



Réagissez!

Comment intervenir en matière de questions médiatiques

GUIDE



Réagissez! Comment intervenir en matière de questions médiatiques

Guide

L'une des compétences les plus importantes en matière de littératie numérique et médiatique est de savoir comment répondre aux sociétés médiatiques lorsque quelque chose vous embête.

Ce guide intitulé RÉAGISSEZ! vous présentera les organisations qui supervisent les médias canadiens, les codes qui protègent les enfants et d'autres questions importantes, ainsi que les mesures que vous pouvez prendre pour faire connaître vos préoccupations.

Table des matières :

La publicité	1
La télévision	4
Les jeux vidéo	6
La musique	8
Les films	8
Utilisation des médias sociaux pour réagir	9
Ressources supplémentaires	11



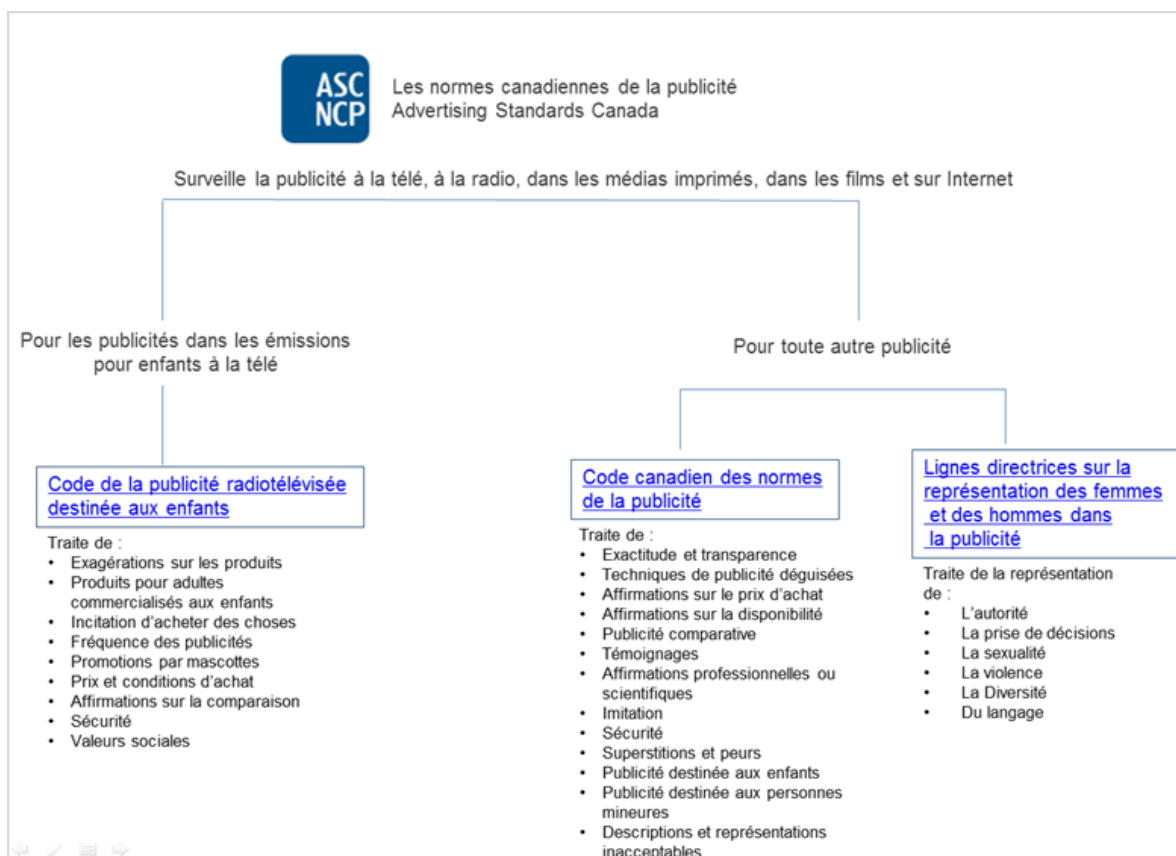
La publicité

Au Canada, il y a des règles quant à la publicité faite auprès des enfants âgés de moins de 12 ans. (Elles ne s'appliquent pas au Québec, où il est contraire à la loi de faire de la publicité auprès des enfants âgés de moins de 13 ans.)

