

LE RÉSEAU

INTERREZ
ACTIF

COMPRENDRE POUR AGIR

Les médias

ET L'INFORMATION



VERSION SECONDAIRE

TABLE DES MATIÈRES

Pourquoi s'éduquer aux médias et à l'information? - 3
Suis la piste! - 4/5
Des mots pour mieux comprendre - 6
Les médias en 2018 - 7
Une puissante influence - 8/9
Le pouvoir de l'image - 10/11
Le géant Internet - 12/13
Médias et publicité : les inséparables - 14/15
Un tour du globe - 16/17
Les médias au service d'un monde meilleur - 18/19
Nous avons tous un rôle à jouer - 20
Quelques trucs à adopter - 21
Activité 1 : À la une - 22
Activité 2 : Connais-tu les lois? - 23
Activité 3 : Qu'est-ce qui cloche? - 24
Activité 4 : Mène l'enquête! - 25
Mot de la fin - 26
Glossaire (mots en gras dans l'album) - 27

CRÉDITS ET REMERCIEMENTS

L'album thématique « Comprendre pour agir : Les médias et l'information » a été produit en 2018 par le Réseau In-Terre-Actif du Comité de Solidarité/Trois-Rivières.



Le Réseau In-Terre-Actif est un outil d'éducation et de sensibilisation jeunesse à la solidarité et à la citoyenneté. Il vise à susciter l'engagement des jeunes du primaire et du secondaire, ainsi que du grand public, sur divers enjeux sociaux, environnementaux et internationaux.

www.in-terre-actif.com www.cs3r.org

Coordonnateur du projet : Richard Grenier

Élaboration du contenu : Sarah Bourdages, Richard Grenier, Audrey Hivon et Anick Michaud

Illustrations : Jacques Goldstyn (Boris)

Conception graphique : cubebleu.com

Correction des textes : Denis Hébert

Pour consulter les documents de référence et trouver les réponses aux jeux proposés dans l'album, visitez le site web du Réseau In-Terre-Actif à l'adresse suivante : www.in-terre-actif.com/medias



Cet album est imprimé sur du papier recyclé.

MOT DU CARICATURISTE BORIS

« Les médias et le monde de l'information, voilà une source inépuisable de caricatures. Un tourbillon qui risque de nous engloutir ou de nous rendre fou si on n'y prend pas garde. Et en même temps, des trésors de savoirs et de compétences qui ne demandent qu'à être partagés.



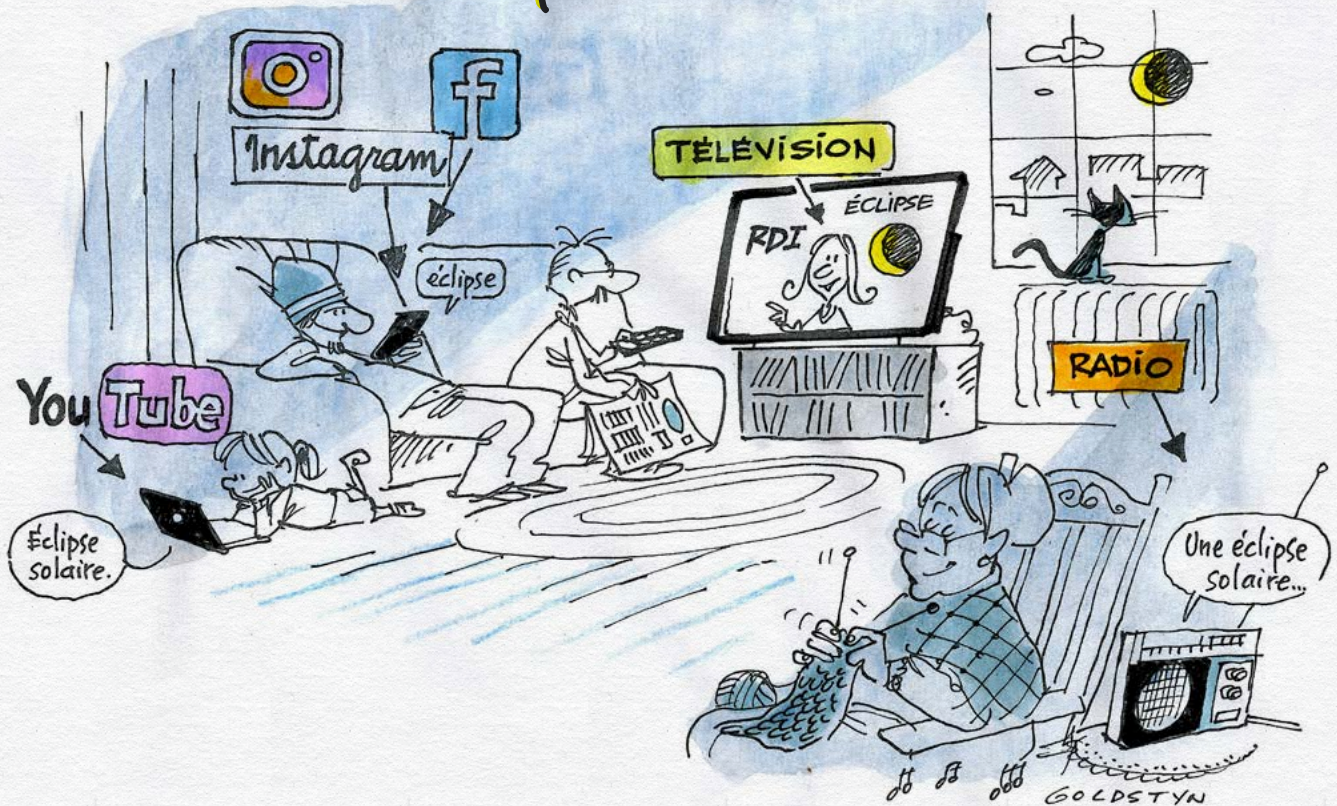
Quand je vois un Joblo dans le métro qui pitonne sur son cell, je vois le descendant direct du Cro-Magnon qui soufflait dans sa corne de rhinocéros laineux. Je suis émerveillé par les progrès de la techno et en même temps je me demande parfois s'il y a vraiment eu évolution et... Excusez... j'ai un appel (...)

Cet outil éducatif a été réalisé grâce à l'appui financier du Ministère des Relations internationales et de la Francophonie (MRIF) et du mouvement héros de la Fédération autonome de l'enseignement (FAE).

Relations
internationales
et Francophonie



Pourquoi s'éduquer aux médias et à l'information?



Les médias sont un véhicule pour rejoindre les gens, communiquer de l'information, influencer, divertir, faire réfléchir. Ils font sans contredit partie de notre quotidien. Rares sont les gens qui vivent sans jamais avoir recours à la télévision, à la radio, aux journaux ou aux ordinateurs!

Au-delà du fait qu'ils sont généralement agréables à consulter, il faut rappeler que les médias sont absolument nécessaires au maintien de la **démocratie** dans une société. Ils assurent le respect des droits à l'information et à la liberté d'expression, en plus de protéger la population contre de potentiels abus de la part des représentants du pouvoir en place. Les nouvelles technologies facilitent également l'implication citoyenne et les échanges entre les habitants des différents pays du monde.

Mais tout n'est pas rose non plus dans le monde des médias. On peut finir par s'en désintéresser quand l'information circule trop vite et sans aller assez en profondeur pour permettre de bien comprendre les nouvelles qui nous sont exposées. On peut aussi reprocher

aux grandes entreprises de l'industrie médiatique de faire la promotion du mode de vie occidental et de certaines valeurs néfastes telles que **l'individualisme** et la surconsommation. On peut enfin déplorer que les médias sociaux nous invitent à nous mettre en scène pour obtenir la reconnaissance de nos amis virtuels tout en nous déconnectant de plus en plus du monde réel.

