

DE L'ACCÈS À L'ENGAGEMENT :

ÉTABLIR UNE STRATÉGIE POUR LA
LITTÉRATIE AUX MÉDIAS NUMÉRIQUES
AU CANADA





LE CENTRE CANADIEN
D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET
DE LITTÉRATIE NUMÉRIQUE

De l'accès à l'engagement :

Établir une stratégie pour la
littératie aux médias numériques
au Canada



DIGITAL
PUBLIC
SQUARE

Financé par le
gouvernement
du Canada

Canada 

HabiloMédias

HabiloMédias est un organisme de bienfaisance canadien sans but lucratif qui œuvre pour l'éducation aux médias et la littératie numérique. Il a pour objectif de veiller à ce que les Canadiennes et Canadiens développent une pensée critique qui leur permette d'utiliser les médias en tant que cybercitoyens actifs et informés. HabiloMédias crée des ressources et des programmes d'éducation aux médias et de littératie numérique pour les familles, les écoles et les communautés du Canada depuis 1996. HabiloMédias mène et diffuse également des recherches originales qui contribuent à l'élaboration de ses programmes et ressources et orientent les politiques publiques sur les questions liées à la littératie aux médias numériques.

Site Web

<https://habilomedias.ca/>

Personne-ressource du rapport

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.)
Directrice de la recherche
kbrisson-boivin@mediasmarts.ca

Contributeurs au rapport

Organisatrices du symposium

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.), directrice de la recherche, HabiloMédias
Samantha McAleese, associée de recherche et d'évaluation, HabiloMédias

Facilitateur principal et consultant en conception pour le symposium

Farhaan Ladhani, président-directeur général, Digital Public Square

Facilitateurs des petits groupes de discussion

Rebecca Boucher, spécialiste en éducation aux médias, HabiloMédias
Kara Brisson-Boivin (Ph. D.), directrice de la recherche, HabiloMédias
Tricia Grant, directrice du marketing et des communications, HabiloMédias
Matthew Johnson, directeur de l'éducation, HabiloMédias
Marc Alexandre Ladouceur, spécialiste en éducation aux médias, HabiloMédias
Samantha McAleese, associée de recherche et d'évaluation, HabiloMédias

Soutien à la conception et aux communications

Tricia Grant, directrice du marketing et des communications
Melinda Thériault, adjointe au marketing et aux communications, HabiloMédias

Soutien technique

Pop Up Podcasting

Comité consultatif du symposium

Kathryn Hill, directrice générale, HabiloMédias

Farhaan Ladhani, président-directeur général, Digital Public Square

Norman Landry (Ph. D.), professeur, département Sciences humaines, Lettres et Communication, TÉLUQ

Marina Pavlović, professeure agrégée, Faculté de droit, Université d'Ottawa

Greg Pyc, gestionnaire régional, Société Neil Squire

Tim Winklemans (Ph. D.)

Auteurs du rapport

Samantha McAleese, associée de recherche et d'évaluation, HabiloMédias

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.), directrice de la recherche, HabiloMédias

Citation suggérée

McAleese, S. et Brisson-Boivin, K. (2022). *De l'accès à l'engagement : Établir une stratégie de littératie aux médias numériques pour le Canada*. HabiloMédias. Ottawa.

Ce rapport peut être téléchargé à l'adresse : <https://habilomedias.ca/recherche-et-politique>.

Bailleur de fonds

Ministère du Patrimoine canadien

Message de HabiloMédias

HabiloMédias milite en faveur d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques aux côtés d'un réseau de partenaires en éducation, d'établissements de recherche et d'enseignement, d'organisations de la société civile, du gouvernement et de l'industrie depuis plus de 15 ans. Nous sommes reconnaissants de la possibilité continue que nous offre ce projet, que soutient le ministère du Patrimoine canadien, de nous engager auprès des intervenants et d'aller de l'avant dans l'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques.

Les conclusions de notre analyse environnementale et les conversations d'une importance capitale que nous avons menées lors de notre symposium d'intervenants, résumées dans le présent rapport, apportent une contribution indispensable à la recherche canadienne dans le domaine de la littératie aux médias numériques. Cette recherche jette également les bases de l'élaboration d'une stratégie nationale visant à donner aux personnes et aux communautés de l'ensemble du Canada les droits, les outils et les capacités nécessaires pour participer en tant que cybercitoyens.

Grâce aux efforts de toutes les personnes qui ont participé au symposium, ce projet peut commencer à combler les lacunes dans l'élaboration des politiques de littératie aux médias numériques au Canada. Un ensemble de principes et d'engagements exhaustifs forment le noyau d'une stratégie de littératie aux médias numériques inclusive et réalisable, fondée non seulement sur le développement de compétences techniques, mais aussi sur un ensemble d'aptitudes à la pensée critique nécessaires pour naviguer le paysage virtuel contemporain et y participer.

Nous sommes reconnaissants de la diversité du réseau d'intervenants et de partenaires communautaires qui nous ont aidés à mieux comprendre les impacts de l'inégalité numérique et les facteurs uniques qui doivent être pris en considération dans une stratégie visant à favoriser la résilience collective et à assurer un accès équitable à Internet, à la technologie numérique ainsi qu'aux outils, aux ressources et au soutien en matière de littératie aux médias numériques dans l'ensemble du Canada.

Bien que nous ayons beaucoup appris au cours de ce projet, et que nous nous engageons à mettre à profit ces connaissances lors des prochaines étapes de la finalisation et de la mise en œuvre d'une stratégie de littératie aux médias numériques pour le Canada, nous savons qu'il est essentiel de poursuivre les conversations avec les champions de la littératie aux médias numériques et les intervenants.

Nous croyons en la nécessité de concevoir une stratégie qui soutient l'élaboration de politiques, les programmes et les activités d'engagement, qui renforce les capacités et la collaboration entre le gouvernement, les principaux intervenants et les partenaires communautaires en matière de littératie aux médias numériques, et qui favorise une démocratie et un écosystème d'information sûrs, inclusifs et sains au Canada.

Nous nous réjouissons de poursuivre les conversations et les efforts en vue d'élaborer et de mettre en œuvre une stratégie de littératie aux médias numériques au Canada et d'en assurer le succès continu.

HabiloMédias

Table des matières

Sommaire.....	6
Introduction : Pourquoi le Canada a besoin d'une stratégie nationale d'éducation aux médias numériques.....	7
Définir l'éducation aux médias numériques.....	9
Élaborer la stratégie d'éducation aux médias numériques du Canada.....	11
Principales conclusions de l'analyse environnementale.....	12
Symposium.....	17
Buts et objectifs.....	17
Ce que nous avons fait.....	18
Ce que nous avons entendu.....	22
Engagements et principes fondamentaux.....	25
Commentaires des participants au symposium.....	27
Feuille de route.....	29
Prochaines étapes.....	30
Annexes.....	32
Annexe A - Compétences, concepts clés et sujets.....	32
Annexe B - Entrevues auprès de répondants clés.....	35
Annexe C - Participants au symposium.....	36
Annexe D - Ordre du jour du symposium.....	37

Sommaire

L'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada bénéficie d'un grand soutien, d'autant plus qu'un nombre croissant de personnes sont profondément immergées dans le monde en ligne sans avoir les compétences et les ressources nécessaires. HabiloMédias préconise depuis longtemps une stratégie qui va au-delà de l'accès et de la compréhension technique de la littératie aux médias numériques et qui tend vers des pratiques plus critiques, inclusives, éthiques, sociales et réfléchies qui sont essentielles pour encourager l'engagement actif et la cybercitoyenneté.

Ce rapport résume les efforts récents, soutenu par le ministère du Patrimoine canadien, pour raviver une approche unifiée de la littératie aux médias numériques au Canada. La première phase du projet consistait en une analyse environnementale comprenant une analyse documentaire et des entrevues auprès de répondants clés afin de recueillir des informations inestimables et d'intégrer les leçons apprises dans une stratégie canadienne de littératie aux médias numériques. Ce résumé de la recherche contemporaine, des pratiques exemplaires ainsi que des stratégies et des cadres existants a jeté les bases d'un symposium d'intervenants dans la deuxième phase du projet.

Le symposium, qui a eu lieu en février 2022, a réuni des intervenants clés et des partenaires communautaires de tout le Canada qui partagent un intérêt pour l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques. Des activités et des discussions en petits groupes ont permis aux participants (1) de cerner les besoins et les défis dans divers groupes prioritaires au Canada en ce qui concerne la littératie aux médias numériques et (2) de recenser les engagements et les principes qui devraient être inclus dans une stratégie nationale pour répondre à ces besoins et défis.

Les discussions sur l'accès, l'accessibilité, l'inclusion, la sécurité, le financement, la responsabilité, l'évaluation, la cybercitoyenneté et le fossé numérique ont mené à l'élaboration de [10 engagements et principes fondamentaux](#). En outre, les conversations lors du symposium se sont largement centrées sur divers groupes prioritaires dont les besoins doivent être pris en compte par un engagement renouvelé en faveur de la littératie aux médias numériques au Canada, notamment les communautés autochtones, noires et racialisées, les personnes handicapées, les adultes plus âgés, les personnes âgées, les nouveaux arrivants et les personnes sans revenu ou à faible revenu. Les participants ont souligné la nécessité de s'engager activement auprès de ces groupes afin de s'assurer que la stratégie nationale de littératie aux médias numériques du Canada est ancrée dans les expériences vécues.

Ce projet nous a permis de faire les premiers pas importants vers l'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques. L'établissement d'une communauté de pratique garantit que les champions de la littératie aux médias numériques, les intervenants, les experts, les fournisseurs de services et les praticiens de partout au Canada continueront de maintenir des liens de manière à soutenir le travail essentiel des divers groupes et organismes communautaires.

Ce projet confirme aussi la nécessité d'un engagement du gouvernement fédéral à soutenir l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation d'une stratégie nationale de

littératie aux médias numériques par des investissements appropriés dans la communauté et un engagement continu qui favorise la collaboration et l'innovation.

