des moyens d'attirer leur attention vers la consommation de produits culturels et artistiques dans leur langue. C'est pourquoi l'ONF offre du cinéma numérique dans les communautés éloignées, une façon efficace et abordable d'offrir du contenu en milieu minoritaire ²⁴⁹. La FCCF a cité le cas de l'Alliance nationale de l'industrie musicale, qui a développé une liste de diffusion, sur YouTube, pour mousser les clics de vidéos d'artistes des communautés francophones en situation minoritaire ²⁵⁰.

Promouvoir les arts et la culture en ligne : rapprocher les différentes communautés

Plusieurs témoins ont reconnu que la promotion permet d'**accroître l'offre auprès des publics intéressés**, d'**augmenter les revenus** et d'**attirer les jeunes**. La création d'infrastructures virtuelles et de banques de données interactives, la mise en réseau de lieux multidisciplinaires de diffusion culturelle, de même que l'appui à la formation et au développement des capacités des artistes font partie des solutions envisagées. Mais dans cette nouvelle réalité numérique, certains artistes passent plus de temps à faire de la promotion qu'à créer de nouvelles œuvres ²⁵¹. Du côté des organismes culturels, la volonté est grande, mais les moyens sont parfois limités, comme l'a indiqué une chercheuse :

« IL Y A UNE VOLONTÉ DE SE DOTER DE CES OUTILS PARCE QU'ON VOIT BIEN QUE CELA RAPPORTE. ON PEUT FAIRE UNE PROMOTION DES ŒUVRES ET DES ARTISTES DE LA CULTURE FRANCOPHONE BEAUCOUP PLUS FACILEMENT. EN MÊME TEMPS, CELA DEMANDE DES RESSOURCES PARFOIS IMPORTANTES POUR DES ORGANISMES COMMUNAUTAIRES QUI N'EN ONT SOUVENT PAS BEAUCOUP. ALORS CELA DÉPEND DES PERSONNES QUI SONT LÀ. ELLES PEUVENT ÊTRE PLUS OU MOINS À L'AISE AVEC CES TECHNOLOGIES, ELLES PEUVENT PROPOSER DES PROJETS ASSEZ INNOVANTS, ELLES ONT PARFOIS À GÉRER SIMPLEMENT LE QUOTIDIEN ET ELLES N'ONT PAS LE TEMPS D'ALIMENTER DES SITES WEB. IL Y A UNE INÉGALITÉ DE CE POINT DE VUE, EN TOUT CAS EN CE QUI A TRAIT AUX RESSOURCES. CÉPENDANT, LA VOLONTÉ EST LÀ PARCE QUE CELA DONNE UNE VISIBILITÉ VRAIMENT IMPORTANTE ²⁵² ».

Les constats qui précèdent semblent également s'appliquer aux communautés anglophones du Québec. Dans leur cas, les possibilités en matière de **réseautage** vont même au-delà du strict cadre communautaire puisque les artistes représentent une occasion d'encourager le dialogue avec la majorité francophone. L'ELAN a fait part au Comité sénatorial d'un projet en cours d'élaboration qui attirera l'attention sur les artistes anglo-Québécois.

« NOUS ALLONS PRENDRE LES HISTOIRES DES ARTISTES DE LA RADIO, DE LA TÉLÉVISION, DU WEB ET DE L'ÉDITION ET ESSAYER DE LES TRANSMETTRE À LA MAJORITÉ FRANCOPHONE, À NOS VOISINS, POUR CRÉER UN AUDITOIRE, MAIS AUSSI POUR CHANGER CERTAINS STÉRÉOTYPES NÉGATIFS AUXQUELS NOUS BUTONS CONSTAMMENT. LES ARTISTES SONT DES PERSONNES POSITIVES, INTÉGRÉES ET TRÈS BILINGUES ²⁵³ ».

Par ailleurs, tant chez les francophones que chez les anglophones, les audiences publiques ont montré qu'il est important de soutenir la production indépendante pour mieux assurer le reflet des réalités des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Cela permet d'assurer la vitalité de la création et la création d'un contenu représentatif, fort et diversifié. Du travail se fait du côté des institutions fédérales. L'ONF, CBC/Radio-Canada et le Fonds des médias du Canada encouragent tous, d'une certaine manière, la production indépendante en milieu minoritaire. Mais pour que les producteurs indépendants puissent tirer profit des avantages de l'économie numérique, il importe qu'ils aient accès à des programmes qui tiennent compte de leurs défis particuliers et de leurs réalités propres. La FCCF a résumé les défis actuels de la façon suivante :

« L'INTÉGRATION VERTICALE DE L'INDUSTRIE DES COMMUNICATIONS ACCENTUE CETTE TENDANCE ET AMÈNE DES DÉFIS DE TAILLE. COMMENT LES PETITES ENTREPRISES FRANCO-CANADIENNES PEUVENT-ELLES FAIRE LE POIDS FACE À DE GROS EMPIRES COMMERCIAUX? LE DÉFI DU MULTIPLATEFORME, DONT ON A DÉJÀ PARLÉ, EST ENTIER ET RESENTI AU QUOTIDIEN DANS CE CHAMP D'ACTIVITÉS. EN EFFET, LES PRODUCTEURS QUI VEULENT OBTENIR DU FINANCEMENT DU FONDS DES MÉDIAS DU CANADA DOIVENT DÉPLOYER LEURS PROJETS SUR PLUS D'UNE PLATEFORME S'ILS VEULENT OBTENIR LE FINANCEMENT DÉSIRÉ. LES ÉQUIPES DES PRODUCTEURS SONT CERTES BIEN INFORMÉES, MAIS LA MAIN-D'ŒUVRE FRANCOPHONE EST PEU NOMBREUSE ²⁵⁴ ».

Le Quebec English-language Production Council était d'avis que la partie VII de la *Loi sur les langues officielles* pourrait offrir des solutions à bon nombre des problèmes vécus par les producteurs indépendants ²⁵⁵.

Par ailleurs, une chercheuse a plaidé pour un appui plus soutenu à la recherche dans le secteur des arts et de la culture, pour avoir une meilleure connaissance sur le numérique et mieux connaître les nouvelles tendances à l'égard de la consommation culturelle dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire ²⁵⁶.

Les médias communautaires : un rôle central dans les communautés

Il est largement reconnu que les médias communautaires jouent un rôle essentiel pour le développement et l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire, tant du côté francophone qu'anglophone. Les radios et les journaux communautaires contribuent au développement des arts et de la culture et à la vitalité des communautés. Ils permettent aux minorités francophones et anglophones de se voir et de s'entendre. Ils sont souvent des partenaires de taille dans le financement d'événements culturels qui ont lieu dans les communautés. Ils contribuent à la capacité de vivre dans sa langue en milieu minoritaire. Ils permettent de rejoindre divers publics : francophones et francophiles, anglophones, jeunes et moins jeunes, nouveaux arrivants. En bref, ces outils de communication sont la clé du reflet de la culture de langue minoritaire, de sa valorisation et de son développement. Le Comité sénatorial a souligné ce rôle de premier plan dans deux de ses rapports récents, publiés respectivement en juin 2009 et en octobre 2011 ²⁵⁷.

L'APPUI AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS LE SECTEUR DES MÉDIAS COMMUNAUTAIRES

En 2009 et en 2011, le Comité sénatorial avait présenté des recommandations au sujet de l'appui aux médias communautaires. À la lumière des développements récents, il semble que la situation financière des médias communautaires demeure précaire, même si du travail est fait pour essayer de renverser la tendance. Dans la réponse qu'il a fournie récemment au Comité sénatorial, le gouvernement fédéral a rappelé les obligations qui incombent aux institutions fédérales et a fait mention du travail effectué par le Comité de concertation sur la publicité et les médias des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Le gouvernement est cependant resté muet sur le possible développement d'un plan stratégique assorti de critères précis et de ressources suffisantes pour répondre aux défis identifiés par les représentants des médias communautaires et n'a pas donné d'indication claire au sujet de l'appui aux nouvelles technologies.

Selon un Sondage Léger-Marketing ²⁵⁸, 65 % du lectorat francophone affirme lire les journaux communautaires au moins aussi souvent que les autres journaux. Ils le font principalement pour consulter les nouvelles communautaires (55 %) et parce qu'ils sont parmi les seuls journaux francophones (38 %). Les lecteurs estiment que ces journaux sont crédibles (95 %) et engagés dans la communauté (89 %). Du côté des radios communautaires francophones, le taux d'auditoire est de 60 %, pour une moyenne d'écoute de 7,2 heures

par semaine. Les auditeurs écoutent ces radios parce qu'elles sont les seules radios francophones (41 %). Ils estiment que ces dernières sont engagées dans la communauté (92 %), qu'elles se distinguent des autres radios (83 %) et que le contenu est crédible et divertissant (78 %).

Des médias communautaires qui manquent de ressources

Malgré leur contribution reconnue, les représentants des médias communautaires estiment ne pas recevoir suffisamment d'aide du gouvernement fédéral pour maintenir leurs acquis et renforcer leurs capacités. Ils demeurent confrontés à certains défis qui les empêchent de réaliser leur plein potentiel, que ce soit en matière de distribution, de financement ou de placement publicitaire.

Concernant le fonctionnement même des journaux communautaires, des lacunes persistent, comme en témoignent les récents impacts financiers qu'ont dû subir quatre journaux communautaires francophones à la suite des changements apportés au volet « Aide aux éditeurs » du Fonds des médias du Canada. Comme l'a fait remarquer le directeur général de l'Association de la presse francophone, pour ces quatre journaux la perte de financement entraînera une perte de ressources, un stress financier et probablement une perte de viabilité à long terme ²⁵⁹.

Depuis l'avènement d'Internet, les médias sont en profonde mutation. Cela comporte des avantages, comme celui d'assurer une présence outre-frontière, mais aussi des désavantages. En ce qui concerne **le développement des capacités technologiques**, il semble que la pente soit assez difficile à remonter pour les médias communautaires. En parlant des avancées technologiques dans les communautés, la FCFA a fait remarquer que les médias communautaires n'étaient pas en mesure de suivre la cadence.

« LES GRANDS RADIODIFFUSEURS PRIVÉS DE LANGUES FRANÇAISE ET ANGLAISE Y SONT DÉJÀ, MAIS PAS NOS RADIOS COMMUNAUTAIRES, FAUTE DE RESSOURCES ET DE CAPACITÉ. [...] NOS RADIOS COMMUNAUTAIRES [N'ONT PAS D'APPLICATIONS MOBILES] PARCE QU'ELLES N'EN ONT PAS LES MOYENS. LEUR GRAND DÉFI EST DE POUVOIR ÊTRE SUR LES PLATEFORMES QUE NOS JEUNES UTILISENT, ET CE, DE PLUS EN PLUS JEUNES ²⁶⁰ ».

Les médias communautaires ont **des besoins criants en matière de ressources, à la fois humaines et financières**, et cela est d'autant plus vrai lorsque l'on traite des nouvelles technologies. Comme l'a indiqué le directeur général de l'Association de la presse francophone devant le Comité sénatorial :

« ÊTRE PRÉSENT SUR LE WEB, C'EST UNE CHOSE; ÊTRE PERTINENT ET VIABLE FINANCIÈREMENT, C'EST AUTRE CHOSE. LE NIVEAU DE DÉVELOPPEMENT DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES DE NOS MEMBRES VARIE CONSIDÉRABLEMENT D'UN JOURNAL À L'AUTRE ET JE DIRAIS MÊME, POUR CHAQUE JOURNAL, LA PERFORMANCE SUR LE WEB CONNAÎT DES HAUTS ET DES BAS, SELON LES RESSOURCES HUMAINES ET FINANCIÈRES EN PLACE À TOUT MOMENT DONNÉ ²⁶¹ ».

Pour plusieurs journaux communautaires, tant du côté francophone qu'anglophone, la priorité va du côté de la publication d'un produit imprimé. Peu de journaux vendent des abonnements en ligne, car cette opération est peu rentable. De fait, la publication en ligne est vue comme un surplus, malgré tout le potentiel qu'on lui reconnaît, qui génère peu ou pas de revenus additionnels. Le directeur général de l'Association de la presse francophone est même allé jusqu'à dire :

« LA RENTABILITÉ N'ÉTANT PAS AU RENDEZ-VOUS, LE WEB DEMEURE UN COMPLÉMENT POUR LE JOURNAL ET PARFOIS MÊME UN FARDEAU ²⁶² ».

Le Comité sénatorial a rencontré les représentants d'un journal hebdomadaire indépendant, le *Hudson/Saint-Lazare Gazette* qui rejoint la population de Hawkesbury jusqu'à l'ouest de l'île de Montréal. Il faut se rappeler que la population d'expression anglaise dans cette région augmente de façon très importante. Le journal joue donc un rôle crucial au sein de la communauté en faisant la promotion des activités anglophones qui se déroulent dans la région, tout en essayant de maintenir les contacts avec la majorité francophone.

Mais le journal demeure confronté à certains défis en matière de distribution et de concurrence avec les grandes chaînes. L'an dernier, dans le cadre d'autres audiences publiques, les représentants du journal avaient fait remarquer que le *Hudson/Saint-Lazare Gazette* était le premier hebdomadaire à paraître sur le Web au Canada ²⁶³. Cette année, ils ont fait la distinction entre les besoins de la communauté réelle, qui consomme un produit imprimé, et ceux de la communauté virtuelle, à la recherche de contenu actualisé en temps réel. Ils ont signalé l'importance d'avoir une masse critique pour justifier une présence en ligne :

« POUR UN JOURNAL HEBDOMADAIRE, UNE DES DIFFICULTÉS CONSISTE À TROUVER LA MASSE CRITIQUE NÉCESSAIRE POUR SERVIR TANT LA COMMUNAUTÉ VIRTUELLE QUE LA COMMUNAUTÉ RÉELLE POUR LESQUELLES NOUS PUBLIONS NOTRE JOURNAL CHAQUE SEMAINE. POUR LA COMMUNAUTÉ RÉELLE, C'EST FACILE, LE JOURNAL EST PUBLIÉ SUR PAPIER. LES COPIES IMPRIMÉES SONT DISTRIBUÉES. MAIS POUR LA COMMUNAUTÉ VIRTUELLE, IL FAUT ÉTABLIR UNE HABITUDE. LES GENS CONSULTENT INTERNET EN SACHANT QU'ILS TROUVERONT CE QU'ILS CHERCHENT. ILS VONT REVENIR TOUTES LES SEMAINES OU TOUTS LES JOURS. CÉPENDANT, SI VOUS NE POUVEZ PAS ACTUALISER VOTRE CONTENU TOUTS LES JOURS, IL NE FAUT PAS PRÉTENDRE LE CONTRAIRE. [...] NOUS DEVONS FAIRE ATTENTION DE NE PAS PROMETTRE À LA COMMUNAUTÉ VIRTUELLE DES CHOSES QUE NOUS NE POUVONS PAS OFFRIR SUR PAPIER. [...] NOUS NE POUVONS PAS ASSURER UNE PRÉSENCE PLUS GRANDE QUE CE QUE NOUS PERMETTENT RAISONNABLEMENT NOS MOYENS. [...] NOUS NE FAISONS PAS LE SITE WEB POUR FAIRE DE L'ARGENT, CAR C'EST UNE PERTE D'ARGENT POUR NOUS PRÉSENTEMENT. NOUS LE FAISONS POUR GARDER LE LECTORAT, QUI EST TRÈS IMPORTANT ²⁶⁴ ».

Les journaux qui œuvrent dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire s'interrogent donc sur la pertinence et les ressources qu'elles peuvent accorder à leur présence Web. C'est le cas aussi pour les journaux régionaux du Québec, mais pour eux, le plus grand défi demeure la traduction du contenu :

« NOS MEMBRES SONT CONSCIENTS DE LA DUALITÉ LINGUISTIQUE, MAIS ILS MANQUENT DE RESSOURCES POUR LA METTRE EN ŒUVRE. CELA NÉCESSITE, DANS LA PLUPART DES CAS DANS NOS JOURNAUX, D’AFFECTER UN JOURNALISTE, UN CONCEPTEUR OU UN AUTRE EMPLOYÉ POUR GÉRER LE SITE ET INCITER PLUS FORTEMENT CEUX QUI PAYENT LES FACTURES À TROUVER UN TRADUCTEUR PROFESSIONNEL QUALIFIÉ ²⁶⁵ ».

Dans cette même lignée, le *Hudson/Saint-Lazare Gazette* se donne comme mission d’offrir à la population de sa région de l’information en anglais qui, autrement, ne serait pas accessible compte tenu des politiques linguistiques en vigueur au Québec. Pour illustrer ces propos, l’éditrice du journal a cité l’exemple d’une élection municipale qui était sur le point de se tenir dans la région.

« IL Y A BEAUCOUP D’INFORMATIONS QUE LES FRANCOPHONES TIENNENT POUR ACQUIS[ES] ALORS QUE LES ANGLOPHONES NE REÇOIVENT PAS CES INFORMATIONS. C’EST NOUS QUI DEVONS, SUR NOTRE SITE, DIRE AUX GENS QU’IL Y AURA UNE ÉLECTION, OÙ ET QUAND ELLE SE TIENDRA, ET LES INFORMATIONS À SAVOIR ²⁶⁶ ».