C'est là que l'éducation aux médias et à l'information, ou plutôt à la réception de l'information, prend tout son sens. Celle-ci vise à développer l'esprit critique nécessaire pour mieux saisir la façon dont les messages sont construits et transmis. Elle aide à percevoir comment les médias influencent notre vision de nous-mêmes et de notre environnement. Enfin, elle permet de se poser les bonnes questions pour valider l'information qui nous est communiquée et favoriser une utilisation judicieuse des médias afin de devenir des citoyens plus avisés, responsables et engagés.

Ça t'intéresse? Bonne exploration!

Suis la piste!



NOUS AVONS TOUS UN RÔLE À JOUER

55 % des Québécois disent faire confiance aux médias. Et toi?

Q Pour en savoir plus, consulte la [page 20](#) de l'album!

UN TOUR DU GLOBE

Dans certains pays, les journalistes risquent leur vie pour pratiquer leur métier et critiquer les décideurs en place.

Q Pour en savoir plus, consulte les [pages 16 et 17](#) de l'album!

LES MÉDIAS EN 2018

Savais-tu que 43 000 vidéos sont visionnées sur le site de YouTube... chaque seconde?

Q Pour en savoir plus, consulte la [page 7](#) de l'album!

QUELQUES TRUCS À ADOPTER

Tu remarques qu'une fausse nouvelle ou une information douteuse circule au sein de ton entourage sur Facebook : signale-la sans plus attendre!

Q Pour en savoir plus, consulte la [page 21](#) de l'album!

LE POUVOIR DE L'IMAGE

Ces deux photos représentent le même visage. Qu'en penses-tu? Comment te sens-tu en les regardant?

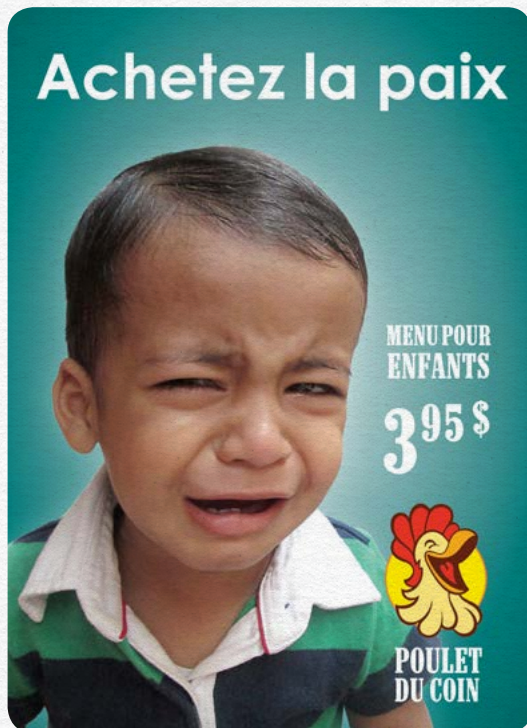


Q Pour en savoir plus, consulte les [pages 10 et 11](#) de l'album!



MÉDIAS ET PUBLICITÉ : LES INSÉPARABLES

À quelle stratégie publicitaire a-t-on recours pour vendre ce produit?



Q Pour en savoir plus, consulte les [pages 14 et 15](#) de l'album!

UNE PUISSANTE INFLUENCE

Lorsque tu regardes la télévision, reconnais-tu ta réalité (diversité culturelle et corporelle, rôle de la femme, etc.)? Est-ce que les garçons et les filles de ton âge que tu y vois te ressemblent?

Q Pour en savoir plus, consulte les [pages 8 et 9](#) de l'album!

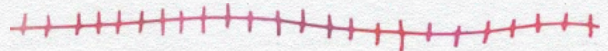


LES MÉDIAS AU SERVICE D'UN MONDE MEILLEUR

Crois-tu qu'il est possible d'utiliser les médias sociaux pour transformer positivement la société?

- > a) Les médias sociaux sont faits pour communiquer et se divertir, pas pour changer le monde!
- > b) Certaines personnes formées et spécialisées peuvent sûrement le faire, mais pas moi...
- > c) OUI! Les médias sociaux mettent une foule de moyens à ma disposition pour faire une différence sur notre planète!

Q Pour en savoir plus, consulte les [pages 18 et 19](#) de l'album!



DES MOTS POUR MIEUX COMPRENDRE

Selon toi, qu'est-ce qu'un algorithme?

- > a) C'est une formule mathématique qu'on apprend en secondaire 3.
- > b) C'est une calculatrice intégrée à un téléphone intelligent.
- > c) C'est un calcul faisant en sorte que les publications des gens que j'aime se retrouvent toujours en haut de mon fil d'actualité sur Facebook.

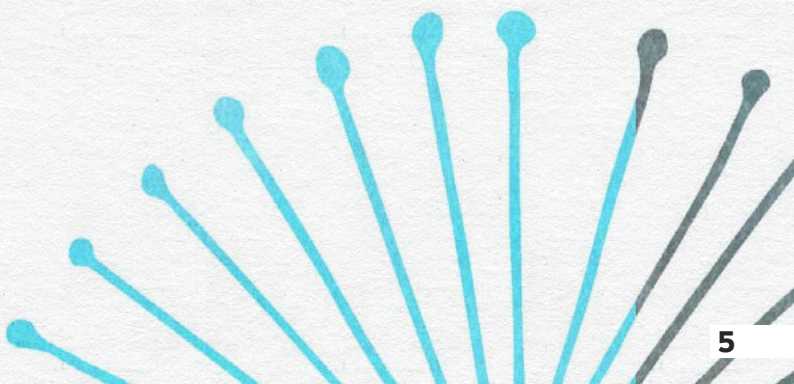
Q Pour en savoir plus, consulte la [page 6](#) de l'album!



LE GÉANT INTERNET

Vrai ou faux? Près de 15 % des Québécois âgés de 12 à 15 ans passent plus de quatre heures par jour sur le web la fin de semaine.

Q Pour en savoir plus, consulte les [pages 12 et 13](#) de l'album!



Des mots pour mieux comprendre

Associe le mot à la définition et à l'exemple qui lui correspondent afin d'en apprendre davantage sur les principaux concepts qui touchent le monde de l'éducation aux médias et à l'information.

MOTS

MÉDIA



INFORMATION



RÉSEAUX SOCIAUX



ALGORITHME



WEB 2.0



DÉSINFORMATION



MÉDIAS SOCIAUX



TROLL



DÉFINITIONS

a. Méthode de résolution de problèmes basée sur des calculs. Sur les réseaux sociaux, ces règles choisissent et ordonnent les contenus qui seront vus par les utilisateurs.

b. Utilisateur des médias et des réseaux sociaux qui vise uniquement à susciter le débat ou la controverse. Certains d'entre eux utilisent parfois un discours haineux et discriminatoire.

c. Fait observable ou reconnu comme étant certain, s'appuyant sur des données concrètes et rapporté à un public.

d. Stade de l'évolution d'Internet où les utilisateurs n'y recueillent plus seulement des informations, mais participent également à la création de contenu. Les sites web sont plus faciles que jamais à créer et à mettre en ligne.

e. Tout support qui permet la création, la diffusion ou le partage d'une information. Celui qui l'utilise peut s'exprimer sur différents sujets ou transmettre un message à d'autres personnes.

f. Médias du web permettant aux utilisateurs de s'identifier, de participer à la création de contenu et d'interagir avec d'autres.

g. Plateforme web regroupant une communauté d'utilisateurs en interaction qui créent et se communiquent du contenu et de l'information.

h. Utiliser les médias afin de transmettre volontairement un fait erroné pour tromper et influencer l'opinion des gens.

EXEMPLES

1. Wikipédia est une encyclopédie libre présente sur le web depuis 2001. Chacun peut s'y créer un compte pour ajouter ou corriger des informations inscrites.

2. Blogues, forums de discussion

3. Journaux, radio, Internet

4. Commenter une publication en attaquant la personne qui l'a mise en ligne au lieu de critiquer le message qui a été publié.

