



JEUNES CANADIENS DANS UN MONDE BRANCHÉ, PHASE IV

# LA VIE PRIVÉE EN LIGNE ET LE CONSENTEMENT



# HabiloMédias

HabiloMédias est un organisme de bienfaisance canadien sans but lucratif qui œuvre pour l'éducation aux médias et la littératie numérique. Il a pour objectif de veiller à ce que les Canadiennes et Canadiens développent une pensée critique qui leur permette d'utiliser les médias en tant que cybercitoyens actifs et informés. HabiloMédias crée des ressources et des programmes d'éducation aux médias et de littératie numérique pour les familles, les écoles et les communautés du Canada depuis 1996. HabiloMédias mène et diffuse également des recherches originales qui contribuent à l'élaboration de ses programmes et ressources et orientent les politiques publiques sur les questions liées à l'éducation aux médias numériques.

## Site Web

[habilomedias.ca](http://habilomedias.ca)

## Personne-ressource

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.)

Directrice de la recherche

[kbrisson-boivin@mediasmarts.ca](mailto:kbrisson-boivin@mediasmarts.ca)

## Contributeurs au rapport

Équipe de recherche de HabiloMédias

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.), directrice de la recherche

Samantha McAleese (Ph. D.), associée de recherche et d'évaluation

## Société de recherche

[Environics Analytics](http://Environics Analytics)

## Soutien au recrutement

Lynn Huxtable, directrice principale de l'administration et des relations en matière d'éducation, HabiloMédias

Environics Analytics

## Analyse des données

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.), directrice de la recherche, HabiloMédias

Samantha McAleese (Ph. D.), associée de recherche et d'évaluation, HabiloMédias

Matthew Johnson, directeur de l'éducation, HabiloMédias

Marc Alexandre Ladouceur, spécialiste de l'éducation aux médias, HabiloMédias

## Soutien à la conception et aux communications

Tricia Grant, directrice du marketing et des communications, HabiloMédias

Melinda Thériault, adjointe au marketing et aux communications, HabiloMédias

Penny Warne, responsable du Web, HabiloMédias

## Comité consultatif

Jacque Burkell (Ph. D.), professeure, faculté de l'information et des études médiatiques, Université Western

Wendy Craig (Ph. D.), professeure, département de psychologie, Université Queen's

Faye Mishna (Ph. D.), professeure, faculté de travail social Factor-Inwentash, Université de Toronto

Leslie Shade (Ph. D.), professeure, faculté de l'information, Université de Toronto

Valerie Steeves (Ph. D.), professeure, département de criminologie, Université d'Ottawa

## Citation suggérée

HabiloMédias (2022). *Jeunes Canadiens dans un monde branché, Phase IV : La vie privée en ligne et le consentement*. HabiloMédias. Ottawa.

## Remerciements

La phase IV de l'étude *Jeunes Canadiens dans un monde branché* a été rendue possible grâce aux contributions financières de l'[Autorité canadienne pour les enregistrements Internet](#).



HabiloMédias tient à remercier les conseillers jeunesse qui ont examiné le document et fourni des commentaires inestimables sur les questionnaires de la phase IV de l'étude *Jeunes Canadiens dans un monde branché*.

## Reconnaissance des territoires autochtones

HabiloMédias reconnaît être situé sur les terres traditionnelles non cédées et occupées des Algonquins Anishinaabeg. Avec gratitude, nous reconnaissons ce territoire pour réitérer notre engagement et notre responsabilité dans l'établissement de relations positives avec les Inuits, les Premières Nations et les Métis d'un océan à l'autre.

Nous nous efforçons de fonder nos processus de recherche sur la bienveillance et la réciprocité, ce qui signifie démontrer un état constant d'apprentissage, surtout lorsqu'il s'agit de comprendre le bien-être et les expériences numériques des peuples et des communautés autochtones du Canada. Nous nous engageons à créer et à maintenir des relations et des processus respectueux qui reconnaissent les déséquilibres de pouvoir dans le paysage de l'éducation aux médias numériques et à chercher à les corriger.