Introduction : Pourquoi le Canada a besoin d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques

Aujourd'hui, tout se fait en ligne, de l'éducation au travail, en passant par les soins de santé, les services sociaux, l'engagement politique, les commandes de repas et d'épicerie, et les rapports sociaux (d'autant plus que les entreprises ont dû se tourner vers la prestation de services en ligne en réponse à la COVID-19). De plus, d'incroyables quantités d'informations nous parviennent de nombreuses sources en ligne, rendant difficile la distinction entre les faits et la désinformation. Le problème est que, même si la plupart des gens n'ont pas besoin d'être persuadés d'utiliser la technologie numérique, de nombreux utilisateurs s'immergent profondément dans la vie en ligne sans avoir les compétences et le soutien nécessaires en matière de médias numériques. Les Canadiens doivent posséder les compétences en médias numériques nécessaires pour utiliser les nouvelles technologies, naviguer dans les différents environnements virtuels, réfléchir de manière critique, et devenir des consommateurs et des créateurs d'information avisés qui peuvent s'engager activement en tant que cybercitoyens éthiques.

La littératie aux médias numériques est [essentielle à une population et à un électorat informés et engagés](#), mais [l'absence d'une stratégie nationale](#) constitue un obstacle au développement de cette littératie au Canada. Nous avons particulièrement besoin d'une stratégie qui va au-delà de la compréhension et des habiletés de la littératie aux médias numériques fondée sur l'accès et les compétences et qui préconise des pratiques critiques, inclusives, éthiques, sociales et réfléchies qui sont essentielles à la promotion du [bien-être numérique, de l'engagement actif et de la cybercitoyenneté](#).

Contrairement aux [États-Unis](#), au [Royaume-Uni](#) et à l'[Australie](#), le Canada ne dispose pas d'une mesure de base précise des compétences en matière de littératie aux médias numériques. Nous avons besoin d'une approche unifiée, fondée sur la tradition critique et créative de l'éducation aux médias, mais qui reflète les qualités des médias numériques qui les rendent à la fois dangereux et valorisants pour la citoyenneté, comme la facilité de trouver, de publier et de distribuer de l'information et d'utiliser des outils numériques pour accomplir des actions civiques dans les communautés en ligne et hors ligne. La bonne nouvelle : le [Canada est depuis longtemps un chef de file mondial en matière d'éducation aux médias](#). S'il y a beaucoup à apprendre des autres pays quant à la façon dont ils ont intégré l'éducation aux médias et aux médias numériques et en ont fait une priorité nationale, de nombreux chercheurs, éducateurs et défenseurs de la littératie aux médias numériques de premier plan se trouvent ici, au Canada. De plus, il existe un soutien communautaire important pour les programmes de littératie aux médias numériques dans l'ensemble du pays, et le travail de divers groupes et organisations mérite d'être soutenu et renforcé par une stratégie nationale.

Une recherche commandée par HabiloMédias auprès d'Abacus Data en 2017 a révélé un fort soutien pour une stratégie nationale de littératie aux médias numériques, 84 % des répondants la jugeant importante ou très importante. Cependant, l'histoire de l'élaboration de politiques sur le numérique au Canada est incohérente. Les versions précédentes des politiques en matière de stratégie numérique au Canada incluent les suivantes :

- [Comité consultatif sur l'autoroute de l'information](#) (1994-1997);
- [Groupe de travail national sur les services à large bande](#) (2001);
- [Groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications](#) (2005-2006);
- [Canada numérique 150](#) (2010-2015).

Ces initiatives ont priorisé la connectivité en augmentant l'infrastructure numérique et l'accès aux appareils. Par conséquent, Internet est perçu comme faisant partie de [l'infrastructure nationale essentielle](#), tandis que la littératie aux médias numériques est largement (et à tort) devenue synonyme de maîtrise de la technologie. Une conceptualisation de la littératie aux médias numériques qui se concentre uniquement sur les compétences techniques individualise la question de manière problématique et présente les utilisateurs comme des consommateurs passifs d'Internet, ce qui a des conséquences importantes pour les personnes et les communautés du Canada dont [la qualité de vie et l'engagement civique](#) dépendent de la capacité de naviguer de façon critique les technologies réseautées.

Si les compétences techniques sont essentielles, il est de plus en plus évident qu'une démocratie saine a besoin de citoyens capables de résister à la désinformation. Pour ce faire, nous devons comprendre globalement la littératie aux médias numériques, laquelle inclut toute une série d'aptitudes à la réflexion critique. Les gens doivent être habilités à participer aux processus démocratiques en ligne et hors ligne à l'aide d'outils numériques et à comprendre leurs droits et responsabilités en tant que cybercitoyens. Cependant, à ce jour, aucune des initiatives d'élaboration de politiques numériques au Canada n'a donné lieu à un plan spécifique ou réalisable pour atteindre ces objectifs. De plus, l'élaboration de politiques numériques au Canada a été [critiquée](#) en raison de son manque de représentation.

Lorsqu'il est question d'accès et d'utilisation d'Internet, l'accent est mis sur le fossé qui sépare les régions urbaines et rurales. Mais le fossé numérique au Canada n'est pas seulement géographique : il est aussi ancré dans des contextes sociaux, économiques et culturels et recoupe les catégories de la race, de la classe, du genre, de l'âge et de la capacité. Trop souvent, ces forces multiples et croisées sont laissées de côté dans les conversations sur la littératie aux médias numériques. La [recherche](#) indique également que l'accès à la technologie et à la formation, en ce qui concerne la participation numérique, est crucial pour les personnes historiquement marginalisées au Canada, notamment les communautés autochtones, les personnes vivant dans la pauvreté, les nouveaux arrivants et les personnes handicapées.

[HabiloMédias affirme](#) qu'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques, dotée d'un solide volet éducatif, a le pouvoir de combler le fossé numérique au Canada. Toutefois, pour qu'une stratégie soit efficace et permette aux Canadiens d'acquérir les compétences essentielles requises pour s'engager dans l'écosystème de l'information en ligne, elle doit également tenir compte de la façon dont la culture numérique conditionne la citoyenneté contemporaine de manière spécifique pour certains groupes.

Grâce au soutien du ministère du Patrimoine canadien par le biais du [Programme de contributions en matière de citoyenneté numérique](#), nous avons commencé le travail nécessaire pour relever et combler les lacunes des politiques par un engagement inclusif et complet envers une stratégie nationale de littératie aux médias numériques qui suit le modèle de cybercitoyenneté reconnu à l'échelle internationale de HabiloMédias et notre définition renouvelée de la littératie aux médias numériques.

Définir la littératie aux médias numériques

La littératie aux médias numériques est un [droit fondamental](#) pour tous les utilisateurs de technologies. Il ne s'agit pas seulement d'un résultat, mais d'un outil nécessaire à l'éducation, à l'emploi, à l'inclusion sociale, à la sécurité, à l'autonomisation, à la santé, au bien-être, et à la participation active aux processus démocratiques. La littératie aux médias numériques peut être considérée comme un [mécanisme permettant d'accroître l'inclusion](#), non seulement dans les espaces en ligne, mais aussi dans divers domaines sociaux, économiques, culturels et civiques puisqu'elle augmente l'accès aux possibilités qui sont essentielles à un plein engagement civique, [en particulier pour les groupes historiquement marginalisés](#) (p. ex. les femmes et les filles, les communautés autochtones et racialisées, les personnes handicapées, les nouveaux arrivants et les personnes vivant dans la pauvreté). En d'autres termes, le développement de compétences critiques en matière de médias numériques permettra aux Canadiens d'utiliser Internet et divers appareils et technologies numériques de manière significative et bénéfique.

Mais qu'est-ce que la littératie aux médias numériques exactement?

Dans la première phase de ce projet, nous avons examiné, analysé et évalué les cadres, les stratégies, les modèles, les pratiques exemplaires et les leçons apprises au Canada et dans d'autres pays. Cette analyse environnementale exhaustive, qui comprenait des entrevues auprès de divers répondants clés, a offert des approches pratiques et efficaces pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada. Cependant, chaque rapport, document, stratégie et entrevue a donné lieu à de nouvelles définitions de l'éducation aux médias (numériques).

Notre définition de la littératie aux médias numériques reconnaît que la littératie numérique ne remplace pas l'éducation aux médias ou n'y est pas parallèle, mais qu'elle s'appuie plutôt sur elle. Comme d'autres définitions, la nôtre va au-delà des compétences techniques et pratiques pour s'orienter vers une [approche plus réfléchie qui intègre l'analyse, l'évaluation et la réflexion critique](#). La littératie aux médias numériques prend toute sa valeur lorsque nous ne la considérons pas seulement comme un ensemble de compétences, mais aussi comme une pratique qui incite les gens à s'interroger sur les médias qu'ils utilisent et consomment, à les remettre en question et (lorsqu'ils le souhaitent) à s'y opposer.

La définition que nous utilisons chez HabiloMédias provient de notre cadre récemment mis à jour pour les éducateurs de la maternelle à la 12^e année et reflète l'histoire de notre travail et de notre leadership dans le domaine.

La littératie aux médias numériques désigne la capacité d'utiliser, de comprendre et de mobiliser les médias de toutes les formes, et d'y accéder, de manière critique, efficace et responsable.

Le modèle de littératie aux médias numériques de HabiloMédias comporte trois éléments : les **compétences** qu'une personne possédant des compétences en littératie médiatique devrait être capable d'**appliquer**, les **concepts clés** qu'elle devrait **comprendre**, et les **sujets** qu'elle devrait **connaître** (voir l'annexe A pour des informations plus détaillées sur ces compétences, concepts et sujets).

Élaborer la stratégie de littératie aux médias numériques du Canada

Ce projet visait à rassembler les recherches et l'expertise afin d'élaborer une stratégie canadienne de littératie aux médias numériques. La première phase du projet, qui a pris fin à l'automne 2021, comprenait une analyse environnementale englobant une analyse documentaire et des entrevues auprès de répondants clés. Nous avons passé en revue les stratégies, les cadres et les modèles internationaux de littératie aux médias numériques et examiné le paysage canadien actuel. Les [entrevues auprès de répondants clés](#) (voir l'annexe B) comprenaient des [questions d'évaluation systématique](#) afin de recueillir des renseignements crédibles, fiables et utiles et d'intégrer les leçons apprises dans une stratégie canadienne de littératie aux médias numériques. Un résumé de cette analyse environnementale est présenté ci-dessous. Le résumé de la recherche contemporaine, des pratiques exemplaires et des stratégies existantes a jeté les bases de la deuxième phase du projet : un symposium d'intervenants.