5. Sur Facebook, le contenu publié récemment par nos amis proches est bien visible sur notre fil d'actualité.

6. Les changements climatiques ne sont pas causés par les activités humaines.

7. La Deuxième Guerre mondiale s'est terminée en 1945.

8. Snapchat, Twitter, Instagram

Pour trouver les réponses aux jeux proposés dans l'album, visitez le site web du Réseau In-Terre-Actif à l'adresse suivante :

www.in-terre-actif.com/medias

Les médias en 2018



JOURNAUX

DEPUIS Le tout premier journal a été imprimé en 1605 à Strasbourg, ville appartenant aujourd'hui à la France. Il s'appelait Relation et comptait quatre pages¹. **POUR QUI?** Chaque journal a son propre public cible : un territoire, une tranche d'âge, un intérêt pour un sujet en particulier, etc. **À SAVOIR** La Gazette de Québec, premier journal canadien, est publiée depuis 1764². Puisqu'il existe encore à ce jour, sous le nom de The Quebec Chronicle-Telegraph, c'est le plus vieux journal nord-américain.



RADIO

DEPUIS Employée en 1840 pour envoyer des messages codés (grâce au code morse, par exemple)³, elle permet de diffuser la voix humaine dès 1906⁴. **POURQUOI?** Écouter des émissions au contenu très variable : actualités, divertissement, musique, etc. **À SAVOIR** En 1938, la diffusion radio d'une histoire intitulée « La guerre des mondes » le jour de l'Halloween a faussement fait croire à des milliers d'Américains que la Terre était envahie par des Martiens⁵.



TÉLÉVISION

DEPUIS Inventée en 1925 en Angleterre et aux États-Unis⁶. Apparition au Canada en 1952, avec la toute première diffusion (un match de baseball) sur les ondes de Radio-Canada⁷. **POURQUOI?** Regarder des émissions d'information et de divertissement. **À SAVOIR** En 2017, les Québécois passaient environ 32 heures par semaine devant la télé⁸.



INTERNET

DEPUIS Mis en ligne en 1969, il avait pour but, à cette époque, de simplifier les échanges d'information entre de grandes universités américaines⁹. **POURQUOI?** Permettre l'accès simple et rapide à un vaste contenu sur une multitude de sujets. **À SAVOIR** En 2018, 53 % de la population mondiale est connectée à Internet¹⁰.



FACEBOOK

DEPUIS Créé en 2004 sur le campus de l'Université Harvard, aux États-Unis¹¹. **POUR QUI?** En 2018, le réseau comptait 2,2 milliards d'utilisateurs¹², c'est-à-dire 30 % de la population mondiale. **À SAVOIR** Facebook est le plus ancien et le plus populaire des réseaux sociaux. Il est régulièrement critiqué pour sa tendance à laisser propager de fausses nouvelles ou à mal protéger les renseignements personnels de ses utilisateurs.



YOUTUBE

DEPUIS Créé en 2005. La toute première vidéo ajoutée au site mettait en vedette un de ses fondateurs visitant le zoo de San Diego, en Californie¹³. **POUR QUI?** Le site web est accessible dans 83 pays et 76 langues¹⁴. **À SAVOIR** 43 000 vidéos sont visionnées chaque seconde et 300 heures de vidéo sont ajoutées chaque minute sur YouTube¹⁵.



TWITTER

DEPUIS Créé en 2006, aux États-Unis¹⁶. **POURQUOI?** Partager de brefs messages, appelés tweets, comptant 280 caractères maximum. Plusieurs utilisent cette plateforme afin de relayer des nouvelles et de commenter l'actualité. **À SAVOIR** C'est ce réseau social qui a popularisé l'utilisation des #mots-clics en 2007, afin de rassembler des tweets portant sur un même thème¹⁷.



INSTAGRAM

DEPUIS Créé en 2010 aux États-Unis par un passionné de photo¹⁸. **POURQUOI?** Partager des photos et de courtes vidéos. **À SAVOIR** Surtout utilisé par les jeunes : 76 % des utilisateurs sont âgés de 16 à 34 ans¹⁹.



SNAPCHAT

DEPUIS Créé en 2011 dans le cadre d'un projet étudiant²⁰. **POURQUOI?** Envoyer des images ou des vidéos qui s'autodétruisent après un court laps de temps. **POUR QUI?** Les jeunes : 71 % des utilisateurs de cette **application** ont moins de 25 ans²¹.



Une puissante influence

*Une puissante
influence*



Les médias détiennent un pouvoir extraordinaire et puissant : celui de joindre un grand nombre de personnes et de leur transmettre des informations. On les qualifie même parfois de quatrième pouvoir, après les pouvoirs exécutif (le gouvernement), législatif (les députés) et judiciaire (les tribunaux). Ce pouvoir leur permet d'influencer la population sur des sujets variés. Ils ont un impact sur nous en tant qu'individus, citoyens, électeurs et consommateurs.

PLUS ON EN PARLE, PLUS ÇA NOUS INTÉRESSE!

Les médias influencent d'abord nos intérêts et nos opinions par le biais des thèmes qu'ils choisissent d'explorer. Plus on entend parler d'un sujet, plus on s'y intéresse et plus on se sent concerné. Même chose pour les chansons à la radio : plus une chanson est diffusée souvent, plus elle devient populaire et plus elle est demandée! **Voilà comment les médias ont un effet sur les priorités et les décisions politiques. En suscitant l'enthousiasme de la population à l'égard d'une thématique, ils incitent les élus à prendre position, à adopter des lois ou poser des gestes concrets.**

Malheureusement, certains enjeux majeurs comme l'éducation et l'environnement y sont rarement abordés en profondeur. D'autres sujets comme les 3S (Spectacle - Sang - Sport) ont, quant à eux, une place de choix dans les journaux et les bulletins de nouvelles. C'est ce qu'on appelle le sensationnalisme : attirer l'attention des gens sur du contenu spectaculaire pour faire vendre ou augmenter les cotes d'écoute.

LA PRÉSENTATION DE L'INFORMATION

D'autres éléments ont aussi un rôle à jouer dans la façon dont l'information est reçue et comprise par le public. Par exemple, dans le cas d'un journal :

- **le ton du journaliste** : est-il neutre ou donne-t-il son opinion?
- **les mots employés** : utilise-t-on des adverbes (vraiment, totalement, trop...) et superlatifs (meilleur, pire, le plus, le moins...) pour donner plus ou moins de poids à un fait?
- **la longueur de l'article** : quelques lignes ou une page complète?
- **le choix de l'image** : y a-t-il une image ou non? est-elle grande ou petite?
- **la fréquence à laquelle l'enjeu est abordé** : une fois par jour? par semaine? par mois?

UNE RÉALITÉ QUI ME RESSEMBLE?

Par leur manière de communiquer avec nous, les médias façonnent notre vision de la société. Ils entraînent l'admiration ou la peur, la joie ou l'insatisfaction. Ils nous convainquent de ce qui est bon, mauvais, acceptable ou dangereux. Enfin, ils peuvent avoir un lourd impact sur notre image et notre perception de nous-mêmes. Ils peuvent faire naître et entretenir des stéréotypes en présentant régulièrement les gens sous un certain angle : des Noirs qui savent danser, des Latinos charmeurs, des filles qui aiment le maquillage, des garçons qui aiment la bagarre, des grands qui sont bons au basketball, etc. À quand plus de **diversité culturelle, corporelle et sexuelle** dans les médias?



Qu'en penses-tu?

Selon toi, quelles sont les conséquences pour une personne lorsque son droit à l'information n'est pas respecté?



À toi de jouer!

Fais une recherche pour comprendre les différences entre ces métiers liés aux médias : journaliste, chroniqueur, éditorialiste, recherchiste, correspondant, commentateur, analyste.



Le pouvoir de l'image



*Le pouvoir
de l'image*

L'utilisation des images dans les médias d'information n'est pas banale. Que l'on parle de photos, de dessins ou de caricatures, les illustrations font partie des messages à communiquer. Certaines images peuvent même donner de l'importance à des nouvelles en particulier en attirant l'attention de la population. En ce sens, on peut dire que les images sont parfois plus puissantes que les mots.