# Table des matières

<b>SOMMAIRE .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>6</b>
Vue d'ensemble – Jeunes Canadiens dans un monde branché .....	7
<b>MÉTHODES.....</b>	<b>9</b>
Conception du sondage et réalisation .....	9
Analyse des données.....	10
Limites et considérations.....	10
<b>LA VIE PRIVÉE EN LIGNE ET LE CONSENTEMENT .....</b>	<b>12</b>
Protection des renseignements et gestion des identités.....	12
Remettre en question la surveillance (faite par les entreprises) .....	23
Établir des limites et instaurer la confiance.....	28
<b>PROCHAINES ÉTAPES.....</b>	<b>32</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>34</b>
Annexe A : Données démographiques .....	34
Annexe B : Gérer le contenu personnel indésirable publié par d'autres personnes – Différences démographiques .....	37
Annexe C : Utilisation spécifique des paramètres de confidentialité – Différences démographiques .....	39

# SOMMAIRE

*Jeunes Canadiens dans un monde branché* (JCMB) est l'étude de recherche la plus complète et la plus longue jamais menée au Canada sur les attitudes, les comportements et les opinions des jeunes en lien avec Internet, la technologie et les médias numériques. Depuis 1999, [HabiloMédias](#) a interrogé plus de 20 000 parents, enseignants et élèves dans le cadre de cette étude. L'étude en est actuellement à sa quatrième phase. Le présent rapport est le troisième d'une série de rapports qui seront publiés sur notre [site Web](#).

Comme pour les phases précédentes de l'étude JCMB, nous avons conçu deux sondages, un pour les élèves de la 4<sup>e</sup> à la 6<sup>e</sup> année et un autre pour ceux de la 7<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année. Dans les deux sondages, nous avons organisé les questions en plusieurs catégories :

- les appareils numériques à la maison;
- le temps d'écran à la maison;
- la technologie à l'école;
- la vie privée en ligne et le consentement;
- la confiance;
- les relations et la technologie;
- la résolution des problèmes en ligne;
- les opinions sur divers sujets numériques;
- les connaissances numériques et médiatiques;
- les données démographiques.

D'octobre à décembre 2021, des sondages ont été menés en ligne auprès de 1 058 jeunes de partout au Canada. Un total de 79 élèves ont participé à un sondage en classe et 979 jeunes ont participé à un sondage réalisé auprès de la population générale.

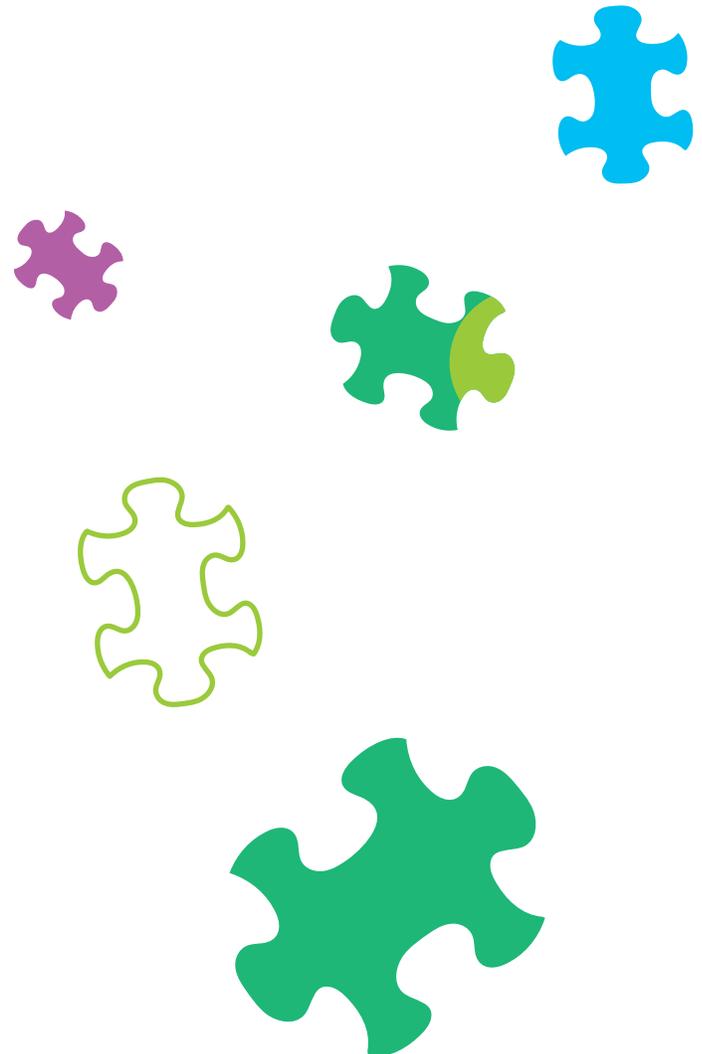
Après plusieurs séances d'analyse collaborative des données, l'équipe de recherche de HabiloMédias a choisi les sujets et les thèmes suivants pour les rapports de la phase IV :

