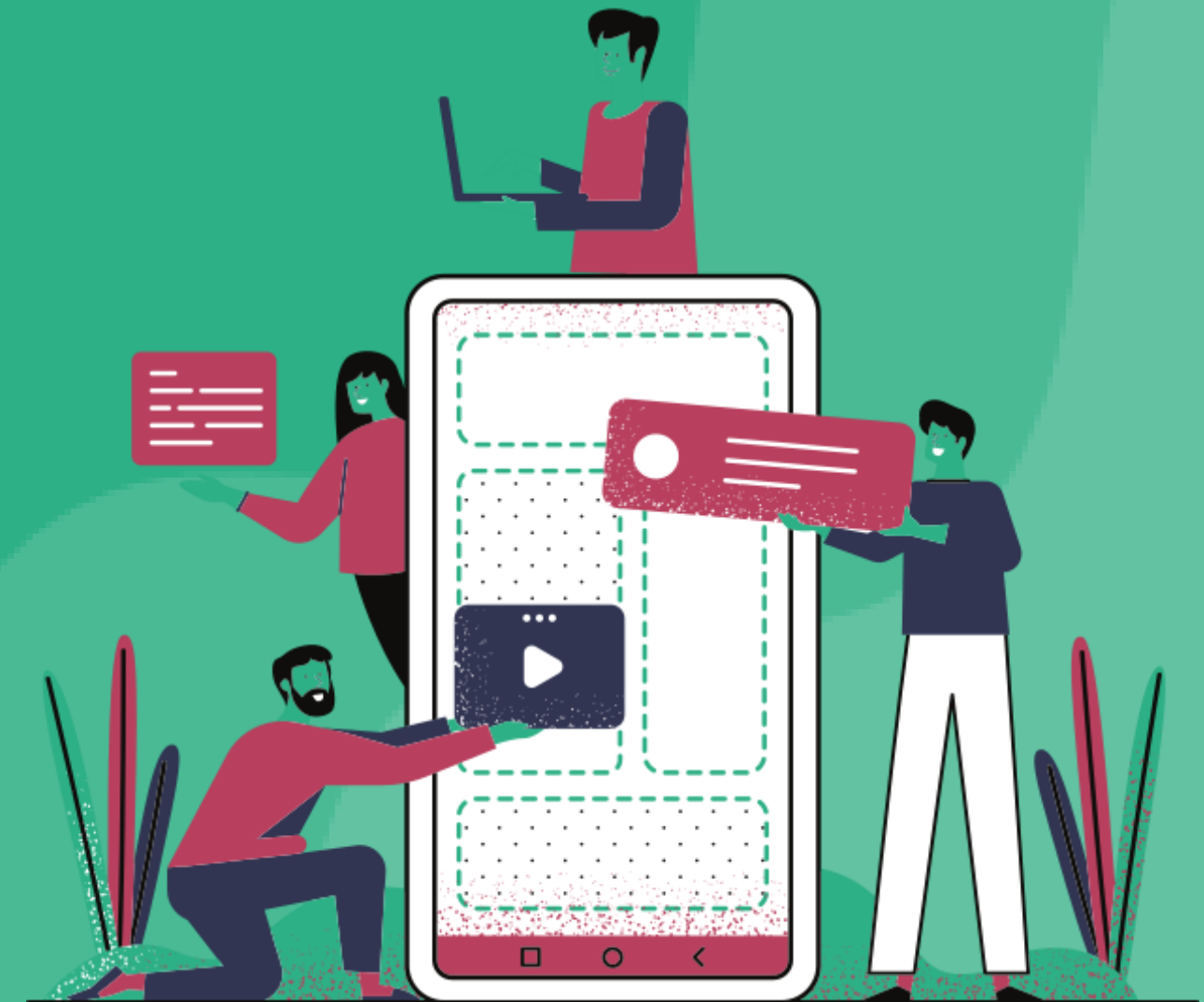


FORMATION

CRÉER UNE INFOGRAPHIE DE RECHERCHE

Centre de recherche universitaire sur les jeunes et les familles
www.crujef.ca



*« Un bon croquis vaut
mieux qu'un long discours »*

Napoléon Bonaparte (1769-1821)



À l'ère des médias numériques et des réseaux sociaux, l'information est de plus en plus accessible. Considérant la quantité d'information à laquelle nous sommes exposés quotidiennement, la personne qui souhaite communiquer une information doit faire en sorte que son message se démarque et qu'il permette au lecteur de rapidement avoir accès à l'information.

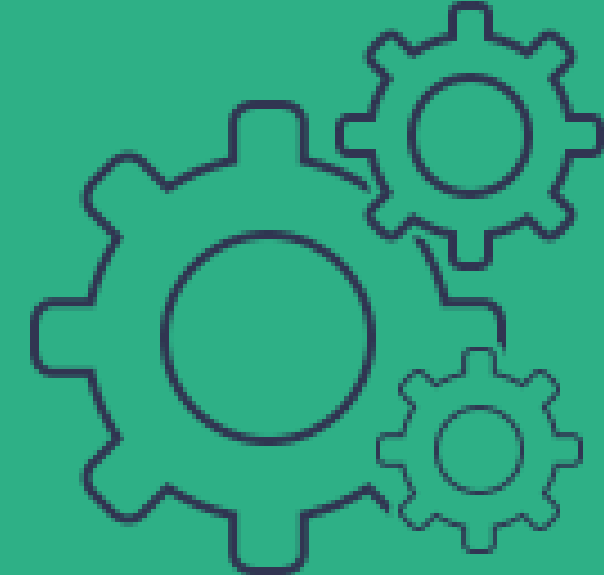
Dans cette formation, nous vous présentons un outil de communication et de synthèse de plus en plus utilisé : **l'infographie**. Nous allons voir comment mettre à profit cet outil dans un contexte de transfert des connaissances issues de la recherche.



