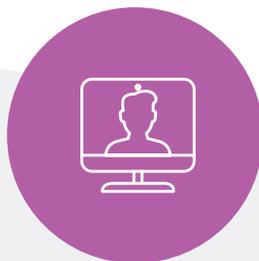
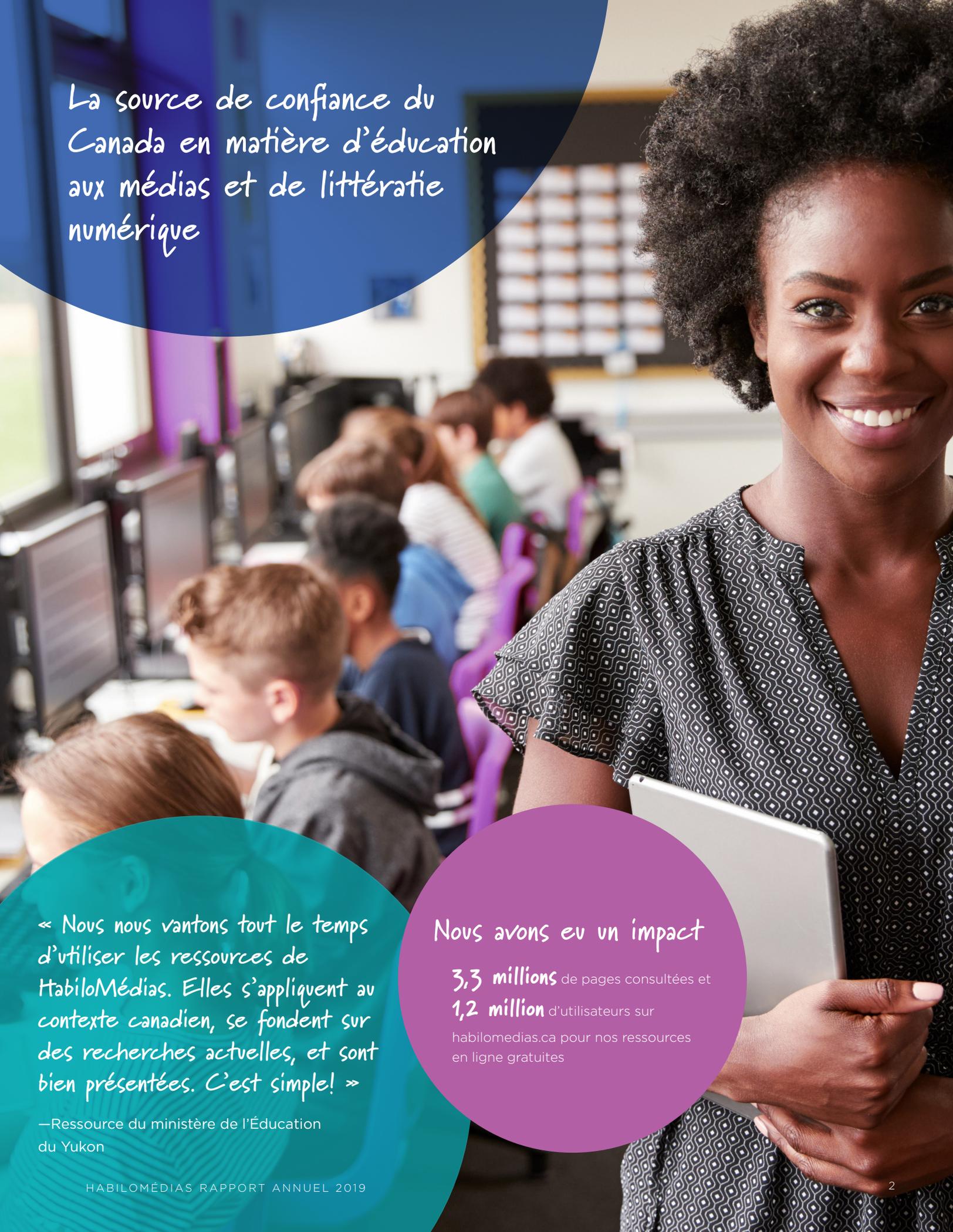


