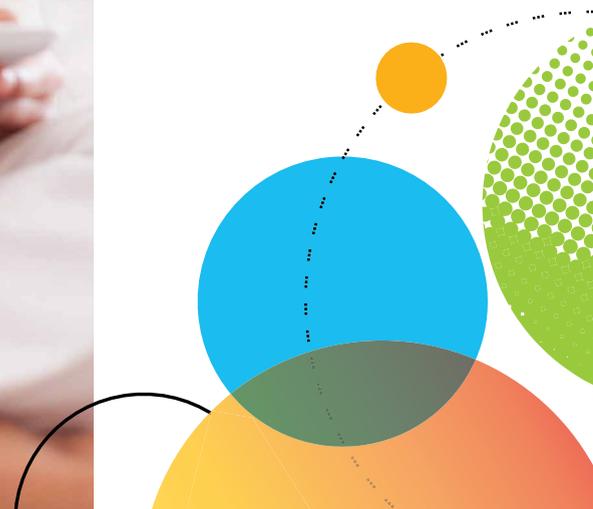


**RAPPORT  
ANNUEL  
2014**



# CONTENU

Message du président et des dirigeantes	4
Jeunes canadiens dans un monde branché	6
Répondre aux besoins	9
Élever des citoyens numériques responsables	14
Partager notre expertise	19
Travail d'équipe	20
États financiers	22
Commanditaires	24

# NOUS SOMMES

*HabiloMédias est un organisme de bienfaisance canadien, sans but lucratif, qui œuvre pour la littératie numérique et l'éducation aux médias. Notre objectif c'est de veiller à ce que les enfants et les adolescents développent une pensée critique qui leur permette d'utiliser les médias à titre de citoyens numériques actifs et éclairés.*



950 avenue Gladstone,  
bureau 120,  
Ottawa, Ontario  
K1Y 3E6  
1-800-896-3342

[habilomedias.ca](http://habilomedias.ca) / [info@habilomedias.ca](mailto:info@habilomedias.ca)

Numéro d'enregistrement d'organisme  
bienfaisance : 89018 1092 RR0001

 [twitter.com/habilomedias](https://twitter.com/habilomedias)

 [facebook.com/habilomedias](https://facebook.com/habilomedias)

# IMPACT SOCIAL



- **3,6 millions** de pages vues / **1,2 million** d'utilisateurs uniques



- **plus de 7 500** gazouillis sur Twitter / HabiloMédias a été une tendance **trois fois** sur Twitter en 2014 [<http://www.twitter.com/habilomedias>]



- **plus de 3 500** mentions « j'aime » sur Facebook / Plus de **10 000** partages de notre contenu [<http://www.facebook.com/habilomedias>]



- **plus de 100 000** visionnements de nos vidéos [<http://www.youtube.com/mediaawareness>]



- **plus de 150 000** visionnements de nos présentations



# CHERS AMIS ET PARTISANS,

ENFANTS DU NUMÉRIQUE, AVISÉS EN MATIÈRE DE TECHNOLOGIE, NARCISSIQUES, NOVATEURS, MÉCHANTS. IL EXISTE DE NOMBREUSES SUPPOSITIONS À PROPOS DES JEUNES EN LIGNE, MAIS LES ÉTIQUETTES QUE NOUS UTILISONS SONT SOUVENT TROMPEUSES ET NE CORRESPONDENT SOUVENT PAS À CE QUE LES JEUNES FONT RÉELLEMENT AVEC LES TECHNOLOGIES RÉSEAUTÉES. PAR EXEMPLE, PRENONS L'ADAGE QUI DIT QUE LES JEUNES NE SE SOUCIENT GUÈRE DE LA VIE PRIVÉE PARCE QU'ILS AFFICHENT « TOUT » SUR LES MÉDIAS SOCIAUX. DEPUIS QUE NOUS AVONS COMMENCÉ À EXAMINER L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX EN 2000, LES ÉTUDES *JEUNES CANADIENS DANS UN MONDE BRANCHÉ* DE HABILOMÉDIAS ONT CONSTAMMENT DÉVOILÉ QUE C'ÉTAIT TOUT LE CONTRAIRE. VOILÀ POURQUOI NOUS RÉALISONS NOS RECHERCHES : POUR ÉTABLIR UN PORTRAIT DE CE QUE LES ENFANTS ET LES JEUNES CANADIENS FONT ET PENSENT AFIN DE MIEUX COMPRENDRE COMMENT LES TECHNOLOGIES RÉSEAUTÉES AFFECTENT LEUR VIE QUOTIDIENNE.

En 2014, HabiloMédias a diffusé six rapports tirés de la plus récente recherche *Jeunes Canadiens dans un monde branché*. Lors d'un sondage national réalisé auprès de 5 436 élèves de la 4<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année, nous avons exploré le rôle important d'Internet dans la vie des jeunes Canadiens : leurs attitudes relativement à la vie privée, la permanence numérique, le marketing en ligne et la littératie numérique, ainsi que leur exposition à la cyberintimidation, au sextage et au contenu offensant. (L'étude a fourni le plus important échantillon jusqu'à présent sur la cyberintimidation et le sextage chez les jeunes Canadiens).

La réponse à la recherche était impressionnante : le personnel a accordé plus de 150 entrevues médiatiques et répondu à des demandes pour présenter les conclusions dans 35 événements au Canada et à l'étranger.

La recherche a ouvert une fenêtre sur les vies sociales branchées des enfants et des adolescents Canadiens, et nous miserons sur les conclusions pour guider la politique éducative, les programmes et les interventions pendant un certain temps. La mise à jour de nos propres ressources de littératie numérique à l'aide de nouvelles données n'a pas été une tâche facile pour nous en 2014. Pendant plusieurs mois, le personnel s'est assuré que nos plans de leçon, nos ateliers, nos guides et nos fiches conseils reflétaient les nouvelles conclusions de l'étude *Jeunes Canadiens*.