- la vie en ligne;
- d'affronter du contenu nocif et déconcertant en ligne;
- la vie privée;
- la cruauté et la méchanceté en ligne;
- le sextage;
- l'éducation aux médias numériques.

La phase IV se terminera également par un rapport sur les tendances et des recommandations qui sera publié en 2023.

Le présent rapport met en évidence les résultats relatifs à la vie privée et au consentement en ligne. Nous dévoilons de quelle façon les jeunes partagent et protègent leurs renseignements personnels et gèrent leur identité dans les espaces en ligne. Nous résumons également les conclusions relatives aux diverses pratiques de protection de la vie privée qu'adoptent les jeunes, comme la lecture des conditions d'utilisation et l'utilisation des paramètres de confidentialité. Le présent rapport expose également les sentiments des jeunes face à diverses formes de surveillance, soit la surveillance relationnelle, celle exercée par les entreprises et celle facilitée par les technologies numériques. Aussi, nous abordons l'importance d'établir des limites et d'instaurer la confiance, ainsi que la façon dont les diverses règles et pratiques à la maison ainsi qu'entre les adultes et les jeunes peuvent avoir une incidence sur la vie privée en ligne.

Nous tenons à remercier tous les élèves, parents, enseignants, directeurs d'école et administrateurs du Canada qui ont participé à ce projet d'une manière ou d'une autre au cours de la phase IV. L'étude JCMB demeure la pierre angulaire de notre travail à HabiloMédias, et nous sommes reconnaissants pour le soutien, sous toutes ses formes, qui le nourrit.



# INTRODUCTION

*Jeunes Canadiens dans un monde branché* est l'étude de recherche la plus complète et la plus longue jamais menée au Canada sur les attitudes, les comportements et les opinions des jeunes en lien avec Internet, la technologie et les médias numériques. Depuis 1999, [HabiloMédias](#) a interrogé plus de 20 000 parents, enseignants et élèves dans le cadre de cette étude.

Les conclusions de l'étude JCMB servent à établir des critères de référence pour la recherche sur l'utilisation que font les enfants d'Internet, de la technologie et des médias numériques et ont permis d'élaborer des politiques notamment sur l'économie numérique, la protection de la vie privée, la sécurité en ligne, les préjudices en ligne, le bien-être numérique, la cybercitoyenneté et l'éducation aux médias numériques. Cette recherche sert également à orienter d'autres projets de HabiloMédias et d'autres organisations, y compris les établissements universitaires, au sein de notre vaste réseau en pleine expansion.

L'étude en est actuellement à sa quatrième phase. En 2019, l'équipe de recherche de HabiloMédias a organisé des [groupes de discussion](#) afin d'obtenir le point de vue des enfants sur ce qui fonctionne pour les jeunes en ligne et les changements qui doivent être apportés afin qu'ils tirent le meilleur parti de leurs expériences en ligne. Des groupes de discussion auprès de parents ont permis de compléter les discussions sur les mesures qui doivent être prises pour favoriser la résilience (collective) en ligne. Ce travail qualitatif nous a aidés à préparer une enquête quantitative qui a débuté en 2021.