Le symposium, qui a eu lieu en février 2022, a réuni des intervenants clés et des partenaires communautaires afin de discuter et de réfléchir de manière plus intentionnelle et collaborative à l'élaboration d'une stratégie canadienne de littératie aux médias numériques. En partenariat avec [Digital Public Square](#), nous avons animé des tables rondes afin de déterminer le contexte canadien unique, les défis et les obstacles potentiels à l'élaboration d'une stratégie, et les possibilités pour le Canada de poursuivre son leadership dans ce domaine. Nous avons utilisé une combinaison d'[enquête appréciative](#) et de [rapports collaboratifs sur les résultats](#) pour relever et étudier des exemples de pratiques exemplaires et répondre aux besoins, aux défis et aux préoccupations des intervenants de manière à tirer parti de leur succès ainsi que des ressources et du soutien déjà existants. Après le symposium d'intervenants, nous avons envoyé aux participants une enquête d'évaluation postérieure à l'événement afin de procéder à une [évaluation de l'événement par les bénéficiaires](#) : les participants ont évalué la valeur du symposium et donné plus de voix à leurs besoins, préoccupations, priorités, principes et engagements. Nous détaillons ci-dessous [les buts et les objectifs de ce symposium](#), [ce que nous avons fait](#) et [ce que nous avons entendu](#).

Cette conception de recherche itérative, menée en deux phases, nous a permis de recueillir et d'analyser des données secondaires (provenant de la littérature, des cadres et des stratégies existants) et de réaliser une recherche primaire sous forme d'entrevues auprès de répondants clés et de tables rondes avec les participants au symposium dans le but d'évaluer, de valider et d'étoffer les résultats de la première phase, en prêtant une attention particulière au contexte canadien. Nous avons conçu cette approche à plusieurs niveaux pour qu'elle corresponde aux échéances du projet, tout en assurant la participation significative de diverses communautés méritant l'équité, d'intervenants clés et de partenaires communautaires, tout en maintenant une norme rigoureuse d'analyse de données complexes.

Les première et deuxième phases de ce projet ont permis de relever (1) les besoins et les préoccupations relatifs à la littératie aux médias numériques au Canada et (2) 10 engagements et principes clés qui devraient guider l'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques.

Principales conclusions de l'analyse environnementale

Comme nous l'avons mentionné précédemment, la première phase de ce projet consistait en une analyse environnementale comprenant une analyse documentaire et des entrevues auprès de répondants clés. Le but de cet exercice était d'affirmer les compétences critiques essentielles de la littératie aux médias numériques et de mettre en évidence les obstacles potentiels et les leçons apprises d'autres pays qui devraient être pris en compte dans la conception et la mise en œuvre d'une stratégie de littératie aux médias numériques au Canada.

Les documents examinés incluent les suivants :

- le [cadre de compétences en littératie numérique](#) du gouvernement de l'Australie (2020);
- le rapport de consultation de l'Australian Media Literacy Alliance sur l'élaboration d'une stratégie nationale d'éducation aux médias (2021);
- le [rapport de consultation de l'Australian Media Literacy Alliance](#) en vue de l'élaboration d'une stratégie nationale d'éducation aux médias (2021);
- le [cadre de littératie aux médias numériques de la Colombie-Britannique](#) (2015);
- le [cadre de littératie et de compétences numériques](#) du Conseil des technologies de l'information et des communications (2018);
- un [livre vert sur la littératie numérique](#) du ministère de l'Apprentissage virtuel de Malte (2015);
- le [cadre national de littératie numérique du gouvernement de l'Écosse](#) (2020);
- la [stratégie d'éducation aux médias en ligne du Royaume-Uni](#) du ministère du Numérique, de la Culture, des Médias et du Sport (2021).

Les rapports des autres organismes sur les compétences en éducation aux médias et aux médias numériques incluent :

- le [DQ Institute](#) (2019);
- la [Commission européenne](#) (2019);
- la [Global Digital Citizen Foundation](#) (2021);
- la [NAMLE](#) (2021);
- l'[UNESCO](#) (2018);
- l'[UNICEF](#) (2019).

Les autres ressources sur l'inclusion et la cybergénéralité incluent les suivantes :

- le rapport sommaire sur le [Sommet de l'inclusion numérique de l'Ontario](#) du Forum des politiques publiques (2018);
- des articles universitaires des revues suivantes : [McGill Journal of Education](#), [Computers](#), [Journal of New Approaches in Educational Research](#) et [Internet Policy Review](#).

Nous vous présentons ici un résumé des principales conclusions de cette analyse environnementale.

La définition de la littératie numérique évolue constamment.

La plupart des rapports et des stratégies existants définissent la littératie numérique et la littératie aux médias numériques séparément, mais en relation avec d'autres littératies comme la littératie des données et la maîtrise de l'information. Les concepts clés récurrents de ces définitions incluent les suivants :

- l'accès;
- la capacité;
- la gestion;
- La compréhension;
- l'intégration;
- la communication;
- l'évaluation;
- la création;
- la navigation.

Les stratégies plus récentes indiquent également une transition des définitions de la littératie fondées sur les compétences vers une compréhension plus critique, engagée et globale de ce que signifie l'acquisition de compétences médiatiques, en particulier en ce qui concerne les médias numériques. Par exemple, l'[UNICEF](#) écrit dans son examen des définitions et des cadres relatifs à la littératie numérique des enfants : « Dans le discours politique comme dans celui de la recherche, on observe une évolution de la vision instrumentale de la littératie numérique, c'est-à-dire ce qu'une personne possédant des compétences en littératie numérique devrait être capable d'appliquer, vers une compréhension plus globale de ce que la littératie numérique signifie aujourd'hui, c'est-à-dire ce qu'une personne possédant des compétences en littératie numérique devrait être capable de réaliser. » [c'est nous qui soulignons] [traduction]

Une stratégie de littératie aux médias numériques doit prioriser l'inclusion.

La littérature et les rapports récents nous rappellent qu'il faut accorder une attention particulière aux groupes prioritaires, notamment les personnes à faible revenu, les personnes handicapées, les personnes âgées, les peuples autochtones, et les communautés diversifiées sur le plan de la culture et de la langue. De nombreux cadres et stratégies reviennent sur les discussions relatives au fossé numérique et soulignent, comme le fait HabiloMédias, que ce fossé va au-delà des zones urbaines et rurales. Par exemple, un rapport du [Sommet de l'inclusion numérique de l'Ontario](#) animé par le Forum des politiques publiques énonce ce qui suit :

- Plutôt qu'un seul fossé numérique, il existe plusieurs fossés qui sont liés au revenu, à la géographie, à l'alphabétisation, à l'aisance, à la culture, à la démographie et plus encore. » L'inclusion numérique vise à faire en sorte que chacun puisse bénéficier des technologies numériques dans sa vie.

Nous devons reconnaître que la littératie aux médias numériques est un processus d'apprentissage tout au long de la vie.

[La littérature, les praticiens et les experts](#) insistent sur l'importance de l'accès aux programmes de littératie aux médias numériques en dehors de l'environnement scolaire traditionnel. S'il est essentiel de travailler sur les changements indispensables et un engagement unifié en faveur de la littératie aux médias numériques dans l'ensemble du programme scolaire de la maternelle à la 12^e année au Canada, une stratégie nationale doit également prioriser le soutien des programmes et des ressources communautaires afin de faciliter la littératie aux médias numériques tout au long de la vie pour tous.

L'accès universel à la littératie aux médias numériques doit prioriser :

- l'autonomisation;
- la sécurité numérique;
- la pensée critique;
- la résolution de problèmes;
- la créativité;
- la résilience.

Dans l'ensemble, les documents nationaux et internationaux que nous avons consultés pour cette étude reconnaissent la littératie aux médias numériques comme un droit et soulignent l'importance d'une pratique fondée sur des preuves. Les organisations participant à ces travaux à l'échelle mondiale reconnaissent les défis que représentent l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques et soulignent la nécessité d'adopter une approche globale de la société, soutenue par un financement et des ressources adéquats, pour mener à bien ce travail.

Les six entrevues que nous avons menées auprès des répondants clés (voir l'annexe B) ont confirmé une grande partie de ce que nous avons lu dans l'analyse documentaire. Vous trouverez ci-dessous un résumé de ce que les personnes interrogées avaient à dire sur l'inclusion, l'évaluation, la collaboration et d'autres considérations et défis à garder à l'esprit lors de l'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques.

Inclusion

- Le « fossé numérique » et l'inclusion numérique se présentent différemment d'un endroit à l'autre. Il est donc difficile de prendre un cadre ou une stratégie d'une région et de le reproduire dans une autre.
- En Australie, la [Digital Inclusion Alliance](#) fait le suivi de l'accès, des capacités et de l'abordabilité, en mettant l'accent sur la promotion d'un service Internet abordable pour tous. L'accès est reconnu comme une base essentielle et non comme une fin en soi.
- Une consultation intentionnelle et significative des communautés autochtones est essentielle, y compris des définitions et des recommandations propres aux Autochtones en matière de littératie aux médias numériques.
- Pour élaborer une stratégie globale, nous devons tenir compte de toute une série de questions sociales, économiques et géographiques.
- De nombreuses stratégies sont axées sur les personnes âgées et les personnes vivant dans des communautés mal desservies, non seulement pour permettre à ces personnes de se connecter, mais aussi pour s'assurer qu'elles disposent du soutien nécessaire pour se connecter de manière sûre et significative.
- D'un point de vue conceptuel, la littératie aux médias numériques peut avoir une signification similaire dans différentes communautés et différents contextes, mais sur le plan opérationnel, elle est très différente selon les communautés et les lieux. La technologie spécifique que les gens utilisent (p. ex. tablette ou téléphone intelligent) est importante quant aux types d'aptitudes et de compétences en matière de médias numériques que les utilisateurs peuvent développer, ainsi que pour mesurer et évaluer ces aptitudes et compétences.