Le rôle important des parents dans la vie virtuelle des jeunes est un message clé découlant de cette ronde de recherches. Pour aider les parents à guider leurs enfants, nous avons travaillé sur de nombreuses ressources avec des partenaires de l'industrie, y compris un guide sur la sécurité d'Internet pour le

programme *TELUS CyberFuté*, un guide pour les parents sur Instagram, et des fiches-conseils sur l'utilisation éthique d'Internet. Pour cibler directement les jeunes, nous avons créé des guides portant sur les droits et les responsabilités de l'utilisation des médias, et nous avons établi un partenariat avec l'agence de marketing OgilvyOne pour lancer une campagne virtuelle bénévole appelée « *La cyberintimidation est aussi de l'intimidation* » ciblant les jeunes par l'intermédiaire de Twitter.

Les partenariats établis avec des organisations aux vues similaires nous ont permis de joindre davantage de familles, d'enseignants et de décideurs l'an dernier. Nous sommes reconnaissants d'avoir eu l'occasion de travailler avec de vieux et de nouveaux amis, y compris la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants, l'Autorité canadienne pour les enregistrements Internet, la Fondation canadienne des femmes, l'organisme Jeunesse, J'écoute, le Forum politique numérique du Canada, et le Conseil des technologies de l'information et des communications.

Nous désirons remercier les entreprises qui ont généreusement parrainé HabiloMédias en 2014. Sans leur soutien exceptionnel, nous ne pourrions pas continuer à rendre nos programmes d'éducation et de sensibilisation accessibles gratuitement à tous les Canadiens. Merci à Bell, à Shaw, à Google, à TELUS, à Rogers, à la Société de perception de droit d'auteur du Canada, à l'Office national du film du Canada et à Symantec.

Nous aimerions remercier personnellement le personnel des organisations pour son

dévouement et son travail acharné cette année, comme toujours, particulièrement à la lumière de la diffusion des six différents rapports *Jeunes Canadiens* au cours de l'année. Notre organisation peut également s'estimer chanceuse de pouvoir compter sur le soutien continu d'un conseil d'administration diversifié dont les membres proviennent du secteur de l'éducation, du gouvernement et de l'industrie privée. Ces personnes offrent de précieux conseils et font la promotion des intérêts de HabiloMédias au sein de leurs sphères respectives d'activité et au-delà.

L'année 2016 marquera le 20e anniversaire de HabiloMédias. Alors que nous nous approchons de cette importante étape, nous sommes satisfaits que notre travail soit plus pertinent que jamais. Notre mandat original s'étant élargi, passant de la littératie médiatique à la littératie numérique, la plupart des Canadiens reconnaissent maintenant l'importance cruciale d'enseigner aux jeunes des compétences numériques essentielles tout en les aidant à comprendre leurs droits et responsabilités dans un monde numérique. Nous voulons nous assurer que les jeunes possèdent les compétences dont ils ont besoin pour se développer, innover et contribuer de façon positive à la société canadienne.

Craig McTaggart, Président  
Cathy Wing, Codirectrice exécutive  
Jane Tallim, Codirectrice exécutive

# JEUNES CANADIENS DANS UN MONDE BRANCHÉ

[<http://habilomedias.ca/jcmb>]

Le projet de recherche *Jeunes Canadiens dans un monde branché* est l'étude la plus complète et vaste sur l'utilisation d'Internet par les enfants et les adolescents au Canada. Les phases I et II de cette étude continue ont été réalisées en 2001 et 2005. En 2011, nous avons lancé la phase III au moyen de recherches qualitatives comprenant des entrevues avec des enseignants et des groupes de discussion avec des enfants, des adolescents et des parents, puis nous avons réalisé un sondage national en classe en 2013.

Après une analyse attentive des données, nous avons diffusé six rapports de conclusions clés entre janvier et juin 2014, lesquels examinaient les attitudes des élèves à l'égard de la vie privée, de la permanence numérique, de la commercialisation, des relations en ligne, de la littératie numérique et de leur exposition à la cyberintimidation, au sextage et au contenu offensant.



**LE PROJET DE RECHERCHE  
JEUNES CANADIENS DANS  
UN MONDE BRANCHÉ  
EST L'ÉTUDE LA PLUS  
COMPLÈTE ET VASTE SUR  
L'UTILISATION D'INTERNET  
PAR LES ENFANTS ET  
LES ADOLESCENTS AU  
CANADA.**

**NOUS AVONS SONDÉ  
PLUS DE 17 000 ÉLÈVES  
DEPUIS 2001.**

PARMI LES ÉLÈVES DE 4<sup>E</sup> À LA 6<sup>E</sup> ANNÉE, 32 % ONT UN COMPTE FACEBOOK ET 16 % ONT UN COMPTE TWITTER MALGRÉ LE FAIT QU'IL EST INTERDIT AUX MOINS DE 13 ANS DE SE SERVIR DE CES SITES.

45 % DES ÉLÈVES SE CONNECTENT À INTERNET À PARTIR D'UN CELLULAIRE OU D'UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT

39 % DES ÉLÈVES POSSÉDANT UN CELLULAIRE DORMENT AVEC CELUI-CI

35 % DES ÉLÈVES S'INQUIÈTENT DE PASSER TROP DE TEMPS EN LIGNE

94 % CHOISISSENT DE SE DÉCONNECTER POUR ALLER FAIRE D'AUTRES CHOSES. PAR EXEMPLE, POUR PASSER PLUS DE TEMPS AVEC DES AMIS OU DES MEMBRES DE LA FAMILLE, ALLER À L'EXTÉRIEUR OU POUR PROFITER D'UN MOMENT DE SOLITUDE.

