

Réputation

Les participants étudieront comment les informations en ligne mises à disposition du public aident les autres à se faire une opinion à leur sujet. Ils identifieront des audiences pour différents types de communication en ligne, ils réfléchiront aux informations qu'ils souhaitent voir apparaître lorsque quelqu'un recherche leur nom sur Internet et ils apprendront à répondre aux contenus indésirables les concernant.

Documentation

Que devez-vous faire ? Fiche

Qui connaît vos secrets ?

Première partie

Informations aux élèves

Avez-vous un secret ? Gardez-le pour vous. Vous n'aurez pas à partager ce secret avec quelqu'un d'autre ni à l'écrire.

Maintenant, répondez à ces questions dans votre tête ; pas à voix haute ni par écrit.

1. Combien de personnes dans cette salle connaissent votre secret ?
2. Combien de personnes dans votre quartier connaissent votre secret ?
3. Combien de personnes que vous n'avez jamais rencontrées connaissent votre secret ?

Imaginez que vous deviez écrire votre secret sur un bout de papier et qu'une personne choisie au hasard dans la salle devait le lire. Encore quelques questions. Une fois de plus, n'y répondez que dans votre tête, pas à voix haute ni par écrit. Après une semaine :

1. Combien de personnes dans cette salle connaissent votre secret maintenant ?
2. Combien de personnes dans votre quartier connaissent votre secret maintenant ?
3. Combien de personnes que vous n'avez jamais rencontrées connaissent votre secret maintenant ?

Deuxième partie

Informations aux élèves

Vous devez considérer les personnes susceptibles de voir un secret ou d'autres informations vous concernant comme votre « audience ».

Le fait d'avoir une meilleure idée de l'audience peut vous aider à déterminer plus facilement les informations que vous souhaitez partager ou non. Une audience est une personne ou un groupe de personnes ayant accès à une information particulière.

Aujourd'hui, avec les nouvelles technologies, une audience peut grandir très

rapidement. Le potentiel de croissance rapide des audiences peut vous empêcher de connaître et de limiter l'audience de vos informations et de vos activités en ligne. Bien que cela puisse être très utile lorsque vous souhaitez partager vos créations avec le plus de personnes possible, c'est problématique lorsque cela se produit avec des informations que vous souhaitez garder privées.

Malheureusement, une fois que des informations privées (et plus particulièrement des informations embarrassantes) se retrouvent en ligne, il peut être très difficile de contrôler qui peut y accéder.

À chaque fois que vous partagez des informations en ligne (même par message privé), vous devez vous préparer à l'éventualité que ces informations se propagent bien au-delà de l'audience que vous souhaitiez atteindre.

Troisième partie

Questions aux élèves

Lorsque vous publiez un statut, une photo ou d'autres informations sur les réseaux sociaux, quelle est l'audience que vous visez ?

Est-ce que cela dépend de la plate-forme de réseaux sociaux ? Ou encore du contexte ?

Informations aux élèves

Cela dépend de vos paramètres de confidentialité ainsi que de la plate-forme de réseaux sociaux que vous choisissez ; votre audience peut n'inclure que vos amis ou vos abonnés les plus proches ou encore comprendre toute personne qui utilise la plate-forme ou qui vous recherche en ligne. Mais peu importe l'audience, les informations peuvent être copiées puis affichées ailleurs, quelqu'un peut prendre une photo ou une capture d'écran de votre contenu, et les informations peuvent être partagées dans des conversations en personne ou en ligne.

Questions aux élèves

Quelle est l'audience que vous visez lorsque vous ajoutez du contenu sur les réseaux sociaux ?

Quelle est l'audience que vous visez lorsque, par exemple, vous publiez sur le journal Facebook de quelqu'un d'autre, ou encore lorsque vous ajoutez du contenu sur le compte d'une autre personne (par exemple, en commentant l'une de ses photos ou en l'identifiant dans une publication ou une photo) ?

Informations aux élèves

Cela dépendra à la fois de vos paramètres de confidentialité et des siens, mais les

contenus seront en général visibles pour ses amis et ses abonnés, y compris des personnes que vous ne connaissez pas, telles que les membres de sa famille ou encore ses professeurs.