DES IMAGES QUI PARLENT

Les illustrations portent souvent une charge émotionnelle, c'est-à-dire qu'elles nous font réagir en faisant naître des émotions. Par exemple, les photos d'enfants sont plutôt attendrissantes, tandis que celles d'animaux sont souvent mignonnes et amusantes. De la même façon, d'autres types d'images peuvent nous horripiler, comme l'illustration d'une scène de crime, ou choquer, comme une photo d'un déversement de produits chimiques provenant d'une usine dans un cours d'eau.

Elles permettent aussi de rendre plus concrets les grands enjeux humains de notre monde. Prenons le cas des réfugiés. Peu importe notre opinion sur le sujet, il est difficile d'être insensible à l'histoire d'une famille qui se réfugie au Canada après avoir enduré des années de guerre dans son pays d'origine. Le réchauffement de la planète semble aussi plus réel lorsque l'on voit des personnes qui ont tout perdu dans des ouragans ou des inondations causés par les changements climatiques. De cette façon, les images transforment les grands titres en histoires personnelles qui touchent chacun d'entre nous.

Restons toutefois attentifs : il y a souvent plusieurs façons d'interpréter une même illustration et de comprendre le message derrière celle-ci. C'est pourquoi les grandes entreprises des médias doivent les choisir de manière honnête, les expliquer clairement avec un titre ou une légende et les mettre en contexte avec des articles complets.



L'IMPACT DE PHOTOSHOP ET DES RETOUCHES

De nos jours, le recours aux logiciels de retouche photo est de plus en plus fréquent. On peut modifier la lumière, retravailler les couleurs, effacer des détails dérangeants, mais aussi carrément déformer la réalité ou transformer des visages et des corps. On n'a qu'à penser aux publicités ou aux photos de mode, où l'on a affaire à des mannequins métamorphosés au point d'illustrer des idéaux physiques impossibles à atteindre. Cela peut avoir pour conséquence de miner l'estime de soi des personnes qui consomment ces images en présentant des corps parfaits et en faisant rêver d'une jeunesse éternelle. On peut aussi utiliser ces logiciels pour tromper les gens par des montages photo créés de toutes pièces dans le but de faire réagir ou de susciter la controverse.



Qu'en penses-tu?

As-tu déjà retouché une photo avant de la diffuser en ligne? Explique le contexte et ta réponse en quelques lignes.



À toi de jouer!

Consulte un journal et trouve les illustrations qui t'interpellent le plus. Discutes-en avec ta famille ou tes amis et tente de comprendre ce qui te touche dans ces images.



Le géant internet

Le géant internet

LA TECHNOLOGIE DANS NOS FOYERS

Internet occupe une place centrale dans notre quotidien. La preuve : 90 % des foyers québécois sont aujourd'hui connectés à Internet¹. On compte environ un ordinateur de table et deux ordinateurs portables par maison²! Les enfants ont, eux aussi, accès aux écrans et au web plus que jamais. La moitié des 12-25 ans possède d'ailleurs son propre ordinateur portable ou téléphone intelligent, et les 2/3 d'entre eux possédaient leur premier téléphone intelligent personnel dès l'âge de 13 ans³. Mais comment occupent-ils leur temps en ligne? Qu'est-ce qui les intéresse?

Une étude a démontré que les jeunes adorent visionner du contenu en ligne : des vidéos, de la musique, des séries télé, des films, etc. Ils le font souvent, et longtemps! **La fin de semaine, plus de la moitié des adolescents de 12 à 15 ans passe au moins 2 heures par jour à regarder du contenu sur Internet... et 14 % d'entre eux y consacrent plus de 4 heures par jour⁴!** Cette activité s'effectue surtout à la maison, en solitaire et en même temps que d'autres tâches jugées moins importantes comme le ménage... ou les devoirs⁵.

VIE RÉELLE... OU VIRTUELLE?

Le temps passé en ligne ou devant un écran peut avoir plusieurs conséquences : problèmes d'attention, troubles du sommeil, sédentarité, etc⁶. On commence même à voir apparaître des problèmes de **cyberdépendance** chez certains, surtout des garçons, qui considèrent que les activités en ligne ou sur les plateformes de jeux sont plus intéressantes que la réalité. La grande valorisation reliée au nombre d'amis, aux mentions « J'aime » et aux commentaires obtenus sur les médias sociaux peut aussi affecter la confiance et l'estime de soi des pré-adolescents. **Pour garder l'équilibre entre la vie réelle et la vie virtuelle, mieux vaut limiter son temps en ligne, entretenir ses amitiés en personne et développer d'autres passions!**

LES NOUVELLES STARS DU WEB

Les **influenceurs** sont de plus en plus célèbres auprès des enfants : ils les connaissent, les regardent et les admirent. Certaines personnalités sont d'ailleurs suivies par des milliers, voire des millions de personnes sur Instagram ou sur YouTube. Ils informent sur les dernières

tendances mode, offrent des astuces beauté, racontent leurs voyages, parlent de leurs jeux vidéo favoris... mais conseillent aussi sur les relations amicales ou amoureuses, la puberté et la sexualité. La popularité des influenceurs découle de plusieurs facteurs :

- leur personnalité se démarque;
- ils partagent leurs opinions et leurs émotions sans filtre;
- ils donnent de l'information sur des thèmes qui touchent leurs abonnés (et dont les jeunes n'osent peut-être pas discuter avec leurs parents!);
- ils s'adressent directement à leurs admirateurs comme s'ils étaient des amis proches.



Mais doit-on considérer tous les influenceurs comme des modèles positifs? Peut-on se fier à leurs recommandations? Il faut savoir que plusieurs d'entre eux touchent de l'argent en faisant de la publicité sur les réseaux sociaux. 75 % de cette publicité est souvent cachée : ils vantent des produits « coup de cœur »... sans mentionner que les compagnies derrière ces produits les ont payés pour en parler⁷! Rappelons-nous aussi que le style de vie exposé sur Internet par ces nouvelles vedettes du web ne représente pas leur « vraie vie ». L'objectif est de captiver et de faire rêver leurs abonnés afin qu'ils continuent de les suivre en ligne.



Qu'en penses-tu?

Sens-tu que tu négliges parfois des personnes ou des activités importantes pour toi à cause du temps que tu passes en ligne ? Explique ta réponse.



À toi de jouer!

Relève le défi « Une semaine sans écran »! Invite ta famille à t'accompagner et notez vos réflexions dans un journal de bord : vos impressions, les impacts positifs et négatifs de l'abolition des écrans dans votre maison, les prises de conscience de chacun...

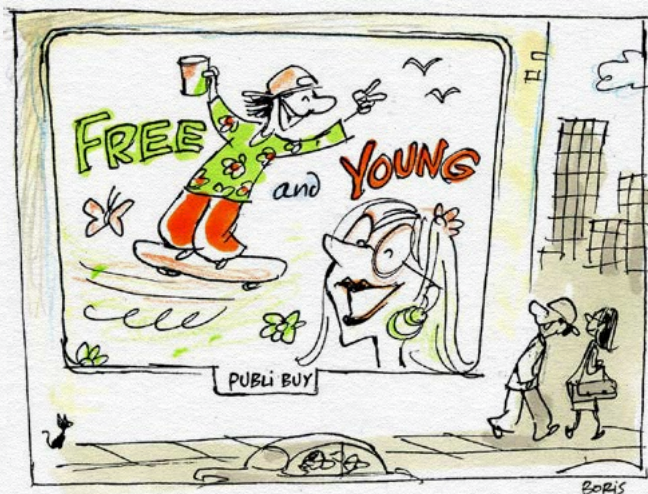


Médias et publicité: les inséparables



LA PUB EST PARTOUT!