**MÉTHODOLOGIE :**

5 436 ÉLÈVES CANADIENS, DE LA 4<sup>E</sup> À LA 11<sup>E</sup> ANNÉE, DANS LES 10 PROVINCES ET LES 3 TERRITOIRES / 41 % GARÇONS / 46 % FILLES / 13 % SANS INDICATION / 140 ÉCOLES ET 51 COMMISSIONS SCOLAIRES : 126 ANGLOPHONES / 14 FRANCOPHONES



## RAPPORTS :

- **La vie en ligne**  
[<http://habilomedias.ca/jcmb/vie-en-ligne>]
- **Vie privée en ligne, promotion en ligne**  
[<http://habilomedias.ca/jcmb/vie-privee-en-ligne-promotion-en-ligne>]
- **La cyberintimidation : Agir sur la méchanceté, la cruauté et les menaces en ligne** [<http://habilomedias.ca/jcmb/cyberintimidation-agir-sur-mechancete-cruaute-menaces-en-ligne>]
- **Experts ou amateurs? Jauger les compétences en littératie numérique des jeunes Canadiens** [<http://habilomedias.ca/jcmb/experts-ou-amateurs-jauger-competences-litteratie-numerique>]
- **La sexualité et les relations amoureuses à l'ère du numérique**  
[<http://habilomedias.ca/jcmb/sexualite-relations-amoureuses-ere-numerique>]
- **Le racisme et le sexisme en ligne**  
[<http://habilomedias.ca/jcmb/racisme-sexisme-en-ligne>]
- **Tendances et recommandations**  
[<http://habilomedias.ca/recherche-et-politique/jeunes-canadiens-dans-un-monde-branch%C3%A9-phase-iii-tendances-et-recommandations>]

## PLUS DE 150 ENTREVUES À PROPOS DE LA RECHERCHE, Y COMPRIS :

- **La majorité des jeunes ont leur propre téléphone cellulaire, selon un sondage**  
[[http://quebec.huffingtonpost.ca/2014/01/22/la-majorite-des-jeunes-ont-leur-propre-telephone-cellulaire-selon-un-sondage\\_n\\_4644473.html](http://quebec.huffingtonpost.ca/2014/01/22/la-majorite-des-jeunes-ont-leur-propre-telephone-cellulaire-selon-un-sondage_n_4644473.html)]
- **Les jeunes Canadiens protègent leur réputation avant leurs renseignements en ligne** [<http://techno.lapresse.ca/nouvelles/internet/201402/19/01-4740391-les-jeunes-canadiens-protigent-leur-reputation-avant-leurs-renseignements-en-ligne.php>]
- **Les enfants et adolescents dorment avec un cellulaire** [<http://www.ledevoir.com/opinion/blogues/les-mutations-tranquilles/397927/enfants-et-adolescents-passent-leurs-nuits-avec-un-cellulaire>]
- **Cyberintimidation : un jeune sur cinq a reçu un sexto** [<http://ici.radio-canada.ca/regions/alberta/2014/05/29/003-sex-tage-eleves-secondaires.shtml>]



- **Plus de 30 000** pages vues sur notre recherche
- **Plus de 12 000** copies des rapports ont été téléchargées

# RÉPONDRE AUX BESOINS

Nous sommes déterminés à donner aux parents la confiance et les outils dont ils ont besoin pour aider les enfants et les jeunes à naviguer de façon sécuritaire et intelligente dans le monde numérique. En 2014, notre recherche nous a aidés à mieux comprendre les questions virtuelles avec lesquelles les familles canadiennes sont aux prises.

Une chose n'a pas changé depuis notre arrivée dans le domaine en 1999 : les adultes continuent de se préoccuper de la sécurité de leurs enfants en ligne. La bonne nouvelle : les jeunes utilisent les technologies comme les médias sociaux et les téléphones intelligents pour garder contact avec leurs familles, pas seulement leurs amis, et les parents sont les premières personnes vers lesquelles ils se tournent lorsqu'ils veulent en apprendre davantage sur les questions virtuelles.

Grâce aux conclusions de l'étude *Jeunes Canadiens*, nous pouvons élaborer des ressources fondées sur des preuves pour aider les parents et les familles à composer avec les difficultés de la vie numérique.

## SOUTIEN AUX FAMILLES

### LE FAIT D'ÉTABLIR UNE RÈGLE À LA MAISON A UN EFFET DE PROTECTION.

LES RÈGLES ET LES COMPORTEMENTS À RISQUE : EN GÉNÉRAL, LES ÉLÈVES AYANT DES RÈGLES À LA MAISON À PROPOS DES COMPORTEMENTS À RISQUE EN LIGNE SONT MOINS SUSCEPTIBLES D'AVOIR CES COMPORTEMENTS.

LES RÈGLES ET LA CONFIDENTIALITÉ : UN PLUS GRAND NOMBRE D'ÉLÈVES AYANT DES RÈGLES À LA MAISON À PROPOS DE NE PAS PARTAGER LEURS RENSEIGNEMENTS PERSONNELS EN LIGNE NE LE FONT PAS COMPARÉ AUX ÉLÈVES QUI N'ONT PAS DE RÈGLES À LA MAISON À CE SUJET (78 % COMPARÉ À 64 %).

LES RÈGLES ET LE CONTENU INAPPROPRIÉ : LES ÉLÈVES AYANT DES RÈGLES À LA MAISON À PROPOS DES SITES QU'ILS N'ONT PAS LE DROIT DE VISITER SONT PLUS SUSCEPTIBLES DE DIRE QU'ILS NE SONT JAMAIS TOMBÉ SUR DU CONTENU RACISTE OU SEXISTE EN LIGNE QUE LES ÉLÈVES N'AYANT PAS UNE TELLE RÈGLE (24 % COMPARÉ À 19 %).