Les radios communautaires vivent un dilemme financier semblable. Internet est venu bouleverser le modèle d’affaires traditionnel, où les revenus fondés sur la publicité laissent maintenant place à la culture de la gratuité ²⁶⁷. Dans un contexte où les ressources sont limitées, la priorité pour ces radios demeure la radiodiffusion plutôt que la présence en ligne. Aux dires de l’Alliance des radios communautaires du Canada :

« POUR POUVOIR POURSUIVRE NOTRE MISSION DE FAÇON EFFICACE EN MÊME TEMPS QU’ON ADHÈRE À CES NOUVELLES TECHNOLOGIES, ENCORE FAUT-IL AVOIR LES RESSOURCES HUMAINES, TECHNIQUES ET FINANCIÈRES. SAUF QUE, NON SEULEMENT ON NE DISPOSE PAS DES MÊMES POSSIBILITÉS FINANCIÈRES QUE CES GRANDS CONGLOMÉRATS DONT JE PARLAIS TOUT À L’HEURE, QUI ONT LA POSSIBILITÉ D’ALLER SUR INTERNET, MAIS VRAIMENT À FOND DE TRAIN, NON SEULEMENT ON NE PEUT PAS SUIVRE LA PARADE, MAIS EN PLUS, ON EST ASSUJETTIS À DES RÈGLES EN VERTU DE NOTRE STATUT DE MÉDIA COMMUNAUTAIRE. CELA N’ENLÈVE RIEN À L’IMPORTANCE DE NOTRE RÔLE POUR LES COMMUNAUTÉS LINGUISTIQUES MINORITAIRES AU PAYS, MAIS CERTAINES CONTRAINTES LIÉES À DU CONTENU SPÉCIALISÉ, LES CHOSES DU GENRE, PEUVENT ENTRAVER NOTRE MANDAT UN PEU. NOTRE RÔLE EST ESSENTIEL ET EST RECONNU PAR L’ENSEMBLE DU SECTEUR DES MÉDIAS TOUT COMME L’ÉTAT CANADIEN, MAIS ON REGRETTE DE NE PAS DISPOSER DE TOUS LES OUTILS NÉCESSAIRES À L’ATTEINTE DE NOS OBJECTIFS, DANS UN UNIVERS MÉDIATIQUE EN PLEINE MUTATION ET COMPÉTITIF COMME RAREMENT AUPARAVANT ²⁶⁸ ».

Par ailleurs, la question de la **publicité gouvernementale** revient souvent lorsqu’on s’adresse aux médias communautaires. Des obligations incombent aux institutions fédérales en vertu des articles 11 et 30 de la *Loi sur les langues officielles* (c.-à-d. avis et annonces destinés au public et utilisation des médias). Les témoignages ont montré qu’il semble y avoir de grandes lacunes du côté de la publicité gouvernementale sur le Web. Aux dires de l’Association de la presse francophone :

« AUTREMENT DIT, LORSQU'IL S'AGIT DE PUBLICITÉ WEB, LE GOUVERNEMENT FÉDÉRAL NE PASSE PAS PAR LES MÉDIAS ÉTABLIS DANS LES COMMUNAUTÉS ²⁶⁹ »).

Pour un journal indépendant comme le *Hudson/Saint-Lazare Gazette*, la totalité des revenus provient de la vente de publicité. Ce journal étant distribué gratuitement, il n'est pas admissible au financement offert dans le cadre du Programme d'aide aux publications de Patrimoine canadien. Dans un tel contexte, les recettes provenant de la publicité gouvernementale apparaissent d'autant plus importantes, mais l'achat de telles publicités se fait rare pour ce journal ²⁷⁰.

Vers des médias communautaires branchés

Malgré le manque de ressources, plusieurs journaux et radios communautaires assurent une présence en ligne ainsi que dans les médias sociaux, tant du côté francophone qu'anglophone. Les représentants des médias communautaires sont en effet conscients qu'il faut occuper l'espace et être présents auprès des communautés, mais il y a beaucoup de travail à faire pour que les francophones se sentent interpellés en ligne ²⁷¹. Selon un Sondage Léger-Marketing ²⁷², 34 % des lecteurs de journaux francophones ont consulté le site Internet des journaux en question en l'espace d'un mois. Du côté des radios communautaires, ce sont 23 % des auditeurs qui ont consulté le site Internet correspondant en l'espace d'un mois.

Les représentants du *Hudson/Saint-Lazare Gazette* ont souligné un autre défi associé à la présence en ligne, celui du droit d'auteur. De l'information en ligne est accessible rapidement, facilement et souvent gratuitement. Ce journal hebdomadaire a donc pris des mesures pour essayer de contrer le piratage d'information ²⁷³.

Il y a de nombreux projets innovateurs qui prennent place au sein des médias communautaires. C'est ainsi que l'Alliance des radios communautaires créera sous peu des applications mobiles pour permettre aux gens d'écouter la radio sur leur appareil mobile ²⁷⁴. Des projets de collaboration ont aussi pris naissance entre les radios et les journaux communautaires francophones.

« ACTUELLEMENT, ON ASSISTE À L'ÉMERGENCE DE CERTAINS PROJETS QUI POURRAIENT EFFECTIVEMENT PRENDRE DES ALLURES D'ACTIVITÉS MULTISECTORIELLES, AVEC DU WEB, DE L'ÉCRIT, DE L'AUDIO, MÊME DANS CERTAINS CAS DE LA VIDÉO. ON A VU, PAR EXEMPLE, UN JOURNAL ET UNE RADIO S'ASSOCIER POUR PARTAGER LEURS RESSOURCES JOURNALISTIQUES AFIN DE POUVOIR TIRER LEUR ÉPINGLE DU JEU ²⁷⁵ »).

Du côté anglophone, les journaux régionaux ont tiré profit des centres communautaires d'apprentissage pour organiser des vidéoconférences ²⁷⁶.

La jeunesse : une clientèle cible

Intéresser les jeunes dès le tout jeune âge...

Les audiences publiques du Comité sénatorial ont montré que les jeunes s'intéressent tout particulièrement aux nouvelles technologies et aux médias sociaux. **Les jeunes francophones et les jeunes anglophones doivent se retrouver sur la Toile, et cela doit commencer dès leur tout jeune âge.** Les jeunes enfants sont exposés très tôt aux nouvelles plateformes, aux jeux interactifs, aux tablettes intelligentes, et ils apprennent très vite. Il faut donc trouver l'occasion d'**accrocher leur attention dès le départ**, de **susciter leur intérêt là où ils sont**, et de **le faire dans leur langue**.

La Fédération de la jeunesse canadienne-française est d'avis que l'utilisation de ces médias par les jeunes fait partie de leurs réalités. Ces derniers ont accès aux ordinateurs dès le début de leur éducation et même à la maison.

« POUR EUX, IL NE S'AGIT PAS DE "NOUVEAUX MÉDIAS", MAIS SIMPLEMENT DES MÉDIAS QU'ILS CONNAISSENT, MAÎTRISENT ET UTILISENT QUOTIDIENNEMENT ²⁷⁷ ».

Plusieurs initiatives visant le développement des nouvelles technologies ont déjà été mises sur pied dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire. **Pour plusieurs, les jeunes sont des éléments essentiels pour assurer l'épanouissement à long terme dans ces communautés.** Les communautés francophones et acadiennes ont déjà, à plusieurs points de vue, reconnu l'urgence d'agir. La FCFA a donné l'exemple suivant :

« QUELQUES JOUEURS ONT FAIT DES AVANCÉES REMARQUABLES. PAR EXEMPLE, TFO OFFRE UN BON NOMBRE D'APPLICATIONS, DONT UNE APPLICATION MINI-TFO POUR LES ENFANTS DE DEUX À SIX ANS ²⁷⁸ ».

Le ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles a lui-même reconnu l'utilité des médias sociaux pour rejoindre les jeunes dans leur milieu :

« LES MÉDIAS SOCIAUX SONT UN OUTIL FORMIDABLE POUR TRANSMETTRE DES CONNAISSANCES À NOS JEUNES SUR TOUTES SORTES DE SUJETS, Y COMPRIS NOTRE PATRIMOINE ET NOTRE IDENTITÉ ²⁷⁹ ».

Comme on le sait, la rétention des jeunes est un sujet qui préoccupe au plus haut point les communautés anglophones du Québec. Devant le Comité sénatorial, le QCGN a fait remarquer ceci :

« DANS NOS COMMUNAUTÉS DE LANGUE ANGLAISE, NOUS DEVONS TROUVER DES MOYENS D'ENCOURAGER LES JEUNES ANGLOPHONES À RESTER AU QUÉBEC [...]. [...] IL FAUT QUE LES JEUNES ANGLOPHONES DU QUÉBEC SE SENTENT EN CONTACT AVEC DU CONTENU QUI NE VIENT PAS DES ÉTATS-UNIS, MAIS BIEN DES ANGLOPHONES OU DES FRANCOPHONES DU QUÉBEC. IL FAUT LES AMENER À SENTIR CE LIEN. NOUS DEVONS FAIRE TOUT CE QU'IL FAUT POUR QUE LES JEUNES QUÉBÉCOIS ANGLOPHONES VEUILLENT RESTER AU QUÉBEC, TROUVENT QU'IL EST INTÉRESSANT DE LE FAIRE DANS NOTRE COMMUNAUTÉ MINORITAIRE ²⁸⁰ ».

Des représentants du milieu de l'éducation ont indiqué que les nouvelles technologies permettent d'appuyer les communautés anglophones en gardant les jeunes en région ²⁸¹.

... jusqu'au marché du travail

La jeunesse constitue une clientèle cible dans le contexte de la fonction publique. **Il apparaît important que les organisations gouvernementales puissent tirer profit de leur expertise et de leur intérêt à l'égard des nouvelles technologies**, car la concurrence dans le marché de l'emploi est souvent féroce. Dans ce contexte, les organisations publiques et privées sont appelées à repenser leurs modes de fonctionnement pour tenir compte de l'arrivée d'une nouvelle génération sur le marché du travail, très branchée sur le numérique, et de l'évolution fulgurante de l'usage du Web 2.0 au sein de la population.

Pour que la fonction publique demeure un milieu de travail de choix aux yeux des jeunes Canadiens et pour que les institutions fédérales soient en mesure de répondre aux exigences en matière de langues officielles, il apparaît essentiel de considérer la question du **recrutement de jeunes diplômés bilingues**. Les données récentes le montrent, les jeunes sont de véritables adeptes des médias sociaux. Le CEFRIO a bien résumé l'importance des nouvelles technologies pour les jeunes qui arrivent sur le marché du travail :

« ON A MESURÉ AUX DEUX ANS AU CEFRIO, CE QU'ON APPELLE LA GÉNÉRATION C, QUI SONT LES 12-24 ANS, QUI SONT NÉS AVEC LA TECHNOLOGIE, AVEC INTERNET. POUR EUX, C'EST UNE FAÇON D'ÊTRE. LORSQU'ILS ARRIVENT POUR TRAVAILLER DANS UNE ENTREPRISE – ET PRINCIPALEMENT AU NIVEAU DU GOUVERNEMENT – ILS SONT HABITUÉS À [COLLABORER]. ILS SONT HABITUÉS À FAIRE AFFAIRE AVEC LEUR RÉSEAU POUR TROUVER UNE SOLUTION ²⁸² ».

Le président du Conseil du Trésor a témoigné dans le même sens :

« J'OSERAIS DIRE, APRÈS AVOIR EU QUELQUES DISCUSSIONS SUR CE SUJET, QUE SI NOUS ESSAYONS DE RECRUTER LES PERSONNES LES PLUS COMPÉTENTES ET BRILLANTES, DE FORMIDABLES JEUNES GENS PRÊTS À S'ENGAGER DANS LA FONCTION PUBLIQUE, ET QUE CEUX-CI ONT L'HABITUDE D'AVOIR LEUR TABLETTE ÉLECTRONIQUE CONNECTÉE ET DE RECEVOIR DES RÉACTIONS INSTANTANÉES DES MÉDIAS SOCIAUX ET PEUVENT FAIRE LA MOITIÉ DE LEUR TRAVAIL AU CAFÉ DU COIN SANS AUCUNE DIFFICULTÉ, ET QU'ILS SE RETROUVENT DU JOUR AU LENDEMAIN FONCTIONNAIRES ET QUE RIEN DE CELA NE SOIT DISPONIBLE, CE SERAIT UNE SITUATION INSOLITE. JE CROIS QUE NOUS SERONS TOUS D'ACCORD SUR LE FAIT QUE NOUS SOUHAITONS FACILITER ET ENCOURAGER L'ENTRÉE DES PERSONNES DANS LA FONCTION PUBLIQUE ET QUE L'UTILISATION DE CE GENRE D'OUTILS PEUT LEUR SERVIR À EXCELLER ET À MENER À BIEN LEUR TRAVAIL ²⁸³ ».

Selon une fonctionnaire du SCT, les médias sociaux sont loin d'être une mode éphémère :

« [D]E RÉCENTES ÉTUDES MONTRENT QUE MAINTENANT LA MOITIÉ DES CANADIENS SE SERVENT DÉSORMAIS RÉGULIÈREMENT DES MÉDIAS SOCIAUX. PRESQUE 100 % DES JEUNES DE LA GÉNÉRATION QUI ENTRE SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL S'EN SERVENT ²⁸⁴ ».

Divers programmes destinés aux étudiants et aux jeunes diplômés existent au sein de la fonction publique (p. ex., Programme fédéral d'expérience de travail étudiant, Programme coop, Recrutement postsecondaire). En plus de ces programmes spécifiques, les jeunes qui veulent faire carrière dans la fonction publique peuvent postuler aux postes affichés dans le cadre des campagnes régulières de recrutement. Comme nous l'avons vu, la Commission de la fonction publique a pris différentes mesures pour rejoindre les jeunes pour faire carrière dans la fonction publique, que ce soit par l'entremise des universités ou des collèges, de son portail Web ou des médias sociaux. Aux dires d'un représentant de l'institution, ces mesures permettent d'encourager plusieurs jeunes Canadiens à poursuivre leur apprentissage d'une deuxième langue et de maintenir leurs compétences linguistiques ²⁸⁵. Pour ce qui est de l'usage des nouvelles technologies, la Commission de la fonction publique aimerait éventuellement faire usage de tests par Internet non surveillés.

« À LONG TERME, JE PENSE QUE LES TESTS EN LIGNE AMÉLIORERONT L'ACCESSIBILITÉ ET PERMETTRONT À UN PLUS GRAND NOMBRE DE PERSONNES DE LES EFFECTUER ET AINSI D'AVOIR LA POSSIBILITÉ DE PARTICIPER À L'EMBAUCHE À LA FONCTION PUBLIQUE FÉDÉRALE ²⁸⁶ ».

L'École de la fonction publique, dans le cadre de la *Feuille de route pour la dualité linguistique canadienne*, a donné à quelques centaines d'étudiants de dix universités canadiennes l'accès à des produits d'apprentissage en ligne, notamment des programmes de cours en français et en anglais. Ce projet visait à favoriser le perfectionnement et le maintien de la connaissance des deux langues officielles au-delà de l'école secondaire ; il visait aussi à contribuer au renouvellement de la fonction publique en s'assurant de pouvoir compter sur des candidats qualifiés et compétents qui répondent aux exigences actuelles et futures en matière de bilinguisme ²⁸⁷. L'École de la fonction publique offre aussi des cours en ligne à ses fonctionnaires, tous offerts dans les deux langues officielles.

« ELLE A MAINTENANT PLUS DE 70 PRODUITS DE FORMATION LINGUISTIQUE EN LIGNE QUI SONT UTILISÉS ENVIRON 80 000 FOIS PAR ANNÉE. [...] SA PRIORITÉ EST D'ÊTRE L'ÉCOLE DE CHOIX DES FONCTIONNAIRES EN OFFRANT D'EXCELLENTE EXPÉRIENCES D'APPRENTISSAGE DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES, PARTOUT AU PAYS. DE PLUS EN PLUS DE FONCTIONNAIRES ONT RECOURS À L'APPRENTISSAGE EN LIGNE ET À DISTANCE. LA GESTION DE TOUS LES COURS EN LIGNE ET EN CLASSE EST ASSURÉE AU MOYEN DU SYSTÈME HARMONISÉ DE GESTION DE L'APPRENTISSAGE DE L'ÉCOLE, AUQUEL TOUS LES FONCTIONNAIRES ONT ACCÈS PAR L'ENTREMISE DE SON SITE WEB ²⁸⁸ ».

Les défis

Les programmes fédéraux : un appui insuffisant

Selon les témoignages entendus, **les programmes fédéraux permettant aux communautés de langue officielle en situation minoritaire de participer aux technologies de l'information et des communications sont limités**. Mis à part le financement prévu dans le Fonds interactif du Canada pour le développement de contenu culturel interactif, qui prendra fin en 2012-2013, aucun appui spécifique n'existait dans la *Feuille de route pour la*

dualité linguistique canadienne (2008-2013). Le dernier programme de la sorte a pris fin en mars 2008.