**Une infographie,
c'est quoi ?**



**Comment réaliser
une infographie
efficace ?**



**Quels outils utiliser
pour créer mon
infographie ?**

UNE INFOGRAPHIE, C'EST QUOI ?

Dans le domaine informatique

Conjonction des mots *informatique* et *graphique*, qui réfère à l'utilisation de l'informatique afin de créer et exploiter des médias (images, vidéos, etc.).

Dans le domaine du marketing

Conjonction des mots *information* et *graphique*, qui réfère à la représentation sous forme graphique de l'information.

➔ Elle peut être utilisée pour offrir un aperçu d'un sujet complexe, pour communiquer les valeurs de son organisation, pour mettre en valeur des résultats de recherche, etc.



COMMENT RÉALISER UNE INFOGRAPHIE EFFICACE ?

Réaliser une infographie, c'est d'abord un travail de **synthèse**. Vous souhaitez certainement mettre en valeur certaines informations-clés et capter l'attention du lecteur en présentant les données phares de votre projet. Le défi est de suffisamment résumer l'information sans négliger des éléments essentiels à notre compréhension.



ÉTAPE 1

Préparer le contenu de l'infographie

Avant tout, réfléchissez à votre **objectif** et à votre **public cible**. Cela vous permettra d'adapter votre contenu et de le rendre accessible pour les personnes concernées.

Rédigez votre contenu en étant le plus synthétisé possible. **Divisez votre contenu** en différentes sections et utilisez des titres et des sous-titres pour organiser l'information. Une bonne structure du contenu facilitera la lecture et permettra de mettre certaines informations en valeur.

Conseil : N'hésitez pas à naviguer sur le web afin de consulter des infographies au style varié qui pourraient vous inspirer ! Posez-vous la question : qu'est-ce qui me plaît en tant que lecteur ?



Il n'y a rien comme un **titre accrocheur** pour attirer l'attention du lecteur! Le titre est généralement la première information que celui-ci verra. Il devrait être suffisamment informatif pour que l'on ait un aperçu du contenu et être formulé de sorte à susciter l'intérêt et le désir de poursuivre la lecture.

À cette étape-ci, voici quelques questions à vous poser :

- ➔ Quel message je souhaite transmettre (qu'est-ce que le lecteur devrait retenir) ?
- ➔ Est-ce que toutes les informations essentielles sont présentes ?
- ➔ Est-ce que j'ai bien révisé l'orthographe afin d'éviter les fautes et les coquilles ?
- ➔ Est-ce que mes titres et sous-titres permettent de bien diviser le contenu ?
- ➔ Est-ce que le contenu est rédigé et présenté de manière cohérente de sorte à faciliter sa compréhension ?

QUELQUES EXEMPLES DE TITRES...

POSONS-NOUS TROP DE DIAGNOSTICS DE

TDAH

en Amérique du Nord ?

Depuis 25 ans, nous observons une forte croissance des diagnostics du trouble du déficit de l'attention avec ou sans hyperactivité (TDAH) tant chez les enfants que chez les adultes.



Au Québec, près de **23%** des adolescents ont reçu un diagnostic de TDAH en 2016-2017, alors que la prévalence à l'échelle internationale se situe à 7,2 %¹

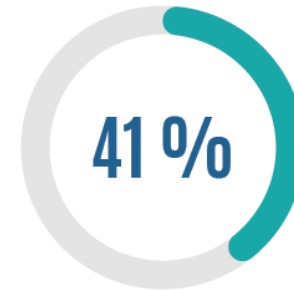
Sommes-nous plus outillés qu'avant pour identifier ce trouble ? Y a-t-il vraiment plus d'enfants atteints du TDAH ? Avons-nous plutôt tendance à poser trop souvent ce diagnostic ? Voici une revue critique de la littérature à ce sujet !

Nouveaux critères diagnostiques

Depuis 2013, les critères pour poser un diagnostic de TDAH stipulent que les symptômes doivent **interferer** ou **réduire la qualité** du fonctionnement social, académique ou professionnel.² Il n'est plus question d'une altération cliniquement significative du fonctionnement. Ces nouveaux concepts sont très vagues et donnent beaucoup de latitude aux cliniciens afin de poser ou non un diagnostic.

L'anxiété chez les adolescents issus de l'immigration

L'impact de la discrimination ethnique perçue



Au Canada, **41%** des enfants d'âge scolaire sont issus de l'immigration. Parmi ceux-ci, **34%** sont de première génération, c'est-à-dire nés à l'extérieur du pays, et **38%** sont de deuxième génération, c'est-à-dire dont au moins un parent est né à l'extérieur du pays.¹

L'adolescence est une période où la perception par les pairs, le sentiment d'appartenance et le développement de l'identité occupent une place importante. En plus des défis développementaux caractérisant cette période (ex. quête identitaire, intégration au groupe de pairs), les adolescents issus de l'immigration peuvent faire face à des défis additionnels dont la discrimination ethnique. Une telle discrimination peut avoir des impacts significatifs sur leur bien-être et leur détresse psychologique.^{2,3}

LE SAVIEZ-VOUS ?