Évaluation

- Une stratégie de littératie aux médias numériques doit comporter une importante composante de collecte et d'évaluation des données tout en mettant l'accent sur la collecte de données « en temps réel » pour refléter l'évolution constante des circonstances et des technologies.
- Un plan d'évaluation doit s'efforcer de surveiller l'impact de diverses interventions visant à répondre aux besoins, aux lacunes et aux inégalités en matière de littératie aux médias numériques de communautés multiples.
- Sachant que la recherche ne peut à elle seule résoudre les problèmes (en particulier la désinformation et la haine en ligne) auxquels les gens font face, les données recueillies dans le cadre de l'évaluation doivent permettre d'agir et de soutenir le travail des organisations communautaires.

Collaboration

- La séparation juridictionnelle de l'éducation présente des défis pour l'élaboration d'une stratégie nationale. Par exemple, le fait de naviguer entre les rôles, les responsabilités et les paramètres des gouvernements fédéraux, provinciaux et territoriaux peut nuire à l'approche globale de la société qui est idéale pour un tel exercice. Nous le voyons souvent au Canada lorsqu'il s'agit de questions relatives à l'éducation, aux soins de santé et à la sécurité publique. Le Royaume-Uni a atténué ce problème en hébergeant sa stratégie au sein du ministère du Numérique, de la Culture, des Médias et du Sport, et non du ministère de l'Éducation.
- Au Royaume-Uni, la stratégie n'est pas axée sur les utilisateurs finaux. Elle porte sur la manière dont le gouvernement peut soutenir les groupes et les organisations qui font déjà de la littératie aux médias numériques en leur fournissant un financement régulier et accessible. Ce soutien consiste à relever les défis auxquels ces groupes font face et à améliorer leur portée grâce à une meilleure coordination des services.
- Bon nombre des personnes interrogées ont insisté pour dire que le soutien à la littératie aux médias numériques et au bien-être numérique doit se faire à long terme. Il faut reconnaître que rien ne se fera du jour au lendemain et que l'élaboration d'une stratégie suppose de nombreux essais et erreurs.
- La seule façon de s'assurer d'une stratégie de littératie aux médias numériques réalisable et durable est de passer par une collaboration et une communication continues entre tous les secteurs. Se mettre d'accord sur des engagements et des principes est une bonne approche et une excellente première étape.
- Les personnes interrogées ont souligné l'importance des tables rondes avec la société civile et les organisations communautaires pour servir de base à la stratégie. Une stratégie en matière de médias numériques doit être ancrée dans la communauté et dirigée par elle (ce qui peut être facilitée par une communauté de pratique, par exemple).

Élaboration d'une stratégie nationale

- Une stratégie devrait être un projet dynamique, plutôt qu'un artéfact statique, et devrait clairement décrire le soutien qui sera et qui devrait être offert par tous les ordres de gouvernement.
- La plupart des stratégies nationales s'adressent aux adultes (18 ans et plus). Quelle est notre portée au Canada? Quels en sont les effets en tenant compte des questions de compétence?
- Nous devons veiller à ne pas répéter les mêmes efforts. Il n'est pas nécessaire de réinventer la roue.
- La stratégie et les documents qui l'accompagnent doivent être clairs et accessibles.
- Les personnes interrogées ont souligné l'importance des dirigeants communautaires, soutenus par le financement et les ressources du gouvernement, pour défendre la stratégie.
- Les personnes interrogées ont également reconnu les limites des cadres et des stratégies nationaux, surtout s'ils ne sont pas soutenus par des ressources et du financement.
- Le leadership institutionnel, y compris au sein du gouvernement, est primordial pour influencer l'innovation pédagogique. S'il n'y a pas d'appropriation au « sommet », les éducateurs et le soutien communautaire ne peuvent pas faire l'impossible.

Symposium

Le 9 février 2022, HabiloMédias a organisé un symposium qui a réuni des représentants de divers groupes, organisations et institutions de partout au Canada (voir l'annexe C pour une liste complète des participants). Bien que nous espérions un événement en personne, les restrictions de santé publique dues à la pandémie de COVID-19 en cours nous ont obligés à tenir une réunion virtuelle (sur la plateforme Zoom). En collaboration avec les conseillers du projet et nos partenaires de Digital Public Square, nous avons élaboré un ordre du jour qui a permis une participation active des participants tout en respectant les défis de la participation à des réunions en ligne. Par exemple, alors que nous avons initialement prévu un événement d'une journée entière, nous avons condensé l'ordre du jour à trois heures et demie afin de réduire le temps d'écran (voir l'annexe D pour l'ordre du jour du symposium).

SYMPOSIUM DE HABILOMÉDIAS

**De l'accès à l'engagement:
Une stratégie d'éducation
aux médias numériques pour
le Canada**

RÉSERVEZ CETTE DATE
9 février 2022

Événement en ligne

**Nous enverrons des détails
supplémentaires à l'approche
de l'événement.**

MediaSmarts
HabiloMédias

Un aperçu des buts et des objectifs du symposium, une description détaillée de l'ordre du jour (ce que nous avons fait) et un résumé de ce que les participants nous ont dit au sujet de l'élaboration d'une stratégie de littératie aux médias numériques au Canada sont présentés ci-dessous.

Buts et objectifs

Nous avons envoyé un document à lire préalablement à tous les participants en vue du symposium. Ce document a permis de nous assurer que tous arrivaient au symposium sur la même longueur d'onde ou, à tout le moins, en disposant d'attentes claires concernant l'objectif de l'événement et ce que nous espérions en retirer. Dans le document, nous avons inclus une description du projet, un résumé de l'analyse environnementale de la première phase, et souligné les buts et les objectifs de la journée.

Le symposium nous a permis de nous engager auprès de divers intervenants dans les buts suivants :

- confirmer les avantages d'une société maîtrisant les médias;
- définir les obstacles et les défis à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques;
- mettre en évidence les groupes prioritaires;
- créer une communauté de pratique;
- créer des engagements et des principes fondamentaux pour la littératie aux médias numériques au Canada.

Ce que nous avons fait

Groupe plénier

Après une reconnaissance des territoires autochtones, un mot de bienvenue de la directrice générale de HabiloMédias, Kathryn Hill, et une introduction de l'animateur principal Farhaan Ladhani, un groupe plénier a donné le coup d'envoi à notre événement. Ce groupe a permis de faciliter la participation de chacun au symposium et rappelé aux participants la raison pour laquelle ils ont été invités : pour jeter les bases d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada. Les trois conférenciers étaient les suivants.

- **Julian Thomas** est directeur de l'ARC Centre of Excellence for Automated Decision-Making and Society ([ADM+S Centre](#)) et professeur émérite à [l'école des médias et des communications à l'Université RMIT en Australie](#). Il dirige présentement l'équipe qui travaille sur [l'indice d'inclusion numérique](#) qui a pour but de surveiller et d'évaluer le fossé numérique en Australie et d'en faire rapport.
- **Greg Pyc** est le directeur national des opérations pour la [Société Neil Squire](#) au Canada. En mettant l'accent sur le renforcement des capacités des programmes, il a élaboré et conçu toutes les méthodologies de programmation pour les clients handicapés, du pré-emploi à l'emploi, en passant par le soutien. Depuis 1984, il révolutionne la vie des Canadiens handicapés grâce à des technologies d'assistance accessibles. Son travail est axé sur quatre domaines distincts : l'innovation, la littératie numérique, l'emploi et la technologie d'assistance.
- **Alica Hall** est la directrice générale du [Nia Centre for the Arts](#), un organisme sans but lucratif de Toronto qui soutient, célèbre et encourage l'appréciation des arts de la diaspora africaine. Elle se passionne pour la création d'espaces permettant aux artistes de créer, d'apprendre et d'entrer en contact avec de nouveaux publics. Elle dirige le développement de la première installation artistique professionnelle multidisciplinaire au Canada, dédiée au soutien et à la présentation de l'art afro-diasporique. Ce projet d'investissement de 7,5 millions de dollars transformera les installations de 14 000 pieds carrés du Nia Centre en un théâtre de 150 places, des studios d'artistes, un laboratoire de médias Numenius, un studio d'enregistrement, un espace événementiel, un espace de travail partagé et un espace de galerie.

La présentation de Julian a amené les gens à réfléchir à la littératie aux médias numériques sous l'angle de l'équité et de l'inclusion et proposé des moyens d'envisager la surveillance et l'évaluation d'une stratégie nationale en suivant les progrès réalisés sur des aspects comme l'accès, la capacité et l'abordabilité. L'évaluation d'une stratégie de cette manière nous permettrait de relever les réussites et de trouver les lacunes dans l'offre de services de littératie aux médias numériques, de sorte que les ressources et le soutien essentiels puissent être dirigés de manière appropriée vers les diverses organisations communautaires. Par exemple, le travail sur l'indice d'inclusion numérique de l'Australie aide à soutenir les campagnes locales pour un service Internet abordable.

Greg et Alica ont présenté des exposés éclair de cinq minutes pour souligner les efforts de leur organisation respective et parler des défis et des besoins liés à la littératie aux médias numériques tels qu'ils les perçoivent dans leur travail. Ils ont tous deux donné des exemples de leur travail dans le contexte canadien en matière de littératie aux médias numériques et contribué à donner le ton à tous les participants pour qu'ils y réfléchissent et en parlent tout au long des séances en petits groupes qui ont suivi.

Séances en petits groupes

Pour poser efficacement les bases sur lesquelles continuer d'élaborer une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada, nous devons entendre directement les participants. L'équipe de HabiloMédias a animé six groupes, tous guidés par les mêmes questions et activités en utilisant la fonction des « salles de répartition » de Zoom.

Ces discussions en petits groupes ou tables rondes ont permis [d'évaluer les besoins](#). Les questions et les activités ont encouragé les intervenants clés et les partenaires communautaires à réfléchir intentionnellement aux lacunes qui existent dans le paysage actuel des médias numériques au Canada et à la façon dont les chercheurs, les praticiens et les décideurs politiques de tout le pays peuvent combler efficacement ces lacunes grâce à une stratégie nationale.

