

## FICHE 3

# GÊNANCE



On a quasiment toutes et tous une identité numérique : utiliser YouTube, regarder Netflix, envoyer des messages sur Whatsapp, faire des recherches sur Google sont autant d'usages qui constituent une identité numérique à chacun-e. La différence avec celles et ceux qui postent énormément, c'est que leur identité numérique est plus fournie, plus précise. Mais il est important de rappeler que l'identité numérique d'une personne est divisée en 3 composantes :

- L'identité déclarative :

Il s'agit d'informations que l'on donne sur soi de manière délibérée comme son prénom, son nom, sa date de naissance, son adresse de livraison quand on commande un produit en ligne, le lieu de sa salle de sport ou son adresse mail quand on crée un compte sur un site. Pour celles et ceux qui vont plus loin, ce sont les photos et les vidéos qu'on partage, les commentaires qu'on publie, etc.

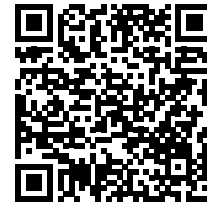
- L'identité analysée/calculée :

C'est l'identité qui est déduite de ce que les algorithmes apprennent de nous (voir la fiche 1 - Tu veux un cookie ?). Faire une recherche sur un roadtrip en Italie laisse à penser qu'il s'agit d'une destination qui vous intéresse. Si vous n'avez pas délibérément poster un statut ou une story à ce propos, ce sont les algorithmes qui s'en chargent pour vous. On pourrait même aller plus loin : certaines banques accordent un prêt hypothécaire après avoir vérifié si vos achats en ligne sur Amazon et consort ne sont pas trop fréquents et n'impliquent pas des sommes faramineuses. D'un coup, nous nous rendons compte que nous ne sommes pas les seul-es responsables à créer notre identité numérique et à la protéger.

Cette fiche renvoie à cet épisode du podcast



Toutes les ressources liées à la thématique sont disponibles dans ce tableau !



- L'identité subie :

Ce sont les informations, les photos et les vidéos que les autres postent sur nous. Et c'est bien souvent ce qui relève du droit à l'image.

### TU VEUX MA PHOTO ?

Pour expliquer facilement celui-ci, il faut prendre conscience que seule la personne prise en photo ou filmée peut décider si ces images peuvent être prises et diffusées. Le consentement est donc requis pour ces deux points différents. Concrètement, si vous prenez une photo de quelqu'un avec son accord, cela ne veut pas dire pour autant qu'il ou elle est d'accord qu'elle soit diffusée. Et pour aller plus loin, ce n'est pas parce qu'une personne vous donne son accord pour être diffusée sur un réseau social en particulier qu'elle est d'accord pour l'être dans d'autres contextes.

Au niveau de l'âge, on considère que les jeunes décident seuls à partir de 18 ans. Avant ce cap, ce sont les parents ou responsables légaux qui décident. Cependant, pour être plus cohérente avec les usages réels des jeunes, la jurisprudence accepte que les jeunes mineurs (à partir de 12 - 14 ans) aient la possibilité de donner leur propre consentement s'ils sont assez autonomes pour le faire, autrement dit, s'ils disposent d'une «**capacité de discernement suffisante**».

Au quotidien, on se rend bien compte qu'il n'est pas très naturel de demander dans chaque contexte : «je peux te prendre en photo»? «je peux la diffuser ?». Il existe quelques situations dans lesquelles l'accord ne doit pas être systématiquement requis verbalement:

- La personne photographiée marque son accord implicite en prenant la pose: vous avez son accord tacite pour la prise de photo MAIS vous ne l'avez pas pour autant pour la diffusion !
- La personne se trouve dans un lieu public ou dans une foule et n'est pas l'objet principal de la photo : aucun consentement n'est demandé ici pour la prise de photo et pour la diffusion tant que l'image de la personne reste un accessoire dans le décor (et pas son sujet principal).
- Une personnalité publique donne son consentement implicite tant qu'elle est dans l'exercice de ses fonctions (pas dans un cadre privé) ou que son image a une visée informative (et pas commerciale).
- Les photos familiales se limitent à un usage strictement privé ou domestique tant qu'elles ne sont pas postées sur Internet pour une audience plus large que les proches.
- Dans le cadre du journalisme, certaines photos peuvent être prises et diffusées dans la mesure où elles ont une volonté d'information et d'utilité publique.

## APRÈS LA THÉORIE, LA PRATIQUE

Bien sûr, un cadre légal a été instauré. Mais dans la réalité, les choses sont parfois plus compliquées. Pas simple depuis que l'outil pour prendre en photo/vidéo, soit le même celui qui diffuse, aka, le smartphone. On pourrait même aller plus loin, en sachant que chaque réseau social permet d'utiliser directement la caméra interne à l'app pour en faciliter la publication.