... LE FAIT D'AVOIR VÉCU DE LA MALTRAITANCE DURANT L'ENFANCE POURRAIT INFLUENCER LA FAÇON DE RECONNAÎTRE LES ÉMOTIONS DES AUTRES À L'ÂGE ADULTE ...

On définit la sensibilité parentale par la capacité du parent à percevoir, réagir et répondre adéquatement aux demandes de l'enfant (Ainsworth, 1969).

LA PERCEPTION DES SIGNAUX DE L'ENFANT ET LA SENSIBILITÉ PARENTALE

La compréhension des émotions de l'enfant fait partie prenante de l'interaction parent-enfant. Cette interaction oblige le parent à comprendre les demandes (signaux) de l'enfant et à y répondre de manière cohérente, prévisible et chaleureuse. Autrement dit, la sensibilité du parent aux signaux de l'enfant est une composante essentielle dans l'interaction parent-enfant.

Accent sur le "TDAH" pour attirer l'attention et l'intérêt des lecteurs qui aimeraient en apprendre plus sur cette problématique. Le texte autour nous informe sur la nature du contenu de l'infographie.

Ajout d'un chiffre (statistique) près du titre pour attirer l'attention du lecteur. Le titre nous informe bien, malgré son format plus classique.

Titre sous forme de question afin d'engager le lecteur, l'amener à se questionner. Le sous-titre présente d'emblée un résultat de la recherche.

ÉTAPE 2

Faire un plan de mise en page

À cette étape-ci, il est temps de réfléchir à la disposition du contenu. Quelles sont les informations à mettre en valeur dans votre infographie et de quelle manière pourriez-vous arriver à leur donner de l'importance ? Dépendamment du contexte, vous aurez peut-être à respecter des **normes de mise en page** (p. ex.: dimensions maximales). Assurez-vous d'avoir ces informations avant de débiter le plan de mise en page.

Conseil : Pour vous aider, rien de mieux qu'une feuille de papier et un crayon ! Créez un schéma de votre infographie. Cette étape vous permettra de voir si vous avez une quantité suffisante d'informations à intégrer ou si, au contraire, vous avez trop de contenu et qu'un effort de synthèse est encore nécessaire.