De 1998 à 2008, le programme *Francommunautés virtuelles* a appuyé financièrement des projets visant à répondre aux besoins spécifiques des communautés francophones et acadiennes du Canada en matière de participation aux technologies de l'information et des communications. Industrie Canada était le ministère responsable de cette initiative. Dans une évaluation rendue publique en février 2008, les évaluateurs ont reconnu que le programme a eu des retombées positives sur les communautés de langue officielle en situation minoritaire même s'il ne s'adressait pas exclusivement à celles-ci ²⁸⁹. Des écarts avaient cependant été notés entre les objectifs du programme et les besoins exprimés par les communautés. C'est d'ailleurs ce qu'ont rappelé les représentants de la FCFA lorsqu'ils ont témoigné devant le Comité sénatorial. Ils se sont exprimés de la façon suivante à propos du programme :

« À L'ÉPOQUE, IL AVAIT DÉFINITIVEMENT ÉTÉ UN SUCCÈS. AU MOMENT DE RÉEXAMINER LE PROGRAMME, ON A DÛ REVOIR UN PEU LES OBJECTIFS. AU POINT DE DÉPART, ON VISAIT À METTRE LA FRANCOPHONIE CANADIENNE SUR LE WEB. CE FUT RÉALISÉ AVEC SUCCÈS. D'IMPORTANTES OCCASIONS FURENT DONNÉES AUX COMMUNAUTÉS ET AUX ORGANISMES DES COMMUNAUTÉS. TOUTEFOIS, CE QUI A MANQUÉ, ET ON L'IGNORAIT À L'ÉPOQUE, C'EST LA FORMATION POUR FAIRE EN SORTE QUE LES GENS SOIENT OUTILLÉS PAR LA SUITE POUR CONTINUER À METTRE À JOUR LEURS SITES WEB OU EN AMÉLIORER LE CONTENU. C'EST CE SUR QUOI NOUS AIMERIONS VOIR L'ACCENT DANS UN NOUVEAU PROGRAMME DU GENRE. NOUS PENSONS QUE C'EST QUELQUE CHOSE D'IMPORTANT ET DE NÉCESSAIRE POUR L'AVENIR ²⁹⁰ ».

Chez les communautés francophones et acadiennes, **l'appui au développement de sites Web demeure important** dans les cas de petites organisations où les ressources sont limitées, comme pour les médias communautaires ou les organismes culturels et artistiques. L'Association des municipalités bilingues du Manitoba a souligné la nécessité d'obtenir du financement de base, non seulement pour développer le contenu, mais aussi pour en assurer son maintien ²⁹¹. Commentant au sujet de l'ancien programme *Francommunautés virtuelles*, l'Association de la presse francophone a dit :

« [C]E PROGRAMME COMPORTAIT UN GROS DÉFAUT : IL ÉTAIT ENTIÈREMENT AXÉ SUR DES PROJETS SPÉCIAUX. COMME ON LE SAIT, TOUT CE QUI EST NOUVELLE TECHNOLOGIE ÉVOLUE TRÈS RAPIDEMENT, LES CONNAISSANCES ET LES COMPÉTENCES REQUISES CHANGENT CONSTAMMENT, ALORS JE PENSE QUE LE LONG TERME N'EST PAS VRAIMENT LA BONNE APPROCHE. UN APPUI CONTINU ET SOUTENU À MOINS DE FRAIS SERAIT UNE APPROCHE BEAUCOUP PLUS RÉALISTE AFIN QU'UN JOURNAL OU UNE RADIO PUISSE, AVEC LE TEMPS, BÂTIR SES COMPÉTENCES ET ÊTRE EN MODE AMÉLIORATION CONTINUE ²⁹² ».

La FCCF a elle aussi commenté la disparition de ce programme ainsi que l'abolition prochaine du Fonds interactif du Canada :

« SANS LE FINANCEMENT QU'OFFRAIENT CES PROGRAMMES, IL SERA QUASI IMPOSSIBLE POUR LES ORGANISMES DE SUIVRE LE RYTHME DE L'UNIVERS DES NOUVEAUX MÉDIAS ET DE

CONTINUER DE PERFORMER AUTANT SUR LE WEB, LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LES APPLICATIONS MOBILES ²⁹³ »).

L'appui au développement de contenu sur les outils du Web 2.0 semble plus pertinent que jamais. Les francophones veulent être en mesure de **participer activement à l'univers numérique**. La FCFA a indiqué qu'en matière d'accès à des contenus de langue française et de capacité à produire ces contenus, une fracture numérique existe toujours et qu'elle joue en défaveur des francophones ²⁹⁴. **À la lumière des témoignages entendus, il semble que de l'appui ponctuel soit mis à la disposition des communautés, mais que ce dernier ne soit pas suffisant pour renverser la tendance.**

Les ressources et le développement des capacités

Plusieurs témoignages ont souligné la nécessité d'appuyer **le développement des capacités ou des compétences** ainsi que le savoir-faire des producteurs de contenu dans les communautés pour tout ce qui concerne Internet et les outils du Web 2.0 (p. ex., médias sociaux, applications mobiles, etc.). Selon le CEFRIO, les données récentes montrent que les gens n'ont pas toujours les compétences de base ni les capacités requises pour se servir d'Internet et des technologies ²⁹⁵. Cela est d'autant plus vrai pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire, qui ont besoin de compétences spéciales pour répondre aux besoins de leurs concitoyens.

« PRENONS L'EXEMPLE D'UNE PETITE COMMUNAUTÉ FRANCOPHONE DE L'ALBERTA OU DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE, COMME MAILLARDVILLE, QUI DÉSIRE OFFRIR À SA POPULATION DES SERVICES GOUVERNEMENTAUX ÉLECTRONIQUES. IL FAUDRA ALORS SAVOIR PLUS QUE SIMPLEMENT FAIRE DU COURRIER ÉLECTRONIQUE. IL FAUDRA DES COMPÉTENCES SPÉCIALES, SAVOIR CE QUI CONSTITUE DE BONS SERVICES ÉLECTRONIQUES AUX CITOYENS, COMMENT LES METTRE EN MARCHÉ, QUELS SONT LES DÉFIS, COMMENT LANCE-T-ON UNE BOUTIQUE ÉLECTRONIQUE. CES QUESTIONS SONT PLUS COMPLEXES. ENCORE UNE FOIS, IL NE SUFFIT PAS DE DISPOSER DE LA TECHNOLOGIE, IL FAUT L'UTILISER À SON PLEIN POTENTIEL. POUR AIDER LES ENTREPRISES ET LES CITOYENS À UTILISER LES TECHNOLOGIES À LEUR PLEIN POTENTIEL, IL FAUT LES SOUTENIR. ENCORE UNE FOIS, DES ORGANISMES ET DES ACTEURS SONT EN MESURE D'APPUYER LES CITOYENS ET LES ENTREPRISES DANS LEUR APPROPRIATION DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET [D'INTERNET]. TOUTEFOIS, IL FAUT DES MOYENS, EN FRANÇAIS POUR LES FRANCOPHONES ET EN ANGLAIS POUR LES ANGLOPHONES ²⁹⁶ »).

Les compétences associées aux nouveaux médias et aux médias sociaux sont particulières et nécessitent une formation d'appoint. Selon le CEFRIO :

« POUR TIRER LE MEILLEUR PARTI DES OUTILS DU NUMÉRIQUE, IL NE SUFFIT ÉVIDEMMENT PAS D'EN AVOIR UNE CONNAISSANCE DE BASE : IL FAUT AUSSI POSSÉDER LES COMPÉTENCES PARTICULIÈRES. [...] PAR CONSÉQUENT, LE CEFRIO PENSE QUE LE GOUVERNEMENT FÉDÉRAL DEVRAIT SOUTENIR LA MISE EN PLACE, PAR LES COMMUNAUTÉS FRANCOPHONES ET ANGLOPHONES EN SITUATION MINORITAIRE, DE STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT NUMÉRIQUES RÉPONDANT À LEURS BESOINS PROPRES ²⁹⁷ »).

Il se peut que les communautés ne soient pas suffisamment outillées pour suivre la cadence et c'est pourquoi elles insistent pour assurer une présence en ligne qui est pertinente. Selon la FCFA :

« AUJOURD'HUI, LE CONTENU EST GÉNÉRÉ PAR L'UTILISATEUR ET LE PROCESSUS EST RAPIDE. LES COMPÉTENCES REQUISES DE NOS JOURS POUR ÊTRE PRÉSENT, ACTIF ET INTÉRESSER LES GENS SONT DONC DE MISE. NOUS SAVONS PERTINEMMENT BIEN, PAR EXEMPLE, QUE SI LA PAGE DE LA FCFA SUR LE SITE DE TWITTER OU DE FACEBOOK N'EST PAS MISE À JOUR PENDANT UNE SEMAINE, LES GENS S'ENNUIERONT ET [S'EN IRONT]. LES CHOSES VONT VITE À CE POINT ²⁹⁸ ».

Chez les communautés francophones et acadiennes, les éléments manquants sont la capacité à produire du contenu et les ressources ²⁹⁹. Le besoin en matière de **formation** et de **développement des compétences** semble particulièrement criant dans les secteurs de **l'éducation**, des **arts et de la culture** de même que des **médias communautaires**. Pour les organismes œuvrant dans ces secteurs, ne pas disposer des compétences nécessaires pour être à la fine pointe de la technologie limite la capacité à rejoindre le public cible. Une chercheuse a commenté la situation des artistes en milieu minoritaire de la façon suivante :

« IL Y A DONC DES BESOINS EN FORMATION POUR DE TRÈS JEUNES ARTISTES OU SIMPLEMENT DES CONSOMMATEURS DE LA CULTURE, MAIS AUSSI POUR DES PERSONNES AVANCÉES EN QUÊTE DE PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL. C'EST LE CAS TANT POUR LES ARTISTES QUE POUR CEUX QUI GÈRENT CES MILIEUX DE L'ART ET QUI ONT, PAR EXEMPLE, À CENTRALISER DES INFORMATIONS OU ÉVALUER DES SUBVENTIONS. [...] IL FAUT ÉGALEMENT CONSIDÉRER LE FAIT QUE LES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES ONT DES EFFETS DIFFÉRENTS SELON LES DISCIPLINES ARTISTIQUES ³⁰⁰ ».

Dans le secteur de l'éducation, il apparaît essentiel que les enseignants soient bien outillés, qu'ils développent un intérêt pour l'utilisation des nouvelles technologies et qu'ils soient en mesure de les utiliser adéquatement en salle de classe. Cela doit commencer à la base, lors de la formation universitaire, et se poursuivre par des occasions de développement professionnel en cours de carrière. Il faut aussi tâcher de rejoindre les parents et les familles, de même que le milieu de la petite enfance. Comme l'a indiqué la Commission nationale des parents francophones :

« SANS UN ENCOURAGEMENT À EMPLOYER LE FRANÇAIS ET UNE FORMATION IMMINENTE DES CITOYENS FRANCOPHONES EN CONTEXTE MINORITAIRE, AUX BONS ET AUX MAUVAIS USAGES DES NOUVELLES TECHNOLOGIES, ON COURT À LA PERTE DE CERTAINS JOYAUX DE NOTRE PATRIMOINE ET ON VA AFFECTER LA PASSATION ET L'ENRICHISSEMENT DE NOTRE CULTURE. NOUS DEVONS ALLER VERS CEUX QUI EN ONT LE PLUS BESOIN : LES PARENTS, LE PERSONNEL DES CENTRES DE L'ENFANCE ET DE LA FAMILLE (Y COMPRIS LES SERVICES DE GARDE) ET LES ENSEIGNANTS ET LES FORMER À ÉDUCER LES FUTURES GÉNÉRATIONS AUX TECHNOLOGIES PRÉSENTES ET FUTURES ³⁰¹ ».

Les personnes plus âgées doivent, elles aussi, trouver des façons d'appivoiser les nouvelles technologies. De façon générale, elles utilisent Internet et les médias sociaux dans une moindre mesure que les générations plus jeunes. Cela dit, une représentante de l'ONF a noté

que le virage numérique pris par l'institution a permis de rejoindre à la fois un auditoire jeune et plus âgé³⁰². Un représentant de l'ELAN a fait remarquer qu'Internet et les médias sociaux sont une occasion pour les aînés anglophones de maintenir les relations avec leurs enfants et leurs petits-enfants ; ces outils permettent donc de communiquer avec un auditoire plus large, peu importe l'âge³⁰³.

L'accès aux ressources appropriées semble aussi poser problème du côté des communautés anglophones du Québec, qui n'ont parfois pas le personnel voulu pour assurer une présence en ligne et la maintenir active³⁰⁴. Ce qui pose d'autant plus problème au Québec, comme nous l'avons vu un peu plus tôt dans ce rapport, c'est la question de **la traduction des sites Web**. Certains organismes anglophones ont des sites Web en anglais seulement. D'autres les rendent disponibles dans les deux langues afin de les rendre plus visibles et d'assurer leur portée auprès de la majorité francophone du Québec. Le QCGN a fait valoir l'importance de cette pratique, tout en reconnaissant que le développement des capacités et l'accès aux ressources constituent des défis de taille³⁰⁵.

La production de contenu en français : occuper l'espace

Une notion qui est ressortie à de nombreuses reprises durant les audiences publiques : il faut occuper l'espace. Cela s'applique autant pour les communautés anglophones du Québec, qui veulent voir leur culture reflétée sur la Toile, que pour les communautés francophones et acadiennes, qui veulent pouvoir y interagir dans leur langue. Et cela s'applique à tous les secteurs : communauté, éducation, médias, arts et culture. Une représentante de la FCFA a affirmé :

« LES MÉDIAS SOCIAUX PERMETTENT AUX ORGANISMES ET INSTITUTIONS DES COMMUNAUTÉS DE JOINDRE ET DE MOBILISER LES GENS COMME JAMAIS AUPARAVANT. NOTRE RÉSEAU A RECONNU CETTE OCCASION À SA JUSTE VALEUR, ET NOUS AVONS ENTREPRIS D'OCCUPER CET ESPACE³⁰⁶ ».

Comme le montrent les récentes données statistiques, plusieurs jeunes francophones utilisent l'anglais dans le cadre de leurs activités en ligne. Pour la plupart, ils se contentent d'aller chercher l'information dans la langue dans laquelle elle est disponible. **S'il n'y a rien en français, ils se tourneront naturellement vers l'anglais**. C'est pour cette raison que les nouvelles technologies constituent un axe stratégique important pour l'avenir des communautés francophones et acadiennes, comme l'a fait remarquer la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants :

« EN EFFET, L'OMNIPRÉSENCE DE L'ANGLAIS EST AVANT TOUT UNE PRÉOCCUPATION DES COMMUNAUTÉS FRANCOPHONES QUI VIVENT DÉJÀ DANS UN ENVIRONNEMENT SOCIAL DOMINÉ PAR L'ANGLAIS ET QUI VOIENT LE CYBERESPACE COMME UNE AUTRE SOURCE D'ASSIMILATION. AJOUTONS UN ENGOUEMENT CERTAIN DE LA JEUNESSE POUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET LES RÉSEAUX SOCIAUX, ET ON RÉALISE QU'IL S'AGIT LÀ D'UN DOSSIER IMPORTANT SUR LEQUEL IL FAUT SE PENCHER SÉRIEUSEMENT ET DE FAÇON STRATÉGIQUE³⁰⁷ ».

Un représentant de l'Association canadienne d'éducation de langue française a exposé sa vision des choses au sujet de **la création d'espaces francophones** :

« DE NOUVELLES PLATEFORMES VARIÉES EN ÉVOLUTION CONSTANTE ET RAPIDE POURRAIENT PERMETTRE AUX JEUNES DE DÉCOUVRIR, VIVRE ET GRANDIR EN FRANÇAIS. ENTENDONS-NOUS BIEN, IL N'EST PAS QUESTION ICI DE CRÉER DES ESPACES FRANCOPHONES POUR NE DISCUTER QUE D'ENJEUX TOUCHANT LA FRANCOPHONIE. SANS EXCLURE CETTE THÉMATIQUE FORT IMPORTANTE, L'IDÉE EST QUE LES JEUNES PUISSENT DISCUTER SUR INTERNET ET DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX DE TOUS LES SUJETS ET DE POUVOIR LE FAIRE NATURELLEMENT, EN FRANÇAIS, AVEC LEURS AMIS, LEUR FAMILLE ET LEUR RÉSEAU SOCIAL. [...] CE SERAIT L'OCCASION D'EN DISCUTER AVEC D'AUTRES JEUNES FRANCOPHONES VIVANT PARTOUT AU CANADA; UNE OCCASION DE DÉVELOPPER LEUR IDENTITÉ FRANCOPHONE NUMÉRIQUE ³⁰⁸ ».

À son tour, un représentant de l'Association de la presse francophone a dit :

« ON A BESOIN D'OFFRIR QUELQUE CHOSE DE PERTINENT À NOS COMMUNAUTÉS, SANS CELA, [ELLES] IRONT AILLEURS ET DANS CE DOMAINE, C'EST FACILE D'ALLER AILLEURS [...] ³⁰⁹ ».