Les normes canadiennes de la publicité (NCP) est l'association d'industries qui gère tous les codes de la publicité et traite des plaintes du public.

- À la télévision, les publicités présentées lors des émissions pour enfants relèvent du Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants. Le Code ne couvre pas les publicités provenant de stations américaines, mais les diffuseurs canadiens doivent le respecter.
- Tous les autres types de publicités (y compris celles s'adressant aux enfants) sont couverts par le Code canadien des normes de la publicité et les Lignes directrices sur la représentation des femmes et des hommes dans la publicité.

Il est recommandé de prendre quelques minutes pour examiner ces codes, surtout si vous prévoyez formuler une plainte officielle, afin que vous puissiez expliquer pourquoi une publicité enfreint les règles.



Si une publicité imprimée vous inquiète :

Communiquez avec le magazine ou le journal et l'entreprise à qui il appartient.

S'il s'agit d'une publication canadienne, communiquez également avec [NCP](#).

- Que vous le fassiez en ligne ou par courrier, assurez-vous d'inclure le titre et la date de la publication et une copie de la publicité.

S'il s'agit d'une publicité faite à la télévision ou à la radio :

- Communiquez avec la station de télévision ou de radio.
- Vous pouvez également déposer une plainte en ligne auprès de [NCP](#) ou du [Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes](#) (CRTC), qui exige que les services de télévision respectent le [Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants](#) en vertu de leurs licences de radiodiffusion.
- Pour la télévision ou la radio, vous devrez préciser la station sur laquelle vous avez entendu ou vu la publicité, la date et l'heure approximative, le produit annoncé, et pourquoi vous estimez qu'elle enfreint les règles.

Pour les publicités en ligne :

- Faites une capture d'écran de la publicité telle qu'elle apparaît sur la page Web, laquelle peut ensuite être imprimée et jointe à un courriel : consultez le site <http://www.commentcamarche.net/faq/398-capture-d-ecran> pour des renseignements sur la façon de faire dans les différents navigateurs et dispositifs.
- Communiquez avec l'entreprise à qui appartient le site Web.
- S'il s'agit d'un site Web appartenant à des intérêts canadiens, communiquez avec [NCP](#).
- Vous voudrez lui dire la date à laquelle vous avez vu la publicité et le site Web sur lequel vous l'avez vue, et lui fournir une copie papier ou une capture d'écran de la publicité.

Questions spéciales :

Publicités destinées aux adultes pendant les émissions pour enfants

Parfois, des publicités sur des films destinés aux adultes ou aux adolescents peuvent être diffusées pendant des films ou des émissions télévisées pour enfants. Lorsque cela se produit, vous pouvez prendre les mesures suivantes.

- Formulez une plainte auprès de la direction du cinéma si cela se produit à cet endroit.
- Pour les émissions télévisées, communiquez avec la station de télévision. Envoyez également vos commentaires à [NCP](#) et au [Conseil canadien des normes de la radiotélévision](#) (CCNR) à l'aide de l'un de leurs formulaires de plainte en ligne. Le CCNR ne traite habituellement pas des publicités, mais il surveille tout de même ce que l'on appelle la « plage des heures tardives » pour la programmation (entre 6 h et 21 h) lorsque le contenu destiné aux adultes seulement ne peut pas être diffusé.

Jouets fondés sur le divertissement pour adultes

Il peut également être inquiétant que des jouets fondés sur la programmation pour adultes, comme des films ou des jeux vidéo destinés aux adultes, soient commercialisés auprès des enfants.