RAPPORT ANNUEL

2019





La source de confiance du
Canada en matière d'éducation
aux médias et de littératie
numérique

« Nous nous vantons tout le temps
d'utiliser les ressources de
HabiloMédias. Elles s'appliquent au
contexte canadien, se fondent sur
des recherches actuelles, et sont
bien présentées. C'est simple! »

—Ressource du ministère de l'Éducation
du Yukon

Nous avons eu un impact

3,3 millions de pages consultées et
1,2 million d'utilisateurs sur
habilomedias.ca pour nos ressources
en ligne gratuites

Nous avons travaillé avec encore plus de partenaires qu'avant

Agence de la santé publique du Canada

Agence Science-Presse

Association canadienne de normalisation

Association canadienne des journalistes

Association des bibliothèques de l'Ontario

Association des enseignantes et enseignants de l'Alberta

Autorité canadienne pour les enregistrements Internet

Bibliothèque publique d'Ottawa

CBC Kids

Centre d'information communautaire d'Ottawa

Centre pour l'éducation aux médias et à l'information

Commissariat à la protection de la vie privée du Canada

Commission canadienne pour l'UNESCO

Conseil des technologies de l'information et des communications

Conseil national des médias du Canada

CRTC

Democratic Engagement Exchange - Université Ryerson

Disconnect Challenge Alberta

Élections Canada

eQuality

Facebook

Family Online Safety Institute

Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants

GAPMIL-UNESCO

Goodly Labs - Berkeley Institute for Data Science

Guides du Canada

Historica Canada

Imagine Canada

Immunisation Canada

Innovation, Sciences et Développement économique Canada

Institut pour la citoyenneté canadienne

International School Health Network

Jeunesse Ottawa

L'apathie c'est plate

Patrimoine canadien

Prévention du crime Ottawa

PREVNet

Rencontres du Canada

Repaires jeunesse du Canada

RPC-PREV

Screen-Free Week

Sécurité publique Canada

Shaw

Société canadienne de pédiatrie

Société Internet

TELUS

Trend Micro

Twitter

Université Carleton

Université Concordia

Université de Toronto

Université de Waterloo

Université Simon-Fraser

Wattpad

YouthNet - CHEO

YWCA



Nous avons mené des recherches

LES JEUNES CANADIENS S'OPPOSENT À LA HAINE EN LIGNE

HabiloMédias a mené un sondage national auprès de 1 000 jeunes âgés de 12 à 16 ans afin de mieux comprendre leurs attitudes et expériences à l'égard des préjudices fortuits en ligne. L'étude, financée par Sécurité publique Canada, révèle ce qui suit :

- **80 %** des jeunes pensent qu'il est important de s'opposer lorsqu'ils sont témoins de haine en ligne, mais seulement 10 % d'entre eux le font fréquemment;
- les jeunes s'inspirent des adultes en observant leur façon d'exercer une citoyenneté numérique éthique, et ont vu des adultes participer à des préjudices en ligne : « **Les adultes le font aussi et les enfants le voient comme un exemple.** »
- **70 %** d'entre eux ont dit qu'ils seraient plus susceptibles de s'opposer si les plateformes établissaient des outils et des règles claires pour signaler ces comportements;
- les parents et les éducateurs doivent être prêts à **encourager les jeunes à s'opposer aux préjudices fortuits en ligne** de façon sécuritaire et respectueuse.

Comment pouvons-nous habiliter les jeunes à **s'opposer** à la haine en ligne?



« Les jeunes ont le pouvoir de changer la culture d'Internet en s'opposant aux incidents haineux lorsqu'ils en sont témoins. Le gouvernement du Canada est fier d'appuyer la recherche sur les expériences virtuelles des jeunes Canadiens, laquelle permet de réunir les preuves nécessaires pour aider les jeunes à prévenir et à confronter la propagation de la haine et de la violence sur Internet. »

- Honorable Ralph Goodale, ministre de la Sécurité publique et de la Protection civile

JEUNES CANADIENS DANS UN MONDE BRANCHÉ, PHASE IV : DISCUTER AVEC LES JEUNES ET LES PARENTS DE LA RÉSILIENCE NUMÉRIQUE

La phase IV de notre étude déterminante *Jeunes Canadiens dans un monde branché* a commencé en 2019, des jeunes âgés de 11 à 17 ans et leurs parents ayant été invités à participer à des groupes de discussion. Financé par l'Autorité canadienne pour les enregistrements Internet, le rapport a démontré que les jeunes sont conscients des aspects positifs et négatifs de la technologie.