La création d'espaces francophones constitue un avantage pour tous les francophones, qu'ils soient d'ici ou d'ailleurs, car elle permet de forger les relations à la fois à l'intérieur et au-delà des frontières. À la lumière des témoignages, il est important que le contenu en ligne réponde aux besoins des utilisateurs, sinon celui-ci risque de tomber rapidement en désuétude. Selon un chercheur :

« ON PEUT DÉCIDER D'ÊTRE PROACTIF, EFFECTIVEMENT, MAIS SI ON LE FAIT DANS UN FORMAT NON COMPATIBLE AVEC CE QUE LES GENS RECHERCHENT, CELA N'IRA NULLE PART ³¹⁰ ».

Comme l'a indiqué la Fédération nationale des conseils scolaires francophones, il est important aussi que l'ensemble des intervenants se mobilise, que ce soit le gouvernement, le secteur privé ou les communautés, pour offrir des espaces réels et virtuels qui tiennent compte de la diversité des situations et des besoins de tous ³¹¹. La Commission nationale des parents francophones a suggéré l'idée de lancer une campagne promotionnelle du français dans les médias sociaux dans le but de sensibiliser les parents et de développer des ressources francophones ³¹². La FCFA a souligné le rôle crucial des communautés francophones et acadiennes dans la production de contenu en français :

« NOS ARTISTES, NOS MUSICIENS, NOS MÉDIAS COMMUNAUTAIRES PRODUIRAIENT CES CONTENUS. ON A PLEIN DE GENS QUI ONT DES IDÉES DANS NOS COMMUNAUTÉS, MAIS QUI N'ONT PAS NÉCESSAIREMENT LES RESSOURCES POUR CONCURRENCER AVEC TOUT CE QUI EST PRODUIT PAR LE SECTEUR PRIVÉ ET PAS TOUJOURS EN FRANÇAIS ³¹³ ».

Le reflet des réalités et la promotion de la dualité linguistique

Ce que les communautés de langue officielle en situation minoritaire veulent d'abord et avant tout, c'est de voir leurs réalités reflétées au travers des nouvelles plateformes. Cela est vrai pour les médias communautaires et ce l'est aussi dans le secteur des arts et de la culture. Cette remarque s'applique tant pour les francophones que les anglophones. Il semble que le rendement économique et les cotes d'écoute ne soient pas des facteurs qui répondent aux besoins. En tenant compte de cela, il faut que les médias communautaires et les organismes œuvrant dans le secteur des arts et de la culture puissent bénéficier de programmes qui tiennent compte de leur effet sur la vitalité des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Du côté des communautés anglophones, on ne s'inquiète pas de la présence de l'anglais en ligne. On s'inquiète du manque de contenu qui reflète les réalités minoritaires. Ces thèmes ont retenu l'attention du Comité sénatorial dans deux de ses rapports récents, publiés respectivement en juin 2009 et en octobre 2011 ³¹⁴.

LE REFLET DES RÉALITÉS : CRÉER DES PONTS ENTRE NOS DEUX LANGUES OFFICIELLES

En 2009 et en 2011, le Comité sénatorial avait parlé de l'importance du reflet des réalités vécues en contexte minoritaire. Cette reconnaissance aide au développement des communautés francophones et anglophones en situation minoritaire. Elle aide aussi à créer des ponts entre ces deux communautés. La partie VII de la *Loi sur les langues officielles* vise justement la réalisation de ces deux objectifs : favoriser le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire et promouvoir la dualité linguistique. Les nouvelles technologies constituent un atout supplémentaire pour permettre de réaliser ces objectifs.

Les témoignages ont aussi montré l'importance de créer des ponts entre les communautés francophones et anglophones du Canada. La FCFA a fait remarquer qu'une institution qui assure une présence sur Internet devrait automatiquement être considérée comme une ambassadrice de la dualité linguistique ³¹⁵. Les nouvelles technologies possèdent un potentiel énorme pour favoriser le rapprochement des deux solitudes. C'est en suivant cette logique que l'ONF a entrepris de traduire son portail comprenant une section particulière destinée à la francophonie canadienne. Il s'agissait pour l'institution de promouvoir la francophonie au sein de la communauté anglophone et de rejoindre d'autres publics, comme les francophiles ³¹⁶. C'est dans cette même logique que des journaux communautaires anglophones ont entrepris de traduire leur contenu Web. Comme l'a indiqué un représentant de l'Association des journaux régionaux du Québec :

« DEMANDER À TOUS NOS MEMBRES D'AVOIR UN SITE [W]EB DANS LES DEUX LANGUES OFFICIELLES, JE PENSE, EST LA FORME LA PLUS ÉLEVÉE DE RESPECT POUR UN PAYS QUI HONORE LA DUALITÉ LINGUISTIQUE. TOUTEFOIS, UNE TELLE DÉMARCHÉ ATTIRERAIT DES LECTEURS ET DES REVENUS PUBLICITAIRES POUR NOS JOURNAUX. [...] JE SERAIS ASSEZ FIER D'ENTREPRENDRE UN TEL PROJET POUR APPROCHER TOUS NOS JOURNAUX DANS LES DEUX LANGUES, MAIS JE ME DEMANDE QUELLE EN EST LA NÉCESSITÉ ET COMBIEN DE RESSOURCES SERONT NÉCESSAIRES POUR CONTINUER À FAIRE CELA SI LES FONDS VENAIENT À TARIR ³¹⁷ ».

Plusieurs organismes anglophones voient des avantages à rendre leur contenu disponible dans l'autre langue officielle, mais certains sont limités dans leur démarche faute de ressources. Pour les Anglo-Québécois, le fait d'assurer une visibilité dans l'autre langue est une façon de se rapprocher des compatriotes francophones à l'intérieur même du Québec, de même qu'ailleurs au Canada.

En somme, cette cinquième section a montré que les nouvelles technologies possèdent un potentiel énorme pour assurer le développement des communautés francophones et anglophones en situation minoritaire. Que ce soit pour briser l'isolement, faciliter le contact avec les institutions fédérales et garantir une meilleure offre de services dans les deux langues officielles, ou encore pour promouvoir la vitalité dans les secteurs de l'éducation, des arts et de la culture ou des médias communautaires, les nouvelles technologies sont un incontournable pour assurer le respect des droits linguistiques. Pour ce faire, des programmes fédéraux qui permettent aux communautés de participer aux technologies de l'information et des communications sont nécessaires. Des ressources sont requises pour assurer le développement et le maintien des capacités. Il faut permettre aux communautés francophones et acadiennes d'occuper l'espace et encourager la production de contenu en français. Il faut reconnaître l'importance de refléter les réalités de ces communautés et profiter de l'occasion pour promouvoir la dualité linguistique dans l'ensemble de la société canadienne.

« Les institutions fédérales qui ont déjà intégré la dualité linguistique comme valeur sauront adapter leurs pratiques à l'univers du Web 2.0 [...] »

Graham Fraser, commissaire aux langues officielles,
Délibérations, 24 octobre 2011.

OBSERVATIONS ET RECOMMANDATIONS : ASSURER LE RESPECT DES DROITS LINGUISTIQUES

Les audiences publiques du Comité sénatorial ont été l'occasion de constater les principales avancées dans l'utilisation des nouveaux moyens de communication au sein de l'administration fédérale et dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Elles ont aussi permis d'identifier les grands défis en matière de langues officielles. Cette sixième section présente des recommandations dans le but d'améliorer les façons de faire dans l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux tout en assurant le respect des droits linguistiques des Canadiens.

Un accès pour tous

Comme l'ont reconnu de nombreux témoins devant le Comité sénatorial, **l'accès est au fondement de tout**. Les nouvelles technologies semblent prometteuses à bien des égards, que ce soit pour assurer le développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire, favoriser la promotion de la dualité linguistique, rendre les services accessibles en ligne au plus grand nombre possible de gens ou encore permettre aux employés fédéraux de collaborer dans la langue de leur choix. Mais les avancées dans ces secteurs ne prendront sens que si l'on assure **un accès partout et pour tous**.

Le Comité sénatorial a demandé à plusieurs reprises au ministre d'Industrie Canada de venir répondre à ses interrogations au sujet de l'accès à Internet et des programmes qui y sont associés, mais a été confronté à des refus répétitifs de la part du ministre. **Le Comité sénatorial n'a donc pas été en mesure de faire le point sur les engagements réels du gouvernement pour la suite des choses**. De la même façon, le Comité sénatorial regrette que les représentants de l'Association canadienne des télécommunications sans fil n'aient pas eu l'occasion de présenter leur point de vue sur l'accès aux réseaux numériques et aux défis en matière de respect des droits linguistiques.

Bien entendu, la question de l'accès à Internet et aux réseaux numériques ne se limite pas aux communautés de langue officielle en situation minoritaire. Elle s'adresse à l'ensemble des Canadiens touchés par la fracture numérique. Cela concerne ceux et celles qui vivent en région rurale ou éloignée et où l'infrastructure n'est pas disponible. Cela touche aussi ceux et celles qui sont les plus démunis et qui ne peuvent s'offrir un abonnement abordable aux services Internet.

À cet égard, le Comité sénatorial est déçu de la décision qui a été prise par le gouvernement pour ce qui est de mettre fin au volet communautaire du Programme d'accès communautaire d'Industrie Canada. Le Comité sénatorial croit que cette décision passe outre à la raison d'être du programme. Celui-ci donnait justement un coup de pouce à ceux qui n'ont pas les moyens de s'offrir un accès à Internet à la maison de façon abordable. Certaines communautés de langue officielle en situation minoritaire risquent de subir les contrecoups de cette décision. La fracture numérique concerne aussi les personnes plus âgées, celles qui souffrent de handicaps, les analphabètes ou encore ceux qui n'ont pas acquis les compétences nécessaires pour utiliser adéquatement les nouvelles technologies.

Le Comité sénatorial est d'avis que **le gouvernement fédéral doit garantir le plus vite possible l'accès universel à des services Internet à large bande et aux réseaux numériques**. Comme l'a souligné un autre Comité sénatorial il y a deux ans, la notion d'accès universel réfère à 100 % des citoyens canadiens ³¹⁸.

Les services mobiles, en particulier, possèdent un grand potentiel pour ceux et celles qui ne disposent pas nécessairement d'un ordinateur à la maison. Comme nous l'avons vu dans ce rapport, certaines institutions fédérales assurent déjà une présence du côté des technologies numériques. Il est important que le gouvernement fédéral encourage l'innovation en ce sens. Dans le contexte linguistique, il faut assurer un accès égal à ces services aux francophones et aux anglophones du pays. L'utilisation d'Internet et des médias sociaux ne cesse de croître et **il est important d'en garantir l'accès à tous, peu importe la langue ou le lieu de résidence**.

Il faut aussi rappeler que plusieurs communautés de langue officielle en situation minoritaire ont fait preuve d'originalité au chapitre de l'accès à Internet et du développement des infrastructures associées. Selon le Comité sénatorial, **le gouvernement fédéral doit s'engager à appuyer de façon continue des projets innovateurs en ce sens, que ce soit pour le développement des infrastructures Internet à large bande et des réseaux numériques ou leur maintien**. Industrie Canada et le CRTC ont déjà pris des mesures pour brancher tous les Canadiens, mais il y a lieu de faire plus en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Par conséquent, le Comité sénatorial recommande :

RECOMMANDATION 1 :

Qu'Industrie Canada et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire :

- a) **agissent sur le champ pour garantir à tous les citoyens canadiens un accès universel, suffisant et abordable à Internet à large bande et aux réseaux numériques.**
- b) **fournissent un appui continu à des projets innovateurs qui visent le développement et le maintien des infrastructures Internet à large bande et des réseaux numériques dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire.**

En français svp!

Internet, les nouveaux médias et les médias sociaux représentent à la fois une occasion et un risque pour la langue française. Même si des initiatives sur la Toile mettent en valeur cette langue et ses locuteurs, **il faut reconnaître, encore aujourd'hui, qu'Internet est un lieu où les échanges se font majoritairement en anglais.** Selon le témoignage d'un représentant du CEFRIO, 5 % du contenu sur la Toile est disponible en français, contre 45 % en anglais ; du côté des applications mobiles, seulement 6 % des outils sont présentement accessibles en français³¹⁹. **Le français demeure donc sous-utilisé dans le nouvel univers électronique.** Cela concerne aussi les activités du Web 2.0. Bien que la ligne directrice adoptée par le SCT en novembre 2011 souligne que les ministères doivent rendre leur contenu disponible dans les deux langues officielles et s'assurer qu'il soit de qualité égale, elle reste muette au sujet de la place du français et des mesures à prendre pour assurer son rayonnement.

Devant le Comité sénatorial, les représentants des communautés francophones en situation minoritaire ont insisté pour accroître la présence de contenu en français en ligne et encourager le développement d'applications mobiles dans cette langue. **Le Web représente une occasion en or pour accroître le contenu écrit, audio et vidéo en français.** Il s'agit aussi d'une façon d'augmenter la disponibilité de produits culturels en langue française. Pour reprendre les propos du CEFRIO :

« IL PARAÎT ÉVIDEMMENT IMPOSSIBLE DE S'ASSURER QUE LES CONTENUS EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS OCCUPENT UNE PLACE ÉGALE DANS INTERNET, MAIS IL EST CERTAINEMENT POSSIBLE D'EMPÊCHER QUE LE FOSSÉ QUI EXISTE DANS LES DEUX LANGUES NE SE CREUSE D'AVANTAGE EN SOUTENANT ACTIVEMENT LA PRODUCTION DE CONTENUS NUMÉRIQUES CANADIENS EN LANGUE FRANÇAISE³²⁰ ».

Le Comité sénatorial reconnaît les efforts déployés par certains ministères et organismes fédéraux pour **renverser la tendance**. Des institutions fédérales, comme l'ONF et CBC/Radio-Canada, ont déjà entrepris d'occuper l'espace en français sur le Web et de créer une offre pour les francophones. Mais, la plupart du temps, l'appui offert par les institutions fédérales se limite à des projets ponctuels sans engagement à long terme pour permettre aux communautés francophones en situation minoritaire de laisser leur marque dans le nouvel univers électronique. À l'heure actuelle, aucun programme fédéral ne répond aux besoins spécifiques de ces communautés en matière de participation aux nouvelles technologies. Le seul programme qui permettait le développement de contenu culturel interactif en français, le Fonds interactif du Canada, prendra fin au cours des prochains mois. Le Comité sénatorial déplore d'ailleurs cette décision qui a découlé de l'examen stratégique entrepris par Patrimoine canadien dans le cadre du Budget de 2012.

Les audiences publiques ont montré que de nombreux organismes francophones militent pour **occuper l'espace en français sur le Web**. La FCFA, la FCCF et les médias communautaires sont des exemples, parmi d'autres, d'organismes qui travaillent à mettre en valeur des produits créés par et pour les francophones et qui sont le reflet de leurs réalités. Selon un représentant de la Fédération nationale des conseils scolaires francophones :

« LA PRÉSENCE DU FRANÇAIS SUR [INTERNET], DANS LES NOUVEAUX MÉDIAS ET DANS LES MÉDIAS SOCIAUX EST ESSENTIELLE POUR QUE LES FRANCOPHONES PUISSENT DÉVELOPPER LEUR SENTIMENT D'AUTONOMIE ET D'APPARTENANCE À LA VITALITÉ DES COMMUNAUTÉS FRANCOPHONE[S] ET ACADIENNES ET AU DÉVELOPPEMENT MÊME DU CANADA. CES SENTIMENTS SONT À LA BASE DE LA CONSTRUCTION IDENTITAIRE DES JEUNES CANADIENNES ET CANADIENS ³²¹ ».

Le but est de créer des espaces publics où la principale langue d'usage est le français. Des initiatives existent aussi du côté du gouvernement du Québec, en collaboration avec les communautés francophones et acadiennes, pour examiner la question. Au printemps dernier, le Centre de la francophonie des Amériques, situé à Québec, s'est engagé à mettre en ligne des ouvrages portant sur divers thèmes de la francophonie canadienne. Cela contribuera à renforcer le sentiment d'appartenance des francophones des Amériques et à assurer un rayonnement à l'extérieur des frontières. Le Comité sénatorial tient à féliciter l'engagement de ces différents intervenants en ce qui concerne la production de contenu en français, mais à la lumière des témoignages, il faut en faire plus.

Il est important de garder en tête le rôle important que doit jouer le **secteur privé**. Lors de son passage devant le Comité sénatorial, le ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles a donné des exemples de changements apportés par le gouvernement fédéral pour appuyer le développement de contenu en français dans le secteur privé. C'est ainsi que lors de l'entrée d'Amazon sur le marché canadien, des conditions concernant la promotion de livres canadiens et de livres en français ont été imposées ³²². Selon un représentant du CEFRIO :

« LE GOUVERNEMENT FÉDÉRAL PEUT INTERVENIR POUR FAIRE EN SORTE QU'IL Y AIT DES CONTENUS EN FRANÇAIS DANS INTERNET, DES CONTENUS DE QUALITÉ. QUAND LES GENS

NAVIGUENT SUR INTERNET, ILS LE FONT GÉNÉRALEMENT DANS LEUR LANGUE. ILS PRÉFÈRENT LE FAIRE DANS LEUR LANGUE ³²³ »).