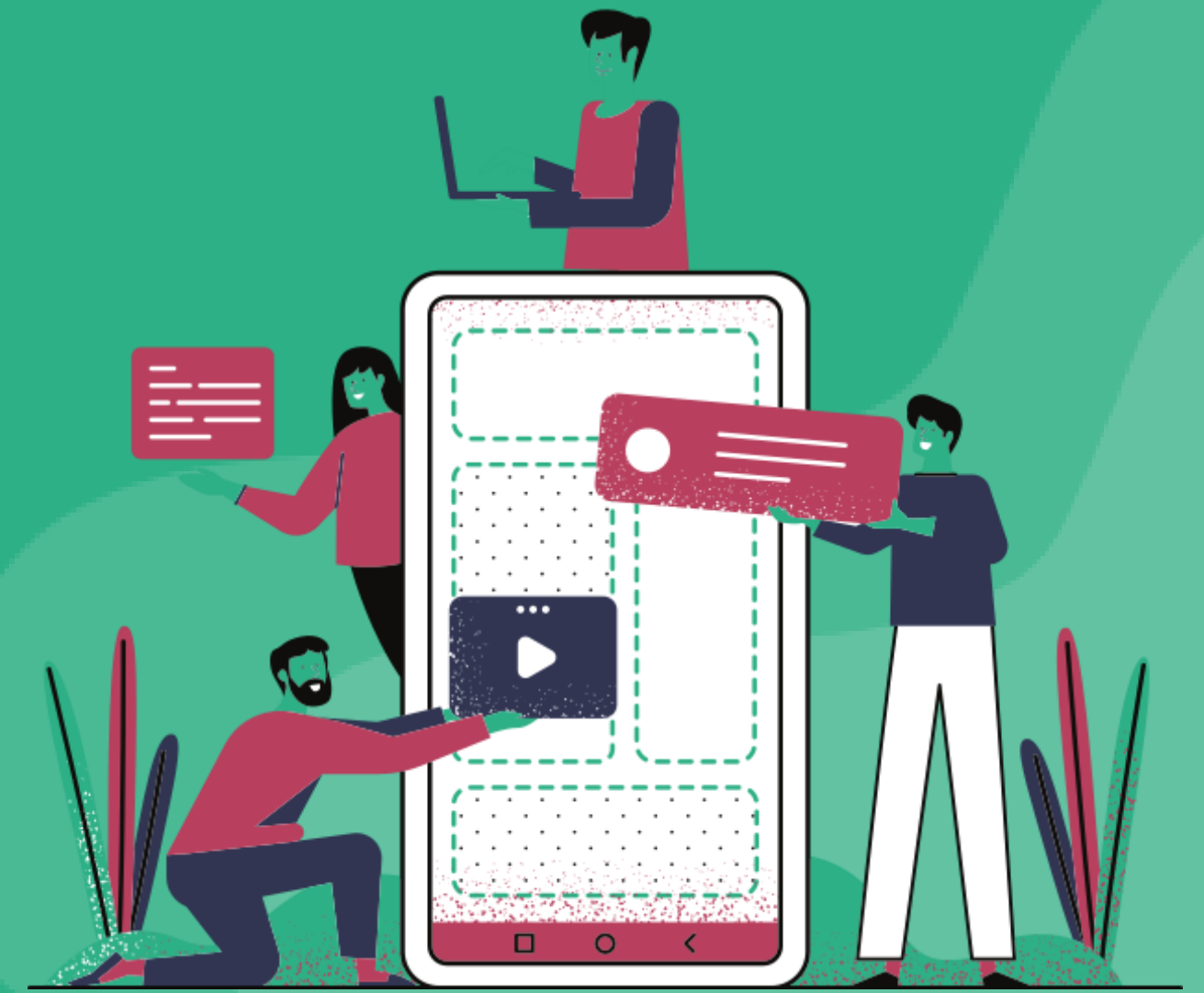


ÉTAPE 3

Mettre votre contenu en page

Il n'y a pas qu'une seule recette pour réaliser une infographie efficace. L'important est de laisser aller sa **créativité** et de mettre en valeur l'information dans un format accrocheur et dynamique. N'hésitez pas à varier le format de l'information en ajoutant à la fois des textes, des icônes, des images, des graphiques, etc.

Conseil : Explorer les outils à votre disposition pour créer la mise en page de votre infographie. Ceux-ci proposent des gabarits que vous pouvez personnaliser et adapter à votre contenu. Vous économiserez beaucoup de temps !



VOICI QUELQUES TRUCS ET ASTUCES POUR OPTIMISER VOTRE MISE EN PAGE :



FORMAT DU TITRE

Le titre est l'élément le plus visible des infographies. Celles-ci sont souvent dans un format trop grand pour s'afficher complètement sur un fil d'actualité. Assurez-vous que le titre est assez grand pour être bien **lisible** sur les réseaux sociaux et susciter l'intérêt du lecteur.

DIMENSIONS

Afin qu'elle puisse bien s'afficher sur un appareil mobile, il est préférable que l'infographie ne soit pas trop large. Il est recommandé de disposer le contenu en un **maximum de deux colonnes**. Il sera plus aisé pour le lecteur de faire défiler l'infographie verticalement plutôt qu'horizontalement. Les dimensions recommandées sont de **800 pixels** de large par **2000 pixels** de haut.

LES CARACTÈRES

Utilisez les **caractères gras** ou les changements de **taille de police** pour mettre certaines informations en relief. Mais attention, la modération à bien meilleur goût! Si toutes les statistiques sont mises en exergue, nous ne saurons plus où porter notre attention.

LES ESPACES VIDES

Évitez de surcharger l'infographie. Afin que la lecture soit agréable, il est essentiel d'intégrer des **espaces blancs**. Non seulement cela permet d'aérer la mise en page, mais un contenu entouré d'un espace vide permet de le détacher du reste et donc de le mettre en contraste et attirer l'attention sur celui-ci.

LES TABLEAUX

Pour mettre certaines informations en avant, n'hésitez pas à utiliser des diagrammes ou des tableaux. Assurez-vous toutefois que ceux-ci soient **simples**. Évitez de les surcharger.

LES POLICES

Choisissez une police qui facilitera la lecture. Les polices **Serif** et **sans Serif** sont recommandées pour les sections de texte (Arial, Calibri, etc.). Vous pouvez utiliser des polices plus fantaisistes, mais réservez-les pour les titres et les sous-titres. Évitez d'utiliser un trop grand nombre de polices pour conserver un aspect professionnel.

EXPLOITER LE DESIGN

Les éléments de design ne sont pas qu'esthétiques, ils contribuent également à organiser l'information en un tout cohérent et à faciliter la lecture. Vous pouvez relier vos éléments de contenu en utilisant une même caractéristique graphique (palette de couleurs, icônes, etc.) et séparer vos sections de contenu en utilisant stratégiquement les **couleurs**, les **lignes** et **bordures**.

PICTOGRAMMES

L'utilisation de pictogrammes peut rendre le contenu plus attrayant et dynamique. Si vous souhaitez en ajouter à votre infographie, assurez-vous qu'ils ont une plus-value et qu'ils ne surchargent pas le contenu. Les pictogrammes devraient apporter une information complémentaire, permettre de structurer l'information ou remplacer des mots.

ALIGNEMENT

Portez attention à l'alignement des éléments de contenu (axe vertical, espace entre les sections et les titres, etc.). Un alignement uniforme facilitera la lecture et donnera un **aspect professionnel** à votre infographie.

PALETTE DE COULEURS

Afin d'égayer votre infographie, vous pouvez utiliser différents tons, teintes et nuances d'une même couleur. Il existe également des outils gratuits vous permettant de créer une harmonie entre des couleurs, de découvrir le cercle chromatique d'une couleur et ses couleurs complémentaires.



canva.com



Couleurs de la photo

Afficher tout >



Certains outils de création d'infographies en ligne proposent également leurs propres palettes de couleurs et permettent de générer automatiquement une palette en fonction d'une photo ajoutée au projet. Vous pouvez également y créer et enregistrer votre propre palette.