### NOUVELLES FICHES-CONSEILS À L'INTENTION DES PARENTS :

- **Parler de sextage avec vos enfants**  
[<http://habilomedias.ca/ressources-pedagogiques/parler-de-sextage-avec-vos-enfants---fiche-conseils>]
- **Parler de pornographie à vos enfants**  
[<http://habilomedias.ca/ressources-pedagogiques/parler-de-pornographie-a-vos-enfants---fiche-conseils>]

## TELUS CYBERFUTÉ

En 2014, nous avons continué notre partenariat avec TELUS sur son programme d'éducation CyberFuté pour les parents en élaborant le guide pour les parents intitulé *Aider nos jeunes à naviguer dans un monde branché* [<http://wise.telus.com/fr/wp-content/uploads/sites/2/Aider-nos-jeunes-a-naviguer-dans-un-monde-branché.pdf>]. Le guide est une ressource complète personnalisée par groupe d'âge et couvrant des sujets comme l'utilisation sécuritaire des médias sociaux, la gestion des relations en ligne et la gestion du contenu offensant. Nous avons également contribué à un second guide pour les parents intitulé *Une question de confidentialité – Un guide pour aider les Canadiens à protéger leur vie privée, en ligne comme ailleurs.* [<http://wise.telus.com/fr/wp-content/uploads/sites/2/TELUS-AVERTI-Une-question-de-confidentialite-1MB.pdf>]

## GUIDE À L'INTENTION DES PARENTS SUR INSTAGRAM

[<http://habilomedias.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/instagram-un-guide.pdf>]

En octobre 2014, nous avons établi un partenariat avec Instagram et Connect Safely (États-Unis) pour lancer un *guide à l'intention des parents sur Instagram*. La ressource fournit aux parents des renseignements sur la populaire application d'images et des conseils pour guider leurs enfants lors de l'utilisation d'Instagram.

.....

**AU TOTAL, 72 % DES ENFANTS AFFICHENT DES COMMENTAIRES OU DES PHOTOS SUR LEUR PROPRE SITE DE RÉSEAUX SOCIAUX.**

.....

**INSTAGRAM SE CLASSE EN SIXIÈME POSITION DES SITES WEB POPULAIRES PARMİ TOUTES LES ANNÉES SCOLAIRES.**



Guide à l'intention  
des parents sur

**Instagram**

ConnectSafely  
Smart Socializing Starts Here™



## PIRATES DE LA VIE PRIVÉE

[<http://habilomedias.ca/jeux/pirates-de-la-vie-privee>]

Pour aider les parents à aider les enfants à gérer leur vie privée en ligne, nous avons offert notre populaire jeu éducatif *Pirates de la vie privée* pour les plateformes mobiles. Le jeu enseigne aux enfants de 7 à 9 ans la valeur de leurs renseignements personnels et à quel moment il est approprié de partager des renseignements en ligne et lorsqu'il est préférable de garder ses renseignements confidentiels. Les versions mobiles actualisées ont été rendues possibles grâce à l'aide financière du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada.

68 % DES ÉLÈVES CROIENT À TORT QU'UN SITE ÉNONÇANT UNE POLITIQUE DE CONFIDENTIALITÉ NE PARTAGERA PAS LEURS RENSEIGNEMENTS PERSONNELS AVEC D'AUTRES PARTIES

LES PARENTS SONT LA PRINCIPALE SOURCE D'INFORMATION DES ÉLÈVES QUANT À LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE EN LIGNE



## SOUTIEN AUX ÉCOLES

### SUR LE DROIT CHEMIN

[<http://habilomedias.ca/sur-droit-chemin-enseigner-enfants-comportement-%C3%A9thique-s%C3%A9curitaire-ligne-page-portail>]

La ressource *Sur le droit chemin : Enseigner aux enfants un comportement éthique et sécuritaire en ligne* est un programme complet qui promeut et encourage les comportements éthiques en ligne chez les jeunes. En 2014, nous avons ajouté plusieurs nouvelles ressources *Sur le droit chemin* à l'intention des enseignants, y compris de nouveaux plans de leçon pour les élèves de la 5e à la 8e année et une vaste nouvelle section sur l'éthique en ligne pour notre site Web. Les ressources ont été lancées en octobre 2014 pour marquer le Mois de la sensibilisation à la cybersécurité. Le soutien financier du programme *Sur le droit chemin* a été fourni par la Société de perception de droit d'auteur du Canada.

46 % DES ÉLÈVES DISENT ÊTRE D'ACCORD AVEC L'ÉNONCÉ « IL N'Y A AUCUN PROBLÈME À TÉLÉCHARGER DE LA MUSIQUE, DES ÉMISSIONS DE TÉLÉ OU DES FILMS ILLÉGALEMENT »

55 % DES ÉLÈVES AYANT UN COMPORTEMENT MÉCHANT OU CRUEL EN LIGNE DISENT QU'ILS NE « FAISAIENT QUE PLAISANTER »

## RÉFLÉCHISSEZ AVANT DE PARTAGER

Le guide *Réfléchissez avant de partager* donne aux jeunes les outils dont ils ont besoin pour partager de façon sécuritaire, intelligente et éthique. Élaboré en collaboration avec Facebook, le guide a été traduit en 2014 dans plus d'une douzaine de langues et diffusé à Singapour, en République tchèque, en Hongrie, en Pologne, au Royaume-Uni et en Inde.