La phase IV de l'étude se termine par une série de rapports de recherche qui seront publiés sur le [site Web](#) de HabiloMédias. Les sujets abordés incluent les suivants :

- [la vie en ligne](#);
- [d'affronter du contenu nocif et déconcertant en ligne](#);
- la vie privée;
- la cruauté et la méchanceté en ligne;
- le sextage;
- l'éducation aux médias numériques.

Comme pour les phases précédentes de cette étude, la phase IV se terminera également par un rapport sur les tendances et des recommandations.

Contrairement aux phases précédentes, un rapport plus exhaustif sur les méthodes de recherche de l'étude JCMB est présenté ici dans le cadre de la série complète de rapports. Alors que chaque rapport de la série renfermera une courte section sur la méthode de recherche, [le présent rapport](#) offre un regard plus approfondi sur les décisions et les processus méthodologiques entrepris par l'équipe de recherche de HabiloMédias dans le cadre de la phase IV de l'étude JCMB. Les différents axes et adaptations pris au cours de cette phase méritent d'être développés et intéresseront d'autres chercheurs qui ont apporté, et continuent d'apporter, des changements dans leur travail en raison de la pandémie de COVID-19.

## Vue d'ensemble – Jeunes Canadiens dans un monde branché

Voici un résumé des trois phases précédentes de l'étude JCMB ainsi qu'une introduction à la phase IV, qui a débuté par un [rapport de recherche qualitative](#) publié en janvier 2020.

**La phase I (2000-2001)** de l'étude JCMB incluait 1 081 entrevues téléphoniques auprès de parents de l'ensemble du Canada et 12 groupes de discussion auprès d'enfants âgés de 9 à 16 ans et de parents d'enfants âgés de 6 à 16 ans à Montréal et à Toronto. Le volet quantitatif de la phase I comprenait 5 682 sondages autoadministrés sur papier menés dans des classes francophones et anglophones de 77 écoles sélectionnées dans 10 provinces canadiennes.

À l'époque, les parents étaient enthousiastes à l'idée de voir leurs enfants utiliser les nouvelles technologies pour les aider à apprendre et à se préparer à leur futur emploi. Ils avaient tendance à faire preuve d'insouciance en ligne, persuadés que leurs enfants viendraient les voir en cas de problème. Les jeunes participants estimaient que les médias en ligne étaient entièrement privés puisque les adultes n'avaient pas les compétences nécessaires pour les y trouver, et ils profitaient d'un large éventail d'utilisations créatives comme les jeux de rôles et l'exploration du monde adulte. Ils avaient également tendance à faire confiance aux entreprises, qu'ils qualifiaient d'« amis ».

Au cours de la **phase II (2004-2005)**, nous avons organisé 12 groupes de discussion auprès d'enfants âgés de 11 à 17 ans et de parents d'enfants âgés de 11 à 17 ans à Edmonton, à Montréal et à Toronto. De plus, 5 272 sondages quantitatifs auto-administrés sur papier ont été menés dans des classes francophones et anglophones de 77 écoles sélectionnées dans l'ensemble du Canada, auprès d'élèves de la 4<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année. Nous sommes ravis que 302 des 319 classes initiales de la phase I aient accepté de participer à la phase II.

Alors que les jeunes participants appréciaient toujours de nombreuses activités en ligne, ils prenaient conscience de la fréquence à laquelle ils étaient surveillés en ligne. Pour répondre à cette surveillance, ils ont élaboré plusieurs stratégies pour préserver la confidentialité de leur vie en ligne. En revanche, les adultes ont commencé à conclure que les jeunes « perdaient leur temps » à jouer à des jeux et à discuter (des activités qui les avaient précisément attirés en ligne au départ).

La **phase III (2011-2014)** comprenait 10 entrevues de 1 heure auprès d'enseignants du primaire et du secondaire représentant 5 régions du Canada : le Nord, l'Ouest, l'Ontario, le Québec et l'Atlantique. En plus de ces entrevues, HabiloMédias a organisé 12 groupes de discussion formés d'enfants âgés de 11 à 17 ans et de parents d'enfants âgés de 11 à 17 ans à Calgary, à Ottawa et à Toronto. Le volet quantitatif de la phase III incluait 5 436 sondages menés auprès de conseils scolaires et d'écoles des 10 provinces et des 3 territoires.