AUTEUR(S) ET AFFILIATIONS

En plus de votre nom, n'oubliez pas d'inclure celui de vos coauteurs (le cas échéant), ainsi que vos affiliations. Assurez-vous également d'utiliser leurs logos officiels afin de respecter leur signature graphique. Avez-vous obtenu un soutien financier pour votre projet ? Si c'est le cas, ajoutez également les logos de vos sources de financement.

RÉFÉRENCES

Si vous avez cité d'autres auteur.e.s, vous devrez inclure une bibliographie au bas de votre infographie. Respectez les normes bibliographiques pour inscrire ces références. Ajoutez également celles des tableaux ou figures utilisées si vous n'êtes pas l'auteur.e.

**N'HÉSITEZ PAS À INTERPELLER VOTRE DIRECTEUR
OU DIRECTRICE DE RECHERCHE OU UN COLLÈGUE
AFIN DE RÉVISER VOTRE INFOGRAPHIE.**



ATTENTION!

Si vous utilisez des images, pictogrammes ou autres éléments graphiques, vous devez posséder les droits d'utilisation. Certains sites vous permettent d'acheter des images et de les utiliser sur divers médias (à certaines conditions). Il existe également des sites qui offrent des images gratuites libres de droits ou sous licence libre.

Le fait que l'image soit gratuite ne signifie pas qu'il n'y a aucun encadrement ou restrictions liés à son usage. En cas de doute, pensez à lire les règles d'utilisation des images (licence) qui varient d'un site à l'autre.

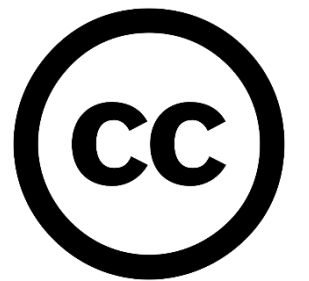


LIBRE DE DROITS OU SOUS LICENCE LIBRE ?

Lorsqu'un fichier multimédia (image, musique, etc.) est du domaine public, celui-ci est **libre de droits**. Cela signifie qu'il peut être utilisé par quiconque le souhaite sans nécessiter l'attribution des droits à son auteur. C'est le cas lorsque l'auteur a renoncé à ses droits, que l'oeuvre n'est pas protégée par la Loi sur le droit d'auteur ou que le droit d'auteur a expiré.

[En savoir plus...](#)

Dans plusieurs cas, les fichiers multimédias qui se retrouvent dans des banques d'images gratuites sont sous **licence libre Creative Commons**. Cela permet de protéger le droit d'auteur tout en facilitant le partage de l'oeuvre sous certaines conditions. Habituellement, il est nécessaire d'attribuer le droit d'auteur lors du partage de l'oeuvre en mentionnant le nom de l'auteur. Il existe plusieurs types de licences CC, certaines étant plus permissives que d'autres, notamment en autorisant la modification de l'oeuvre. [En savoir plus...](#)



OÙ TROUVER DES IMAGES ?



\$ <https://www.istockphoto.com/fr>

Permet l'achat d'images sous licence.
Inclut des milliers d'images de haute qualité.

<https://pixabay.com/fr/>

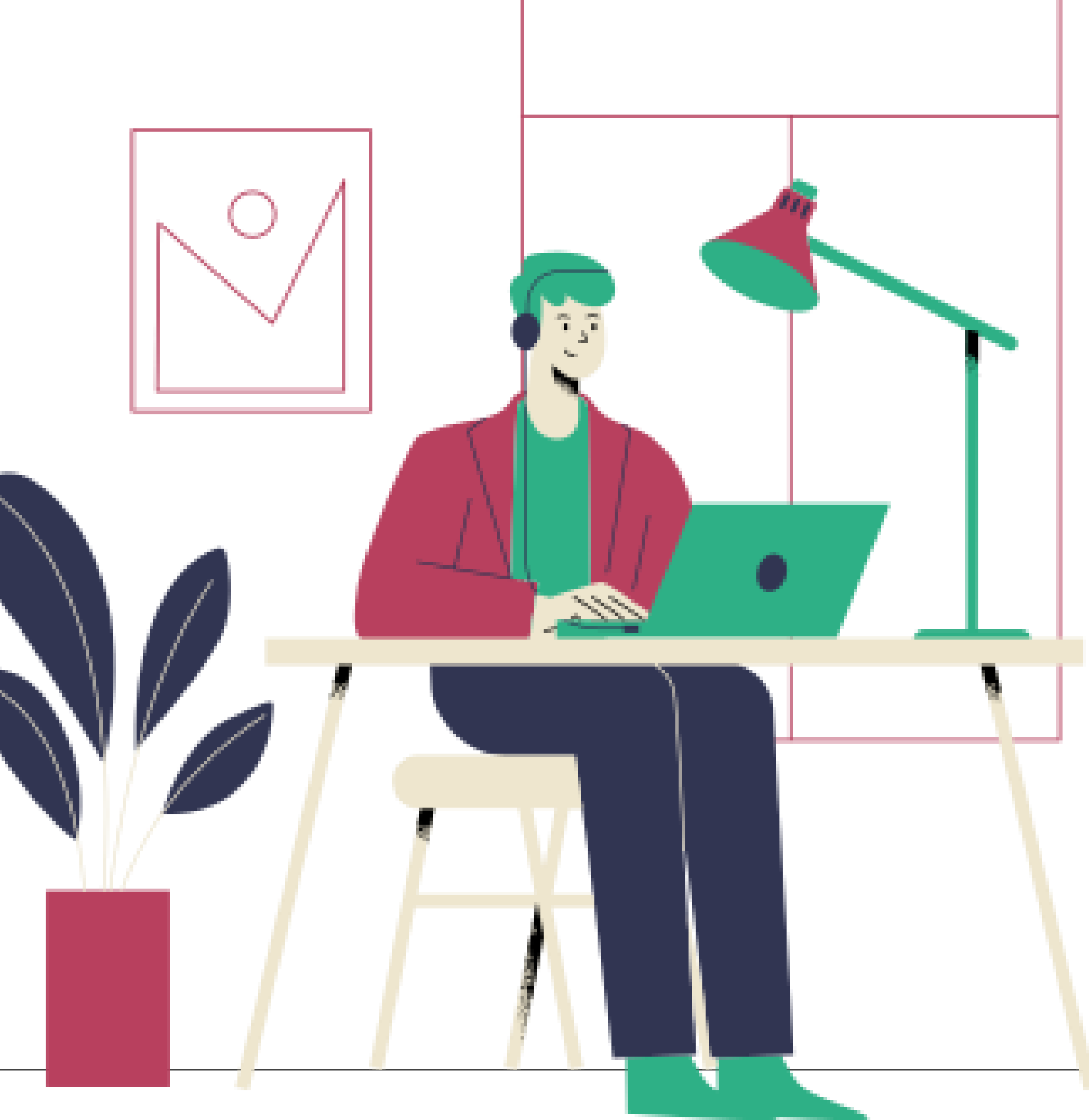
Permet d'obtenir des images gratuites sous licence libre à télécharger.