### NOUVEAU PLAN DE LEÇON ET FICHE-CONSEILS :



- **Comportement éthique en ligne : Éthique et empathie (4e à la 6e année)** [<http://habilomedias.ca/ressources-pédagogiques/comportement-éthique-en-ligne-éthique-et-empathie>]
- **Comportement éthique en ligne : Éthique et valeurs (7e à la 8e année)** [<http://habilomedias.ca/ressources-pédagogiques/comportement-éthique-en-ligne-éthique-et-valeurs>]
- **Fiche-conseils : Agir correctement** [[http://habilomedias.ca/sites/mediasmarts/files/tip-sheet/fiche-conseils\\_agir\\_correctement.pdf](http://habilomedias.ca/sites/mediasmarts/files/tip-sheet/fiche-conseils_agir_correctement.pdf)]



## PROGRAMMES SOUS LICENCE DE LITTÉRATIE NUMÉRIQUE

Les programmes de perfectionnement professionnel et en classe de HabiloMédias pour la littératie numérique sont offerts par l'intermédiaire d'accords d'octroi de licences aux ministères provinciaux et territoriaux de l'Éducation, aux bibliothèques, aux districts et aux conseils scolaires, aux établissements postsecondaires et aux écoles individuelles. Les programmes sont mis à jour annuellement pour refléter les nouvelles recherches et les tendances émergentes ainsi que les questions relatives aux médias numériques.

Par l'intermédiaire de nos activités d'octroi de licences et de sensibilisation, nous avons établi plus de 1 100 connexions avec des professionnels de l'éducation dans l'ensemble du Canada, dans chaque province et territoire, dans les ministères de l'Éducation, dans les facultés d'éducation, dans les conseils scolaires et dans les écoles individuelles. Grâce aux médias sociaux,

nous avons établi des relations avec des enseignants de partout au pays qui cherchent des façons novatrices d'intégrer les compétences numériques dans leurs classes.

Ces personnes ont été essentielles à notre travail en 2014, offrant du soutien dans une variété de secteurs, notamment :

- évaluation et rétroaction relativement à l'élaboration des ressources;
- sensibilisation accrue aux ressources et utilisation croissante de ces dernières;
- partenariats de recherche;
- collaborateurs de la Semaine éducation médias.

La portée de nos ressources sous licence est importante; en 2014, ces programmes étaient disponibles dans :

.....  
**ENVIRON 8 000 ÉCOLES**

.....  
**60 % DES ÉCOLES CANADIENNES**

.....  
**51 % DES ÉLÈVES INSCRITS**

.....  
**17 DES 20 PLUS GRANDS DISTRICTS SCOLAIRES AU PAYS**

.....  
**8 LICENCES PROVINCIALES OU TERRITORIALES**

« **UNE COMPOSANTE CLÉ DU PLAN D'ACTION DE LA SASKATCHEWAN POUR TRAITER DE L'INTIMIDATION ET DE LA CYBERINTIMIDATION EST DE S'ASSURER QUE TOUS LES ÉLÈVES POSSÈDENT LES OUTILS ET LES CONNAISSANCES DONT ILS ONT BESOIN POUR DÉVELOPPER DES COMPORTEMENTS APPROPRIÉS ET RESPONSABLES EN LIGNE. NOUS SOMMES HEUREUX DE FAIRE ÉQUIPE AVEC HABILOMÉDIAS POUR FOURNIR AUX ÉDUCATEURS DES RESSOURCES POUR AIDER LES ENFANTS À NAVIGUER EN TOUTE SÉCURITÉ. »**

- Ministre de l'Éducation de la Saskatchewan Don Morgan

# ÉLEVER DES CITOYENS NUMÉRIQUES RESPONSABLES

Alors que les jeunes Canadiens comptent sur les adultes pour les aider à naviguer certains aspects de leur vie numérique, ils peuvent être à leur tour des enseignants et des mentors pour leurs parents et les plus jeunes. De nombreux jeunes utilisent les technologies comme les réseaux sociaux pour faire de leurs collectivités et du monde un meilleur endroit. Ainsi, en 2014, nous avons fait en sorte que la voix des jeunes soit entendue et avons fourni une plateforme pour montrer comment ils utilisent les médias pour avoir un impact positif dans leur propre vie et dans la vie des autres.

## 10 SITES WEB FAVORIS

YOUTUBE  
FACEBOOK  
GOOGLE  
TWITTER  
TUMBLR  
INSTAGRAM  
MINECRAFT  
MINICLIP  
HOTMAIL  
WIKIPÉDIA

## CRÉER DU CONTENU NUMÉRIQUE : C'EST LE SOCIAL QUI PRIME

72 % PUBLIENT DES COMMENTAIRES  
OU DES PHOTOS SUR LEURS PROPRES  
SITES DE RÉSEAUTAGE SOCIAL

38 % PUBLIENT UNE HISTOIRE OU  
UNE ŒUVRE D'ART DE LEUR CRU

33 % PUBLIENT UNE VIDÉO OU  
UN FICHER AUDIO D'EUX-MÊMES

22 % PUBLIENT UNE VIDÉO FAITE  
EN UTILISANT DE LA MUSIQUE OU  
DES CLIPS TROUVÉS EN LIGNE

# SEMAINE ÉDUCATION

# médias



## SE FAIRE ENTENDRE : UNE TROUSSE MÉDIAS POUR LES JEUNES

[<http://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/se-faire-entendre-une-trousse-m%C3%A9dias-pour-les-jeunes>]

*Se faire entendre* : une trousse médias pour les jeunes a été élaborée pour aider les jeunes à comprendre le fonctionnement de l'industrie de l'information, le rôle des stéréotypes et les différentes façons d'accéder à ces médias afin de faire valoir leurs opinions et préoccupations. En 2014, cette ressource a été mise à jour et remaniée pour répondre aux besoins du monde de l'information numérique d'aujourd'hui.

50 % DES ÉLÈVES DE LA 7<sup>E</sup> À LA 11<sup>E</sup> ANNÉE ONT ENVOYÉ À DES GENS DES LIENS VERS DES REPORTAGES OU DES INFORMATIONS SUR DES ACTUALITÉS.

29 % DES ÉLÈVES DE LA 7<sup>E</sup> À LA 11<sup>E</sup> ANNÉE ONT PUBLIÉ DES COMMENTAIRES SUR DES SITES DE NOUVELLES.