- Les jeunes utilisent les médias sociaux pour communiquer avec leurs pairs et participer à la culture populaire, mais **craignent de devenir « dépendants » de leurs appareils** et **préfèrent les interactions en personne**.
- Les écoles offrent des occasions d'**utiliser la technologie pour faire progresser l'apprentissage**, mais exigent parfois que les élèves utilisent un appareil alors qu'ils **auraient préféré utiliser un crayon et du papier**.
- La **surveillance « dérangeante » en classe et à la maison** mine la confiance des jeunes envers les adultes.

« Presque chaque jour, les médias parlent des défis auxquels les jeunes sont confrontés en ligne, mais cette nouvelle étude d'HabiloMédias suggère que les jeunes d'aujourd'hui sont consciencieux et avertis, et qu'ils se mettent des limites avec la technologie afin de pouvoir vivre leur vraie vie. »

- David Fowler, vice-président du marketing et des communications, ACEI



Nous avons lancé de nouveaux programmes et ressources

NOUVEAUX PROJETS

FAUX que ça cesse : Campagne d'éducation et de sensibilisation du public

Des Canadiens de tous les âges ont appris l'importance de vérifier les faits avant de partager du contenu en ligne grâce au plus important projet de HabiloMédias jusqu'à ce jour, financé par Patrimoine canadien. Cette



campagne nationale de sensibilisation du public mettait en vedette l'emblématique l'hippo des familles dans un message d'intérêt public qui a rejoint des

millions de Canadiens grâce à des publicités offertes en nature par Bell Média, Corus, APTN, le Family Channel, Facebook et Twitter.

Du matériel d'apprentissage en ligne, y compris un atelier, des plans de leçons pour les élèves de la maternelle à la 12^e année, des fiches-conseils, des affiches, des questionnaires et une série de vidéos, est venu appuyer la campagne.

- Plus de **8,8 millions** d'impressions dans les médias sociaux pour la campagne
- La page fauxquecacesse.ca a reçu plus de **80 000** visites depuis octobre 2019.

« La publicité originale de l'hippo des familles ciblait les jeunes, les invitant à être sceptiques quant au contenu qu'ils voient à la télévision. Mais nous vivons maintenant dans un monde où Internet, les hypertrucages et les fausses nouvelles sont omniprésents. C'est logique que l'hippo des familles se modernise. »

- Huffington Post

« Ce projet permet d'élargir notre travail afin de créer un monde numérique plus sûr pour les femmes et les filles tout en répondant à la nécessité d'offrir aux femmes une formation sur la sécurité et la protection de la vie privée afin de leur donner plus de pouvoir en ligne et hors ligne. »

- Maya Roy, directrice générale de YWCA Canada

Technohabile : Ateliers sur les compétences en littératie numérique

Le programme de compétences en littératie numérique

Technohabile, financé par ISDE en partenariat avec le YWCA, vise à habiliter et à soutenir les Canadiennes sous-représentées.

Le programme comprend huit modules couvrant des sujets comme la protection de la vie privée et la sécurité en ligne, la recherche d'emploi, l'utilisation des médias sociaux et la gestion du temps d'écran des enfants.

- Les ateliers sont offerts par des animatrices du YWCA dans l'ensemble du pays en 2020.
- Le programme comprend des guides pour les animatrices, des questionnaires, des vidéos et des fiches pratiques, qui sont également disponibles sur le site Web de HabiloMédias.



RESSOURCES NOUVELLES

Comment savoir ce qui est vrai (et ce qui ne l'est pas) sur Internet : Un guide Au-delà des faits—guide éducatif en partenariat avec l'Initiative canadienne pour l'intégrité électorale de Facebook.