Première séance en petits groupes – Remue-méninges sur les engagements et les principes

Au cours de cette première séance, les participants ont été invités à se livrer à un [remue-méninges](#) et à discuter ensemble pour atteindre deux objectifs : (1) recenser les besoins et les défis des différents groupes prioritaires au Canada en matière de littératie aux médias numériques et (2) relever les engagements et les principes qui devraient être inclus dans une stratégie nationale de littératie aux médias numériques pour répondre à ces besoins et défis. La séance a été divisée en deux parties, chacune étant guidée par une question.

Question 1 : En réfléchissant à l'élaboration d'une stratégie de littératie aux médias numériques, quels sont les principaux défis ou besoins des groupes prioritaires à prendre en compte?

Pour cette question, les participants ont été invités à réfléchir à leur propre travail au sein de leurs organisations et communautés. Au fur et à mesure que les participants partageaient leurs pensées, leurs expériences et leurs idées, l'animateur de HabiloMédias consignait les réponses sur un tableau blanc virtuel appelé [Miro](#). Une fois que tous les besoins et défis figuraient sur le tableau blanc, les participants travaillaient ensemble pour organiser les éléments individuels en thèmes plus larges.



Une fois ces thèmes relevés (nous reviendrons sur les résultats de cette analyse dans la [section suivante](#)), l'animateur est passé à la question et à l'activité suivantes.

Question 2 : En réfléchissant à l'élaboration d'une stratégie de littératie aux médias numériques, quels sont les principaux engagements et principes qui doivent être inclus dans la stratégie?

Une fois de plus, les participants ont été invités à réfléchir à leur travail et à leurs expériences ainsi qu'à s'inspirer des documents lus préalablement pour réfléchir de manière plus intentionnelle aux principaux engagements et principes de la stratégie de littératie aux médias numériques du Canada. Les réponses ont été consignées sur un nouveau tableau Miro, puis les animateurs ont travaillé avec les participants pour regrouper les idées par thèmes.

Après cette première séance en petits groupes, tous les participants sont retournés dans la salle principale et les animateurs de HabiloMédias ont partagé les points saillants des discussions dans leur groupe. Ces résumés détaillés et les informations figurant sur les tableaux Miro ont permis de définir le contenu de la deuxième séance de discussion.

Deuxième séance en petits groupes – Élaboration des engagements et des principes

Au cours de la deuxième séance, les participants ont été invités à poursuivre le remue-ménages et la discussion collective afin d'atteindre deux objectifs : (1) harmoniser les activités des groupes et des organisations avec les principes et les engagements qui ont été relevés dans la première partie et (2) relever toute autre considération relative à l'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques qui n'a pas encore été abordée. La séance a également été divisée en deux parties, chacune étant guidée par une question.

Question 3 : En réfléchissant aux activités que vous mettez en œuvre aujourd'hui, ou au travail que vous aimeriez faire à l'avenir, dans quel domaine voudriez-vous que votre organisation soutienne la réalisation de ces engagements et principes par rapport aux besoins que nous avons relevés aujourd'hui?

Pour cette question, le tableau Miro a été rempli au préalable d'une série de principes et d'engagements qui ont été générés lors d'une séance d'analyse rapide entre l'équipe de HabiloMédias et l'animateur de Digital Public Square pendant une pause entre les deux tables rondes. Les participants ont été invités à donner des exemples précis de la manière dont eux-mêmes et leurs organisations contribuent ou soutiennent déjà ces principes et engagements. En outre, ils ont été invités à réfléchir de manière plus ambitieuse à ce qu'ils aimeraient faire pour soutenir les initiatives de littératie aux médias numériques dans leur communauté. Les animateurs ont consigné toutes les réponses sur les tableaux blancs avant de passer à la dernière activité de la journée.

Question 4 : Après avoir fait les exercices d'aujourd'hui, vous avez sûrement des réflexions sur les éléments que nous devrions prendre en compte lors des prochaines étapes de l'élaboration d'une stratégie de littératie aux médias numériques. Quelles sont certaines de ces considérations?

La discussion guidée par cette dernière question est revenue sur les besoins et les préoccupations, comme lors de la première séance. Après cette deuxième séance, tous les participants sont retournés dans la salle principale et les animateurs de HabiloMédias ont partagé les points forts des discussions dans leur groupe.

Le symposium s'est terminé par des réflexions générales de l'animateur principal, suivies d'une vue d'ensemble de HabiloMédias sur les prochaines étapes de la [feuille de route](#) pour la rédaction, la finalisation, la mise en œuvre et l'évaluation de la stratégie de littératie aux médias numériques du Canada.

Ce que nous avons entendu

Chacune des questions et des activités des deux séances en petits groupes pendant le symposium a suscité des idées cruciales de la part de tous les participants. Après l'événement, tous les animateurs se sont réunis pour faire le point et partager ce qu'ils considéraient comme les points forts de leur groupe. Ensuite, l'équipe de recherche de HabiloMédias a procédé à une analyse thématique de tout le contenu des tableaux Miro. Il était quand même remarquable de voir la cohérence entre tous les groupes, en particulier lorsqu'il s'agissait de souligner les besoins et les préoccupations liés à la littératie aux médias numériques au Canada. Cette cohérence dans les réponses valide fortement [les engagements et les principes](#) que nous présentons dans la section suivante.

En ce qui concerne le recensement des besoins et des défis relatifs à la littératie aux médias numériques et l'élaboration d'une stratégie nationale, nous avons relevé plusieurs thèmes liés à l'accès, à l'inclusion, à la sécurité, au financement, aux ressources, à la responsabilité, à l'évaluation, à la cybervoyenneté et à la réduction du fossé numérique. Outre ces thèmes généraux, les participants ont également identifié divers groupes prioritaires dont les besoins doivent être pris en compte par un engagement renouvelé en faveur de la littératie aux médias numériques au Canada. Ces groupes incluent les suivants :

- les personnes et les communautés autochtones, noires et racialisées;
- les personnes handicapées;
- les enfants et les jeunes;
- les adultes plus âgés et les personnes âgées;
- les nouveaux arrivants;
- les personnes vivant d'un revenu fixe, à faible revenu ou sans revenu;
- les personnes en situation d'itinérance et d'insécurité sur le plan du logement.

Les participants ont souligné qu'il ne suffit pas d'identifier des groupes prioritaires : il faut s'engager dans des efforts actifs pour inclure les différentes personnes et communautés de ces groupes identifiés tout au long de l'élaboration, de la mise en œuvre et de l'évaluation d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques. Cet engagement peut être réalisé par les moyens suivants :

- rencontrer les gens là où ils se trouvent dans la communauté, et ne pas se contenter d'offrir des programmes dans les écoles;
- prêter davantage d'attention aux cultures, aux langues et aux modes de connaissances autochtones;
- reconnaître que les gens arrivent à la table de discussion en ayant des niveaux variables de maîtrise et de compétences;
- adopter des approches de l'éducation et de la formation fondées sur les forces et tenant compte des traumatismes;
- appliquer l'optique des personnes handicapées au travail pour garantir un accès universel à la technologie et à l'apprentissage;
- accepter qu'il n'existe pas d'approche unique pour résoudre les problèmes liés à la littératie aux médias numériques.

Partant de ce dernier point, les participants ont insisté sur l'importance d'une approche de la littératie aux médias numériques suivant le principe « rien sur nous sans nous », ce qui nécessite une méthode holistique, collaborative, inclusive et axée sur la communauté de l'élaboration d'une stratégie, ainsi que sur le fait que cette stratégie doit demeurer flexible et sensible aux besoins, aux défis et aux contextes en constante évolution. En outre, il doit y avoir des possibilités continues de consultation pour que les gens comprennent la stratégie et s'y engagent de manière significative. Cette consultation doit inclure une « prise de contact » intentionnelle avec les groupes et les communautés historiquement marginalisés au Canada, plutôt que de s'attendre à ce que les gens « tombent par hasard » sur les processus de consultation normalisés, comme les formulaires en ligne ou les invitations à des événements. Les participants ont également insisté pour que tous les documents liés à la stratégie soient facilement accessibles dans un langage clair, concis et simple, et traduits en d'autres langues en plus de l'anglais et du français.

Au cours des séances en petits groupes, les participants se sont également penchés sur des questions spécifiques liées à la littératie numérique et à l'éducation aux médias comme la haine en ligne, la protection de la vie privée, le consentement, la désinformation et le fossé numérique. Par exemple, les organisations communautaires sont toujours à la recherche de ressources supplémentaires pour aborder, prévenir et contrer la haine en ligne et aider les gens à gérer d'autres dangers comme l'intimidation, les arnaques et la fraude. D'autres ont souligné la nécessité de maîtriser les algorithmes, en raison d'un manque général de compréhension de l'apprentissage machine et de la prise de décision algorithmique, et de faire davantage de recherche pour comprendre l'impact de l'intelligence artificielle sur notre vie quotidienne, en particulier pour les communautés déjà marginalisées et vulnérables. De plus, les participants souhaitent que les Canadiens aient une meilleure connaissance de la façon dont leurs renseignements personnels sont recueillis et utilisés par les plateformes en ligne. Ils ont souligné le manque de transparence de ces plateformes et l'incompréhension du grand public à l'égard du [consentement éclairé et significatif](#).

En ce qui concerne la désinformation, les participants se disaient inquiets de la méfiance croissante à l'égard des grands médias et de la façon dont elle contribue à la peur, à l'anxiété et à l'érosion du débat dans la sphère publique. Les participants souhaitent voir davantage de ressources de littératie aux médias numériques pour lutter contre les « chambres d'écho » et aider à orienter les conversations sur « la liberté d'expression et la censure ». Dans l'ensemble, il semble y avoir un fort consensus dans tous les groupes quant à l'importance d'offrir un accès universel aux ressources communautaires de littératie aux médias numériques, à l'éducation et à la formation pour soutenir les compétences requises pour naviguer dans l'écosystème de l'information en ligne. Dans un groupe, l'éducation aux médias numérique a été décrite comme une stratégie de réduction des préjudices, alors que l'un des [moyens les plus efficaces](#) de se protéger contre les préjudices en ligne, comme la haine et la désinformation, passe par l'éducation et le renforcement de la pensée critique.