Au cours de cette troisième phase, les adultes ont commencé à se sentir dépassés par les dangers auxquels leurs enfants pouvaient être exposés en ligne, en particulier la cyberintimidation. Les jeunes participants ont indiqué que la cyberintimidation était

beaucoup moins inquiétante que ne le craignaient les adultes. Toutefois, ils estimaient que la surveillance préventive à laquelle ils étaient soumis en réponse à la cyberintimidation, ainsi qu'à d'autres dangers perçus, était étouffante et équivalait à être « espionnés » par les membres de leur famille et leurs enseignants. Ils ont également affirmé qu'il était beaucoup plus difficile, en étant soumis à ce type de surveillance, pour eux de recevoir l'aide d'adultes de confiance en cas de besoin. Les jeunes étaient également beaucoup moins à l'aise avec les entreprises propriétaires des sites et des applications qu'ils utilisaient et rejetaient le modèle réglementaire du consentement par clic qui signifiait que d'autres pouvaient recueillir et utiliser leurs données. Par exemple, 95 % des élèves interrogés ont déclaré que les entreprises propriétaires des sites de médias sociaux qu'ils utilisent ne devraient pas être autorisées à voir ce qu'ils y publient.



La [phase IV de l'étude JCMB](#) a commencé par un [rapport de recherche qualitative](#) qui présente les conclusions des groupes de discussion menés auprès de jeunes de 11 à 17 ans et d'une deuxième série de groupes de discussion menés auprès de leurs parents à Toronto, à Halifax et à Ottawa. En général, nous avons découvert que les jeunes craignent de passer trop de temps en ligne ou sur leurs appareils numériques et s'inquiètent également de l'impact de la désinformation sur leurs expériences en ligne et leur apprentissage. Les jeunes nous ont dit qu'ils ne veulent pas toujours se fier à la technologie à l'école et certains ont affirmé se sentir « alarmés » par les diverses formes de technologie de surveillance utilisées en classe. D'autres conclusions font état du contrôle exercé par les enseignants et les parents sur le contenu et l'accès à la technologie, tant à l'école qu'à la maison, et la façon dont les jeunes s'y prennent ou s'opposent parfois à ce contrôle en faveur d'utilisations plus créatives comme l'engagement communautaire et l'auto-expression. Nous avons également constaté la mesure dans laquelle ce contrôle peut contribuer à l'érosion de la confiance entre les jeunes et les adultes dans leur vie.

La phase IV de l'étude JCMB a également débuté par un changement de nom en anglais, passant de *Young Canadians in a **Wired** World* à *Young Canadians in a **Wireless** World*. Ce changement témoigne de l'évolution des technologies numériques et du monde virtuel depuis 1999, passant d'un paysage technologique « branché » (*wired*) à un monde « sans fil » (*wireless*) qui présente de nouvelles possibilités et de nouveaux défis pour les jeunes, les parents, les éducateurs, les décideurs et le secteur des technologies.

Les résultats du volet qualitatif de la phase IV nous ont aidés à élaborer les sondages utilisés dans le volet quantitatif. La section suivante sur les méthodes présentera le plan de cette recherche quantitative, les changements que nous avons dû apporter à ce plan en raison de la pandémie de COVID-19, la conception du sondage, le recrutement des participants, l'analyse des données, et une discussion sur certaines limites et considérations que les lecteurs devraient garder à l'esprit en lisant les prochains rapports de la phase IV.

# MÉTHODES

## Conception du sondage et réalisation

Comme pour les phases précédentes de l'étude JCMB, nous avons conçu deux sondages pour explorer les attitudes que les jeunes adoptent, les activités qu'ils exercent, les avantages dont ils profitent et les défis qu'ils vivent lorsqu'ils sont en ligne et utilisent des appareils numériques, un pour les élèves de la 4<sup>e</sup> à la 6<sup>e</sup> année et un autre pour ceux de la 7<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année<sup>1</sup>. Nous avons organisé les questions en plusieurs catégories :

- les appareils numériques à la maison;
- le temps d'écran à la maison;
- la technologie à l'école;
- la vie privée en ligne et le consentement;
- la confiance;
- les relations et la technologie;
- la résolution des problèmes en ligne;
- les opinions sur divers sujets numériques;
- les connaissances numériques et médiatiques;
- les données démographiques.