<https://thenounproject.com/>

Permet d'obtenir des images gratuites et des pictogrammes sous licence libre à télécharger.

<https://commons.wikimedia.org/>

Permet d'obtenir des images gratuites sous licence libre à télécharger. A l'avantage de préciser clairement les conditions de la licence.



**QUELS OUTILS
UTILISER POUR
CRÉER MON
INFOGRAPHIE ?**

WWW.CANVA.COM

Canva est une application web qui dispose d'une importante quantité d'outils permettant de créer du contenu visuel attrayant.

Il propose des **gabarits** répondant aux formats standards des diverses plateformes web (publication Instagram, bannière Facebook, etc.), mais également de documents plutôt destinés à l'impression (carte de visite, programme événementiel, etc.). Il a l'avantage d'être **facile d'utilisation** avec son principe de «glisser-déposer», ce qui permet d'aisément personnaliser le contenu.

La version gratuite inclut plusieurs gabarits, images, icônes, polices, etc. La version payante vous permettra quant à elle d'augmenter la quantité et la qualité du matériel à votre disposition, et permettra une plus grande personnalisation des gabarits.

Outils

- Modèles
- Éléments
- Importer
- Photos
- Texte
- Audio
- Vidéos
- Logos

Rechercher des modèles de form.

Alain Amari
LA MACHINE À ÉCRIRE DORÉE
REPRISE DES COURS APRÈS LES VACANCES DE PRINTEMPS
SALUT
CLAIRE SAUMUR
LES JUMEAUX CARON
ANGÉLIQUE CARLIN
JULIE CALAIS
DESSCRIPTIF DU PROJET

Votre infographie

Animer

Page 1 - Ajouter le titre de la page

EX LA VEILLE
NUMÉRO 1 • AUTOMNE 2020

Gabarits

AUTRES PLATEFORMES VIRTUELLES :

Easel.ly (<https://www.easel.ly>)

Piktochart (<https://piktochart.com>)

Infogram (<https://infogram.com/fr>)

Visme (<https://www.visme.co>)

Venngage (<https://venngage.com>)

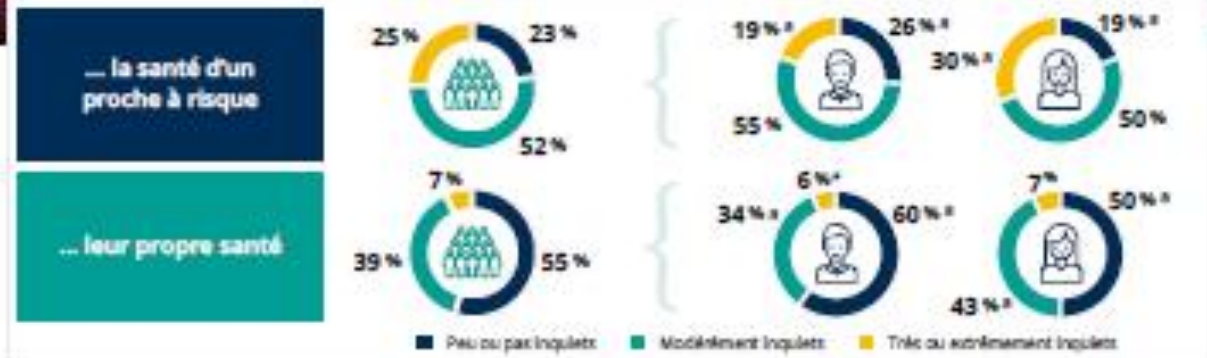
QUELQUES EXEMPLES D'INFOGRAPHIES

Les jeunes et la pandémie de COVID-19 : perceptions de la situation à l'été 2020

Premiers résultats d'un volet spécial de l'étude longitudinale du développement des enfants du Québec sur les perceptions et les expériences des jeunes nés au Québec en 1997-1998



Inquiétude ressentie par les jeunes depuis le mi-mars 2020 à propos de...