La publicité est présente partout : dans la rue, à la télé, à la radio, dans les journaux, mais aussi de plus en plus dans les vidéoclips, dans les films et sur le web. 500 milliards de dollars sont dépensés en publicité chaque année à travers le monde, dont la moitié en ligne¹. À titre de comparaison, investir 500 milliards de dollars par année pendant huit ans permettrait d'éliminer complètement la faim dans le monde².



UNE RELATION D'INTERDÉPENDANCE

Les médias et la publicité sont interdépendants, l'un ne peut pas se passer de l'autre. Les entreprises ont besoin des médias pour faire connaître et vendre leurs produits, tandis que les médias ont besoin de vendre des espaces publicitaires pour se financer et continuer d'exister. C'est pourquoi il est presque impossible de dénicher une émission, un magazine ou un site web qui ne soit pas bondé de publicités.

Sur Internet, des applications permettent désormais de bloquer l'affichage publicitaire, considéré comme trop abondant et dérangeant³. Certaines entreprises, de leur côté, demandent plutôt aux utilisateurs de payer un petit montant supplémentaire par mois pour accéder à la version « sans pub » de leur site⁴.

LES STRATÉGIES PUBLICITAIRES

La publicité fait parfois sourire, parfois réfléchir... mais surtout, consommer. En plus de nous créer de nouveaux désirs et de nous donner envie d'acheter, la publicité nous propose un système de valeurs et de croyances. Elle veut nous convaincre que le bonheur, l'amour, la popularité et l'estime de soi s'obtiennent par la possession de biens matériels plutôt qu'en misant sur notre personnalité et nos qualités.

Pour joindre les consommateurs, différentes stratégies sont utilisées :

- **Piquer la curiosité** : donner envie d'en savoir plus sur une nouveauté mystérieuse.
- **Faire une promesse** : vanter les avantages de l'utilisation d'un produit.
- **Faire appel à l'émotion** : la sécurité, l'amitié, le bonheur, etc.
- **Utiliser la célébrité** : faire appel à une personne connue à qui les fans veulent ressembler.
- **L'illusion du prix** : proposer un prix abordable ou une offre à ne pas manquer.

DES PUBLICITÉS POUR ENFANTS?

Au Québec, la Loi sur la protection du consommateur interdit de produire des publicités qui s'adressent aux enfants de moins de 13 ans. Cette loi est cependant difficile à faire respecter sur le web, où les publicitaires ont maintenant 1001 possibilités de rejoindre les enfants⁵. Cette situation peut être problématique puisque les mineurs, souvent influençables et sensibles, sont plus réceptifs que les adultes aux messages publicitaires. Ils peuvent développer des habitudes de surconsommation, faire de mauvais choix alimentaires (friandises et malbouffe) ou vivre des sentiments de privation et de frustration lorsque leurs parents refusent de leur acheter un produit convoité⁶.

LE MARKETING SOCIAL

Évidemment, toute publicité n'est pas néfaste en soi. Le **marketing social** fait appel aux techniques utilisées en publicité afin de faire la promotion de valeurs ou de comportements positifs pour les individus ou l'ensemble de la société. On peut, par exemple, penser aux campagnes menées en faveur du recyclage ou contre l'intimidation.



Qu'en penses-tu?

Crois-tu que la publicité influence tes choix de consommation? Explique ta réponse.



À toi de jouer!

En feuilletant un magazine, trouve une publicité correspondant à chacune des stratégies marketing mentionnées dans l'album.

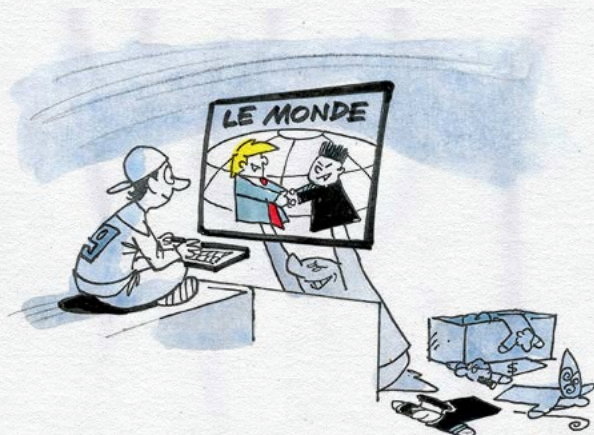


Un tour du globe



*Un tour
du globe*

Sur notre magnifique planète, il règne malheureusement de grandes inégalités. Un humain sur neuf souffre de **malnutrition**¹ et 10 % des habitants des pays du Sud vivent avec moins de 2\$/jour². Des injustices se manifestent également dans l'accès à l'information et aux médias en général. Alors que l'Internet haute vitesse est devenu la norme au Québec, un tel abonnement représente plus qu'une année complète de salaire dans certains pays africains comme le Congo ou Madagascar³.



LA LIBERTÉ DE PRESSE

La liberté de presse correspond à la possibilité de créer des supports médiatiques (journal, site web, etc.) et de diffuser ses opinions sans craindre de subir des **représailles**⁴. Elle se mesure en observant :

- si une diversité de faits et d'opinions est présentée au grand public;
- si les médias sont indépendants du gouvernement pour assurer leur survie;
- si des lois protègent les travailleurs du milieu des médias;
- si les journalistes osent aborder tous les sujets, même les plus délicats, sans avoir peur;
- si les travailleurs des médias ne subissent pas de menaces ou de mauvais traitements⁵...

Malheureusement, peu de pays autour du globe respectent réellement l'ensemble des principes de la liberté de presse.

L'organisme Reporters sans frontières réalise un classement annuel de la liberté de presse selon les pays. En 2018⁶, la Corée du Nord occupait le tout dernier rang du classement, tandis que la Norvège se situait en tête de liste. Le Canada, pour sa part, occupait le 18^e rang sur 175 pays.

LA CENSURE

La censure est un phénomène de plus en plus présent dans le paysage médiatique international. Elle consiste à limiter le droit de s'informer ou de s'exprimer. Dans certains pays, comme la Russie, la Chine⁷ ou la Turquie⁸, le gouvernement bloque l'accès à certains sites web pour tenir la population dans l'ignorance. Ailleurs, comme en Iran et en Corée du Nord, on interdit YouTube, Twitter et Facebook pour empêcher les citoyens de se mettre en réseau et de communiquer avec l'extérieur⁹.

LA MORT KILOMÉTRIQUE

La théorie de la mort kilométrique affirme que plus une tragédie se produit loin de chez nous, moins elle suscitera notre intérêt. Par exemple, un attentat terroriste dans une grande ville d'Amérique du Nord ou d'Europe aura une couverture médiatique beaucoup plus grande au Québec qu'un événement similaire - ou même pire - en Afrique ou au Moyen-Orient. **Plus les victimes nous paraissent éloignées, moins nous nous laissons toucher par la tragédie. Triste constat, n'est-ce pas?**

BIENVENUE À SILICON VALLEY!

Savais-tu que les principaux géants d'Internet (Google, Apple, Facebook, Netflix, eBay, etc.), ainsi que 6000 autres entreprises technologiques¹⁰, ont tous leur **siège social** en Californie, dans un périmètre d'à peine quelques kilomètres? On appelle cette zone la Silicon Valley, ou « vallée du silicium », une matière première largement utilisée en électronique. En développant des technologies, des applications et de nouvelles façons de communiquer, « la vallée » a un impact massif sur tous les pays du monde.



Qu'en penses-tu?

Plus de 660 millions de femmes dans le monde ne savent ni lire ni écrire¹¹. Quel impact crois-tu que cette situation occasionne sur leur capacité à s'informer et à accéder aux médias?