Le sondage destiné aux élèves de la 4<sup>e</sup> à la 6<sup>e</sup> année comportait 82 questions, et celui destiné aux élèves de la 7<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année posait 100 questions. Les questions supplémentaires du deuxième sondage auprès des jeunes plus âgés couvraient des sujets comme le sextage, la pornographie et le contenu raciste et sexiste<sup>2</sup>.

Au terme des phases précédentes de l'étude JCMB, nous avons prévu recruter des participants d'écoles de l'ensemble du Canada et espérons sonder entre 6 000 et 8 000 élèves à l'automne 2020. Malgré le fort soutien des représentants des conseils scolaires à l'égard de l'étude et de HabiloMédias, moins de la moitié (n=25) ont confirmé leur participation à la phase IV, invoquant des complications liées à la pandémie de COVID-19. En raison de ce faible taux de participation, nous avons prolongé le calendrier du projet et adapté notre stratégie de recrutement et les options de réalisation du sondage, principalement en incluant un sondage réalisé auprès de la population générale pour atteindre un total de 1 000 participants.

D'octobre à décembre 2021, deux sondages ont été menés en ligne, grâce au soutien de nos partenaires du groupe de recherche [Environics](#), auprès de 1 058 jeunes Canadiens :

1. un total de 79 élèves ont participé au sondage en classe;
2. un total de 979 jeunes ont participé au sondage dans la population générale.

---

1 Pour consulter les sondages menés dans le cadre de la phase IV de l'étude JCMB, communiquez avec notre directrice de la recherche à l'adresse [info@mediasmarts.ca](mailto:info@mediasmarts.ca).

2 Les deux sondages, ainsi que tous les documents de consentement requis, les textes de recrutement, les instructions aux enseignants et la méthode d'analyse, ont été approuvés par le [comité d'éthique de la recherche de l'Université Carleton](#).

Jeunes Canadiens dans un monde branché Sondage quantitatif de la phase IV Participation			
	4 <sup>e</sup> à 6 <sup>e</sup> année Jeunes âgés de 9 à 11 ans	7 <sup>e</sup> à 11 <sup>e</sup> année Jeunes âgés de 12 à 17 ans	Total
Sondage en classe	28	51	79
Sondage dans la population générale	371	608	979
<b>Total</b>	399	659	1 058

## Analyse des données

Pour réduire les partis pris dans la communication des données du sondage, l'équipe de recherche de HabiloMédias s'est engagée dans un processus d'analyse comparative. Nous avons d'abord examiné le rapport d'analyse initial fourni par l'équipe d'Environics et utilisé ce document pour relever les thèmes clés des rapports individuels. Nous avons ensuite réexaminé les données en regard de nos propres interrogations éclairées par la littérature, les discussions et les débats contemporains sur divers thèmes, ainsi que de l'expertise établie de HabiloMédias dans le domaine de l'éducation aux médias numériques.

Pour chaque rapport, nous avons identifié un analyste principal qui a fait part de ses premières réflexions sur les grandes lignes du rapport, notamment les thèmes et les points de données critiques à inclure. La discussion menée par les équipes de recherche et d'éducation de HabiloMédias a permis de confirmer (ou de trianguler) les thèmes de chaque rapport et de développer l'histoire que vous voulions partager à partir des réponses au sondage. Nous avons ensuite commencé à rédiger les rapports thématiques sur la base des résultats de ce processus d'analyse collaborative.

## Limites et considérations

Lorsque nous avons commencé à planifier ce projet en 2019, notre objectif initial était d'attirer de 6 000 à 8 000 participants. Bien que nous n'ayons pas atteint cet objectif, principalement en raison de la pandémie de COVID-19, nous avons tout de même recruté plus de 1 000 participants grâce aux directeurs d'écoles et aux enseignants ainsi qu'à notre partenaire de recherche, Environics. Consultez [le présent rapport](#) pour obtenir tous les détails sur notre stratégie de recrutement, y compris les axes pandémiques que nous avons établis pour atteindre les objectifs de notre étude.