Optimisme des jeunes quant à une maîtrise de la pandémie de COVID-19 au Québec (au cours de la prochaine année)



Perception qu'avaient les jeunes de leur santé mentale à l'été 2020



Parmi les jeunes qui travaillaient à l'été 2020, 27% ont indiqué avoir été ou avoir possiblement été en contact au travail avec une ou des personnes infectées par la COVID-19



Inquiétude des jeunes quant à la possibilité d'être infectés par la COVID-19 au travail



* Prédiction possible, résultat à interpréter avec prudence.
** Faible précision, donnée fournie à titre indicatif seulement.

Δ Différence statistiquement significative entre les hommes et les femmes.

Population à l'étude
L'Étude longitudinale du développement des enfants du Québec (ÉLDEQ) a été lancée sous le nom de ÉLDEQ en 1997-1998 dans le but de suivre les enfants nés au Québec en 1997-1998 dans le but de mieux comprendre les aspects de leur développement à long terme. À l'été 2020, alors qu'ils avaient 22 ans, les jeunes ont répondu à des questions qui concernent de nouvelles données des effets que la pandémie a eus de leur vie ainsi qu'à leurs expériences et leur bien-être. Les résultats présentés ici sont basés sur un échantillon représentatif de la population à l'étude. La collecte de données s'est déroulée de la mi-juin à la fin août 2020.

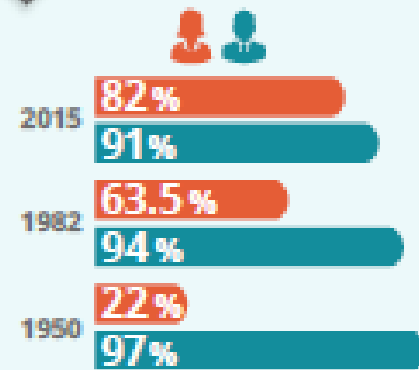
Partenaires financiers de l'ÉLDEQ 2018-2023
Fondation Lucie et André Chagnon, Institut de la Statistique du Québec, Ministère de l'Éducation, Ministère de la Santé, Ministère du Travail, de l'Équité et de la Solidarité sociale, Institut de recherche Robert-Sauvé en santé et en sécurité du travail, Ministère de la Famille.

POINTS FORTS :

- Palette de couleurs uniforme (3 couleurs).
- Présente plusieurs données sans toutefois surcharger l'infographie.
- Espaces blancs, marges.
- Pictogrammes dynamisent l'information et ont une utilité (remplacer des mots).
- Police de caractères bien lisible et de bonne taille.
- Précise la population à l'étude (aspects méthodologiques).
- Information bien organisée à l'aide d'encadrés.
- Lecture facile.

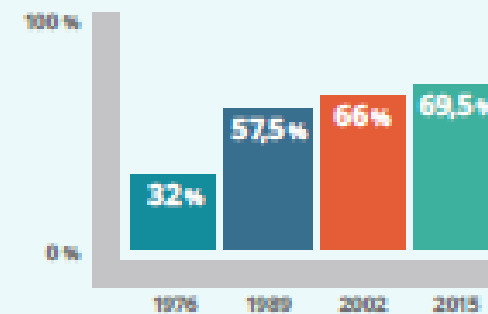
LES FEMMES ET LE TRAVAIL RÉMUNÉRÉ

1 ON COMPTE DE PLUS EN PLUS DE FEMMES DANS LA POPULATION ACTIVE*



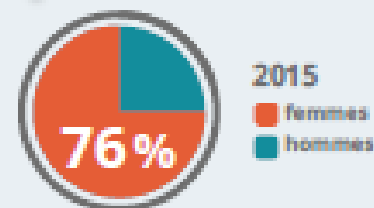
*La population active se compose de personnes qui travaillent ou qui sont à la recherche d'un emploi.

2 ET PLUS DE FEMMES AYANT DE JEUNES ENFANTS OCCUPENT UN EMPLOI



CEPENDANT, DES DÉFIS DÈMEURENT...

3 LA GRANDE MAJORITÉ DES PERSONNES TRAVAILLANT À TEMPS PARTIEL** SONT DES FEMMES



2015
Femmes
Hommes

Parmi toutes les raisons citées par les femmes pour avoir choisi de travailler à temps partiel, s'occuper des enfants figure en tête de liste :

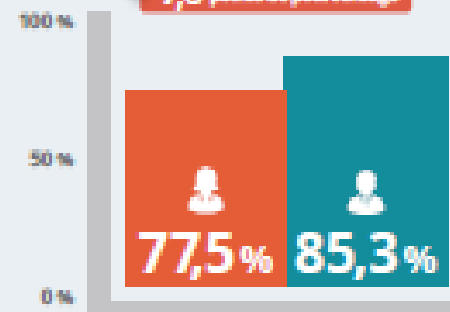
25%

des femmes ont indiqué la prestation de soins aux enfants comme raison de travailler à temps partiel, par rapport à 3% des hommes.

**On considère qu'une personne travaille à temps partiel si elle consacre normalement 20 heures ou moins par semaine à son emploi (ou à son principal emploi).