- Si vous voyez la publicité à la télévision, communiquez avec la station de télévision.
- Envoyez également vos commentaires à [NCP](#) et au [CCNR](#).
- Si la publicité figure dans un magazine ou un journal, communiquez avec la publication directement et l'entreprise à qui il appartient. S'il s'agit d'une publication canadienne, communiquez également avec [NCP](#).
- Pour les sites Web, communiquez avec le site Web directement.
- S'il s'agit d'un site Web canadien, vous pouvez déposer une plainte sur le site Web de [NCP](#).
- Vérifiez si votre magasin de jouets local vend ce type de jouets. Dans l'affirmative, envoyez une lettre au gérant du magasin et à l'entreprise de jouets pour protester contre cette pratique.
- Utilisez les médias sociaux pour parler avec l'entreprise (publiez un message sur sa page Facebook ou envoyez-lui un gazouillis).
- Boycottez les magasins qui vendent ce type de jouets.

La télévision

Au Canada, les diffuseurs, les entreprises de câblodistribution et les chaînes spécialisées disposent de codes de conduite volontaires sur des questions comme la violence, la représentation des genres, l'éthique et la publicité faite auprès des enfants.

L'industrie canadienne de la télévision a également élaboré un système de classification au sein duquel les services canadiens de télévision doivent classer certaines émissions canadiennes ou étrangères à l'aide des icônes qui apparaissent dans le coin supérieur gauche de l'écran au début de chaque émission. (Les diffuseurs francophones et les stations américaines qui diffusent du contenu au Canada utilisent des systèmes de classement différents.)

Les catégories de classification françaises sont les suivantes.

E = Exempté		
 Enfants	 Enfants de 8 ans et plus	 Programmation générale convenant à tous les publics
 Surveillance parentale	 Télespectateurs de 14 ans et plus	 Émission pour adultes

Pour en savoir plus sur ces catégories, visitez le site du [CCNR](http://CCNR.ca).



Codes des radiodiffuseurs canadiens

En réponse à une préoccupation et à une demande du public, l'[Association canadienne des radiodiffuseurs](#) a élaboré des codes de diffusion en tant que lignes directrices pour les stations de radio et de télévision. Ces codes sont gérés par le [CCNR](#), lequel répond à toutes les plaintes.



Bien que ces codes soient volontaires, le [CRTC](#), qui réglemente les radiodiffuseurs canadiens, exige que les services de télévision respectent le [Code d'application volontaire concernant la violence à la télévision](#), le [Code sur la représentation équitable](#) et le [Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants](#) comme condition de leur licence (voir la section sur la publicité pour des détails sur ce code).

- Si vous voulez déposer une plainte sur du contenu que vous voyez à la télévision, envoyez une lettre ou un courriel à la station ou au réseau.
- Si vous n'êtes pas satisfait de la réponse reçue, déposez une plainte auprès du [CCNR](#) et du [CRTC](#).
- Les plaintes au sujet du service de câblodistribution ou de télévision par satellite (interruptions du signal, erreurs de facturation, etc.) devraient être déposées auprès du [Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications](#).

Les services d'abonnement à la diffusion vidéo en continu comme Netflix et CraveTV ne relèvent pas du mandat du CRTC. Si vous avez des plaintes à formuler sur le contenu de ces services, vous devrez communiquer avec les entreprises directement.

Les jeux vidéo

Il est important pour les parents de connaître la signification des classements des jeux vidéo auxquels jouent leurs enfants.

[L'Entertainment Software Rating Board](#) (ESRB) a élaboré un système de classement pour les jeux d'ordinateur, sur Internet et vidéo qui est utilisé pour la plupart des jeux vendus en Amérique du Nord.

Les classements de l'ESRB comprennent trois parties : des symboles qui suggèrent des âges pour le jeu, des descripteurs du contenu d'un jeu qui peuvent influencer son classement ou être un élément d'intérêt ou de préoccupation, et des résumés des classements plus détaillés qui peuvent être consultés sur le site de l'ESRB.

Si vous vous préoccupez du classement d'un jeu vidéo, communiquez avec l'[ESRB](#) ou l'[Association canadienne du logiciel de divertissement](#) (ALD), laquelle représente l'industrie canadienne des jeux vidéo et d'ordinateur.

Pour exprimer vos préoccupations sur le contenu d'un jeu vidéo, communiquez avec :

- le fabricant du jeu vidéo (la plupart des fabricants offrent des numéros sans frais);
- la [commission de classement des films](#) de votre province ou territoire;
- votre député local.