Questions aux élèves

Lorsque vous envoyez un message (par exemple, un texto, un e-mail ou un message privé sur les réseaux sociaux), quelle est l'audience que vous visez ?

Informations aux élèves

Votre audience est la personne à qui vous l'envoyez, mais faites attention : d'autres personnes pourraient le voir.

Questions aux élèves

Comment votre message peut-il arriver à d'autres personnes que celle à qui vous l'avez envoyé ? [photos, captures d'écran, transfert, partage téléphonique en personne, etc.]

Dans quels cas peut-il être utile d'atteindre une audience plus large ? [espérer diffuser un message à une audience large, mobiliser des personnes, les sensibiliser, etc.]

Dans quels cas peut-il être problématique d'atteindre une audience plus large ? [le partage au-delà de l'audience visée peut vous causer des ennuis, vous embarrasser, nuire à votre réputation, etc.]

Dans quelles situations le maintien d'une bonne réputation en ligne peut-il être important ? [demande d'admission à une école ou une université, recherche d'emploi, nouveaux amis, etc.]

Rechercher des informations sur votre réputation en ligne

Première partie

Interaction dans la classe

Choisissez une personnalité publique (par exemple, un musicien ou un acteur [films/TV], un personnage politique, un chef d'entreprise, etc.) connue de tous les participants. Recherchez son nom sur Google ou sur un autre moteur de recherche et, avec les participants, examinez quelques-uns des éléments qui apparaissent en premier (projetez les résultats de recherche sur un écran). Explorez également la présence de cette personnalité publique sur les réseaux sociaux. Au bout de quelques minutes, demandez à deux participants d'interpréter une interaction hypothétique entre cette personnalité publique et l'un de ses fans.

Questions aux élèves

Comment se sent _____ face à quelqu'un qui sait beaucoup de choses à son sujet ?

Comment se sentirait-il/elle si ces informations étaient fausses ?

Combien de personnes peuvent accéder à ces informations concernant _____ ?

Comment _____ peut-il/elle contrôler les informations le/la concernant disponibles en ligne ?

Deuxième partie

Informations aux élèves

Les personnes que vous rencontrez utiliseront les moteurs de recherche pour obtenir plus d'informations vous concernant. Les informations qu'elles trouveront, qu'elles soient bonnes ou mauvaises, auront un impact sur ce qu'elles pensent de vous. Pour comprendre comment se forme leur opinion sur vous, il est important que vous sachiez quelles informations elles sont susceptibles de voir.

Les personnes en question peuvent être vos futurs employeurs ou les responsables des admissions d'une école ou d'une université. Les responsables des admissions peuvent ne pas informer les candidats s'ils les ont recherchés en ligne et/ou s'ils ont utilisé les informations disponibles en ligne pour les aider dans leur prise de décisions.

Troisième partie

Interaction dans la classe

Mettez les participants deux par deux.

Informations aux élèves

Réfléchissez à trois choses que vous aimeriez voir apparaître en premier lorsque quelqu'un recherche votre nom sur Google. Quelle est selon vous la probabilité que ces éléments apparaissent dans les résultats de la recherche ?

Partagez ces informations avec votre partenaire.

Questions aux élèves

Qu'est-ce que vous et votre partenaire avez trouvé ?

Levez la main si vous avez cherché votre propre nom sur Google ou en ligne. Qu'avez-vous vu ? Quelles photos sont apparues ? Avez-vous pu trouver des informations vous concernant, ou bien y a-t-il d'autres personnes dans le monde qui ont le même nom que vous ?

1. Si les participants ont des noms courants, demandez-leur d'ajouter une information à leurs recherches, comme par exemple leur ville natale ou le nom de leur école.

Vous pouvez également demander aux participants de se chercher sur Google ou en ligne pendant cette activité si des ordinateurs ou des appareils mobiles avec accès Internet sont disponibles.