Les participants au symposium ont ensuite proposé des stratégies concrètes pour combler le fossé numérique au Canada, formulant notamment les suggestions suivantes :

- accroître l'accès à Internet dans les communautés rurales et éloignées;
- supprimer le plafond de données;
- rendre les nouvelles technologies plus accessibles;
- accroître l'accès aux carrefours et aux programmes communautaires;
- rendre Internet et les nouvelles technologies plus abordables;
- continuer de documenter l'impact de la pandémie de COVID-19, en particulier sur les groupes prioritaires identifiés lors du symposium.

Les participants n'ont pas hésité non plus à souligner ce qu'ils souhaitaient voir se développer dans leurs organisations et communautés relativement à la littératie aux médias numériques et à l'élaboration d'une stratégie nationale :

- plus de responsabilité (de la part du gouvernement et de l'industrie technologique);
- plus d'outils et de soutien pour la mesure et l'évaluation;
- une meilleure compréhension des contextes culturels;
- plus d'occasions de construire des communautés dans les espaces numériques;
- une plus grande collaboration au sein des communautés et entre les organisations communautaires, le gouvernement et l'industrie technologique;
- plus de financement et de ressources pour les organisations communautaires.

Certains groupes ont également entamé des discussions sur les nouvelles lois et réglementations nécessaires pour accroître l'accessibilité des technologies numériques existantes et nouvelles et résoudre certains problèmes juridiques qui compliquent actuellement les efforts visant à renforcer la littératie aux médias numériques au Canada.

Aussi, les participants veulent s'assurer qu'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques n'existe pas en vase clos, mais qu'elle est activement et intentionnellement liée à d'autres stratégies, cadres et modèles régionaux, nationaux et internationaux. Pour faciliter cette démarche, certains participants ont partagé des ressources qui devraient être prises en compte à mesure que le travail avance, notamment des ressources de l'[UNESCO](#), du [Ryerson Leadership Lab](#), du [First Nations Technology Council](#), de l'[Atlantic Equity and Research Alliance](#), d'[ABC Alpha pour la vie Canada](#), du [Projet Someone](#) et de l'[Association canadienne des libertés civiles](#).

Le paysage de la littératie aux médias numériques du Canada est vaste et évolue rapidement, un élément qui est apparu clairement avant, pendant et après le symposium. Les organisations communautaires et les autres groupes d'intervenants de tout le pays sont conscients de la nécessité d'élaborer une stratégie nationale, et ils étaient enthousiastes à l'idée de se réunir pour entamer ce travail. Ce que nous avons entendu lors du symposium n'était qu'un aperçu : nous sommes pleinement conscients que des groupes et des organisations n'étaient pas à la table et que le rassemblement en ligne d'une seule session comporte des limites. Mais l'événement a fourni un solide point de départ pour les conversations futures. Plus important encore, les contributions des participants au symposium nous ont permis de relever plusieurs principes et engagements qui peuvent guider l'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada.

Engagements et principes fondamentaux

Un engagement significatif en faveur de la littératie aux médias numériques au Canada exige une approche collaborative et relationnelle pour renforcer la cybergénéralité et le bien-être numérique et combler le fossé numérique, ce qui nécessite un soutien à long terme des efforts intentionnels visant à aborder les déterminants sociaux du bien-être numérique ainsi que d'autres questions émergentes. Les engagements et les principes fondamentaux d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques :

- soulignent l'importance de la littératie aux médias numériques pour tous les Canadiens et reconnaissent que la littératie aux médias numériques est un processus d'apprentissage tout au long de la vie;
- aident à établir le bien-fondé d'une stratégie nationale qui facilite l'autonomisation, la créativité, la pensée critique et la résolution de problèmes grâce à un accès universel à l'éducation et à la formation;
- mettent l'accent sur une approche globale de la littératie aux médias numériques qui privilégie les solutions communautaires en matière de prestation de services, de développement des ressources, de recherche et d'évaluation, soutenues par un financement de base durable.

Sur la base de ce que nous avons entendu lors du symposium d'intervenants en février 2022, des commentaires reçus dans le cadre des enquêtes postérieures à l'événement, de l'information recueillie dans l'analyse environnementale lors de la première phase, ainsi que des connaissances et de l'expertise de HabiloMédias dans le domaine, nous avons relevé 10 principes et engagements qui peuvent guider l'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada.

Une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada doit :

-  assurer la représentation des communautés et des intervenants dans l'ensemble du Canada;
-  soutenir un accès équitable aux programmes communautaires;
-  adopter l'apprentissage tout au long de la vie;
-  promouvoir la cybercitoyenneté et combler le fossé numérique;
-  privilégier la sécurité et le bien-être numérique;
-  accroître l'inclusion, l'accessibilité et la participation active des groupes prioritaires;
-  favoriser de meilleures relations entre les différents territoires de compétence (échelle régionale, provinciale, nationale et internationale);
-  définir clairement les rôles et les responsabilités de l'industrie technologique;
-  inclure une évaluation et une adaptation continues pour garantir la transparence et la responsabilisation;
-  avoir un soutien financier adéquat et durable.

Commentaires des participants au symposium

Après le symposium, HabiloMédias a distribué un sondage pour obtenir des commentaires de la part des participants. Environ un tiers d'entre eux ont répondu au sondage, nous fournissant des considérations et des commentaires importants sur l'événement lui-même et l'élaboration de la stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada. Les participants étaient généralement satisfaits de l'événement et ont indiqué qu'il s'agissait d'une bonne occasion d'entrer en contact avec des personnes de différentes organisations et d'écouter différentes perspectives relatives à la littératie aux médias numériques. Certains ont souligné les limites de l'organisation virtuelle de l'événement et dit souhaiter participer à un événement similaire en personne dans un avenir proche. Cela étant dit, les participants ont été impressionnés par l'utilisation des tableaux Miro et ont apprécié que les besoins et les préoccupations des participants, en particulier ceux des organisations communautaires, aient été intentionnellement ciblés et pris en compte.

Dans le cadre du sondage postérieur à l'événement, nous avons inclus un résumé des principes et des engagements relevés au cours du symposium et demandé aux participants de partager leurs réflexions. Les commentaires font écho à [ce que nous avons entendu](#) au cours du symposium, et nous nous sommes assurés d'intégrer ces réflexions supplémentaires lorsque nous avons retravaillé les [10 engagements et principes](#) tels qu'ils apparaissent dans le présent rapport. Certains de ces commentaires invitent notamment ceux et celles qui travaillent sur une stratégie nationale de littératie aux médias numériques à ce qui suit :

- faire une distinction entre « accès numérique » et « accessibilité » dans le texte de la stratégie;
- élaborer une stratégie qui tient compte des responsabilités du gouvernement et du secteur des technologies;
- mettre en évidence l'inclusion, l'équité, la transparence, la connectivité et les perspectives des Autochtones et des jeunes;
- se rappeler que le droit à la littératie numérique existe déjà dans le cadre du droit à l'éducation;
- souligner l'importance de la littératie aux médias numériques et de l'accès universel tout au long de la vie aux programmes, aux ressources et au soutien en matière de littératie aux médias numériques;
- privilégier les initiatives de proximité et celles menées par les communautés;
- préconiser une hausse du financement et des ressources pour soutenir la formation aux médias numériques (à la fois dans les écoles et la communauté);
- favoriser une approche collaborative pour élaborer, mettre en œuvre et évaluer une stratégie nationale de littératie aux médias numériques.

Nous avons interrogé les participants au sujet de la création d'une communauté de pratique à la suite du symposium. Cet espace (hébergé sur Microsoft Teams) nous permettra de poursuivre les conversations, de partager des ressources, de collaborer sur des projets futurs et des possibilités de financement, et de planifier les prochaines étapes de nos efforts pour rédiger, mettre en œuvre et évaluer une stratégie nationale de littératie aux médias numériques pour le Canada.

La plupart des personnes qui ont répondu au sondage postérieur à l'événement semblaient vouloir participer à cet espace et souhaitent :

- partager des ressources;
- travailler en réseau;
- collaborer à des demandes de financement;
- planifier des événements futurs;
- organiser des réunions régulièrement pour discuter de la stratégie.

Un participant a indiqué ce qui suit :

« J'espère qu'une communauté de pratique élargie soutiendra l'élaboration d'une politique cohérente au Canada et favorisera une approche à facettes multiples. »

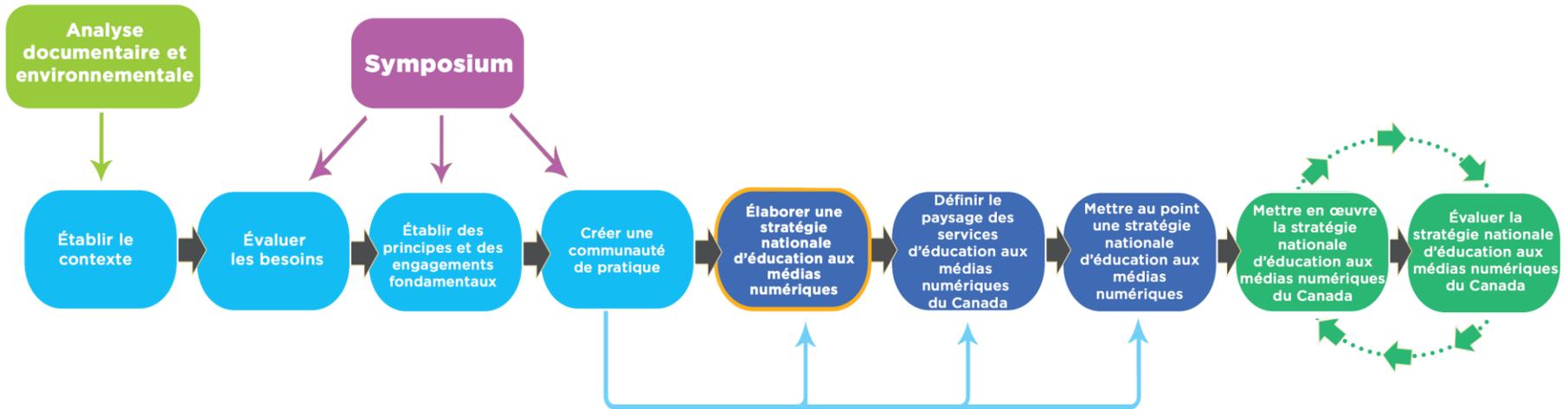
Bien que nous ayons eu plus de 35 participants au symposium, nous savons que d'autres personnes doivent être incluses dans la conversation et le processus d'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques. C'est pourquoi nous avons demandé aux participants de suggérer d'autres personnes et organisations au sein de leurs réseaux afin de continuer de développer la communauté de pratique et d'organiser de futurs événements. Voici quelques suggestions :

- [Ontario Digital Literacy Access Network](#);
- [Civic Tech Toronto](#);
- [Open North](#);
- [Evidence for Democracy](#);
- [Kids Code Jeunesse](#);
- des représentants des ministères de l'Éducation provinciaux et territoriaux, d'autres organisations locales de littératie, des bibliothèques, et divers universitaires et chercheurs d'universités canadiennes.