Si vous avez des inquiétudes à propos de publicités sur des jeux vidéo (p. ex. si un jeu pour adulte s'adresse à des enfants ou si une publicité est offensante), vous pouvez déposer une plainte sur le site Web de l'[ESRB](#) ou de [NCP](#).

CATÉGORIES DE CLASSEMENT



JEUNES ENFANTS

Le contenu est destiné aux jeunes enfants.



ENFANTS ET ADULTES

Le contenu convient de manière générale à tous les âges. Peut comporter quelques éléments de violence animée, fictive ou légère et/ou l'usage occasionnel d'un langage grossier.



ENFANTS ET ADULTES 10+

Le contenu convient de manière générale aux enfants de 10 ans et plus. Peut comporter un plus haut degré de violence animée, fictive ou légère, de langage grossier et/ou quelques scènes suggestives.



ADOLESCENTS

Le contenu convient de manière générale aux enfants de 13 ans et plus. Peut comporter des éléments de violence, des thèmes suggestifs, un humour grossier, quelques représentations de sang, des jeux de hasard simulés et/ou un langage parfois ordurier.



JEUNES ADULTES

Le contenu convient généralement aux personnes de 17 ans et plus. Peut comporter un haut degré de violence, des représentations de sang et de carnage, des scènes sexuelles et/ou un langage ordurier.



ADULTES SEULEMENT

Le contenu convient uniquement aux adultes de 18 ans et plus. Peut comporter des scènes prolongées de violence intense, des contenus graphiques à caractère sexuel et/ou des jeux d'argent.



COTE EN INSTANCE

Cote finale de l'ESRB pas encore attribuée. N'apparaît que dans les supports publicitaires, de marketing ou promotionnels se rapportant à un jeu vidéo en boîte qui portera ultérieurement une cote ESRB, laquelle remplacera, une fois attribuée, la mention de cote en instance.

Questions spéciales :

Les questions ou les plaintes au sujet des paiements effectués auprès des entreprises de jeux (comme les achats intégrés dans le jeu) devraient être adressées à l'exploitant de la boutique d'applications où vous (ou votre enfant) avez acheté ou téléchargé le jeu.

- Pour les appareils iOS comme les iPod, consultez la page de soutien d'[Apple](#) et sélectionnez « Apps et logiciels », puis « Apps iOS », et ensuite « App Store, iTunes Store et Musique ».
- Pour Google Play, communiquez avec le [soutien de Google Play](#).
- Amazon n'offre présentement aucun remboursement pour les achats non autorisés effectués par les enfants.

Dans tous les cas, assurez-vous de détenir un dossier complet des frais engagés, soit dans le compte de courriel utilisé pour ouvrir le compte dans la boutique d'applications, dans l'historique des achats de la boutique d'applications, ou les deux.

Ces mesures peuvent vous éviter des frais imprévus :

- Achetez une carte-cadeau à votre enfant pour les achats en ligne plutôt que d'utiliser une carte de crédit.
- Exigez un mot de passe sur votre appareil chaque fois qu'un achat est effectué :
 - Pour les appareils iOS, lancez l'application « **Settings** » (paramètres), puis tapez « **General → Restrictions → Enable Restrictions** » (généralités → restrictions → autoriser les restrictions). Choisissez un nouveau mot de passe, tapez « **Require Password** » (exiger un mot de passe) dans la section sur le contenu autorisé (« Allowed Content ») et tapez ensuite « **Immediately** » (immédiatement).
 - Pour les appareils Android, ouvrez la **boutique Google Play**. Tapez l'icône « **Menu** » (menu), puis « **Settings** » (paramètres). Sélectionnez ensuite « **Require Authentication for Purchases** » (exiger une authentification pour les achats).
 - Pour les appareils Amazon, ouvrez « Amazon Appstore » (boutique d'applications Amazon), puis tapez « **Settings** » (paramètres) et « **Parental Controls** » (contrôle parental). Choisissez « **Enable Parental Controls** » (activer le contrôle parental) et entrez votre mot de passe.