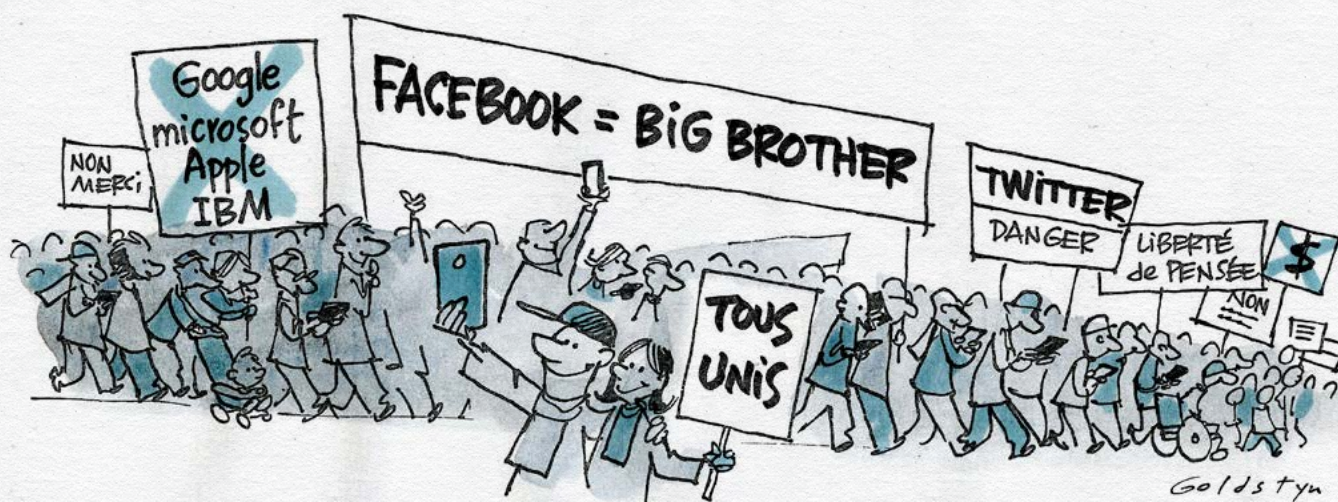
À toi de jouer!

Écris un message d'encouragement à un prisonnier d'opinion, c'est-à-dire une personne emprisonnée pour avoir exprimé librement ses opinions, dans le cadre d'une campagne de l'organisme Amnesty Internationale.



Les médias au service d'un
monde meilleur





Puisqu'ils touchent un grand nombre de personnes à la fois, les médias sont en mesure de sensibiliser la population et de la mettre en action sur une foule de sujets. Ils peuvent être utilisés, par exemple, pour diffuser des articles informatifs sur la crise des changements climatiques, pour organiser et promouvoir des manifestations pacifiques contre les injustices, pour partager des pétitions sur le respect des droits humains... De cette façon, les médias et leurs utilisateurs se mettent au service de la solidarité et du changement.

L'ENGAGEMENT À L'ÈRE DES MÉDIAS SOCIAUX

L'arrivée des réseaux sociaux, qui sont gratuits et à la portée de tous, a fait naître de nouvelles possibilités d'engagement pour les causes qui nous tiennent à cœur. L'information et les moyens d'agir sont plus accessibles. Chacun peut même poser des gestes simples et efficaces dans le confort de sa maison. Toutes ces actions individuelles, lorsqu'elles s'additionnent, peuvent créer de réels **mouvements sociaux** qui transforment la société.

Un exemple récent : le mouvement #moiaussi, à l'automne 2017. Des milliers de personnes autour du globe ont utilisé ce mot-clic sur les médias sociaux afin de dénoncer les gestes de **harcèlement** ou les agressions sexuelles qu'elles avaient subies. Ces messages ont mis en évidence un problème de société, ils ont donné

à de nombreuses victimes le courage de dénoncer leur agresseur et ils ont communiqué le message clair que les conduites **sexistes** sont inacceptables.

L'IMPACT DES BONNES NOUVELLES

Les médias traditionnels, tels que la télévision et les journaux, nous bombardent constamment de mauvaises nouvelles : épidémies, crimes, terrorisme, catastrophes naturelles... Celles-ci ont tendance à dépeindre le monde comme un endroit atroce où tout va mal. Elles font également augmenter le stress¹ et la tristesse² des citoyens. Pourtant, la Terre regorge d'initiatives inspirantes, de projets qui fonctionnent et de gens extraordinaires qui trouvent des solutions aux problèmes de notre époque!

Heureusement, depuis quelques années, les bonnes nouvelles ont la cote... du moins, en ligne. En effet, selon des études, les bonnes nouvelles ont plus de chance que les mauvaises d'être partagées sur les médias sociaux³. En plus de faire du bien et de donner de l'espoir aux gens, ce type de nouvelles donne une vision plus juste et équilibrée de notre planète.



Qu'en penses-tu?

Raconte une expérience où les médias sociaux ont contribué à un changement positif autour de toi.



À toi de jouer!

Écoute un bulletin de nouvelles et note combien de nouvelles négatives et de nouvelles positives y sont diffusées. Que remarques-tu?

Nous avons tous un rôle à jouer

Depuis quelques années, on remarque une tendance, parfois nourrie par des leaders politiques importants, à remettre en question le travail des médias. D'ailleurs, en 2018, seulement 55 % des Québécois affirmaient faire confiance aux médias¹. Il faut cependant garder en tête que le travail des journalistes est essentiel dans toute société. Il permet de critiquer le pouvoir en place, de promouvoir des idées nouvelles et de faire connaître des situations qui méritent l'attention de la population.

Pour que l'impact des médias et de l'information en général soit positif dans nos vies et pour l'ensemble de la collectivité, chacun d'entre nous doit cependant prendre ses responsabilités.



CITOYENS

- **Se poser les bonnes questions :** Qui s'adresse à moi? Quel est le message? Pourquoi veut-on me communiquer cette information? D'où provient-elle? En répondant à ces quelques questions, on arrive à mieux comprendre ce qu'on lit ou ce qu'on regarde. On peut ensuite décider de l'importance que l'on accordera à cette nouvelle information.
- **Développer son esprit critique :** L'esprit critique est la capacité à s'interroger, à analyser ou à examiner tous les éléments en place avant de prendre position ou de poser des gestes. L'esprit critique amène à se questionner et à rester vigilants au lieu de croire tout ce que l'on nous dit les yeux fermés. Il constitue le principal outil de ceux qui souhaitent consulter les médias de manière avisée.
- **Diversifier ses sources :** Recueillir ses informations à plus d'un endroit (journaux, chaînes de télé, sites web, etc.) est un réflexe à développer. Quand on se réfère toujours à des sources qui disent la même chose que nos propres convictions, on se prive d'idées opposées qui pourraient nous faire réfléchir et nous permettre de bâtir des points de vue plus nuancés.

JOURNALISTES

- **Proposer de l'information compréhensible et de qualité :** L'information transmise au public doit d'être **pertinente**, vérifiée, complète et récente. Elle doit aussi être accessible tout en allant assez en profondeur pour que la population comprenne bien les enjeux.
- **Respecter des principes d'éthique :** Les journalistes et les photographes professionnels du Québec sont tenus de respecter certains grands principes : servir le public², être indépendants et rechercher la vérité³.

GOUVERNEMENTS

- **Encadrer par des lois :** Des lois doivent être adoptées pour que les médias puissent travailler correctement. Au Canada, par exemple, des lois donnent accès aux documents produits par les **organismes publics** et garantissent la confidentialité des **sources journalistiques**.
- **Protéger la population :** Même si les médias évoluent et se transforment très rapidement, les gouvernements doivent tout faire pour protéger les renseignements personnels des citoyens et interdire les propos haineux ou **discriminatoires**.
- **Offrir du financement :** Les gouvernements doivent soutenir les médias en leur assurant un financement permettant leur survie, sans toutefois exercer un contrôle sur le contenu diffusé ou publié.