Établir des liens avec ces organisations et personnes et renouer avec les participants au symposium et ceux qui ont été invités, mais qui n'ont pas pu y assister constituent une prochaine étape essentielle dans l'élaboration d'une stratégie de littératie aux médias numériques au Canada.

Feuille de route

HabiloMédias a élaboré cette feuille de route comme ressource supplémentaire pour aider à visualiser les divers éléments et les prochaines étapes de l'élaboration, de la mise en œuvre et de l'évaluation d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada.



Prochaines étapes

[HabiloMédias préconise une stratégie d'éducation aux médias numériques depuis plus de 15 ans](#), une recommandation constamment approuvée par les principaux intervenants et les partenaires communautaires et reconfirmée pendant et après la participation au symposium de février 2022. Les personnes, les organisations et les chefs de file dans le domaine sont impatients de passer aux prochaines étapes et sont conscients que des consultations, des communications et une collaboration continues seront nécessaires.

Ce projet nous a permis de faire des premiers pas importants vers l'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques. L'analyse environnementale de la première phase fournit un contexte essentiel quant à l'histoire de l'élaboration des politiques et de la défense des intérêts dans ce domaine partout au Canada et présente des stratégies, des modèles et des cadres d'autres territoires de compétence qui peuvent influencer et soutenir notre travail en cours. Ensuite, le symposium nous a permis de nous concentrer plus intentionnellement sur le contexte canadien et d'évaluer les besoins à partir des informations et des expériences de divers intervenants communautaires et organisations.

Après avoir défini les besoins et les préoccupations liés à la littératie aux médias numériques au Canada, nous avons pu établir 10 engagements et principes fondamentaux pour faciliter l'élaboration d'une stratégie nationale. La création d'une communauté de pratique garantit que les champions de la littératie aux médias numériques, les intervenants, les experts, les fournisseurs de services et les praticiens de tout le Canada maintiendront leurs liens de façon à soutenir non seulement l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation d'une stratégie, mais aussi le travail de divers groupes et organisations communautaires.

Le symposium a préparé le terrain pour les autres éléments de la feuille de route, et les résultats de l'événement, tels que nous les avons présentés dans le présent rapport, soulignent la nécessité d'une communication et d'une collaboration continues. Nous continuerons d'œuvrer avec nos partenaires et de chercher des nouvelles ressources qui permettront à la communauté de pratique de passer aux prochaines étapes vers de développement et l'implémentation d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques au Canada. Ces étapes comprennent les suivantes :

1. réaliser un [schéma](#) complet du paysage des services de littératie aux médias numériques dans l'ensemble du Canada. Ce schéma détaillé nous permettra d'approfondir notre compréhension des organisations communautaires et de leur travail en matière de littératie aux médias numériques, et de définir les besoins et les défis, en particulier pour les groupes prioritaires;
2. finaliser une stratégie nationale de littératie aux médias numériques en consultation avec la communauté de pratique et revue par cette dernière;
3. élaborer un plan de mise en œuvre et d'évaluation pour assurer le suivi de la stratégie et l'adapter régulièrement.

La stratégie nationale doit continuellement cibler les idées et les expériences de ceux et celles qui travaillent dans les communautés partout au Canada et qui comprennent les besoins immédiats en matière de littératie aux médias numériques des personnes et des familles qui ont accès à leurs programmes. La communauté de pratique établie lors de ce projet démontre un réseau déjà étendu de fournisseurs de services et d'autres partenaires qui valorisent les éléments clés présents dans [les engagements et les principes fondamentaux](#) décrits dans ce rapport, comme l'équité, l'inclusion, l'accessibilité et le bien-être numérique, et en font la promotion.

Ce travail doit être soutenu par un financement cohérent au moyen de processus qui n'amplifient pas la concurrence entre les organisations communautaires. Les structures de financement devraient plutôt favoriser la collaboration et reconnaître la valeur d'un investissement approprié dans diverses ressources pour répondre aux besoins des communautés. Une partie de la solution exige que la stratégie trouve une place au sein du gouvernement fédéral, dans un ministère par lequel le financement est affecté directement aux organisations communautaires. Par exemple, nous avons déjà souligné la [stratégie d'éducation aux médias en ligne](#) du Royaume-Uni, laquelle relève du ministère du Numérique, de la Culture, des Médias et du Sport. Cette appropriation du plan garantit l'engagement du gouvernement à [prendre des mesures pour relever les défis recensés et à répondre aux besoins changeants du secteur de l'éducation aux médias](#). HabiloMédias continuera de préconiser une telle approche au Canada afin de garantir que les initiatives de littératie aux médias numériques bénéficient d'un soutien et d'un engagement continus de la part de tous les ordres de gouvernement.

L'élaboration d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques est un projet essentiel et HabiloMédias demeure enthousiaste et prêt à relever le défi, surtout après le symposium où la nécessité d'élaborer une stratégie canadienne a été confirmée par les partenaires communautaires. Nous sommes impatients de poursuivre les conversations, de réaliser des progrès au cours des prochaines étapes, et de mener à bien ce qui est depuis longtemps un impératif politique du secteur canadien de la littératie aux médias numériques.

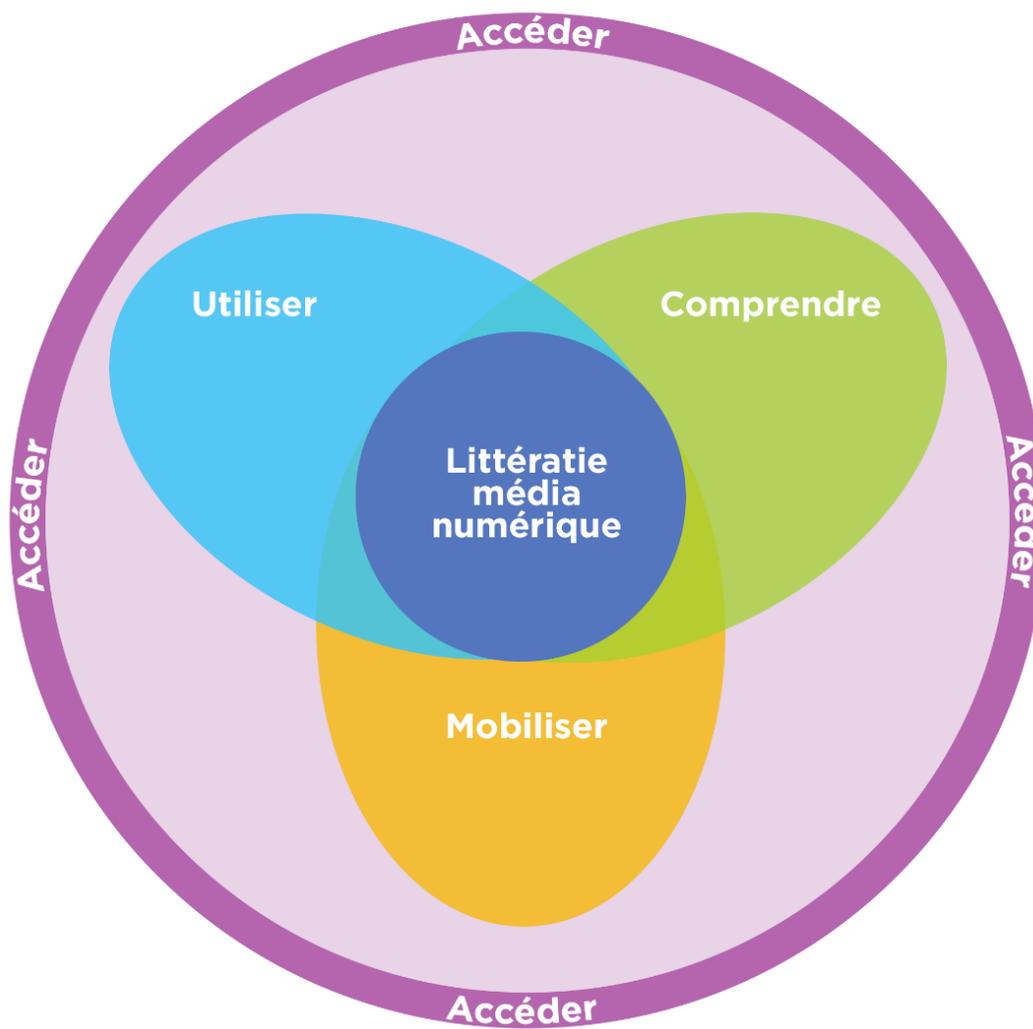
Une stratégie nationale fournira aux experts, aux défenseurs et aux fournisseurs de services du domaine de la littératie aux médias numériques une approche unifiée mais flexible pour prévenir les préjudices en ligne, et y répondre, par l'éducation et le développement de compétences critiques. Parallèlement, les personnes vivant au Canada seront habilitées à utiliser, à comprendre, à créer et à mobiliser la technologie et les médias numériques, ce qui est au cœur de la cybercitoyenneté numérique active et de l'innovation.