Le Comité sénatorial est convaincu que **des mesures sont nécessaires pour accroître la présence du français dans le nouvel univers électronique**. Les institutions fédérales, en particulier Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, ont un rôle important à jouer à cet égard, en collaboration avec le secteur privé. Des témoins ont suggéré que le gouvernement fédéral intervienne pour assurer la production d'un tel contenu, disponible à grande échelle et pertinent pour les utilisateurs. Pour ce faire, des **incitatifs financiers** sont nécessaires pour aider les francophones à occuper cet espace. Il faut les outiller et **faire en sorte que le contenu produit reflète leurs réalités**. Comme l'ont montré les audiences publiques, les nouvelles technologies sont la voie de l'avenir pour assurer le développement des communautés francophones en situation minoritaire. Le gouvernement fédéral doit en prendre acte et fournir un **appui continu** en ce sens.

Par conséquent, le Comité sénatorial recommande :

RECOMMANDATION 2 :

Que Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions fédérales œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés francophones en situation minoritaire :

- a) fournissent un appui continu pour le développement de contenu en français sur Internet, dans les nouveaux médias et dans les médias sociaux.**
- b) fassent en sorte que ce contenu reflète les réalités des communautés francophones en situation minoritaire.**

Notre avenir : nos jeunes

Les jeunes sont des éléments essentiels pour assurer l'épanouissement à long terme dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Il faut donc trouver des moyens de les rejoindre là où ils sont. Pour reprendre les propos de la Fédération de la jeunesse canadienne-française :

« L'EXPÉRIENCE DÉMONTRE QUE LA JEUNESSE COMMUNIQUE EN FRANÇAIS LORSQU'ELLE SE TROUVE DANS UN ENVIRONNEMENT FRANCOPHONE. IL EST DONC IMPORTANT DE S'ASSURER AVANT TOUT QUE LES JEUNES AIENT ACCÈS À UN MILIEU DE VIE EN FRANÇAIS DANS LEUR COMMUNAUTÉ. IL NE FAUT PAS MINIMISER L'IMPACT DE L'INFLUENCE DE L'ENVIRONNEMENT DES JEUNES SUR LEURS DÉCISIONS LINGUISTIQUES. LA VITALITÉ DE LA FRANCOPHONIE SE SENTIRA ALORS SUR INTERNET : SI L'INFORMATION OU LES DISCUSSIONS SE DÉROULENT EN FRANÇAIS, IL SERA POUR EUX À LA FOIS NATUREL ET POSSIBLE DE RÉPONDRE DANS CETTE LANGUE ³²⁴ »).

Comme l'ont montré les audiences publiques, les jeunes sont de grands consommateurs des réseaux sociaux, des téléphones intelligents, des tablettes numériques et autres outils mobiles. Il apparaît donc important d'occuper cet espace, tant du côté des institutions fédérales que des organismes œuvrant dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Comme l'a noté un représentant de l'Association canadienne d'éducation de langue française devant le Comité sénatorial :

« COMME ON LE SAIT AUJOURD'HUI, LA SOCIALISATION DES JEUNES EST LARGEMENT INFLUENCÉE PAR L'UTILISATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ³²⁵ ».

Le Comité sénatorial estime important d'**appuyer l'innovation à l'intérieur même des communautés de langue officielle en situation minoritaire**. Les témoignages ont montré que l'appui à des projets innovateurs visant le développement et l'utilisation des médias sociaux et des applications mobiles est primordial pour le développement des communautés francophones et anglophones. Cela permet d'attirer l'attention des jeunes et d'accroître leur participation au sein des communautés. En d'autres mots, cela favorise leur **construction identitaire**.

Le Comité sénatorial estime que les institutions fédérales, en particulier Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, doivent prendre des mesures pour assurer la vitalité des communautés francophones et anglophones en situation minoritaire. Ce genre d'appui entraînera des **effets positifs sur les jeunes vivant dans ces communautés**, très branchés et à l'affût des nouveautés technologiques. **La vitalité des communautés passe d'abord par la jeunesse, qui représente l'avenir**. Il faut les accrocher dès le tout jeune âge, dans l'ensemble des secteurs de la vie quotidienne. Des outils technologiques doivent donc être mis à leur disposition pour assurer leur socialisation, dans leur langue, que ce soit directement au sein de la **famille**, dans les **écoles**, dans les **médias** ou par l'entremise des **arts et de la culture**.

Par conséquent, le Comité sénatorial recommande :

RECOMMANDATION 3 :

Que Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions fédérales œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire, fournissent un appui continu pour le développement des nouvelles technologies dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire, en particulier dans les secteurs suivants :

- a) les écoles de la minorité ;**
- b) les initiatives jeunesse ;**
- c) les médias communautaires; et**
- d) les arts et la culture.**

Pour tirer profit des nouvelles technologies, les communautés de langue officielle en situation minoritaire ont besoin d'un appui. **Du soutien à la formation et au développement des compétences est de mise dans plusieurs secteurs qui touchent à leur développement.** Malheureusement, à l'heure actuelle, aucun programme fédéral n'offre d'appui continu pour ce genre d'initiative. Les institutions fédérales se limitent à offrir du financement ponctuel, par projet, sans vision à long terme pour appuyer le développement de ces capacités. Il ne fait nul doute qu'en entreprenant des initiatives technologiques sans les mener à terme ou sans en assurer la pérennité au gré des changements dans l'univers numérique, on se dirige tout droit vers leur échec. Le témoignage de la FCCF résume bien le défi actuel :

« AINSI, IL FAUT QUE LES PORTEURS DE TELS PROJETS PUISSENT COMPTER SUR DU FINANCEMENT STABLE, RÉCURRENT ET SUFFISANT, SANS QUOI, MALGRÉ LEUR EXPERTISE ET LEUR DÉVOUEMENT, LES MEILLEURS EFFORTS SERONT VOUÉS À L'ÉCHEC ³²⁶ ».

Le Comité sénatorial estime que les institutions fédérales, en particulier Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, doivent fournir un **appui continu pour des projets innovateurs**, notamment ceux qui visent le développement et l'utilisation des **médias sociaux** et d'**applications mobiles**, ainsi que pour le **développement des capacités** des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Ce genre d'appui permettra aux jeunes de découvrir, vivre et grandir dans leur communauté et de pouvoir le faire naturellement, dans leur langue, avec leurs amis, leur famille et leur réseau social.

Par conséquent, le Comité sénatorial recommande :

RECOMMANDATION 4 :

Que Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions fédérales œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire :

- a) appuient des projets innovateurs qui visent le développement et l'utilisation des médias sociaux et d'applications mobiles dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire, pour permettre aux jeunes de découvrir, vivre et grandir dans leur communauté et de pouvoir le faire naturellement, dans leur langue, avec leurs amis, leur famille et leur réseau social.**
- b) fournissent un appui continu pour le développement des capacités des communautés francophones et anglophones en situation minoritaire à l'égard de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux.**

De la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats

Les audiences publiques ont montré que les institutions fédérales qui reconnaissent la dualité linguistique comme une valeur, de la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats, ont de meilleures chances de performer. D'ailleurs, la ligne directrice de novembre 2011 comprend une section sur la gouvernance et la surveillance des activités du Web 2.0 et une autre sur la planification et la conception. Des obligations redditionnelles ont donc été clairement énoncées. Bien sûr, il faut rappeler que chaque institution est responsable de mettre en place ses propres mesures.

Le Comité sénatorial est d'avis que toutes les institutions fédérales qui s'engagent dans les activités du Web 2.0 doivent **établir une structure de gouvernance appropriée en matière de langues officielles, de la conception, en passant par la planification, jusqu'à la surveillance**. Certaines d'entre elles ont déjà emboîté le pas. Comme l'a indiqué le commissaire aux langues officielles dans l'un de ses derniers rapports annuels :

« LA RÉUSSITE N'EST JAMAIS LE FRUIT DU HASARD. ELLE NÉCESSITE COMPRÉHENSION, LEADERSHIP, PLANIFICATION, EXÉCUTION ET ÉVALUATION, OU ENCORE [...] UN CERCLE VERTUEUX DANS LEQUEL CHAQUE ACTION SE RÉPERCUTE SUR LES AUTRES EN LES RENFORÇANT : CONNAÎTRE (SAVOIR CE QUI EST REQUIS), VOULOIR (FAIRE PREUVE DE VOLONTÉ ET DE LEADERSHIP POUR PARVENIR À UN RÉSULTAT), PLANIFIER (CONCEVOIR UN PROCESSUS CLAIR POUR Y ARRIVER), AGIR (METTRE LE PLAN EN PRATIQUE) ET VÉRIFIER (ÉVALUER LES RÉSULTATS) ³²⁷ ».

Le Comité sénatorial tient à rappeler que les institutions fédérales ont des obligations à respecter à l'égard de la mise en œuvre des parties IV, V et VII de la *Loi sur les langues officielles*. Pour ce qui est des **communications et des services offerts au public** (partie IV), les institutions fédérales doivent s'assurer de publier simultanément l'information dans les deux langues officielles, de favoriser activement la participation en français et en anglais et de respecter le principe de l'égalité réelle et de la qualité égale des services dans les deux langues officielles. En matière de **langue de travail** (partie V), elles doivent encourager leurs employés à faire usage des outils de collaboration interne dans la langue officielle de leur choix. Cela vaut autant pour l'usage des blogues, des wikis, des forums de discussion ou des communautés de pratique. Concernant la **promotion du français et de l'anglais** (partie VII), les institutions ont l'obligation de prendre des mesures positives pour rejoindre directement les communautés de langue officielle en situation minoritaire et pour promouvoir la dualité linguistique au sein de la société canadienne.

Le Comité sénatorial est d'avis qu'en respectant ces obligations et en établissant une structure de gouvernance appropriée, les institutions fédérales pourront mieux communiquer dans le respect des deux communautés linguistiques du pays.

Par conséquent, le Comité sénatorial recommande :

RECOMMANDATION 5 :

Que toutes les institutions fédérales qui s'engagent dans les activités du Web 2.0 :

- a) **respectent les politiques, règles et directives établies par le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'égard du respect des exigences en matière de langues officielles.**
- b) **établissent une structure de gouvernance appropriée en matière de langues officielles, de la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats, qui comprendra des mesures pour :**
 - **s'assurer de publier simultanément l'information dans les deux langues officielles.**
 - **respecter l'égalité des services et la qualité dans les deux langues officielles.**
 - **favoriser activement la participation en français et en anglais dans l'ensemble des plateformes utilisées.**
 - **encourager les employés à faire usage des outils de collaboration à l'interne dans la langue officielle de leur choix.**
 - **prendre des mesures positives pour rejoindre directement les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire.**
 - **prendre des mesures positives pour promouvoir la dualité linguistique au sein de la société canadienne.**

Le présent rapport a identifié de nombreuses **bonnes pratiques** qui ont cours actuellement dans l'appareil fédéral au sujet de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux. Il y aurait lieu pour les ministères et organismes fédéraux d'en prendre connaissance et de s'en inspirer. Malheureusement, peu de données existent à l'heure actuelle pour ce qui est du respect des exigences en matière de langues officielles dans les médias sociaux.

« LE CONSEIL DU TRÉSOR N'A PAS EFFECTUÉ DE RECHERCHE FORMELLE ET DÉFINITIVE SUR LA FAÇON DONT LES COMPTES TWITTER ET FACEBOOK DU GOUVERNEMENT DU CANADA OPÈRENT EN MATIÈRE DE LANGUES OFFICIELLES ³²⁸ ».

Le Comité sénatorial reconnaît que l'expérience des institutions fédérales à l'égard du Web 2.0 est relativement récente et qu'elle est en constante évolution. Il est d'avis que le SCT doit montrer l'exemple. D'abord, il doit effectuer une **recherche formelle** sur la façon dont les médias sociaux du gouvernement du Canada (p. ex., comptes Twitter, pages Facebook, comptes YouTube) opèrent en matière de langues officielles et s'engager à **partager l'information recueillie** à l'ensemble des institutions fédérales de même qu'au Comité sénatorial. De plus, il doit **faire connaître les bonnes pratiques** à cet égard. Cela peut se faire à l'intérieur de son rapport annuel ou par l'entremise du Réseau des champions des langues officielles.

Comme point de départ, il doit encourager les institutions fédérales à s'inspirer des bonnes pratiques identifiées dans ce rapport. Tout cela dans le but d'**inciter d'autres institutions à suivre l'exemple et à adopter des comportements exemplaires en matière de respect des deux langues officielles.**

Par conséquent, le Comité sénatorial recommande :

RECOMMANDATION 6 :

Que le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada :

- a) effectue une recherche formelle sur la façon dont les médias sociaux du gouvernement du Canada opèrent en matière de langues officielles et s'engage à transmettre l'information recueillie à l'ensemble des institutions fédérales de même qu'au Comité sénatorial permanent des langues officielles.**
- b) partage les bonnes pratiques auprès de l'ensemble des institutions fédérales, en s'inspirant notamment de celles identifiées dans ce rapport.**

En somme, cette sixième section a montré qu'il y a lieu de prendre des mesures pour assurer le respect des droits linguistiques des Canadiens, peu importe leur condition ou leur lieu de résidence, dans le cadre de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux. Les recommandations formulées dans ce rapport s'adressent, selon le cas, à la fois aux intervenants du gouvernement fédéral et à ceux du secteur privé. **Le respect de la dualité linguistique doit devenir un réflexe, et cela exige de la planification, des ressources et des mesures spéciales pour promouvoir l'utilisation de la langue française.** Dans l'esprit des obligations prévues à la partie VII de la *Loi sur les langues officielles*, il est important que toutes ces mesures soient prises **en collaboration avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire** et qu'elles visent un seul et même but : **la promotion de la dualité linguistique.**

« En terminant, il ne suffira pas que le gouvernement fédéral appuie les communautés de langue officielle dans leur appropriation d'Internet et des TIC. Il devra aussi se montrer un utilisateur modèle de ces outils, sur le plan linguistique comme sur les autres plans. Cela signifie notamment que le gouvernement fédéral devra veiller à ce que les contenus qu'il offre le soient en français et en anglais, et que ces contenus soient bel et bien de qualité égale dans les deux langues. Le défi est de taille. [...] Pour que le français occupe, dans le Web fédéral, la place qu'il mérite en vertu des lois et des règlements existants, et celle qu'il doit occuper étant donné les attentes des citoyens et des travailleurs fédéraux, le gouvernement canadien devra faire preuve de leadership et y aller d'investissements importants. »

CEFRIO, *Améliorer la dualité linguistique dans l'univers numérique canadien*, 29 novembre 2011, p. 9.

CONCLUSION

Le nouvel univers électronique dans lequel baignent nos sociétés contemporaines impose de nouveaux critères : rapidité, polyvalence, accessibilité. Cet univers est en constante évolution. Pour assurer le plein respect des exigences en matière de langues officielles, il est important de suivre les principes du « cercle vertueux », comme énoncés par le commissaire aux langues officielles.

L'usage des outils du Web 2.0 en est à ses balbutiements dans bon nombre d'institutions fédérales. Plusieurs d'entre elles font preuve d'innovation et sont conscientes qu'il est important d'accorder aux deux langues officielles une place de choix dans le développement, l'utilisation et la promotion de ces nouveaux outils. De nombreuses bonnes pratiques ont été développées à plusieurs égards. Pour encourager les comportements exemplaires dans l'ensemble des institutions fédérales, il est important de les partager. Il faut encourager un changement de culture pour que la promotion de la dualité linguistique devienne un réflexe, tant du côté des institutions fédérales que du secteur privé.

Dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire, les nouvelles technologies possèdent un potentiel énorme à plusieurs égards. Elles brisent l'isolement. Elles permettent aux communautés d'entrer directement en contact avec les institutions fédérales et d'en recevoir les services dans la langue officielle de leur choix, à leur convenance et dans le confort de leur foyer. Elles favorisent leur vitalité dans plusieurs secteurs, dont l'éducation, les arts et la culture ainsi que les médias communautaires. Elles permettent aux élèves en région éloignée qui fréquentent les écoles de la minorité d'avoir accès à des cours spécialisés à distance. Certains élèves sont même dotés d'ordinateurs portables ou de tablettes numériques en classe. Elles permettent aux communautés de se voir et de s'entendre et de voir leurs réalités reflétées à grande échelle. Elles sont un moteur important de promotion de la dualité linguistique. Elles favorisent les échanges au sein de la société canadienne. Elles stimulent le développement économique.

Le rapport du Comité sénatorial a montré qu'il y a plusieurs défis à relever pour assurer aux deux langues officielles la place qui leur revient. Parmi ces défis, il faut tenir compte de :

- la pertinence, les contraintes de temps et l'accessibilité de l'information ;
- l'utilisation adéquate des plateformes ;
- l'encadrement requis pour l'utilisation de ces plateformes ;
- la place accordée au français dans un univers électronique encore hautement anglicisé ;
- l'octroi des ressources appropriées, que ce soit en matière de financement, de ressources humaines ou de traduction ;
- la portée recherchée par l'engagement dans les activités du Web 2.0 ;
- la planification requise, de la conception jusqu'à la surveillance ;
- l'appui disponible du côté des programmes fédéraux ;
- les ressources requises pour assurer le développement et le maintien des capacités dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire ;
- la prise de mesures positives pour encourager la production de contenu en français ;
- l'importance de refléter les réalités des communautés et de promouvoir la dualité linguistique.