La musique

Pour déposer une plainte ou formuler un commentaire sur du contenu inapproprié dans une chanson ou un vidéoclip, vous pouvez communiquer avec :

- le magasin ou le site Web distribuant le produit;
- les producteurs de la musique enregistrée ou du vidéoclip;
- si la chanson ou le vidéoclip a été diffusé sur une station de radio ou de télévision canadienne, vous pouvez communiquer avec le [CRTC](#);
- si vous croyez que la musique ou le vidéoclip enfreint les [codes canadiens sur la radiodiffusion](#) en matière d'éthique, de représentation équitable et de violence, vous pouvez également communiquer avec le [CCNR](#);
- si la musique a été diffusée ou téléchargée à partir d'Internet, communiquez avec le site Web ou le service sur lequel vous l'avez trouvée. Certains sites comme YouTube vous permettent de « signaler » les vidéos offensantes, mais vous devez détenir un compte YouTube pour le faire.
 - Pour en savoir davantage, visitez la page <https://support.google.com/youtube/topic/2803138?hl=fr&rd=1>.

Les questions et les plaintes concernant les paiements effectués auprès de magasins de musique en ligne devraient être adressées à l'exploitant de la boutique d'applications où vous (ou votre enfant) avez acheté ou téléchargé la musique.

- Pour les appareils iOS comme les iPod, consultez la page de soutien d'[Apple](#) et sélectionnez « Apps et logiciels », puis « Apps iOS », et ensuite « App Store, iTunes Store et Musique ».
- Pour Google Play, communiquez avec le [soutien de Google Play](#).
- Amazon n'offre présentement aucun remboursement pour les achats non autorisés effectués par les enfants.

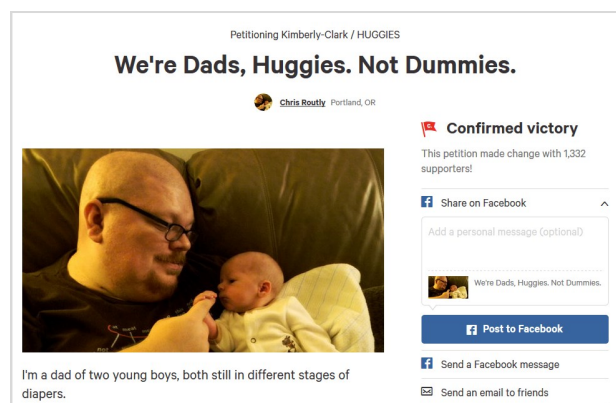
Dans tous les cas, assurez-vous de détenir un dossier complet des frais engagés, soit dans le compte de courriel utilisé pour ouvrir le compte dans la boutique d'applications, dans l'historique des achats de la boutique d'applications, ou les deux.

Les films

- Pour formuler un commentaire ou une plainte sur le contenu d'un film, communiquez avec la société cinématographique et le distributeur.
- Chaque province et territoire dispose de ses propres lois qui déterminent qui peut se trouver dans le cinéma avec ou sans un adulte. Si le classement d'un film diffusé vous préoccupe, communiquez avec la commission de classement des films de votre province ou territoire.
- Les préoccupations sur les publicités pour les films diffusés à la télévision ou à la radio canadienne devraient être adressées au [CCNR](#) ou [NCP](#).

Utiliser les médias sociaux pour dénoncer

Ne sous-estimez pas le pouvoir des médias sociaux pour unir les parents concernant certaines questions. Les campagnes en ligne ont réussi à obtenir une réponse de la part de l'industrie. Par exemple, une campagne sur les médias sociaux et une pétition en ligne menées par Change.org en réponse à des publicités de Huggies qui laissaient entendre que les pères ne savaient pas comment changer des couches a amené la société à modifier ses publicités. Il semble que ce changement ait indirectement mené à des portraits plus positifs de pères dans l'ensemble des publicités également.