Questions aux élèves

Quand vous cherchez votre nom sur Google ou en ligne, posez-vous les questions suivantes :

1. Quels sont les premiers résultats de la recherche ?
2. Vous sentez-vous à l'aise vis-à-vis de ces informations ?
3. Qu'est-ce que les autres résultats disent de vous ? En tant qu'étudiant ? En tant qu'employé ?

Quelle impression pourrait avoir une personne qui ne vous connaît pas en voyant ces résultats ? Quelle impression pourrait-elle avoir en consultant les informations contenues dans les premiers résultats de la recherche ?

Réagir à des informations complexes

Première partie

Interaction dans la classe

Distribuez la fiche Que devez-vous faire ? : Fiche participant. Mettez les participants deux par deux. Demandez aux participants de discuter des scénarios décrits dans la feuille de travail, de mettre au point deux stratégies/solutions par scénario et de réfléchir aux conséquences potentielles de leurs actes. Donnez-leur 15 minutes.

Questions aux élèves

Que faire lorsque quelqu'un publie un contenu indésirable à votre sujet et/ou des informations que vous trouvez inappropriées dans ce contexte ?

À quoi faut-il penser avant de publier un contenu au sujet de quelqu'un d'autre ?

Réagir à des informations négatives

Première partie

Questions aux élèves

Que pouvez-vous faire si vous trouvez des informations négatives à votre sujet lorsque vous recherchez votre nom en ligne (par exemple, sur un moteur de recherche ou sur les réseaux sociaux) ?

Quels types de contenu ne voulez-vous pas que les autres voient ?

Deuxième partie

Informations aux élèves

Il existe différentes approches quant à ce que vous pouvez faire si vous rencontrez un contenu indésirable vous concernant en ligne, en fonction du contexte et du type d'informations, entre autres.

L'une de ces approches est le « contre-discours », qui consiste à attirer l'attention vers/donner plus de visibilité à des histoires positives vous concernant en créant et en gérant des contenus qui vous montrent sous votre meilleur jour. Pour cela, vous pouvez par exemple développer votre présence sur les réseaux sociaux ou encore créer un blog ou un site web à votre nom.

Une autre approche consiste à prendre des mesures pour supprimer le contenu négatif. Quelques exemples :

1. Si vous rencontrez un contenu indésirable vous concernant en ligne, par exemple une photo de vous, vous pouvez essayer de contacter directement la personne qui l'a publiée (notamment via les réseaux sociaux et/ou une application de messagerie) pour lui demander de la supprimer.
2. De nombreuses plates-formes fournissent également des interfaces qui permettent de signaler les informations que vous jugez indésirables ou sans intérêt (par exemple, des photos, des vidéos ou des publications texte), qui vous montrent sous un mauvais jour, qui n'ont pas leur place sur la plate-forme (par exemple, des contenus offensifs, violents ou interdits) ou encore qui vous semblent frauduleuses. La plate-forme les analyse ensuite en fonction de ses conditions d'utilisation et des normes de la communauté.
3. Dans certains cas, vous pourriez même disposer de voies de recours ; par exemple, vous pouvez engager des poursuites judiciaires en fonction de la juridiction et de la loi applicable (dans certains cas d'atteinte à la vie privée ou de fausses déclarations portant atteinte à la réputation d'un individu, entre

autres).

4. Dans certains pays, il existe des lois spécifiques qui exigent aux plates-formes de supprimer certains types de contenu illicite sur notification [par exemple, la loi NetzDG sur le contrôle des réseaux sociaux en Allemagne].
5. Gardez également en tête que tenter de supprimer ou de corriger le contenu peut parfois attirer encore davantage l'attention.

Troisième partie

Informations aux élèves

Les citoyens de l'Union européenne (« UE ») ont un « droit à l'effacement », plus communément appelé « droit à l'oubli » (ce droit est toujours applicable, même lorsqu'ils voyagent ou s'installent en dehors de l'UE). En vertu de ce droit et conformément au Règlement général sur la protection des données (« RGPD »), les citoyens de l'UE peuvent demander aux « responsables de traitement » de supprimer certains types d'informations les concernant. (Les « responsables de traitement » peuvent être des entreprises, des individus, des organismes gouvernementaux ou d'autres entités en mesure de prendre des décisions sur la façon dont les informations vous concernant sont traitées.)