Quelques trucs à adopter

« 30 SECONDES AVANT D'Y CROIRE »

POUR LUTTER CONTRE LA DÉSINFORMATION

🔗 www.30secondes.org

Une information circule en ligne et tu as envie de l'aimer, la partager ou la commenter? Prends d'abord quelques instants pour lui faire passer le test des #30sec¹ :

- **30 - 30 secondes pour lire** : Même si les gros titres peuvent nous renseigner, rien de mieux que de prendre le temps de cliquer pour lire le contenu de la nouvelle en entier. On s'assure ainsi d'avoir bien compris et de réfléchir à ce qu'on vient de lire avant d'agir.
- **S - Vérifier la Source** : D'où vient la nouvelle? Est-ce un média fiable? L'article est-il signé?
- **E - Éveiller son Esprit critique** : À première vue, est-ce que quelque chose cloche avec cette nouvelle? Parle-t-on de faits vérifiés ou d'opinions? Est-ce que d'autres médias connus en parlent aussi?
- **C - Comprendre le but du message** : Veut-on me faire acheter, me faire peur, me fâcher, me manipuler? Veut-on plutôt me faire apprendre, comprendre, réfléchir?

TRUCS EN VRAC

- Visite le 🔗 www.facebook.com/about/basics pour améliorer la sécurité de ton compte Facebook. Apprends à protéger tes informations confidentielles, à choisir qui voit tes photos et tes publications, à bloquer une personne qui te dérange, à désactiver ton profil, à réagir si ton compte est piraté, etc.
- Tu cherches à savoir d'où provient une image trouvée en ligne? Enregistre-la d'abord sur ton ordinateur. Clique ensuite dessus et, en maintenant le bouton de ta souris enfoncé, dépose-la dans le champ de recherche du site 🔗 www.images.google.com. Tu verras alors apparaître tous les sites web où cette image est utilisée!
- Pour signaler une fausse nouvelle ou une publication douteuse sur Facebook, clique sur les trois petits points à droite du titre. Clique ensuite sur « **Donnez votre avis sur cette publication** » et choisis la catégorie appropriée : fausse information, violence, harcèlement, discours incitant à la haine, etc.



Qu'en penses-tu?

Qu'est-ce que ça signifie pour toi, être bien informé? Considères-tu que tu es bien informé?



À toi de jouer!

Consulte des sites web vérificateurs de faits. Quelques exemples :

- le blogue de Jeff Yates sur le site web de Radio-Canada (nouvelles générales) 🔗 ici.radio-canada.ca/jeffyates;
- le Détecteur de rumeurs de l'Agence Science-Press (nouvelles scientifiques) 🔗 www.sciencepresse.qc.ca/detecteur-rumeurs;
- le site du Pharmacien (nouvelles scientifiques) 🔗 www.lepharmacien.com;
- le site du Nutritionniste urbain (alimentation) 🔗 www.nutritionnistebain.ca.

As-tu appris des choses qui t'ont surpris?



ACTIVITÉ #1

À la une

Compare ces deux unes de journaux pour en faire ressortir les ressemblances et les différences et note tes réponses au bas de la page. Au besoin, reporte-toi aux **pages 8, 9, 10 et 11** de l'album pour nourrir ta réflexion sur le traitement médiatique de l'information.

Connais-tu les lois?

Dans toute société, chacun doit respecter des règles pour assurer l'ordre et la paix publique. Parmi cet ensemble de règles, on retrouve les lois. Celles-ci sont élaborées et adoptées par les députés des gouvernements provinciaux, comme au Parlement de Québec, et du gouvernement fédéral, à la Chambre des communes d'Ottawa. Ces lois régissent la vie des citoyens en indiquant leurs droits et leurs responsabilités. Elles prévoient aussi des sanctions, sous forme d'amendes ou de peines d'emprisonnement, pour ceux qui ne les respectent pas.

Même les personnes mineures sont soumises à la loi. Dans certains cas, les enfants (ou leurs parents) peuvent même être tenus responsables de leurs actes devant les tribunaux dès l'âge de sept ans! Un principe important à retenir : « Nul n'est censé ignorer la loi »... ce qui signifie que tu peux être reconnu coupable d'une **infraction** même si tu ne savais pas que ton action était illégale².

Lorsque tu utilises Internet et les médias sociaux... es-tu conscient des lois que tu dois respecter? Relie les mises en situations suivantes aux lois qui les concernent et mets tes connaissances à l'épreuve!

1- Sur Internet je suis libre de dire tout ce que je veux, même des choses un peu méchantes que je n'aurais jamais osé dire en personne. De toute façon, je n'utilise pas mon vrai nom alors personne ne peut me retracer.

2- J'ai diffusé la photo d'une de mes amies en ligne sans lui demander la permission. La photo est devenue virale et toute l'école l'a vue. Mon amie était fâchée et m'a demandé de la retirer. J'ai refusé... après tout, ce n'est qu'une photo!

3- Pour une recherche, j'ai trouvé de l'information super intéressante sur un site web. J'en ai copié-collé quelques paragraphes dans mon travail, mon enseignant ne s'en apercevra même pas.

4- Un garçon de mon école a publié des propos irrespectueux et violents sur Facebook à propos de son ancienne copine. Je ne suis pas vraiment en accord avec lui mais j'ai quand même cliqué sur « J'aime », comme plusieurs autres élèves de ma classe. Ce n'est qu'un clic, ça ne m'engage à rien.

a) Le plagiat consiste à copier ou à **s'approprier** une œuvre (texte, musique, etc.) sans en donner le crédit au créateur. Par exemple : lorsqu'on utilise une portion de texte telle quelle sans mentionner clairement le nom de l'auteur, c'est comme si on volait son œuvre. C'est donc illégal.

b) Certains discours sont interdits sur le web tout comme dans les autres médias. La diffamation, par exemple, correspond à tenir des propos pouvant nuire à la réputation de quelqu'un en mentant, en l'humiliant, en se moquant ou en incitant à la haine à son égard³. Les autorités policières peuvent d'ailleurs facilement identifier les personnes qui s'expriment en ligne en retraçant les appareils électroniques qu'elles ont utilisés, et ce, malgré le recours à un **pseudonyme**.

c) Le droit à la liberté d'expression a ses limites : on ne peut pas répandre des faussetés, inviter les gens à commettre un crime ou mettre en danger la sécurité des autres⁴. La cyberintimidation est aussi illégale et peut se mériter des accusations criminelles⁵. De plus, partager ou encourager ce type de propos, même s'ils ont été tenus par une autre personne, nous rend complice et peut également mener à des poursuites judiciaires⁶.

d) Il est interdit de diffuser l'image, les photos⁷ ou des informations personnelles⁸ sur quelqu'un sans avoir d'abord obtenu son approbation. Cela s'appelle le droit à l'image et à la vie privée. Si de telles publications effectuées sans autorisation causent du tort à la personne concernée, celle-ci peut s'adresser aux tribunaux pour obtenir une réparation en argent.



Qu'est-ce qui cloche?

Lis le court texte suivant et trouve les éléments qui sont problématiques. **Au besoin, reporte-toi aux pages 8, 9, 20 et 21 de l'album** et utilise les pistes de réflexion suivantes :

- Quel message cherche-t-on à transmettre?
- Les informations sont-elles crédibles? Parle-t-on de faits ou d'opinions?
- Présente-t-on les deux côtés de la médaille?
- Le choix des mots est-il approprié?
- Quelles sont les sources du journaliste? Sont-elles fiables?

LUNDI 19 OCTOBRE 2009

LE JOURNAL
NATIONAL

JOURNALNATIONAL.COM



UNE DÉCOUVERTE SCIENTIFIQUE MAJEURE EN GASPÉSIE



JEAN POITRAS

jean.poitras@journalnational.com

Selon une information qui circule actuellement dans le village de Montour, en Gaspésie, un sous-marin allemand datant de la Seconde Guerre mondiale (1939-1945) absolument intact a été repéré dans le fleuve St-Laurent par des touristes qui y faisaient du kayak. Ceux-ci ont immédiatement communiqué leur découverte aux policiers de la Sûreté du Québec, qui a envoyé une équipe de plongeurs afin d'en savoir davantage. Tel que mentionné sur le blogue de l'Association québécoise des plongeurs en eau douce, une opération sous-marine comme celle-ci coûterait près de 13 millions de dollars, car elle exigerait du matériel spécialisé et une équipe d'experts. Est-ce que le gouvernement québécois peut se permettre de faire une telle dépense? À mon avis, et plusieurs personnes

penseront comme moi, nous devrions plutôt concentrer nos énergies et nos ressources sur nos écoles qui tombent en ruine.