Annexes

Annexe A – Compétences, concepts clés et sujets

COMPÉTENCES

D'*accéder*, d'*utiliser*, de *comprendre* et de *mobiliser* sont les compétences essentielles qui composent la littératie aux médias numériques. Le modèle ci-dessous illustre l'interdépendance de ces principes. L'*accès* représente la base ou la *condition préalable* de la littératie aux médias numériques. Cependant, il existe également des compétences associées à l'accès, comme trouver des informations ou des médias pertinents, utiliser des outils d'accessibilité, ou utiliser de façon sécuritaire les points d'accès publics à Internet. L'*utilisation*, la *compréhension* et la *mobilisation* représentent la maîtrise, l'aptitude, la compétence et la capacité requises pour être un cybercitoyen actif et éthique.



CONCEPTS CLÉS

Les concepts clés offrent une perspective permettant d'analyser toute œuvre, plateforme ou expérience médiatique et sont utilisés pour *élaborer des questions pertinentes* sur les médias. Le modèle de littératie aux médias numériques de HabiloMédias intègre une version des concepts clés originaux de l'éducation aux médias établis dans les années 1980 pour être utilisés dans le système scolaire de la maternelle à la 12^e année.

Les médias sont des constructions, c'est-à-dire qu'ils ont été créés par des personnes à des fins particulières et qui reflètent les choix et les hypothèses de ces personnes ainsi que les limites de ces choix.

Les médias ont des implications commerciales puisque la plupart des médias sont créés pour gagner de l'argent (même si, comme dans le cas du contenu des médias sociaux, le créateur n'est pas forcément celui qui gagne de l'argent), et presque tous coûtent de l'argent à créer.

Les médias ont des implications sociales et politiques puisque nous les considérons comme des reflets de la réalité. Par conséquent, les personnes qui sont représentées (à la fois à l'écran et derrière l'écran), les voix qui sont entendues et les valeurs présentées comme importantes nous influencent fortement, individuellement et collectivement.

Le public décode ou interprète le sens d'un message des œuvres médiatiques. Nous apportons tous notre propre identité et nos propres expériences à une œuvre, ce qui amène souvent différentes personnes à interpréter la même œuvre différemment.

Chaque média a une forme artistique unique ou, pour reprendre les termes du spécialiste des médias Marshall McLuhan, « le média est le message ». Les médias (et les genres) ont chacun leur propre façon de communiquer un sens et de diriger notre attention, ce qu'il faut comprendre pour « lire » de façon critique un texte médiatique.

HabiloMédias a également défini cinq concepts clés propres aux médias *numériques*. Ces concepts sont nécessaires pour tenir compte du fait que *les médias numériques sont en réseau*. Plutôt que de circuler dans une seule direction à partir d'un petit nombre de créateurs et de distributeurs vers de nombreux consommateurs isolés, comme c'est le cas des médias traditionnels, les médias numériques ont une mobilité bidirectionnelle qui relie *chaque* utilisateur et en fait à la fois des consommateurs, des créateurs et des diffuseurs. Les autres concepts clés des médias numériques en sont les conséquences.

Les médias numériques sont continus et partageables. Puisque la « distribution » des médias numériques consiste en fait à en faire des copies, et en raison de la toile infinie de connexions bidirectionnelles entre les utilisateurs, la distribution du contenu (qui, dans les médias traditionnels, est souvent l'élément le plus coûteux) devient virtuellement gratuite et harmonieuse. Par conséquent, le partage devient la règle par défaut et il est rare qu'il n'y ait qu'une seule copie de quoi que ce soit.

Les médias numériques ont des publics imprévus qui peuvent voir des contenus qui ne leur sont pas destinés. La longue durée de vie du contenu numérique signifie que ces publics peuvent également se trouver dans un avenir lointain par rapport au moment où le contenu a été créé. Comme les médias numériques sont réseautés, il est également facile pour les consommateurs d'être les spectateurs d'un contenu qu'ils ne s'attendaient pas à avoir ou qu'ils n'avaient pas l'intention de voir.

La qualité bidirectionnelle et réseautée des médias numériques signifie également que *les interactions sur les médias numériques peuvent avoir une réelle incidence*.

Contrairement aux médias traditionnels, qui offraient peu de possibilités d'interaction, notre expérience des médias numériques est beaucoup plus participative, ce qui peut avoir des conséquences allant de la cyberintimidation à une hausse considérable des possibilités d'engagement civique.

Les expériences avec les médias numériques sont façonnées par les outils que nous utilisons. Tout comme les caractéristiques, les limites et l'histoire de chaque média influencent son contenu, les possibilités et les valeurs par défaut de tout outil numérique influencent notre utilisation en rendant certaines actions plus faciles, plus difficiles, requises ou attendues.

SUJETS

HabiloMédias a relevé neuf sujets qui constituent les connaissances essentielles de la littératie aux médias numériques.

Lire les médias : Façon dont différents médias et genres racontent des histoires et communiquent un sens, comme les angles de caméra et le montage dans les films, la composition des tableaux et les transitions dans les bandes dessinées, et l'interface utilisateur et les hyperliens dans les médias en ligne.

Représentation dans les médias : Façon dont les médias représentent la réalité et dont les différents publics réagissent à ces représentations, couvrant des sujets comme les stéréotypes, la manière dont les médias façonnent notre vision du monde et de nous-mêmes, et la manière dont nous nous représentons sur les médias sociaux.

Santé face aux médias : Façon dont l'utilisation et la consommation des médias peuvent affecter notre santé physique et mentale.

Mobilisation communautaire : Connaître nos droits en tant que citoyens et consommateurs et savoir comment nous pouvons influencer des normes sociales positives dans les espaces en ligne et nous exprimer en tant que citoyens actifs et engagés.

Sensibilisation des consommateurs : Aspects commerciaux des médias que nous utilisons et consommons, y compris comment naviguer les espaces publics dans lesquels nous interagissons en ligne et comment les messages publicitaires nous manipulent.

Créer et remixer : Façon de créer des médias et d'utiliser des contenus existants à nos propres fins, dans le respect des considérations juridiques et éthiques.

Trouver et vérifier : Façon de rechercher efficacement sur Internet les informations dont les élèves ont besoin à des fins personnelles et scolaires, et d'évaluer, d'authentifier et de critiquer les sources et les informations.

Éthique et empathie : Gérer nos interactions avec d'autres personnes par le biais des médias numériques et prendre des décisions éthiques face à des problèmes comme la cyberintimidation, le partage de contenu d'autrui et l'accès à la musique et aux vidéos.

Vie privée et sécurité : Gérer notre vie privée, notre réputation et notre sécurité en ligne en prenant de bonnes décisions sur ce que nous partageons, en comprenant le but de la collecte de données et en faisant des choix actifs à cet égard, en nous protégeant contre les logiciels malveillants et les autres menaces logicielles, et en étant conscient de notre empreinte numérique.

Annexe B – Entrevues auprès de répondants clés

HabiloMédias a mené six entrevues auprès des personnes suivantes dans le cadre de son analyse environnementale :

- Julian Thomas (Ph. D.) de l'Australian Digital Inclusion Alliance;
- Tim Winklemans (Ph. D.) (à la retraite) du ministère de l'Éducation de la Colombie-Britannique;
- Annabel Astbury de l'Australian Media Literacy Alliance;
- Yuhyun Park (Ph. D.) du DQ Institute;
- Nancy Law (Ph. D.) de l'UNESCO;
- Rachel Beggs du ministère du Numérique, de la Culture, des Médias et du Sport du Royaume-Uni.

Questions directrices

- Quelles sont les pratiques exemplaires facilitant la conception et la mise en œuvre d'une stratégie nationale de littératie aux médias numériques?
- Quels facteurs uniques doivent être pris en compte dans le contexte canadien?
- Quels sont les obstacles potentiels à la littératie aux médias numériques à prendre en considération? Et quelles sont les solutions possibles à ces obstacles?
- Comment la cybercitoyenneté est-elle conçue et vécue par les groupes méritant l'équité? Quelles sont les considérations à prendre en compte dans une stratégie nationale de littératie aux médias numériques?
- Quels intervenants et partenaires communautaires faut-il consulter pour élaborer une stratégie nationale de littératie aux médias numériques? Quel est leur rôle?

Annexe C – Participants au symposium

ABC Alpha pour la vie Canada

Association canadienne des libertés civiles

Atlantic Equity and Research Alliance

Autorité canadienne pour les enregistrements Internet

Canadian School Libraries

Centre québécois d'éducation aux médias et à l'information

Centre Samara pour la démocratie

Commissariat à la protection de la vie privée du Canada

Commission canadienne pour l'UNESCO

DigitalNWT

Fondation Rideau Hall

Fonds d'action et d'éducation juridique pour les femmes

Ministère du Patrimoine canadien (observateur)

Neil Squire Society

Nia Centre for the Arts

Normand Landry, TÉLUQ

Projet Someone, Université Concordia

Ryerson Leadership Lab

SecDev Foundation

Sécurité publique Canada (Centre Canada, Exploitation sexuelle des enfants sur Internet)

Université d'Ottawa

Université de Toronto

Université du Québec à Montréal

Université Simon Fraser

Symposium

De l'accès à l'engagement : Une stratégie d'éducation aux médias numériques pour le Canada

PROGRAMME

Mot de bienvenue de HabiloMédias	9h00 - 9h10
Questions administratives	9h10 - 9h15
Séance plénière	9h15 - 9h45
Pause	9h45 - 9h50
Préparation à la première séance en petits groupes	9h50 - 9h55
Séance en petits groupes : <ul style="list-style-type: none">• Réflexion sur les engagements et les principes	9h55 - 10h35
Retour au grand groupe	10h35 - 10h45
Pause	10h45 - 11h00
Préparation à la deuxième séance en petits groupes	11h00 - 11h05
Séance en petits groupes : <ul style="list-style-type: none">• Établir des engagements et des principes	11h05 - 11h45
Retour au grand groupe	11h45 - 12h00
Récapitulation et prochaines étapes	12h00 - 12h25
Remerciements de HabiloMédias	12h25 - 12h30