Démocratie et compétences numériques : Évaluer l'information en ligne pour prendre des décisions éclairées—Plan de leçon pour Élections Canada

Vérifiez la source—Vidéos sur la littératie numérique pour les aînés créées pour Élections Canada.

Échange artistique, La machine invisible : Les mégadonnées et toi, Violence facilitée par la technologie : Plan de leçon sur la jurisprudence pénale—Leçons du projet eQuality

Habiliter les jeunes utilisateurs à s'opposer à la haine en ligne—Recommandations pour les plateformes fondées sur les recherches sur la haine en ligne, financées par Sécurité publique Canada.

Comment s'opposer à la haine en ligne—Fiche-conseil pour les jeunes fondée sur les recherches sur la haine en ligne, financées par Sécurité publique Canada.

Parler aux enfants de la haine en ligne—Fiche-conseil pour les parents fondée sur les recherches sur la haine en ligne, financées par Sécurité publique Canada.

NOUVEAU TUTORIEL SOUS LICENCE SUR LA LITTÉRATIE NUMÉRIQUE

Une journée dans la vie de Jo et Josée est un tout nouveau tutoriel exhaustif sur la citoyenneté numérique s'adressant aux élèves de la 6^e à la 8^e année.

Le tutoriel traite de sujets comme la cyberintimidation, les relations en ligne, la protection de la vie privée, la réputation et l'authentification de l'information. Les élèves accompagnent un frère et une sœur, Jo et Josée, alors qu'ils doivent surmonter des défis, comme décider de publier ou non une photo embarrassante d'un ami ou répondre à des insultes dans un jeu en ligne.



« Je suis très impressionnée par les ressources de HabiloMédias et je recommanderais définitivement d'utiliser les plans de leçon, surtout parce qu'ils s'harmonisent parfaitement à nos programmes! »

– Shelby Mackey, enseignante au secondaire et blogueuse, Saskatchewan

« Vous méritez des félicitations pour vos ressources exceptionnelles. »

– Personne-ressource au ministère de l'Éducation des Territoires du Nord-Ouest

Communiquer avec les canadiens

Nos experts ont réalisé **154** entrevues avec les médias, dont CBC, CTV, Radio-Canada, Global News, La Presse canadienne, le *Toronto Star*, *La Presse*, le *Globe and Mail*, et le *Wall Street Journal*.



Des milliers

de participants dans l'ensemble du Canada



Plus de 114

collaborateurs nationaux (70 collaborateurs en 2018)



4,2 millions

d'impressions en ligne, comparativement à 1,4 million l'an dernier

SEMAINE ÉDUCATION MÉDIAS 2019

La Semaine éducation médias est une semaine nationale de sensibilisation animée par HabiloMédias et la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants, au cours de laquelle des activités d'éducation aux médias et de littératie numérique ont lieu dans l'ensemble du Canada. La 14^e Semaine éducation médias annuelle a été notre plus grande jusqu'à ce jour. Les ressources en lien avec la campagne « FAUX que ça cesse » ont été largement utilisées par nos collaborateurs. Nous avons organisé un événement de lancement à guichets fermés, animé par Jayme Poisson de la CBC, à Toronto en compagnie de Timothy Caulfield et de Ramona Pringle.

« Ce type de programmes est de plus en plus important. Continuez votre bon travail! »