35 % DES ÉLÈVES ONT SOUTENU OU ADHÉRÉ À UN GROUPE MILITANT EN LIGNE.



**NOUS SAVONS TOUS QUE LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES SONT DES OUTILS PUISSANTS. ELLES PEUVENT PROMOUVOIR DES CAUSES VALABLES, MAIS MALHEUREUSEMENT, ELLES PEUVENT ÉGALEMENT SERVIR À LA CYBERINTIMIDATION, À LA CYBERMISOGYNIE ET À LA DIFFUSION DE MESSAGES HAINEUX. POUR COMBATTRE LES ASPECTS NÉGATIFS DE LA COMMUNICATION EN LIGNE, LA SEMAINE ÉDUCATION MÉDIAS INVITE TOUS LES PARTICIPANTS À EXPLORER LES UTILISATIONS POSITIVES DU RÉSEAUTAGE SOCIAL.**

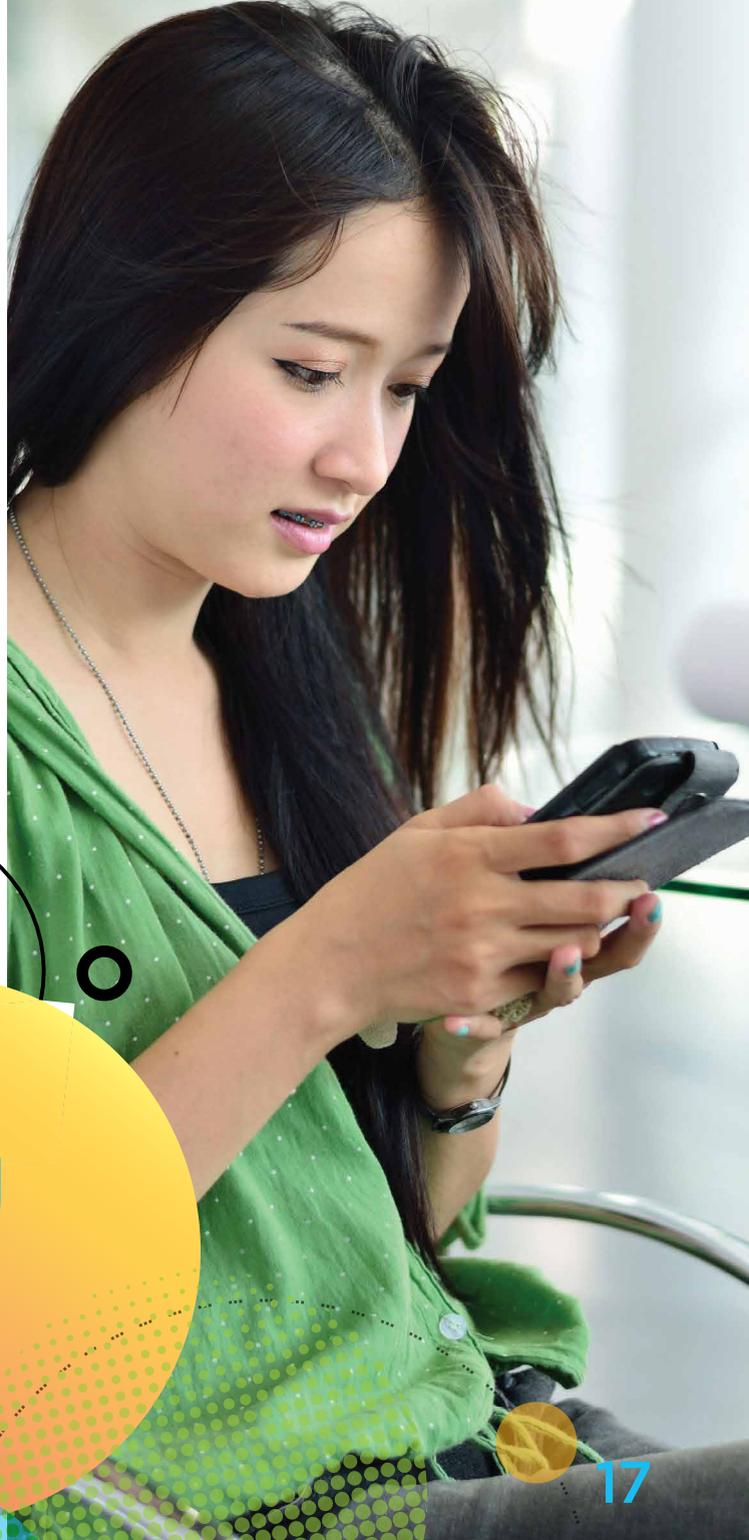
**EN TANT QUE CRITIQUE DES QUESTIONS NUMÉRIQUES, J'ESPÈRE QUE TOUS MES COLLÈGUES AIDERONT À ATTIRER L'ATTENTION SUR LA SEMAINE ÉDUCATION MÉDIAS AFIN, QU'ENSEMBLE, NOUS PUISSIONS ENCOURAGER LES JEUNES CANADIENS À FAIRE BON USAGE DE LA TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE.**

- Députée Charmaine Borg



LES ENFANTS SONT VULNÉRABLES, MAIS PAS IMPUISSANTS. LA CONVENTION RELATIVE AUX DROITS DE L'ENFANT RECONNAÎT LA CAPACITÉ ÉVOLUTIVE DE L'ENFANT. JE RECOMMANDE DONC HABILOMÉDIAS PUISQUE L'ORGANISME SE CONCENTRE SUR L'HABILITATION DES ENFANTS ET DES JEUNES AFIN QU'ILS DEVIENNENT PLUS RÉSILIENTS.