Alors que l'ère du Web 3.0 est à nos portes, il demeure essentiel de donner aux Canadiens les moyens de participer activement à l'économie numérique et aux activités en ligne, dans la langue de leur choix. Par conséquent, le Comité sénatorial demande au gouvernement fédéral de prendre acte des constats de ce rapport et insiste pour que des mesures soient prises à quatre niveaux :

- ▣ **Premièrement, sans accès, point de service.** Il faut assurer l'accès universel, suffisant et abordable à des services Internet à large bande et aux réseaux numériques dans l'ensemble du pays. En effet, les compagnies de téléphone et les fournisseurs Internet avaient eu l'autorisation, il y a près de douze ans, de charger un peu plus cher pour les services Internet existants dans les grandes villes, pour être mieux en mesure de mettre sur pied des services Internet en région. Or, force est de constater que cela n'a jamais eu lieu et qu'un fossé numérique persiste au Canada, à la fois du point de vue technique et socioéconomique, et qu'il varie selon les régions, le revenu et l'âge. Il faut également s'assurer d'appuyer de façon continue les projets innovateurs en ce sens mis en branle dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire, dans le sens des obligations prévues dans la partie VII de la *Loi sur les langues officielles*.

- **Deuxièmement, les services et les communications en ligne doivent être offerts selon le principe de l'égalité réelle des deux langues officielles.** Il faut reconnaître que le français demeure sous-utilisé dans le nouvel univers électronique. Il est important d'appuyer le développement de contenu dans cette langue pour accroître sa présence sur Internet, dans les nouveaux médias et les médias sociaux. Cela exige la collaboration de certains ministères fédéraux clés, du secteur privé et des communautés francophones et acadiennes. Ce contenu doit être à l'image des réalités de ces communautés.

- **Troisièmement, les jeunes sont les plus grands utilisateurs des nouveaux outils de communication et ils sont au cœur du développement des communautés de langue officielle en situation minoritaire.** Le gouvernement fédéral doit appuyer le développement de ces communautés dans l'univers électronique. Cela passe par l'appui à des projets innovateurs qui visent le développement et l'utilisation des médias sociaux et des applications mobiles. Cela passe aussi par l'appui à long terme pour le développement des capacités de ces communautés à l'égard de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux. Il faut également reconnaître les besoins particuliers des écoles de la minorité, des médias communautaires et du secteur des arts et de la culture en matière d'appui aux nouvelles technologies.

- **Quatrièmement, les institutions fédérales qui s'engagent dans les activités du Web 2.0 doivent s'engager à respecter un certain nombre de principes qui découlent des parties IV, V et VII de la Loi sur les langues officielles.** Le gouvernement fédéral doit effectuer une recherche formelle sur la façon dont les médias sociaux du gouvernement du Canada (p. ex., comptes Twitter, pages Facebook, comptes YouTube) opèrent en matière de langues officielles et s'engager à partager l'information recueillie à l'ensemble des institutions fédérales de même qu'au Comité sénatorial. Il doit s'engager à partager les bonnes pratiques, notamment celles contenues dans ce rapport.

Ce n'est qu'en prenant ces mesures au sérieux que les francophones et anglophones de ce pays pourront véritablement s'approprier tout le potentiel qu'offrent les nouvelles technologies et les outils du Web 2.0. Cet univers qui se veut un incitatif à la collaboration et à la participation directe, au bout du compte, leur appartient. Si le gouvernement fédéral prend un engagement sans équivoque envers le respect des droits linguistiques des Canadiens, peu importe leur condition ou leur lieu de résidence, la réussite à long terme n'en sera que mieux assurée.

RECOMMANDATION 1

Qu'Industrie Canada et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire :

- a) agissent sur le champ pour garantir à tous les citoyens canadiens un accès universel, suffisant et abordable à Internet à large bande et aux réseaux numériques.**
- b) fournissent un appui continu à des projets innovateurs qui visent le développement et le maintien des infrastructures Internet à large bande et des réseaux numériques dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire.**

RECOMMANDATION 2

Que Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions fédérales œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés francophones en situation minoritaire :

- a) fournissent un appui continu pour le développement de contenu en français sur Internet, dans les nouveaux médias et dans les médias sociaux.**
- b) fassent en sorte que ce contenu reflète les réalités des communautés francophones en situation minoritaire.**

RECOMMANDATION 3

Que Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions fédérales œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire, fournissent un appui continu pour le développement des nouvelles technologies dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire, en particulier dans les secteurs suivants :

- a) les écoles de la minorité ;**
- b) les initiatives jeunesse ;**
- c) les médias communautaires ; et**
- d) les arts et la culture.**

RECOMMANDATION 4

Que Patrimoine canadien, Industrie Canada et les institutions fédérales œuvrant dans le secteur des arts et de la culture, en collaboration avec le secteur privé et en consultation avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire :

- a) appuient des projets innovateurs qui visent le développement et l'utilisation des médias sociaux et d'applications mobiles dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire, pour permettre aux jeunes de découvrir, vivre et grandir dans leur communauté et de pouvoir le faire naturellement, dans leur langue, avec leurs amis, leur famille et leur réseau social.**
- b) fournissent un appui continu pour le développement des capacités des communautés francophones et anglophones en situation minoritaire à l'égard de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux.**

RECOMMANDATION 5

Que toutes les institutions fédérales qui s'engagent dans les activités du Web 2.0 :

- a) respectent les politiques, règles et directives établies par le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'égard du respect des exigences en matière de langues officielles.**
- b) établissent une structure de gouvernance appropriée en matière de langues officielles, de la connaissance des obligations jusqu'au suivi des résultats, qui comprendra des mesures pour :**
 - s'assurer de publier simultanément l'information dans les deux langues officielles.**
 - respecter l'égalité des services et la qualité dans les deux langues officielles.**
 - favoriser activement la participation en français et en anglais dans l'ensemble des plateformes utilisées.**
 - encourager les employés à faire usage des outils de collaboration à l'interne dans la langue officielle de leur choix.**
 - prendre des mesures positives pour rejoindre directement les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire.**
 - prendre des mesures positives pour promouvoir la dualité linguistique au sein de la société canadienne.**

RECOMMANDATION 6

Que le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada :

- a) effectue une recherche formelle sur la façon dont les médias sociaux du gouvernement du Canada opèrent en matière de langues officielles et s'engage à transmettre l'information recueillie à l'ensemble des institutions fédérales de même qu'au Comité sénatorial permanent des langues officielles.**
- b) partage les bonnes pratiques auprès de l'ensemble des institutions fédérales, en s'inspirant notamment de celles identifiées dans ce rapport.**

B. Canada

Introduction

Même s'il figure parmi les premiers pays au monde à offrir de manière élargie le service à large bande de détail, le Canada a pris du retard par rapport à d'autres pays développés pour ce qui est du développement du service à large bande. On vante souvent les taux de pénétration du Canada, mais en ce qui concerne les prix et la vitesse, il fait piètre figure et son taux de pénétration décline. En outre, la couverture de la large bande en zone urbaine et en région rurale est inégale. Le secteur canadien de la large bande est relativement concentré, et ce n'est que récemment que les câblodistributeurs et les fournisseurs de lignes d'accès numérique (DSL) ont commencé à déployer l'infrastructure sans fil et de fibre optique à large bande. Par ailleurs, la pénétration des services sans fil 3G est beaucoup plus faible que celle de la ligne fixe. Récemment, des organismes de réglementation canadiens ont fait pression pour la déréglementation du marché de la large bande, dans l'espoir de le rendre plus efficient et abordable.

Les caractéristiques du marché

Globalement, 64 % des ménages au Canada ont accès à la large bande*.

	Fibre/RL	Câble	DSL	Autre	Total**
Abonnements par tranche de 100 habitants***	0,0	15,6	13,0	0,4	29,0

Pénétration	Rang parmi 30 pays de l'OCDE	Vitesse	Rang parmi 30 pays de l'OCDE	Prix	Rang parmi 30 pays de l'OCDE
Pénétration pour 100, OCDE	10	Vitesse maximale annoncée, OCDE	17	Prix de la faible vitesse, combiné	17
Pénétration par ménage, OCDE	7	Vitesse moyenne annoncée, OCDE	25	Prix de la vitesse intermédiaire, combiné	18
Pénétration 3G, TeleGeographic	26	Vitesse moyenne, Akamai	13	Prix de la haute vitesse, combiné	20
Bornes Wi-Fi par 100 000, Jiwire	20	Téléchargement médian, speedtest.net	15	Prix de la très haute vitesse, combiné	18

Note : Détails à la partie 3.
Source : OCDE, TeleGeographic, Jiwire, speedtest.net, Akamai, Point Topic, analyse du Berkman Center

Téléversement médian, speedtest.net	12
Latence médiane, speedtest.net	15
Téléchargement à 90 %, speedtest.net	22
Téléversement à 90 %, speedtest.net	19

■ 1^{er} quintile
■ 2^e quintile
■ 3^e quintile
■ 4^e quintile
■ 5^e quintile

* Portail de l'OCDE sur le haut débit, tableau 2a, tiré du Rapport de surveillance des communications, publié par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

** Excluant le sans fil 3G. Parce que les abonnements sont partagés au sein du ménage, ce chiffre n'égalera jamais 100.

*** Portail de l'OCDE sur le haut débit, tableau 1d, estimations de l'OCDE selon les rapports des entreprises en 2008.

Source : The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University, *Next Generation Connectivity: A review of broadband Internet transitions and policy from around the world*, février 2010, p. 247 [TRADUCTION].

Nom de l'organisme et porte-parole	Date
<p>Service Canada</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cheryl Fisher, sous-ministre adjointe par intérim, Direction générale de service aux citoyens ▪ Julie Lalonde-Goldenberg, directrice générale, Partenariats interministériels et offres de service, Direction générale de service aux citoyens 	2011.10.03
<p>Ressources humaines et Développement des compétences Canada</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anne Duguay, directrice générale, Efficacité du milieu de travail et Communautés, Direction générale des services des ressources humaines 	
<p>Commissariat aux langues officielles</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Graham Fraser, commissaire aux langues officielles ▪ Ghislaine Charlebois, commissaire adjointe, Direction générale de l'assurance de la conformité ▪ Lise Cloutier, commissaire adjointe, Services intégrés ▪ Johane Tremblay, avocate générale, Direction des affaires juridiques ▪ Robin Cantin, directeur, Communications stratégiques et production 	2011.10.24
<p>Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'honorable Tony Clement, C.P., député, président du Conseil du Trésor ▪ Corinne Charette, dirigeante principale de l'information du gouvernement du Canada ▪ Marc Tremblay, directeur exécutif, Centre d'excellence en langues officielles, Bureau du dirigeant principal des ressources humaines ▪ Mimi Lepage, directrice exécutive, Politiques de l'information et de la protection des renseignements personnels ▪ Daphne Meredith, dirigeante principale des ressources humaines ▪ Sue Lajoie, directrice principale, Collectivité et Collaboration ▪ Ryan Androsoff, conseiller principal en politiques, Web 2.0, Collectivité et Collaboration 	2011.10.27 2011.10.27 2011.10.31 2011.10.27 2011.10.31

Nom de l'organisme et porte-parole	Date
Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diane Côté, directrice des liaisons gouvernementales et communautaires 	2011.11.14
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marie-France Kenny, présidente 	2012.04.23
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Serge Quinty, directeur des communications 	2011.11.14 2012.04.23
Quebec Community Groups Network <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sylvia Martin-Laforge, directrice générale ▪ Stephen Thompson, directeur de la politique stratégique, de la recherche et des affaires publiques 	2011.11.14
Patrimoine canadien <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'honorable James Moore, C.P., député, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hubert Lussier, sous-ministre adjoint par intérim, Citoyenneté et patrimoine ▪ Amanda Cliff, directrice générale, Direction générale de la radiodiffusion et des communications numériques 	2011.11.17
À titre personnel <ul style="list-style-type: none"> ▪ Guy Chiasson, chercheur ▪ Jean Quirion, chercheur ▪ Marc Charron, chercheur 	2011.11.21
CEFRIO (Centre facilitant l'innovation dans les organisations), à l'aide des TI <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jacqueline Dubé, présidente-directrice générale ▪ Réjean Roy, conseiller principal 	2011.11.28
Université de Moncton <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anne Robineau, chercheure, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques 	2011.12.12
Office national du film du Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deborah Drisdell, directrice générale, Accessibilité et entreprises numériques 	2012.02.27

Nom de l'organisme et porte-parole	Date
Passeport Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lisa Pezzack, directrice générale intérimaire, Direction générale de la législation et des relations internationales 	
Environnement Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ George Enei, sous-ministre adjoint et dirigeant principal de l'information, Direction générale des services ministériels 	
Agence des services frontaliers du Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Georges Rioux, vice-président, Direction générale des services intégrés 	
Parcs Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Larry Ostola, vice-président, Commémoration et conservation du patrimoine 	
Ressources humaines et Développement des compétences Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ François Morrissette, directeur, Web ministériel, Communications stratégiques et des relations avec les intervenants, Affaires publiques et Relations avec les intervenants 	2012.03.05
Santé Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jane Hazel, directrice générale principale intérimaire, Direction générale des affaires publiques, de la consultation et des communications 	
Citoyenneté et Immigration Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Janice Keenan, directrice, Communications électroniques 	
Commission de la capitale nationale <ul style="list-style-type: none"> ▪ Guy Laflamme, vice-président principal, Direction de l'Expérience de la capitale, communications et marketing 	
Gendarmerie royale du Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tim Cogan, surintendant principal, Directeur général, Services nationaux de communication 	
Agence de la santé publique du Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Louise de Jourdan, directrice générale intérimaire, Direction des communications 	

Nom de l'organisme et porte-parole	Date
Anciens combattants Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faith McIntyre, directrice, Projet de transfert de l'hôpital Ste-Anne, Secteur des services ministériels 	
Banque du Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Glen Nichols, sous-chef, Département des communications 	
Transports Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dan Dugas, directeur général, Communications et marketing 	
Affaires étrangères et Commerce international Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Yan Michaud, directeur, Direction des communications électroniques des produits et des services de communication 	
Défense nationale <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marc Raider, directeur général, Marketing 	2012.03.12
Ressources naturelles Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Joanne Frappier, directrice générale par intérim, Direction de la planification, des opérations et de l'information, Région de la capitale nationale, Service canadien des forêts 	
Statistique Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gabrielle Beaudoin, directrice générale, Division des communications 	
Agence du revenu du Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Louise Dorval, directrice générale, Direction des services ministériels et des opérations, Direction générale des affaires publiques 	
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scott Hutton, directeur exécutif de la radiodiffusion ▪ Paulette Leclair, directrice, Affaires publiques ▪ Véronique Lehoux, conseillère juridique 	
CBC/Radio-Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Patricia Pleszczynska, directrice générale, Directrice de la programmation, Services régionaux ▪ Diane Laflamme, chef de la planification, Services régionaux, Services français 	2012.03.26

Nom de l'organisme et porte-parole	Date
Commission de la fonction publique <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anne-Marie Robinson, présidente ▪ Hélène Laurendeau, vice-présidente principale, Direction générale des politiques ▪ Gerry Thom, vice-président, Services de dotation et d'évaluation 	2012.04.02
Association des municipalités bilingues du Manitoba <ul style="list-style-type: none"> ▪ Louis Tétrault, directeur général 	
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada <ul style="list-style-type: none"> ▪ Donna Achimov, présidente-directrice générale, Bureau de la traduction ▪ Donald Barabé, vice-président, Services professionnels, Bureau de la traduction ▪ Marc Olivier, gestionnaire, Division des services linguistiques, Bureau de la traduction 	2012.04.30
Bureau de la collectivité des communications <ul style="list-style-type: none"> ▪ Monique Lebel-Ducharme, présidente ▪ Stéphanie Hébert, directrice exécutive, Communications stratégiques et Relations parlementaires, Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada 	
Association de la presse francophone <ul style="list-style-type: none"> ▪ Francis Potié, directeur général 	2012.05.07
Alliance des radios communautaires <ul style="list-style-type: none"> ▪ Simon Forgues, agent (développement et communications) 	
Association des journaux régionaux du Québec <ul style="list-style-type: none"> ▪ Richard Tardif, directeur exécutif 	
English-Language Arts Network <ul style="list-style-type: none"> ▪ Guy Rodgers, directeur général ▪ Geoff Agombar, gestionnaire de bureau 	2012.05.14
Quebec English-language Production Council <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kirwan Cox, recherchiste 	
Association canadienne d'éducation de langue française <ul style="list-style-type: none"> ▪ Yves Saint-Maurice, président ▪ Richard Lacombe, directeur général 	
Fédération nationale des conseils scolaires francophones <ul style="list-style-type: none"> ▪ Roger Paul, directeur général 	

Nom de l'organisme et porte-parole	Date
Hudson St-Lazare Gazette <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jim Duff, rédacteur en chef ▪ Louise Craig, éditrice 	2012.05.28
Association des commissions scolaires anglophones <ul style="list-style-type: none"> ▪ Franck Verrillo, vice-président ▪ David Birnbaum, directeur exécutif 	
LEARN Quebec <ul style="list-style-type: none"> ▪ Michael Canuel, président-directeur général ▪ Suzanne Longpré, directrice, Communications et Relations publiques 	
Fédération culturelle canadienne-française <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marie-Claude Doucet, présidente ▪ Éric Dubeau, directeur général ▪ Simone Saint-Pierre, chef des communications 	2012.06.04
Collège Éducacentre <ul style="list-style-type: none"> ▪ Yvon Laberge, directeur général 	
Centre d'apprentissage du Haut-Madawaska <ul style="list-style-type: none"> ▪ Roberto Gauvin, directeur 	
À titre personnel <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erin O'Halloran, spécialiste de l'information, CloudScout Information Services 	2012.06.18

Association des municipalités bilingues du Manitoba, *Présentation au Comité sénatorial permanent des langues officielles – Étude portant sur l'utilisation d'Internet*, sans date.