Des résidents du village de Montour se sont inquiétés sur Facebook : ils auraient peur que la décomposition du sous-marin puisse contaminer le fleuve St-Laurent. Évidemment, leur opinion n'est pas valable puisqu'ils ne sont pas des scientifiques. Si elle avait été dommageable pour l'environnement, il est certain que la présence du sous-marin aurait eu des conséquences sur la qualité de l'eau bien avant aujourd'hui! Cela démontre que les écologistes s'inquiètent souvent pour rien. ♦



ACTIVITÉ #4

Mène l'enquête!



Les écoles sont des microsociétés où il est important que les informations puissent circuler librement. De quelle façon communique-t-on dans ton école? Par des courriels adressés aux parents? Par des mémos papier remis aux élèves? Par le biais d'une radio ou d'un journal étudiant? Par des capsules informatives diffusées à l'intercom en début de journée?

Par cette activité, nous t'invitons à mener une enquête sur un sujet qui te touche dans ton milieu scolaire et à transmettre tes découvertes aux élèves ou aux parents par le biais des moyens de communication qui sont déjà présents. Et s'il n'y en a pas, pourquoi ne pas former un comité afin d'en mettre en place pour assurer la bonne circulation des idées, des nouvelles et des projets dans l'école?

ÉTAPES

- **1- Détermine le sujet** sur lequel tu aimerais mener ton enquête. (Par exemple : la gestion des déchets dans ton école, les activités souhaitées par les élèves, l'utilisation du transport actif pour les déplacements à l'école, etc.)
- **2- Dresse la liste des questions** que tu te poses et des personnes à interroger pour trouver les réponses à ces questions.
- **3- Réfléchis au(x) meilleur(s) moyen(s)** de faire connaître les résultats de ton enquête à la population de l'école ou aux parents.
- **4- Mène ton enquête** et note tes observations, pour ensuite rédiger un article ou un topo informatif sur le sujet.
- **5- Communique les résultats** obtenus à tes pairs.

Bonne enquête!

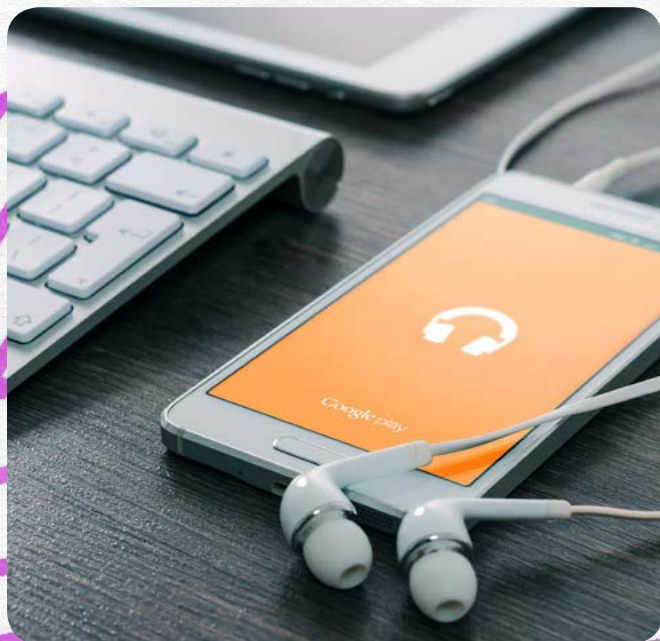
Mot de la fin

Tout le monde a une relation avec les médias et l'information. Celle-ci peut parfois être étourdissante : il existe tellement de chaînes de télé et de radio, de journaux en version papier ou virtuelle, de sites web et de nouvelles applications à connaître et à télécharger... Dans cette industrie qui se renouvelle sans cesse, il peut être difficile de s'y retrouver et de faire le tri dans la multitude d'informations disponibles.

À l'ère où les humains n'ont jamais été aussi connectés, force est de constater que les médias peuvent à la fois nous rapprocher, mais aussi nous éloigner. Nous pouvons entretenir des liens étroits avec des gens des quatre coins du monde en temps réel ou passer des heures à discuter avec nos centaines d'amis en ligne... sans jamais quitter la solitude des murs de notre chambre à coucher.

Chacun d'entre nous doit rester vigilant et entretenir un rapport sain avec les médias. Pour ce faire, l'esprit critique est un allié d'importance : il permet d'avoir un recul sur soi-même et sur l'information que l'on consomme, de se poser les bonnes questions au bon moment et de confronter ses opinions avec des points de vue qui diffèrent des nôtres. Il permet également d'analyser la façon dont les médias façonnent et orientent nos valeurs, nos comportements et notre mode de vie, pour le meilleur et pour le pire.

Les médias sont des outils extraordinaires et puissants : il suffit de déterminer pourquoi et comment les utiliser afin de transformer le monde positivement!



DANS CET ALBUM...

...as-tu appris quelque chose de nouveau?

...est-ce que ta perception des médias s'est transformée?

...as-tu été surpris par certaines informations?

...as-tu découvert un truc que tu souhaites mettre en application?

glossaire

Application : Programme informatique développé pour réaliser certaines tâches ou répondre à des besoins précis.

Controverse : Débat autour d'un sujet sensible ou qui ne fait pas l'unanimité.

Cyberdépendance : Dépendance liée à Internet et aux activités qu'on y pratique (jeux en ligne, médias sociaux, etc.).

Démocratie : Système politique dans lequel le pouvoir appartient au peuple.

Discriminatoires : Qui opèrent une distinction entre des groupes ou des personnes en se basant sur certains critères.

Diversité culturelle, corporelle et sexuelle : Présence et représentations de plusieurs types de cultures, de corps, d'orientations sexuelles et d'individus des deux sexes.

Éthique : Principes moraux qui dictent la bonne conduite des individus.

Harcèlement : Action d'exposer en continu une personne à des demandes, des critiques ou des attaques.

Individualisme : Doctrine qui favorise et se concentre sur l'individu et ses besoins plutôt que sur la collectivité.

Influenceurs : Personnes actives sur les réseaux sociaux et qui diffusent du contenu afin d'influencer les comportements et les opinions des internautes.

Infraction : Violation d'une règle ou d'une loi.

Malnutrition : Carences, excès ou déséquilibre dans l'alimentation d'une personne.



Marketing : Ensemble de stratégies et d'actions visant à susciter l'intérêt des consommateurs pour un produit afin qu'ils se le procurent. Le **marketing social**, quant à lui, vise plutôt à promouvoir des causes, des valeurs et des conduites socialement responsables auprès de la population.

Mouvements sociaux : Actions collectives et revendications portées par la population et dont l'objectif est de changer l'ordre social établi.

Organismes publics : Organismes créés et financés par le gouvernement et dont les dirigeants sont nommés par ce dernier.

Pertinente : Adaptée et appropriée.

Pseudonyme : Nom ou surnom qu'une personne utilise pour cacher son identité.

Représailles : Actes violents ou mauvais traitements exercés à titre de riposte ou de vengeance.

S'appropriier : S'attribuer, faire comme si quelque chose nous appartenait ou provenait de nous.

Sexistes : Attitudes ou gestes discriminatoires basés sur le sexe.

Siège social : Adresse de l'établissement principal d'une entreprise ou d'une organisation, qui permet de déterminer sa nationalité.

Sources journalistiques : Personnes qui fournissent des renseignements aux journalistes.

LE RÉSEAU
**INTERRE
ACTIF**

942, rue Ste-Geneviève
Trois-Rivières (Québec)
G9A 3X6, Canada

t 819 373-2598 / f 819 373-7892
rita@in-terre-actif.com
www.in-terre-actif.com

ISSN 1911-0839