Il est donc parfois très tentant de diffuser une photo ou une vidéo juste après la prise, sans réfléchir au consentement ou aux conséquences. Il arrive alors que certain-es jeunes (et moins jeunes!) ne soient pas d'accord avec la diffusion de leur image sur un réseau social. Dans la plupart des cas, une simple discussion peut permettre le retrait (rapide si possible !) de ces images. Mais dans d'autres cas, le retrait pose problème et peut engendrer des conséquences très problématiques comme le non-respect de la vie privée, les commentaires haineux en ligne, le cyber-harcèlement, le revenge porn, etc. (voir la fiche 5 - Digital Love).

## QUE FAIRE ?

D'une part, la meilleure solution, c'est de sensibiliser au consentement, de tout type mais dans ce cadre-ci, et, au respect du droit à l'image de chacun-e. Pourquoi cela nous semble si improbable aujourd'hui de demander l'autorisation à quelqu'un avant de le prendre en photo et de diffuser l'image sur les réseaux sociaux ? Réintroduire cette pratique, c'est aussi remettre du sens derrière la prise en photo.

D'autre part, favoriser l'empathie des jeunes : «est-ce que ça te plairait toi aussi d'être affiché-e partout en train de te vautrer dans la cour de récré?». La réponse générale est souvent négative. En effet, on peut trouver ça drôle mais il ne faut pas oublier qu'une fois que c'est publié, même si les possibilités pour retirer une photo deviennent plus nombreuses (mais pas assez !), on ne sait

jamais qui l'a enregistrée et de quelle manière le cliché pourrait ressortir.

La dématérialisation des images et des vidéos ne rend pas toujours compte de la diffusion massive intrinsèque à Internet (ni de la pérennité des contenus dispos). Réfléchissez à ce que vous postez. Une vidéo de soi complètement saoul qu'on balance sur Insta ou sur TikTok n'a pas trop de conséquence à court terme (si ce n'est pour notre boss qui risque de nous tomber dessus si on n'est pas efficace au bureau le lendemain). Par ailleurs, les entreprises chassent de plus en plus les méandres d'Internet pour trouver les vieux dossiers de ses employé-es.

Enfin, les adultes sont censés être des exemples. Dans une autre fiche (fiche 10 - La mifa), on vous parlait du sharenting (partage de photos des enfants par les parents), un phénomène important. Cependant, ce n'est pas du luxe de rappeler que le devoir parental impose aux parents de tenir compte de l'intérêt de l'enfant quand on publie des clichés de lui. Idéalement, on évite donc des images dégradantes ou humiliantes... Songez également au fait que votre enfant va grandir et vous exprimera peut-être un jour son désaccord avec ce que vous avez posté. Prenons comme exemple une tendance actuelle de vidéo dans laquelle des parents cassent des œufs sur la tête de leur jeune enfant... L'attrait du buzz peut-il supplanter le bien-être futur de votre enfant? Une autre manière de le faire est de se demander: si c'était moi sur cette photo/vidéo, la partagerais-je ?

### QUELS SONT ALORS LES RECOURS POSSIBLES?

- Le droit à l'information :

Au moment de la prise de la photo, la personne concernée a le droit d'être informée des raisons et finalités de la prise de photo et de sa diffusion. Cela veut dire que si on vous annonce un contexte précis, vous ne donnez pas votre autorisation explicite pour un autre.

- Le droit d'oubli (ou droit d'effacement prévu par le RGPD) :

Il permet de demander la suppression de nos données à caractères personnels (par exemple une photo ou une vidéo) auprès du responsable du traitement du site en question. Cependant, cela ne se produit que dans des cas précis et argumentés, il faut prouver qu'il y a préjudice. Si vous êtes confronté-es à un refus ou n'êtes pas satisfait-es de la réponse, il est possible de porter plainte. Bien sûr, il semble important de faire comprendre aux jeunes que ce n'est pas un recours systématique car il relève de situations «de crise».

- Child Focus :

Dans le cas de mineurs et de photos ou vidéos à caractères sexuels, Child Focus offre deux possibilités. La première, Child Focus est considérée comme «trusted flagger» ce qui lui permet d'avoir des contacts privilégiés avec Facebook/Instagram, Google/YouTube, X (anciennement Twitter), TikTok et Snapchat. Les jeunes peuvent alors contacter le 116 000 pour demander qu'on retire leur image de ces réseaux : le dossier passe donc en priorité via la fondation. La deuxième s'appelle «Take it Down» de NCMEC (National Center for Missing & Exploited Children).

En bref, le projet attribue une empreinte numérique unique, appelée valeur de hachage aux images et vidéos de personnes de moins de 18 ans, nues, partiellement nues ou sexuellement explicites. Les plateformes en ligne peuvent utiliser les valeurs de hachage pour détecter ces images ou vidéos sur leurs services et supprimer ce contenu. Tout cela se fait sans que ni l'image ni la vidéo ne quittent votre appareil. Seule la valeur de hachage sera communiquée à NCMEC.



E.R. : Ultra Vagues - [www.ultravagues.com](http://www.ultravagues.com)