- Diana Rivington, agrégée supérieure, faculté des sciences sociales, Université d'Ottawa



# CAMPAGNE : LA CYBERINTIMIDATION EST AUSSI DE L'INTIMIDATION

L'agence OgilvyOne Toronto s'est associée à HabiloMédias pour une campagne bénévole sur la cyberintimidation en 2014. Travaillant avec le photographe lauréat Philip Rostron, trois publicités bilingues ont été produites pour encourager les jeunes à prendre la cyberintimidation au sérieux. Des affiches de publicités ont été partagées avec les écoles, les centres communautaires et les bibliothèques. Plusieurs campagnes Twitter ciblant directement les jeunes du secteur de Toronto ont été lancées, entraînant plus de 30 000 impressions sur Twitter.

70 % DES ÉLÈVES DISANT QUE QUELQU'UN A DIT QUELQUE CHOSE DE MÉCHANT OU DE CRUEL À LEUR SUJET EN LIGNE OU DISANT AVOIR REÇU DES MENACES EN LIGNE NE CONSIDÈRENT PAS CES CHOSES COMME ÉTANT DES PROBLÈMES SÉRIEUX. MAIS C'EST UN PROBLÈME SÉRIEUX POUR 1 ÉLÈVE SUR 10.

65 % DES ÉLÈVES ONT FAIT QUELQUE CHOSE POUR AIDER QUELQU'UN QUI FAISAIT FACE À UN COMPORTEMENT CRUEL OU MÉCHANT EN LIGNE. LES ÉLÈVES QUI ONT FAIT DE LA CYBERINTIMIDATION ET CEUX QUI ONT ÉTÉ INTIMIDÉS EN LIGNE SONT ÉGALEMENT SUSCEPTIBLES D'INTERVENIR ET D'AIDER.



# PARTAGER NOTRE EXPERTISE

## SYMPOSIUM SUR LES JEUNES ET LES COMPÉTENCES NUMÉRIQUES

[<http://habilomedias.ca/publication-rapport/symposium-sur-jeunes-comp%C3%A9tences-num%C3%A9riques-pr%C3%A9parer-jeunes-canadiens-apporter-l>]

Pour explorer l'enjeu crucial des compétences et de la littératie numériques chez les jeunes Canadiens, un symposium d'une journée sur invitation seulement a été organisé par le Conseil des technologies de l'information et des communications à Ottawa le 10 février 2014. Rassemblant un groupe invité d'environ 80 participants du gouvernement, de l'industrie, du milieu de l'éducation, du milieu universitaire, de la collectivité, des organisations jeunesse et des bibliothèques, le symposium a été lancé au moyen d'une vidéo de bienvenue du gouverneur général, puis d'un discours de Jason Kenney, ministre d'Emploi et Développement social Canada. Ce document final intitulé *Symposium sur les jeunes et les compétences numériques : Préparer les jeunes Canadiens à apporter leurs contributions sociales, économiques et culturelles* résume ce que nous « avons entendu » des jeunes tout en structurant les défis et les occasions et suggérant des voies à prendre.



## TABLE RONDE SUR LA LITTÉRATIE NUMÉRIQUE

Le 24 novembre, nous avons coanimé, avec le Forum des politiques numériques du Canada, une table ronde sur les rôles du gouvernement, de l'entreprise et de la société civile pour donner aux Canadiens des compétences en littératie numérique. La table ronde comprenait un groupe de représentants de Google, de Facebook, de l'Université Carleton, d'Emploi et Développement social Canada et des invités du gouvernement et d'autres groupes d'intervenants.

## PRÉSENTATIONS

Le personnel de HabiloMédias a fait 36 présentations auprès de plus de 1 700 personnes en 2014. Ces présentations comprenaient des ateliers, des discours thèmes, des séances plénières, des groupes d'experts, des webinaires et notre tout premier « cours ouvert en ligne ». Le principal sujet de ces présentations était les résultats de nos recherches découlant de l'étude *Jeunes Canadiens*.

### LES FAITS SAILLANTS COMPRENENT NOTAMMENT :

- Banff, AB: Banff Conference on Behavioural Sciences, coprésentation avec la Dr. Wendy Craig de PREVNet
- Saskatchewan Ministry of Education, MOOC
- Ottawa, ON: Macdonald-Laurier Institute, table ronde
- Washington, DC: Family Online Safety Institute (FOSI) Conference, présentation et groupe d'experts
- Winnipeg, MB: Beyond Borders Generation XXX Symposium, présentation
- Montréal, QC: Congrès des milieux documentaires du Québec, présentations



## TRAVAIL D'ÉQUIPE

### NOTRE ÉQUIPE

**Cathy Wing**, Codirectrice exécutive  
**Jane Tallim**, Codirectrice exécutive  
**Skye Cameron**, Administratrice du bureau  
**Lynn Huxtable**, Directrice des affaires générales  
**Julie Jenkins**, Comptable  
**Matthew Johnson**, Directeur de l'éducation  
**Julia Ladouceur**, Chef de projet  
**Thierry Plante**, Spécialiste en éducation aux médias  
**Maya Shoucair**, Gestionnaire des communications  
**Diane van Rens**, Chef, Web

### COMITÉ EXÉCUTIF

**Craig McTaggart** (*Président*)  
Directeur, Politique de large bande TELUS

**Suzanne Morin** (*Vice-présidente*)  
Avocat général, Chef des affaires réglementaires et de la vie privée, Bell Aliant

**Serge Carrier** (*Vice-président*)  
Directeur du développement des affaires  
Société de formation à distance des commissions scolaires du Québec (SOFAD)

**Susan Bower** (*Trésorière*)  
Vice-présidente, Opérations  
Clubs Garçons et Filles du Canada

**Dr. Arlette Lefebvre** (*Membre actif*)  
Psychiatre, Section de la  
pédopsychiatrie, The Hospital  
for Sick Children