4 L'ÉCART AU CHAPITRE DE L'EMPLOI

7,8 points de pourcentage



L'écart entre les hommes et les femmes au chapitre de l'emploi est plus grand dans les villes où les frais de garde d'enfants sont les plus élevés.

5 L'ÉCART SALARIAL ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Bien que l'écart salarial ait diminué, les femmes gagnent toujours moins que les hommes.

Il existe plusieurs façons de calculer l'écart salarial. Selon le salaire horaire moyen :



1993

les femmes gagnaient **80¢** pour chaque dollar gagné par les hommes.



2015

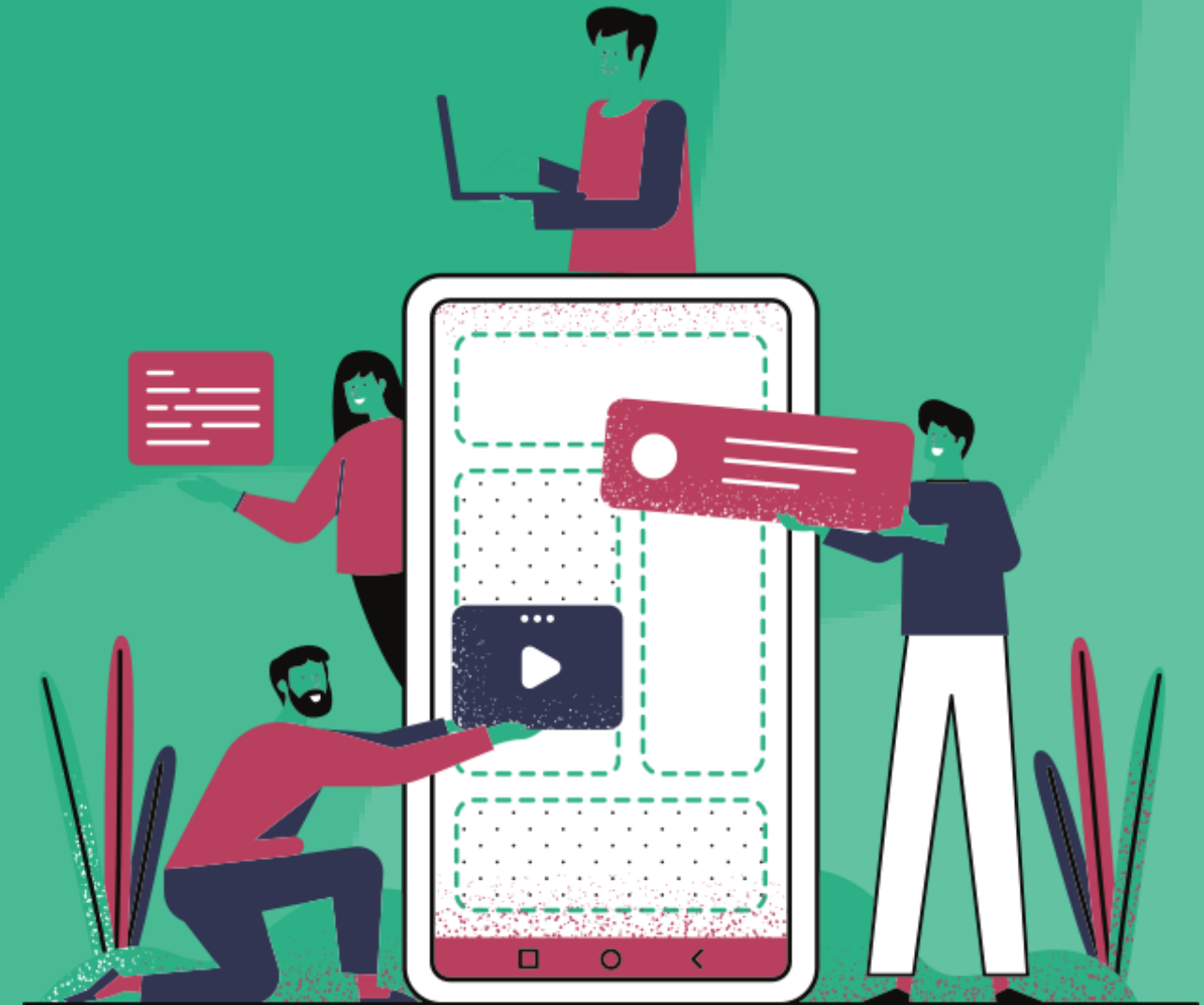
les femmes gagnaient **87¢** pour chaque dollar gagné par les hommes.

POINTS FORTS :

- Guide le lecteur avec des chiffres et des sous-titres.
- Présente plusieurs données sans toutefois surcharger l'infographie.
- Espaces blancs.
- Pictogrammes dynamisent l'information et ont une utilité (remplacer des mots).
- Police de caractères bien lisible et de bonne taille.
- Diagrammes simples.
- Information bien organisée à l'aide d'encadrés.

Ces données sont tirées du chapitre « Les femmes et le travail rémunéré » de la septième édition de Femmes au Canada : rapport statistique fondé sur le sexe.

MERCI !



Formation développée par Vanessa Fournier
vanessa.fournier.ciussscnc@ssss.gouv.qc.ca

Crédit photos © 2022 Tous droits réservés, Canva