C@HM, *Présentation Powerpoint, Direction des comités et de la législation privée du Sénat*, 2 juin 2012.

CEFRIO, *Améliorer la dualité linguistique dans l'univers numérique canadien*, Texte définitif présenté par le CEFRIO au Comité du Sénat sur les langues officielles dans le cadre de ses efforts de réalisation d'une étude sur l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens, 29 novembre 2011.

Collège Éducacentre, *Présentation Powerpoint, Étude sur l'utilisation d'internet et des médias sociaux en éducation*, 4 juin 2012.

Commissaire aux langues officielles du Nouveau-Brunswick, *Lettre à la greffière du comité*, 28 février 2012.

Commission de la capitale nationale, *Documentation d'accompagnement donnant un aperçu des médias sociaux utilisés par la CCN*, sans date.

Groupe de travail de l'ACSAQ sur l'impact d'Internet et des autres technologies, *Épanouissement, respect, responsabilités. Rapport et recommandations sur l'impact d'Internet et des autres technologies de l'information sur les écoles publiques anglophones du Québec*, présenté à l'Association des commissions scolaires anglophones du Québec, juin 2008.

Guy Chiasson, Jean Quirion, Marc Charron et Judith Lefebvre, *Le Web comme outil pour le renforcement de la gouvernance des communautés francophones minoritaires*, rapport de recherche présenté à l'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques, 23 août 2007.

Erin O'Halloran, *Extraits – Volet juridique des paramètres linguistiques dans les médias sociaux : Étude de cas du Nouveau-Brunswick*, 4 avril 2011.

Hudson St-Lazare Gazette, *Document d'information pour le Comité sénatorial permanent des langues officielles*, sans date.

LEARN Quebec, *Présentation du 28 mai 2012, au Comité sénatorial des langues officielles – Étude sur le recours à Internet et aux médias sociaux*, sans date.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation de référence – Étude portant sur l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens – ANEL*, 6 février 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation de référence – Étude portant sur l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens – Industrie Canada*, 6 février 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – statistiques sur l'utilisation d'Internet et les langues officielles tirées de trois enquêtes de Statistique Canada*, 16 mai 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – TPSGC*, 17 mai 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – BCC*, 25 mai 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation – Étude sur l'utilisation d'Internet et des médias sociaux*, 5 juin 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – Ministères fédéraux variés*, 6 juin 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation de référence – Étude portant sur l'utilisation d'Internet et des médias sociaux*, 7 juin 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – LEARN*, 12 juin 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – Défense nationale*, 12 juin 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – Citoyenneté et Immigration Canada*, 13 juin 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation de référence – Étude portant sur l'utilisation d'Internet et des médias sociaux*, 5 juillet 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude portant sur l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – FCCF*, 16 août 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – Ministères fédéraux*, 5 septembre 2012.

Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens – Regroupement des éditeurs canadiens-français*, 13 septembre 2012.

Office national du film, *Présentation au Comité sénatorial permanent des langues officielles*, 27 février 2012.

Passeport Canada, *Aperçu des outils en ligne de Passeport Canada, présenté au Comité sénatorial permanent des langues officielles*, sans date.

Ressources naturelles Canada, *Plan d'action pour les langues officielles 2011-2014. Au-delà des obligations : Revitaliser les langues officielles à RNCan*, 2011.

Ressources naturelles Canada, *Présentation devant le Comité sénatorial permanent des langues officielles* (contenant de l'information sur les Lignes directrices en matière de langues officielles du wiki de RNCan et la Planification pour les médias sociaux à RNCan), 12 mars 2012.

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Courriel de suivi à la réunion du 27 octobre 2011*, envoyé à l'analyste du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 6 décembre 2011.

Statistique Canada, *L'utilisation d'Internet, des nouveaux médias et des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens*, Présentation par Gabrielle Beaudoin au Comité sénatorial permanent des langues officielles, 12 mars 2012.

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (Bureau de la traduction), *Présentation sur le Portail linguistique du Canada*, sans date.

Zegouv.ca (Joëlle Drouin, co-fondatrice), *Courriel en réponse à une demande d'information*, envoyé à l'analyste du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 20 juin 2012.

- * Dans ce rapport, le générique masculin est utilisé dans le seul but d'alléger le texte.
- ¹ Commissariat aux langues officielles, *Du leadership, de l'action, des résultats. Rapport annuel 2010-2011*, Ottawa, 2011, p. 46. Selon les données obtenues par le Commissariat aux langues officielles, les institutions fédérales pour lesquelles les sites Web présentaient des lacunes en matière de langues officielles relevaient principalement du secteur des transports (administrations portuaires et aéroportuaires).
- ² Le [mandat d'étude](#) a été affiché en ligne.
- ³ CEFRIO, *Livre blanc – Les usages du Web 2.0 dans les organisations*, octobre 2011, p. 15 à 18.
- ⁴ Nations Unies, *E-Government Survey 2012 : E-Government for the People*, New-York, 2012 [DISPONIBLE EN ANGLAIS SEULEMENT].
- ⁵ World Economic Forum, *The Global Information Technology Report 2012 : Living in a Hyperconnected World*, 2012 [DISPONIBLE EN ANGLAIS SEULEMENT].
- ⁶ Statistique Canada, *Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet*, 2010.
- ⁷ *Ibid.*
- ⁸ *Ibid.*
- ⁹ CEFRIO, « L'engouement pour les médias sociaux au Québec », *NETend@nces 2011*, vol. 2, n° 1, 2011 ; CEFRIO, « Cinq générations d'internautes : profil d'utilisation des TIC en 2011 », *NETend@nces*, vol. 2, n° 7, 2012.
- ¹⁰ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport de surveillance des communications*, septembre 2012, p. 114.
- ¹¹ CEFRIO, « Divertissement en ligne : la webtélé prend son envol! », *NETend@nces 2011*, vol. 2, n° 2, 2011.
- ¹² Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. 115.
- ¹³ Commissariat aux langues officielles, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 2, 1^{re} session, 41^e législature, 24 octobre 2011, p. 27.
- ¹⁴ CEFRIO, « Le gouvernement en ligne : les transactions gagnent en popularité auprès des internautes », *NETend@nces 2011*, vol. 2, n° 5, 2012.
- ¹⁵ Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 3, 1^{re} session, 41^e législature, 31 octobre 2011, p. 45.
- ¹⁶ Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Courriel de suivi à la réunion du 27 octobre 2011*, envoyé à l'analyste du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 6 décembre 2011.
- ¹⁷ Zegouv.ca, « [Pour votre information](#) », Ottawa, 16 avril 2012.
- ¹⁸ CEFRIO, *Portails de services gouvernementaux aux citoyens : quels usages du Web 2.0 dans le monde?*, Rapport de veille commandité par Services Québec, mai 2012.
- ¹⁹ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. 109.
- ²⁰ Statistique Canada, *Les minorités prennent la parole : résultats de l'Enquête sur la vitalité des minorités de langue officielle*, n° 91-548-X au catalogue, décembre 2007.
- ²¹ CEFRIO (2011), vol. 2, n° 1.
- ²² Léger-Marketing, *Étude sur les habitudes médias des communautés francophones en situation minoritaire – Faits saillants*, avec la participation de Patrimoine canadien, mars 2012. De telles données n'ont pas été publiées pour les communautés anglophones du Québec.

- 23 *Loi sur les langues officielles*, L.R.C. (1985), ch. 31 (4^e suppl.).
- 24 *Règlement sur les langues officielles – communications avec le public et prestation des services*, DORS/92-48.
- 25 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Politique de communication du gouvernement du Canada*, entrée en vigueur le 1^{er} août 2006.
- 26 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Politique sur l'utilisation des langues officielles pour les communications avec le public et la prestation des services*, entrée en vigueur le 15 juillet 2005.
- 27 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Politique sur la langue de travail*, entrée en vigueur le 1^{er} avril 2004.
- 28 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Directive sur l'utilisation des langues officielles pour les communications électroniques*, entrée en vigueur le 15 juillet 2005.
- 29 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Directive sur l'utilisation des langues officielles sur les sites Web*, entrée en vigueur le 15 juillet 2005.
- 30 *DesRochers c. Canada (Industrie)*, [2009] 1 R.C.S. 194.
- 31 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Ligne directrice sur l'utilisation acceptable des wikis et des blogues internes au sein du gouvernement du Canada*, entrée en vigueur le 27 novembre 2008.
- 32 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Ligne directrice sur l'usage externe du Web 2.0*, entrée en vigueur le 18 novembre 2011.
- 33 Graham Fraser, commissaire aux langues officielles, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 2, 1^{re} session, 41^e législature, 24 octobre 2011, p. 12.
- 34 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (31 octobre 2011), p. 14 et 15.
- 35 Graham Fraser, commissaire aux langues officielles (24 octobre 2011), p. 12.
- 36 Commissaire aux langues officielles du Nouveau-Brunswick, *Rapport annuel 2010-2011*, Fredericton, septembre 2011.
- 37 Commissaire aux langues officielles du Nouveau-Brunswick, *Lettre à la greffière du comité*, 28 février 2012.
- 38 Erin O'Halloran, spécialiste de l'information, CloudScout Information Services, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 11, 1^{re} session, 41^e législature, 18 juin 2012, p. 77.
- 39 *Ibid.*, p. 81.
- 40 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (31 octobre 2011), p. 25.
- 41 Bureau de la collectivité des communications, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 9, 1^{re} session, 41^e législature, 30 avril 2012, p. 64.
- 42 Environnement Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 5 mars 2012, p. 47.
- 43 L'honorable Tony Clement, président du Conseil du Trésor, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 2, 1^{re} session, 41^e législature, 27 octobre 2011, p. 42.
- 44 Ressources humaines et Développement des compétences Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 5 mars 2012, p. 37.
- 45 CEFRIO, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 4, 1^{re} session, 41^e législature, 28 novembre 2011, p. 35.
- 46 L'honorable Tony Clement, président du Conseil du Trésor (27 octobre 2011), p. 41.

- 47 Office national du film, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 27 février 2012, p. 24.
- 48 Erin O'Halloran, spécialiste de l'information, CloudScout Information Services (18 juin 2012), p. 77.
- 49 Commissariat aux langues officielles, *Le gouvernement du Canada et le français sur Internet*, Ottawa, août 1999; Commissariat aux langues officielles, *L'utilisation d'Internet par les institutions fédérales*, Ottawa, août 1999; Commissariat aux langues officielles, *Les exigences relatives aux langues officielles et le Gouvernement en direct*, Ottawa, juin 2002; Commissariat aux langues officielles, *Comblant le fossé numérique des langues officielles sur Internet*, Ottawa, septembre 2005.
- 50 Graham Fraser, commissaire aux langues officielles (24 octobre 2011), p. 26.
- 51 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 35.
- 52 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation de référence – Étude portant sur l'utilisation d'Internet et des médias sociaux*, 5 juillet 2012.
- 53 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. 147, 155 et 157.
- 54 L'honorable James Moore, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 3, 1^{re} session, 41^e législature, 17 novembre 2011, p. 64.
- 55 L'honorable Tony Clement, président du Conseil du Trésor (27 octobre 2011), p. 42.
- 56 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation de référence – Étude portant sur l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens – Industrie Canada*, 6 février 2012.
- 57 Industrie Canada, [*Large bande Canada : Un milieu rural branché – À propos du programme.*](#)
- 58 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. 147.
- 59 Ministre des Finances, *Emplois, croissance et prospérité à long terme : Le Plan d'action économique de 2012*, 29 mars 2012, p. 200.
- 60 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport à la gouverneure en conseil sur les services de radiodiffusion de langue française et anglaise dans les communautés francophones et anglophones en situation minoritaire au Canada*, 30 mars 2009.
- 61 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Rapport sur la large bande*, novembre 2011, p. 1.
- 62 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, « Le CRTC établit une vitesse cible pour l'accès Internet à large bande et maintient l'obligation de fournir le service téléphonique de base », Communiqué, Ottawa-Gatineau, 3 mai 2011.
- 63 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (31 octobre 2011), p. 12.
- 64 *Ibid.*
- 65 CEFRIO, *Améliorer la dualité linguistique dans l'univers numérique canadien*, Texte définitif présenté par le CEFRIO au Comité du Sénat sur les langues officielles dans le cadre de ses efforts de réalisation d'une étude sur l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens, 29 novembre 2011, p. 3.
- 66 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 37, 41 et 42.
- 67 Anne Robineau, chercheure, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 5, 1^{re} session, 41^e législature, 12 décembre 2011, p. 7.

- 68 Fédération nationale des conseils scolaires francophones, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 10, 1^{re} session, 41^e législature, 14 mai 2012, p. 78.
- 69 LEARN Quebec, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 11, 1^{re} session, 41^e législature, 28 mai 2012, p. 29.
- 70 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (novembre 2011), p. 1.
- 71 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2012-2013 : *Rapport sur les plans et les priorités*.
- 72 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. i.
- 73 The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University, *Next Generation Connectivity : A review of broadband Internet transitions and policy from around the world*, février 2010, p. 247 [DISPONIBLE EN ANGLAIS SEULEMENT].
- 74 OCDE, [Portail de l'OCDE sur le haut débit](#) ; Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. 178.
- 75 CEFRIO (29 novembre 2011), p. 3.
- 76 Industrie Canada, *Rapport des résultats 2010-2011 : Mise en œuvre de l'article 41 de la Loi sur les langues officielles*, 2011, p. 37.
- 77 Association des municipalités bilingues du Manitoba, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 8, 1^{re} session, 41^e législature, 2 avril 2012, p. 70 ; Association des commissions scolaires anglophones du Québec, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 11, 1^{re} session, 41^e législature, 28 mai 2012, p. 28.
- 78 CEFRIO (29 novembre 2011), p. 3.
- 79 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 3, 1^{re} session, 41^e législature, 14 novembre 2011, p. 40.
- 80 Association des municipalités bilingues du Manitoba (2 avril 2012), p. 67, 71 et 72.
- 81 *Ibid.*, p. 72.
- 82 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 31.
- 83 Fédération nationale des conseils scolaires francophones (14 mai 2012), p. 78.
- 84 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (30 mars 2009).
- 85 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (6 février 2012).
- 86 Comité sénatorial permanent des Transports et des communications, [Plan pour un Canada numérique.ca](#), 3^e session, 40^e législature, juin 2010. Le gouvernement a répondu au rapport en mars 2011 : L'honorable Tony Clement, ministre de l'Industrie, [Réponse du gouvernement au Comité sénatorial](#), 21 mars 2011.
- 87 Association des municipalités bilingues du Manitoba (2 avril 2012), p. 71.
- 88 L'honorable Tony Clement, président du Conseil du Trésor (27 octobre 2011), p. 43.
- 89 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (septembre 2012), p. i.
- 90 Industrie Canada, « Le gouvernement Harper prend des mesures pour appuyer les familles canadiennes », communiqué, Russell (Ontario), 14 mars 2012.
- 91 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 31.
- 92 Office national du film (27 février 2012), p. 18.
- 93 Fédération culturelle canadienne-française, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 11, 1^{re} session, 41^e législature, 4 juin 2012, p. 45.
- 94 Office national du film (27 février 2012), p. 20.

- 95 Banque du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 12 mars 2012, p. 76 ; Bureau de la collectivité des communications (30 avril 2012), p. 62.
- 96 CBC/Radio-Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 8, 1^{re} session, 41^e législature, 26 mars 2012, p. 31, 42 et 43.
- 97 Transports Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 12 mars 2012, p. 87.
- 98 Nations Unies (2012); World Economic Forum (2012).
- 99 W3C, [Règles pour l'accessibilité des contenus Web \(WCAG\) 2.0](#), 11 décembre 2008 (traduit le 25 juin 2009).
- 100 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, [Norme sur l'accessibilité des sites Web](#), entrée en vigueur le 1^{er} août 2011.
- 101 Office national du film (27 février 2012), p. 23.
- 102 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 39.
- 103 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – Ministères fédéraux variés*, 6 juin 2012; Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – Défense nationale*, 12 juin 2012; Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – Citoyenneté et Immigration Canada*, 13 juin 2012; Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – Ministères fédéraux*, 5 septembre 2012.
- 104 Office national du film (27 février 2012), p. 23.
- 105 Bureau de la collectivité des communications (30 avril 2012), p. 66 et 67.
- 106 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *2010-2011 : Rapport ministériel sur le rendement*, pour l'exercice se terminant le 31 mars 2011.
- 107 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Plan triennal du CRTC 2012-2015*.
- 108 Statistique Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 12 mars 2012, p. 102.
- 109 Office national du film (27 février 2012), p. 10.
- 110 Parcs Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 5 mars 2012, p. 34 et 35.
- 111 Transports Canada (12 mars 2012), p. 79.
- 112 Zegouv.ca (Joëlle Drouin, co-fondatrice), *Courriel en réponse à une demande d'information*, envoyé à l'analyste du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 20 juin 2012.
- 113 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Courriel de suivi à la réunion du 27 octobre 2011*, envoyé à l'analyste du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 6 décembre 2011.
- 114 L'honorable Tony Clement, président du Conseil du Trésor (27 octobre 2011), p. 49.
- 115 Affaires étrangères et Commerce international Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 12 mars 2012, p. 89 et 93.
- 116 Office national du film (27 février 2012), p. 20.
- 117 Santé Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 5 mars 2012, p. 50.