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

**Bill Abbott**  
Avocat principal, Affaires  
réglementaires, Bell Canada

**Jameel Aziz**  
Président, Association  
canadienne des directeurs d'école

**Mary Cavanagh**  
Professeure adjointe, École  
des sciences de l'information,  
Université d'Ottawa

**Kristine Collins**  
Chef, marchés institutionnels  
et éducatifs, accessibilité et  
entreprises numériques, Office  
national du film du Canada  
(ONF)

**David Fowler**  
Directeur du marketing  
et des communications,  
Autorité canadienne pour les  
enregistrements Internet (ACEI)

**Michael Hoehsmann**  
Associate Professor and Chair  
of Education Programs,  
Lakehead University

**Jean LaRose**  
Directeur général, Le Réseau  
de télévision des peuples  
autochtones

**Colin McKay**  
Politique publique mondiale  
Google Inc.

**Rita Shelton Deverell**  
Productrice indépendante;  
professeure auxiliaire, Mount  
Saint Vincent University

**Mark Sikstrom**  
Producteur exécutif  
CTV News

**Carolyn Wilson**  
Représentante canadienne pour  
MENTOR, The International  
Media Education Association

**Dianne Woloschuk**  
Présidente, Fédération  
canadienne des enseignantes  
et des enseignants (FCE)

## OBSERVATEURS OFFICIELS

**Josie Brocca**  
Directrice, Direction de  
l'adoption de la technologie  
numérique, Industrie Canada

**Claude Doucet**  
Directeur générale  
associé, communications  
stratégique, Direction  
générale des communications,  
Patrimoine canadien

**Natalie Frank**  
Gestonnaire, politiques  
de l'innovation, Direction  
générale des politiques  
stratégiques et de service,  
Emploi et Développement  
social Canada

**Nanao Kachi**  
Directeur intérimaire,  
Politique sociale et des  
consommateurs, Élaboration  
de politiques et recherche,  
Conseil de la radiodiffusion  
et des télécommunications  
canadiennes (CRTC)

## MEMBRES DE COMITÉ ET BÉNÉVOLES

**Alan Bent**, Conseiller financier  
**Aubray Lynas**, Corus  
Entertainment  
**Erika Kramer**, TVO  
**Jeff Phaneuf**, CBC  
**Jeff Rohrer**, TVO  
**Mark Buell**, ACEI  
**Monika Ille**, Réseau de télévision  
des peuples autochtones  
**Jehann Tallim**, Bénévolat

# RAPPORT DU VÉRIFICATEUR INDÉPENDANT

Aux membres de HabiloMédias

## *RAPPORT SUR LES ÉTATS FINANCIERS*

J'ai vérifié les états financiers de HabiloMédias, qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2014 et les états de l'évolution de l'actif net, des revenus et dépenses et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, et un résumé des conventions comptables et autres informations explicatives importantes.

## *RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION À L'ÉGARD DES ÉTATS FINANCIERS*

La direction est responsable de la préparation et de la présentation juste de ces états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada, et de contrôle interne déterminés par la direction comme étant nécessaires pour permettre la préparation d'états financiers qui ne présentent pas d'inexactitudes importantes, que ce soit en raison de fraude ou d'erreurs.

## *RESPONSABILITÉ DU VÉRIFICATEUR*

Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur ma vérification. J'ai effectué mon audit selon les normes canadiennes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que je me conforme aux règles d'éthique et que je planifie et réalise l'audit pour obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes significatives.

Un audit consiste en une série de procédures visant à obtenir des éléments probants concernant les montants et les informations fournies dans les états financiers. Le choix des procédures dépend du jugement du vérificateur, y compris l'évaluation des risques d'inexactitudes importantes dans les états financiers, que ce soit en raison de fraude ou d'erreurs. En procédant à ces évaluations de risques, le vérificateur tient compte du contrôle interne relatif à la préparation et la présentation juste des états financiers de l'entité afin de définir les procédures d'audit appropriées dans les circonstances, mais non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit consiste également à évaluer la pertinence des conventions comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

Je crois que les éléments de vérification que j'ai obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder mon opinion d'audit.

## *OPINION*

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous égards importants, la situation financière de HabiloMédias au 31 décembre 2014 et de sa performance financière et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada.

RAY FOLKINS, CA  
Comptable professionnel agréé /  
Comptable sous licence publique

Ottawa, Ontario  
Le 6 mai 2015



# SOMMAIRE FINANCIER *LE 31 DÉCEMBRE 2014*

	2014 \$	2013 \$
<b>ACTIF</b>		
Actif à court terme	1 522 847	1 099 232
Immobilisations	12 766	19 934
	<b>1 535 613</b>	<b>1 119 166</b>
<b>PASSIF</b>		
Créditeurs et charges à payer	50 689	42 491
Revenus reportés	476 123	321 691
	<b>526 812</b>	<b>364 182</b>
<b>ACTIF NET</b>		
Non affecté	1 008 801	754,984
	<b>1 008 801</b>	<b>754 984</b>
	<b>1 535 613</b>	<b>1 119 166</b>
<b>REVENUS</b>		
Parrainages	195 224	219 254
Bienfaiteurs	371 286	221 433
Contributions	244 422	272 658
Licences	384 124	414 291
Dons et apports en nature	134 430	15 894
Autres	29 674	19 243
	<b>1 359 160</b>	<b>1 162 773</b>
<b>DÉPENSES</b>		
Administration	114 564	121 607
Programmes	292 063	223 205
Salaires et avantages sociaux	698 716	672 796
	<b>1 105 343</b>	<b>1 017 608</b>
<b>REVENUS NET</b>		
	<b>253 817</b>	<b>145 165</b>

# COMMANDITAIRES 2014

OR



---

ARGENT



ASSOCIÉS



---

COMMANDITAIRE  
FONDATEUR / BIENFAITEUR



BIENFAITEURS

