

SOMMAIRE



04

Gestion pandémique : quel bilan au Québec ?



16

De la désinformation
à la « désinfodémie »



42

À qui appartient
une idée ?



22

Voir le beau et le
bon de la crise



48

Koze : les valeurs
à la bonne place

- 06 NOUVEAUX MANDATS
- 08 CAMPAGNES ET CRÉATIVITÉ
- 18 INITIATIVES NUMÉRIQUES
- 26 AFFAIRES DE L'INDUSTRIE
- 36 PRIX ET DISTINCTIONS
- 50 CRÉATIONS
- 52 NOMINATIONS
- 57 CAMPAGNES INTERNATIONALES

20

Personnalité
de la semaine

Andrew Johnson (Drewww)

38

Étoiles montantes

Audrée Anne Gélinas (Jungle Média)
et Apolline Longeon (Hamak)

44

Va te faire voir avec

Sara Fontaine

46

Bons et mauvais
coups médiatiques
de la pandémie

Éditeur : Éric Chandonnet

Coordonnatries à l'édition/rédactrices : Tanya Courchesne, Lea D. Nguyen, Emmie-Wesline Massier

Journalistes : Simone Béatrice Gravel, Émilie Desgagné, Geneviève Morin, Jessica Poirier-Roy

Designe graphique : Yan Lanouette

Publicité : Élodie Pflumio - elodie@grenier.qc.ca

Illustration couverture : Marie-Eve Turgeon



Grenier aux nouvelles
est détenteur du





Gestion pandémique : quel bilan au Québec ?

On l'attendait n'est-ce pas ? Deux ans plus tard, quasi jour pour jour, la pandémie s'essouffle. Enfin, presque. Comme le reste de la planète, les mesures sanitaires imposées par les instances gouvernementales ont joué au yoyo — avec notre santé mentale notamment — et, plus que jamais, ont scindé la population. Retour sur la gestion de la crise de la Covid-19 dans la Belle Province.

PAR LEA D. NGUYEN

Communication

Difficile d'attribuer une note sur la « performance » de la gestion pandémique tellement elle est colossale. Que mesure-t-on, au fait ? L'accès aux tests rapides, le taux de vaccination, la situation dans les hôpitaux, la gestion des CHSLD, la ventilation dans les écoles et plus encore ? Si on ne s'attarde QUE sur la communication, le gouvernement obtient une bonne note. Ce dont il faut se rappeler, en temps de crise, c'est que les informations circulent rapidement et changent tout aussi brusquement. Au moment où on prend une décision selon les données disponibles, et qu'on la communique, l'informa-

tion aura le temps de muter (comme le virus ! *Too soon ?*) et ne sera déjà plus valide. D'où les nombreux changements dans les prises de décisions. Et ça vaut pour toutes les organisations. Imaginez un peu lorsqu'on doit gérer une population de plus de 8 millions de personnes ! « Il y a eu des situations plus difficiles si on observe les résidences de personnes âgées ou dans les hôpitaux, mais je pense que tout le monde est capable de s'accorder pour dire que monsieur Legault et son équipe de Santé publique ont fait un travail quand même remarquable au niveau des communications pour bien communiquer le message », dit Maxime Couture,

De la désinformation à la « désinfodémie »

Quand pandémie et réseaux sociaux s'accordent drôlement bien.

PAR GENEVIÈVE MORIN

Le 2 janvier 2022, l'Agence France-Presse annonçait que le réseau social Twitter avait « suspendu de manière permanente l'un des comptes de l'élue républicaine Marjorie Taylor Greene », l'accusant ainsi de « violer les règles du réseau social en matière d'informations sur la pandémie ». En décembre 2021, l'équipe d'analystes et de chercheuses de **Graphika**, une société spécialisée dans l'analyse des réseaux sociaux, publiait un rapport consternant qui permit à **Meta**, la nouvelle société de Facebook, de « démanteler des réseaux malveillants qui utilisaient les débats sur les vaccins pour harceler des professionnel·les ou semer la division dans les sociétés ». Ce que l'équipe de **Graphika** a observé, c'est que des comptes comme ce « mouvement populiste tentaculaire combinant des théories conspirationnistes existantes avec des récits antiautoritaires et un torrent de désinformation sanitaire », il en existe des tonnes sur les réseaux sociaux.

Dans ce même mois, Facebook bannissait officiellement « la formation néo-fasciste Atalante Québec », la désignant comme dangereuse. Mais cette action ne semble pas plus efficace qu'il ne le faut, comme le rapporte le chercheur au Centre d'expertise et de formation sur les inté-

grismes religieux, les idéologies politiques et la radicalisation, Frédéric Nadeau : « On a beau fermer leurs pages, il·elles vont se réorganiser ailleurs. Ils ont l'habitude d'être chassé·es et sont très résilient·es. De plus, ça leur permet de se conforter dans leur position et ça nourrit le discours factice. » Les exemples abondent en ce sens, et il suffit de rechercher les mots « réseaux sociaux » et « désinformation » pour constater la prolifération de recherches qui s'intéressent à ce phénomène. Car, s'il semble évident que la désinformation liée à la pandémie et aux complots ne faiblit pas, ce qui confirme les signes que les réseaux sociaux contribuent de manière tentaculaire à rejoindre des parties marginales de la population canadienne.

Une part de responsabilité partagée

Savez-vous comment vous informer ? Vérifiez-vous toujours vos sources ? Avant de répondre à ces questions, prenez le temps de lire ceci, car : « Au Canada, 9 personnes sur 10 ont déjà été bernées par de fausses nouvelles sur Internet. » Citant Facebook comme « la principale source d'information trompeuse », les utilisateur·trices qui ont participé à l'enquête de la firme de recherche Ipsos, blâment également

les médias sociaux en général. Mais à qui revient la faute ? « Il faut être attentif·ves à nos biais cognitifs, qui peuvent nous rendre vulnérables et qui peuvent nous guider à notre insu », nous conseille le journaliste de l'équipe des Décrypteurs, à Radio-Canada, Bouchra Ouatik. Ajoutant qu'il faut se méfier des biais de confirmation, c'est-à-dire à ceux qui nous amènent à chercher des informations qui soutiennent déjà un point de vue que nous avons, le journaliste montre que « des recherches ont d'ailleurs démontré que notre cerveau nous récompense, en produisant de la dopamine, lorsqu'il traite une information qui renforce ce que l'on sait déjà ». À l'inverse, le cerveau peut être contrarié par une nouvelle qui ne correspond pas à ces biais de confirmation. « Mais lorsque l'on se retrouve uniquement avec des gens qui pensent comme nous, le biais de confirmation devient un piège. Et une fois que notre idée est faite, il peut être difficile d'admettre que l'on s'est trompé·e, même si les preuves sont accablantes. »

Un nouveau combat pour les géants du GAFA ?

Même si la population a une part de responsabilité dans sa manière de s'informer, il reste que le cerveau

Voir le beau et le bon de la crise

La pandémie mondiale a amené son lot de doutes, de craintes, de déceptions, mais aussi d'adaptation et de solutions. Bien que plusieurs d'entre nous ont eu de la difficulté à travers cette épreuve sans heurts, la majorité a du moins su développer une impressionnante résilience au cours des deux dernières années. Pour beaucoup d'industries, la crise n'a pas amené que du mauvais, bien au contraire. Découvrons comment le coronavirus a pu laisser des marques positives (à défaut du même résultat dans notre corps) sur les mondes du numérique, de l'événementiel et de l'emploi.

PAR JUSTINE AUBRY