- 118 Anciens combattants Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 12 mars 2012, p. 83.
- 119 Passeport Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 5 mars 2012, p. 26.
- 120 Bureau de la collectivité des communications (30 avril 2012), p. 65.
- 121 Agence de la santé publique du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 5 mars 2012, p. 52.
- 122 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 8, 1^{re} session, 41^e législature, 26 mars 2012, p. 7.
- 123 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (31 octobre 2011), p. 10.
- 124 *Ibid.*, p. 28.
- 125 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 36.
- 126 Ressources naturelles Canada, *Présentation devant le Comité sénatorial permanent des langues officielles*, 12 mars 2012 (contenant de l'information sur les Lignes directrices en matière de langues officielles du wiki de RNCan et la Planification pour les médias sociaux à RNCan).
- 127 Ressources naturelles Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 12 mars 2012, p. 99.
- 128 Graham Fraser, commissaire aux langues officielles (24 octobre 2011), p. 33.
- 129 Ministre des Finances (29 mars 2012), p. 294.
- 130 Commissariat aux langues officielles, 2012-2013 : *Rapport sur les plans et les priorités*, p. 6.
- 131 *Ibid.*, p. 7 et 15.
- 132 Gendarmerie royale du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 5 mars 2012, p. 67.
- 133 Erin O'Halloran, spécialiste de l'information, CloudScout Information Services (18 juin 2012), p. 82.
- 134 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 36.
- 135 Parcs Canada (5 mars 2012), p. 46.
- 136 Passeport Canada (5 mars 2012), p. 27.
- 137 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, [Ligne directrice sur l'usage externe du Web 2.0](#), entrée en vigueur le 18 novembre 2011.
- 138 Agence des services frontaliers du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 5 mars 2012, p. 45.
- 139 Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 9, 1^{re} session, 41^e législature, 30 avril 2012, p. 41.
- 140 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (31 octobre 2011), p. 25.
- 141 Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (30 avril 2012), p. 43.
- 142 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 46.
- 143 Office national du film (27 février 2012), p. 10.
- 144 Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (30 avril 2012), p. 48.
- 145 Jean Quirion, chercheur, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 4, 1^{re} session, 41^e législature, 21 novembre 2011, p. 25 et 27.
- 146 *Ibid.*, p. 16.

- ¹⁴⁷ Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (30 avril 2012), p. 48.
- ¹⁴⁸ Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (31 octobre 2011), p. 21.
- ¹⁴⁹ Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (30 avril 2012), p. 41.
- ¹⁵⁰ Agence du revenu du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 7, 1^{re} session, 41^e législature, 12 mars 2012, p. 114.
- ¹⁵¹ CBC/Radio-Canada (26 mars 2012), p. 44.
- ¹⁵² Office national du film (27 février 2012), p. 12.
- ¹⁵³ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (26 mars 2012), p. 13.
- ¹⁵⁴ Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 33.
- ¹⁵⁵ Agence de la santé publique du Canada (5 mars 2012), p. 52.
- ¹⁵⁶ Anciens combattants Canada (12 mars 2012), p. 74 et 91.
- ¹⁵⁷ *Ibid.*, p. 74.
- ¹⁵⁸ Office national du film (27 février 2012), p. 13.
- ¹⁵⁹ Erin O'Halloran, spécialiste de l'information, CloudScout Information Services (18 juin 2012), p. 79.
- ¹⁶⁰ *Ibid.*, p. 81.
- ¹⁶¹ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (26 mars 2012), p. 7.
- ¹⁶² *Ibid.*, p. 10.
- ¹⁶³ Commission de la fonction publique, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 8, 1^{re} session, 41^e législature, 2 avril 2012, p. 61.
- ¹⁶⁴ Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation – Étude sur l'utilisation d'Internet et des médias sociaux*, 5 juin 2012.
- ¹⁶⁵ *Ibid.*
- ¹⁶⁶ Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 3, 1^{re} session, 41^e législature, 31 octobre 2011, p. 23.
- ¹⁶⁷ Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (6 juin 2012).
- ¹⁶⁸ *Ibid.*
- ¹⁶⁹ Statistique Canada (12 mars 2012), p. 101.
- ¹⁷⁰ Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (13 juin 2012).
- ¹⁷¹ Graham Fraser, commissaire aux langues officielles (24 octobre 2011), p. 26.
- ¹⁷² Guy Chiasson, Jean Quirion, Marc Charron et Judith Lefebvre, *Le Web comme outil pour le renforcement de la gouvernance des communautés francophones minoritaires*, rapport de recherche présenté à l'Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques, 23 août 2007.
- ¹⁷³ Guy Chiasson, chercheur, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 4, 1^{re} session, 41^e législature, 21 novembre 2011, p. 7.
- ¹⁷⁴ CEFRIO (28 novembre 2011), p. 30 et 31.
- ¹⁷⁵ Quebec Community Groups Network, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 3, 1^{re} session, 41^e législature, 14 novembre 2011, p. 46.
- ¹⁷⁶ *Ibid.*, p. 46.
- ¹⁷⁷ Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 30 et 31.

- 178 Graham Fraser, commissaire aux langues officielles (24 octobre 2011), p. 34.
- 179 Commissariat aux langues officielles (2011), p. 70 et 87.
- 180 Erin O'Halloran, spécialiste de l'information, CloudScout Information Services (18 juin 2012), p. 85.
- 181 Service Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 1, 1^{re} session, 41^e législature, 3 octobre 2011, p. 17 et 20.
- 182 *Ibid.*, p. 16.
- 183 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (6 février 2012).
- 184 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 33 et 42.
- 185 Quebec Community Groups Network (14 novembre 2011), p. 53.
- 186 Association des municipalités bilingues du Manitoba (2 avril 2012), p. 68.
- 187 *Ibid.*, p. 73.
- 188 Comité sénatorial permanent des langues officielles, *L'éducation en milieu minoritaire francophone : Un continuum de la petite enfance au postsecondaire*, 1^{re} session, 38^e législature, juin 2005.
- 189 Comité sénatorial permanent des langues officielles, *L'épanouissement des communautés anglophones du Québec : Du mythe à la réalité*, 1^{re} session, 41^e législature, octobre 2011.
- 190 LEARN Quebec (28 mai 2012), p. 28.
- 191 CEFRIO (29 novembre 2011), p. 2.
- 192 Association des commissions scolaires anglophones du Québec (28 mai 2012), p. 23.
- 193 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juillet 2012).
- 194 Fédération nationale des conseils scolaires francophones (14 mai 2012), p. 68.
- 195 LEARN Quebec (28 mai 2012), p. 28.
- 196 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 37.
- 197 Association canadienne d'éducation de langue française, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 10, 1^{re} session, 41^e législature, 14 mai 2012, p. 66, 67 et 68.
- 198 Fédération canadienne des enseignantes et enseignants, *Technologies et construction identitaire*, septembre 2011.
- 199 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juillet 2012).
- 200 Réseau d'enseignement francophone à distance du Canada (REFAD), *Vingt-cinq ans d'apprentissage à distance au Canada francophone : Profil, bilan et perspectives*, Document préparé pour le REFAD par Lucie Audet, mars 2012.
- 201 LEARN Quebec (28 mai 2012), p. 31.
- 202 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juillet 2012).
- 203 L'honorable James Moore, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles (17 novembre 2011), p. 61.
- 204 Office national du film (27 février 2012), p. 10 et 11.
- 205 LEARN Quebec (28 mai 2012), p. 26.
- 206 Graham Fraser, commissaire aux langues officielles (24 octobre 2011), p. 26.
- 207 Association canadienne d'éducation de langue française (14 mai 2012), p. 78.
- 208 *Ibid.*, p. 67.

- 209 *Ibid.*, p. 68, 72 et 77.
- 210 Centre d'apprentissage du Haut-Madawaska, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 11, 1^{re} session, 41^e législature, 4 juin 2012, p. 61.
- 211 *Ibid.*, p. 59.
- 212 *Ibid.*, p. 61.
- 213 Collège Éducacentre, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 11, 1^{re} session, 41^e législature, 4 juin 2012, p. 55 et 56.
- 214 *Ibid.*, p. 57 et 58.
- 215 Comité sénatorial permanent des langues officielles (octobre 2011), p. 29.
- 216 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 40.
- 217 Association des commissions scolaires anglophones du Québec (28 mai 2012), p. 24.
- 218 LEARN Quebec (28 mai 2012), p. 26.
- 219 *Ibid.*, p. 27.
- 220 *Ibid.*, p. 31.
- 221 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude portant sur l'utilisation d'Internet et des médias sociaux – FCCF*, 16 août 2012.
- 222 Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Les arts et la culture francophones : Croire, vouloir et vivre en milieu minoritaire*, 2^e session, 40^e législature, juin 2009.
- 223 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 40.
- 224 *Ibid.*, p. 49.
- 225 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (16 août 2012).
- 226 English-Language Arts Network, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 10, 1^{re} session, 41^e législature, 14 mai 2012, p. 49.
- 227 *Ibid.*, p. 50.
- 228 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 35 ; L'honorable James Moore, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles (17 novembre 2011), p. 60.
- 229 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 41 et 52.
- 230 Patrimoine canadien, *Fonds interactif du Canada*.
- 231 Office national du film (27 février 2012), p. 8.
- 232 CBC/Radio-Canada (26 mars 2012), p. 31.
- 233 CEFRIO (29 novembre 2011), p. 1.
- 234 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 43.
- 235 Fédération nationale des conseils scolaires francophones (14 mai 2012), p. 71 ; Anne Robineau, chercheure, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (12 décembre 2011), p. 8.
- 236 Anne Robineau, chercheure, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (12 décembre 2011), p. 6.
- 237 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 44.
- 238 Anne Robineau, chercheure, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (12 décembre 2011), p. 12.

- 239 *Ibid.*, p. 6.
- 240 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 40.
- 241 Office national du film (27 février 2012), p. 11 et 12.
- 242 CBC/Radio-Canada (26 mars 2012), p. 31.
- 243 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 38.
- 244 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Documentation de référence – Étude portant sur l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens – ANEL*, 6 février 2012. Pour plus de détails, voir le site Web de l'[Entrepôt du livre numérique](#).
- 245 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles, *Suivi – Étude de l'utilisation d'Internet, des nouveaux médias, des médias sociaux et le respect des droits linguistiques des Canadiens – Regroupement des éditeurs canadiens-français*, 13 septembre 2012.
- 246 L'honorable James Moore, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles (17 novembre 2011), p. 66.
- 247 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 43.
- 248 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (13 septembre 2012).
- 249 Office national du film (27 février 2012), p. 11.
- 250 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 41.
- 251 *Ibid.*, p. 42.
- 252 Anne Robineau, chercheure, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (12 décembre 2011), p. 9.
- 253 English-Language Arts Network, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 9, 1^{re} session, 41^e législature, 23 avril 2012, p. 21.
- 254 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 42 et 43.
- 255 Quebec English-language Production Council, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 10, 1^{re} session, 41^e législature, 14 mai 2012, p. 51.
- 256 Anne Robineau, chercheure, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (12 décembre 2011), p. 7.
- 257 Comité sénatorial permanent des langues officielles (juin 2009); Comité sénatorial permanent des langues officielles (octobre 2011).
- 258 Léger-Marketing (mars 2012). De telles données n'ont pas été publiées pour les communautés anglophones du Québec.
- 259 Association de la presse francophone, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 10, 1^{re} session, 41^e législature, 7 mai 2012, p. 40 et 41.
- 260 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 31 et 38.
- 261 Association de la presse francophone (7 mai 2012), p. 13 et 14.
- 262 *Ibid.*, p. 14.
- 263 Comité sénatorial permanent des langues officielles (octobre 2011), p. 56.
- 264 Hudson/Saint-Lazare Gazette, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 11, 1^{re} session, 41^e législature, 28 mai 2012, p. 7 et 18.

- 265 Association des journaux régionaux du Québec, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 10, 1^{re} session, 41^e législature, 7 mai 2012, p. 20.
- 266 *Hudson/Saint-Lazare Gazette* (28 mai 2012), p. 15.
- 267 Alliance des radios communautaires du Canada, *Délibérations du Comité sénatorial permanent des langues officielles*, Fascicule n° 10, 1^{re} session, 41^e législature, 7 mai 2012, p. 17.
- 268 *Ibid.*, p. 18 et 19.
- 269 Association de la presse francophone (7 mai 2012), p. 15.
- 270 *Hudson/Saint-Lazare Gazette* (28 mai 2012), p. 13.
- 271 Association de la presse francophone (7 mai 2012), p. 15.
- 272 Léger-Marketing (mars 2012). De telles données n'ont pas été publiées pour les communautés anglophones du Québec.
- 273 *Hudson/Saint-Lazare Gazette* (28 mai 2012), p. 9.
- 274 Alliance des radios communautaires du Canada (7 mai 2012), p. 18.
- 275 *Ibid.*, p. 17.
- 276 Association des journaux régionaux du Québec (7 mai 2012), p. 22.
- 277 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juillet 2012).
- 278 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 31.
- 279 L'honorable James Moore, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles (17 novembre 2011), p. 61.
- 280 Quebec Community Groups Network (14 novembre 2011), p. 51 et 52.
- 281 LEARN Quebec (28 mai 2012), p. 29.
- 282 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 35.
- 283 L'honorable Tony Clement, président du Conseil du Trésor (27 octobre 2011), p. 44.
- 284 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (31 octobre 2011), p. 9.
- 285 Commission de la fonction publique (2 avril 2012), p. 64.
- 286 *Ibid.*, p. 53.
- 287 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juin 2012).
- 288 *Ibid.*
- 289 Industrie Canada, *Évaluation finale du programme Franccommunautés virtuelle – Rapport final*, Direction générale de la vérification et de l'évaluation, février 2008, p. i.
- 290 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 34 et 35.
- 291 Association des municipalités bilingues du Manitoba (2 avril 2012), p. 69.
- 292 Association de la presse francophone (7 mai 2012), p. 25 et 26.
- 293 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 41.
- 294 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 32.
- 295 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 36.
- 296 *Ibid.*, p. 39.
- 297 CEFRIO (29 novembre 2011), p. 8 et 9.

- 298 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 36.
- 299 *Ibid.*, p. 32.
- 300 Anne Robineau, chercheure, Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques (12 décembre 2011), p. 7.
- 301 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juillet 2012).
- 302 Office national du film (27 février 2012), p. 19.
- 303 English-Language Arts Network (14 mai 2012), p. 55.
- 304 Quebec Community Groups Network (14 novembre 2011), p. 48.
- 305 *Ibid.*
- 306 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 31.
- 307 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juillet 2012).
- 308 Association canadienne d'éducation de langue française (14 mai 2012), p. 67 et 68.
- 309 Association de la presse francophone (7 mai 2012), p. 35.
- 310 Guy Chiasson, chercheur (21 novembre 2011), p. 20.
- 311 Fédération nationale des conseils scolaires francophones (14 mai 2012), p. 71.
- 312 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juillet 2012).
- 313 Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (14 novembre 2011), p. 38.
- 314 Comité sénatorial permanent des langues officielles (juin 2009); Comité sénatorial permanent des langues officielles (octobre 2011).
- 315 *Ibid.*, p. 41 et 42.
- 316 Office national du film (27 février 2012), p. 13.
- 317 Association des journaux régionaux du Québec (7 mai 2012), p. 22.
- 318 Comité sénatorial permanent des Transports et des communications (juin 2010).
- 319 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 38.
- 320 CEFRIO (29 novembre 2011), p. 6.
- 321 Fédération nationale des conseils scolaires francophones (14 mai 2012), p. 70 et 71.
- 322 L'honorable James Moore, ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles (17 novembre 2011), p. 65.
- 323 CEFRIO (28 novembre 2011), p. 36.
- 324 Note envoyée aux membres du Comité sénatorial permanent des langues officielles (5 juillet 2012).
- 325 Association canadienne d'éducation de langue française (14 mai 2012), p. 67.
- 326 Fédération culturelle canadienne-française (4 juin 2012), p. 41.
- 327 Commissariat aux langues officielles, *Rapport annuel 2009-2010 – Volume II*, Ottawa, 2010, p. ii et iii.
- 328 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, *Courriel de suivi à la réunion du 27 octobre 2011*, envoyé à l'analyste du Comité sénatorial permanent des langues officielles, 6 décembre 2011.