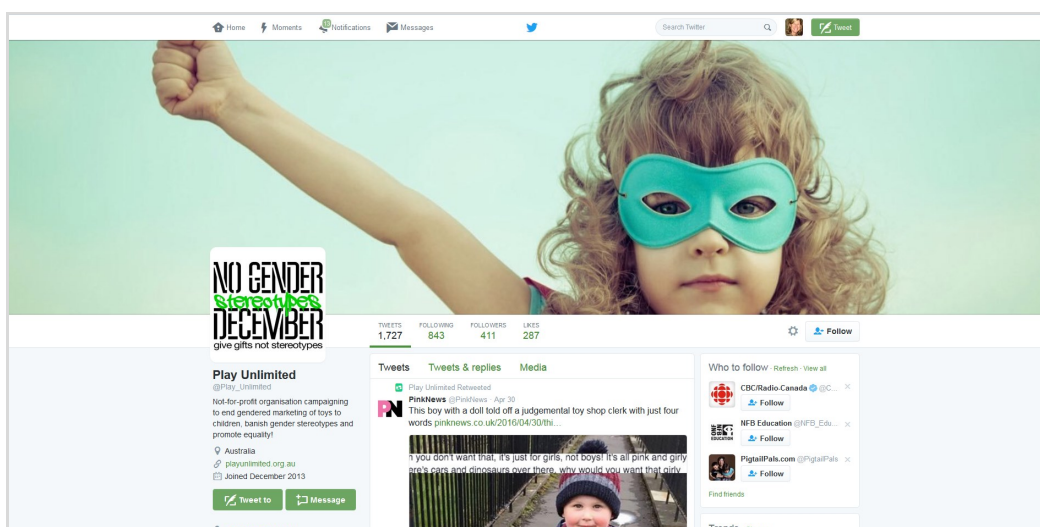


L'utilisation des médias sociaux de façon efficace pour promouvoir votre cause nécessite une préparation et une réflexion. Différentes stratégies fonctionnent pour différents sites. Par exemple, sur Facebook, les amis voient automatiquement les mises à jour de statut de tout le monde, en faisant ainsi un bon endroit pour organiser un mouvement ou un événement. Sur Twitter, vous n'êtes pas tenu de suivre les gens qui vous suivent, et vous pouvez suivre des gens sans leur permission, ce qui rend la communication de votre message plus difficile. Cependant, si l'un de vos gazouillis est retransmis par une personne qui a beaucoup d'abonnés, vous pourriez atteindre un public bien plus vaste que sur Facebook.



La boîte à outils des médias sociaux de Global Changemakers (<http://www.global-changemakers.net/social-media-fra.html>) souligne la façon de structurer une campagne sur les médias sociaux et d'utiliser les différents médias sociaux efficacement. Elle présente de nombreux exemples réels et démontre les forces et les faiblesses de chaque plateforme.

GAZOUILLEZ, PUBLIEZ ET PARTAGEZ vos préoccupations!



N'ayez pas peur de demander de l'aide à vos enfants pour diffuser le message sur les médias sociaux. Il est fort possible qu'ils puissent vous aider à choisir la bonne plateforme et à utiliser les outils efficacement pour attirer l'attention des sociétés.

Vous n'êtes pas sur les médias sociaux? Vous pouvez toujours agir en écrivant une lettre aux éditeurs de journaux sur les questions qui vous préoccupent.

Presque tous les médias grand public ont des sites Web, tout comme certains journaux et chaînes d'information communautaires. Cependant, certains médias existent uniquement en ligne. Les médias en ligne, comme les médias communautaires, peuvent être plus réceptifs aux idées provenant du public et il peut être plus facile d'y accéder. Étant donné la nature plus interactive des médias en ligne, les rédacteurs répondent souvent directement aux commentaires et aux suggestions des membres. Plus un membre s'engage auprès d'eux, plus ses commentaires et ses messages seront bien accueillis.

Ressources Supplémentaires

Ces fiches-conseil de HabiloMédias sont d'excellents moyens d'amorcer la conversation pour les parents et les enfants.

[Accompagnez vos enfants dans leur visionnement](#)

[Parler aux jeunes des médias et de l'image corporelle](#)

[Discuter avec les jeunes du sexisme dans les médias](#)

[Parler de la violence dans les médias avec les enfants](#)

[Parlons des stéréotypes raciaux aux enfants](#)



habilomedias



habilomedias

habilomedias.ca