Il existe six raisons pour lesquelles les citoyens de l'UE peuvent demander que des informations les concernant soient supprimées. Et chacune de ces raisons couvre un large éventail de circonstances. Par exemple, une demande de suppression de données peut être formulée lorsque les informations ont été recueillies auprès d'un « mineur » qui décide plus tard que les risques liés au partage de ces informations sont trop importants. Il s'agit d'une raison très générale. Il existe probablement d'innombrables raisons pour lesquelles un jeune de vingt-cinq ans pourrait vouloir supprimer des informations partagées lorsqu'il avait seize ans !

Et le droit à l'effacement a aussi ses limites. En effet, il existe cinq raisons pour lesquelles une demande de suppression de données sera refusée. De même que pour les demandes de suppression des données, les motifs de refus sont très vastes et couvrent plusieurs types de situations. Nous traiterons l'une de ces raisons (la protection de la liberté d'expression) plus en détail dans quelques minutes.

Le RGPD est entré en vigueur le 25 mai 2018. Plus le temps passe, plus nous verrons comment les citoyens de l'UE utilisent leur droit à l'oubli, et comment les entreprises, les agences gouvernementales et autres réagissent.

Exercice

Première partie

Devoir

Option 1, pour les participants âgés de 13-15 ans :

Informations aux élèves

Maintenant que nous avons parlé de la façon dont les informations en ligne mises à la disposition du public contribuent à se faire une opinion des autres, appliquons ce que vous venez d'apprendre.

Au cours des 30 prochaines minutes, vous participerez individuellement à l'activité suivante :

1. Choisissez une personnalité publique (par exemple, un musicien ou un acteur [films/TV], un personnage politique ou un chef d'entreprise).
2. Cherchez des informations en ligne mises à la disposition du public concernant cette personne et expliquez, dans un court paragraphe, comment ces informations vous ont aidé à vous faire une opinion de cette personne.
3. Si vous pouviez fournir à cette personne quatre conseils pour changer la façon dont les informations la concernant sont disponibles en ligne (par ex., changement de paramètres de confidentialité, changement d'audience, changement de contenu) et/ou pour que ces informations ne soient plus à la disposition du public (par ex. suppression), dans le but d'améliorer la façon dont cette personne est vue/perçue par d'autres personnes en ligne, quels seraient-ils ?

Option 2, pour les participants âgés de 16 à 18 ans :

Imaginez que vous vivez dans un pays dans lequel le « droit à l'oubli » n'existe pas. Quels sont les 2 ou 3 arguments que vous pourriez faire valoir pour que le pays adopte ce droit ? Veuillez également identifier 2 ou 3 contre-arguments potentiels.

Remarque : Dans certains pays, les citoyens bénéficient de la liberté d'expression, c'est-à-dire du droit de communiquer leurs idées sans avoir à craindre de représailles ou de censure de la part du gouvernement. Comment pensez-vous que le « droit à l'effacement » ou « droit à l'oubli » fonctionnerait dans les pays où la loi défend également la liberté d'expression ? Le Règlement général sur la protection des données de l'Union européenne dispose que le « droit à l'effacement » ne devrait pas être applicable si la suppression des informations empêche des citoyens

« d'exercer leur droit à la liberté d'expression et d'information ». Pensez à une situation dans laquelle un individu voudrait que ses informations personnelles soient supprimées et un autre individu soutiendrait que la suppression de ces informations porterait atteinte à son droit à la liberté d'expression (par exemple : un étudiant écrit un article de blog contenant des propos peu flatteurs vis-à-vis d'un enseignant ; alors que l'étudiant n'est plus dans la classe de l'enseignant, ce dernier souhaite supprimer la publication sous prétexte que les informations ne sont plus pertinentes, mais l'étudiant revendique son droit à la liberté d'expression pour parler publiquement de ses expériences passées).

Donnez 30 minutes aux participants pour terminer l'exercice.