- Collaborateur de la Semaine éducation médias



COMMANDITAIRES 2019

Commanditaire Platine



Commanditaire or/commanditaire fondateur



Commanditaire or

FACEBOOK

Commanditaires argent



Commanditaire bronze



Commanditaires associés



Bienfaiteurs

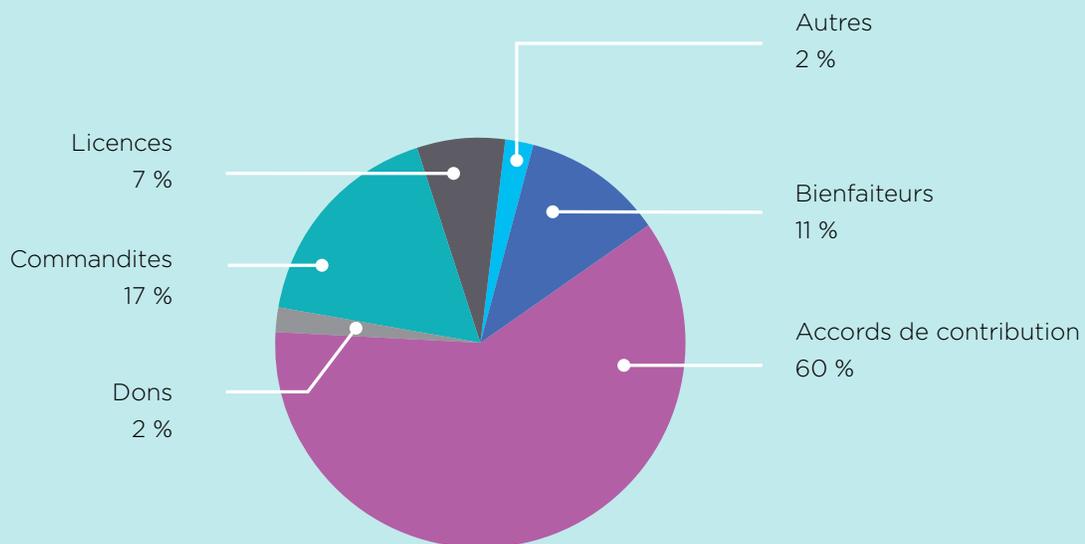


Merci!

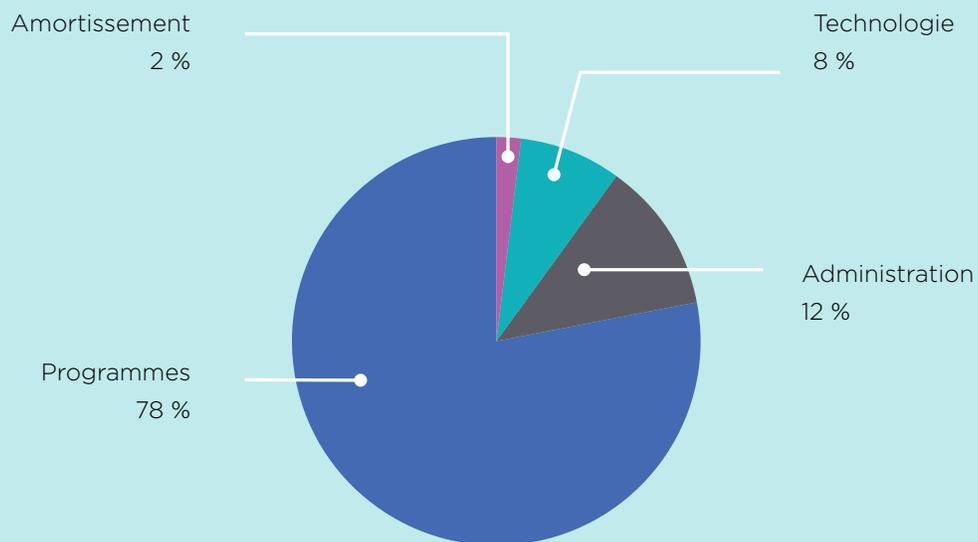
Nous ne pourrions pas réaliser notre mission sans les merveilleux et dévoués membres de notre personnel, de notre conseil d'administration et de nos commanditaires.

Financement

REVENUS



DÉPENSES



Rejoindre notre public

SITE WEB

1,5 million
de visites

500 000
canadiens

1,2 million
d'utilisateurs



TWITTER

plus de 14 000
abonnés

plus de 2 millions
d'impressions

FACEBOOK

plus de 8 000
abonnés

11,3 millions
d'utilisateurs touchés

206 000
utilisateurs engagés

YOUTUBE

300 000
vidéos visionnées

INSTAGRAM

plus de 1 000
abonnés

115 000 vidéos visionnées
8 000 engagements

BLOGUE

61 000
lecteurs

19
messages publiés sur
le blogue

BULLETIN ÉLECTRONIQUE

6 400
abonnés, y compris

1 400
contacts clés en
éducation