Cette dernière phase de l'étude inclut les données démographiques supplémentaires (voir [l'annexe A](#)) que nous avons recueillies pour nous aider à comprendre comment le genre, la race, les incapacités et l'orientation sexuelle peuvent influencer ce que les jeunes Canadiens vivent en ligne. Nous reconnaissons qu'il est difficile de faire des affirmations

définitives en raison de la taille de notre échantillon, mais notre analyse de ces données révèle d'importants portraits et histoires sur les attitudes, les comportements et les opinions des jeunes concernant Internet, la technologie et les médias numériques en fonction de ces divers marqueurs d'identité. Nous pensons que ces données sont d'autant plus importantes qu'elles ont été recueillies pendant une pandémie, alors qu'une grande partie de nos vies se passaient en ligne. Nous continuerons de recueillir ces données démographiques dans le cadre des projets ultérieurs et de travailler avec d'autres chercheurs et partenaires communautaires pour améliorer et favoriser une approche intersectionnelle des études sur l'éducation aux médias numériques.

Nous sommes conscients des lacunes au chapitre de la représentation géographique, surtout en ce qui concerne la représentation du Nord canadien (Nunavut, Yukon et Territoires du Nord-Ouest). Si les complications liées à la pandémie de COVID-19 sont partiellement à blâmer, les difficultés permanentes relatives au [fossé numérique au Canada](#) contribuent également à cette faible représentation. HabiloMédias demeure déterminé à [comblé le fossé numérique](#) et continuera de travailler avec des partenaires sur des projets futurs qui mettent l'accent sur les expériences des jeunes dans les communautés rurales, éloignées, nordiques et autochtones.

Les rapports de cette série présentent les données du sondage parallèlement à d'autres recherches et preuves qui soutiennent l'analyse et fournissent un important contexte. Lorsqu'il est avisé de le faire, nous présentons les résultats parallèlement à [nos autres projets de recherche](#) et nous appuyons sur l'expertise et les perspectives d'autres chercheurs.

Aussi, non seulement les résultats serviront à orienter une série de recommandations à l'intention des éducateurs, des responsables politiques et des décideurs dans divers secteurs, mais ils alimenteront également les projets de recherche ultérieurs de HabiloMédias.

Nous tenons à remercier tous les élèves, parents, enseignants, directeurs d'école et administrateurs du Canada qui ont participé à ce projet d'une manière ou d'une autre au cours de la phase IV. L'étude JCMB demeure la pierre angulaire de notre travail à HabiloMédias, et nous sommes reconnaissants pour le soutien, sous toutes ses formes, qui le nourrit.

## LA VIE PRIVÉE EN LIGNE ET LE CONSENTEMENT

Il ne fait aucun doute que les jeunes Canadiens utilisent avec enthousiasme les technologies numériques pour communiquer et publier du contenu (voir notre rapport [La vie en ligne](#)), ce qui ne signifie pas pour autant qu'ils ne tiennent pas à leur vie privée. En fait, les jeunes ayant participé à notre étude sont plus susceptibles à la fois de fréquenter des espaces en ligne que lorsque nous avons mené la phase III de l'étude en 2013 et de prendre des mesures pour gérer activement quel public voit le contenu qu'ils publient et limiter la collecte de leurs renseignements personnels. Bien qu'il puisse sembler paradoxal que la vie des jeunes soit devenue à la fois plus publique et plus privée, il devient clair, dans la façon dont les jeunes conceptualisent la vie privée, que le contrôle de leur vie privée n'est pas un obstacle, mais une *nécessité* pour pouvoir naviguer en ligne.

### Protection des renseignements et gestion des identités



**Dans l'ensemble, 8 jeunes sur 10 affirment qu'ils ne partagent pas leurs renseignements personnels en ligne, et 9 jeunes sur 10 disent qu'ils prendraient des mesures face au contenu personnel indésirable publié à leur sujet par d'autres personnes.**

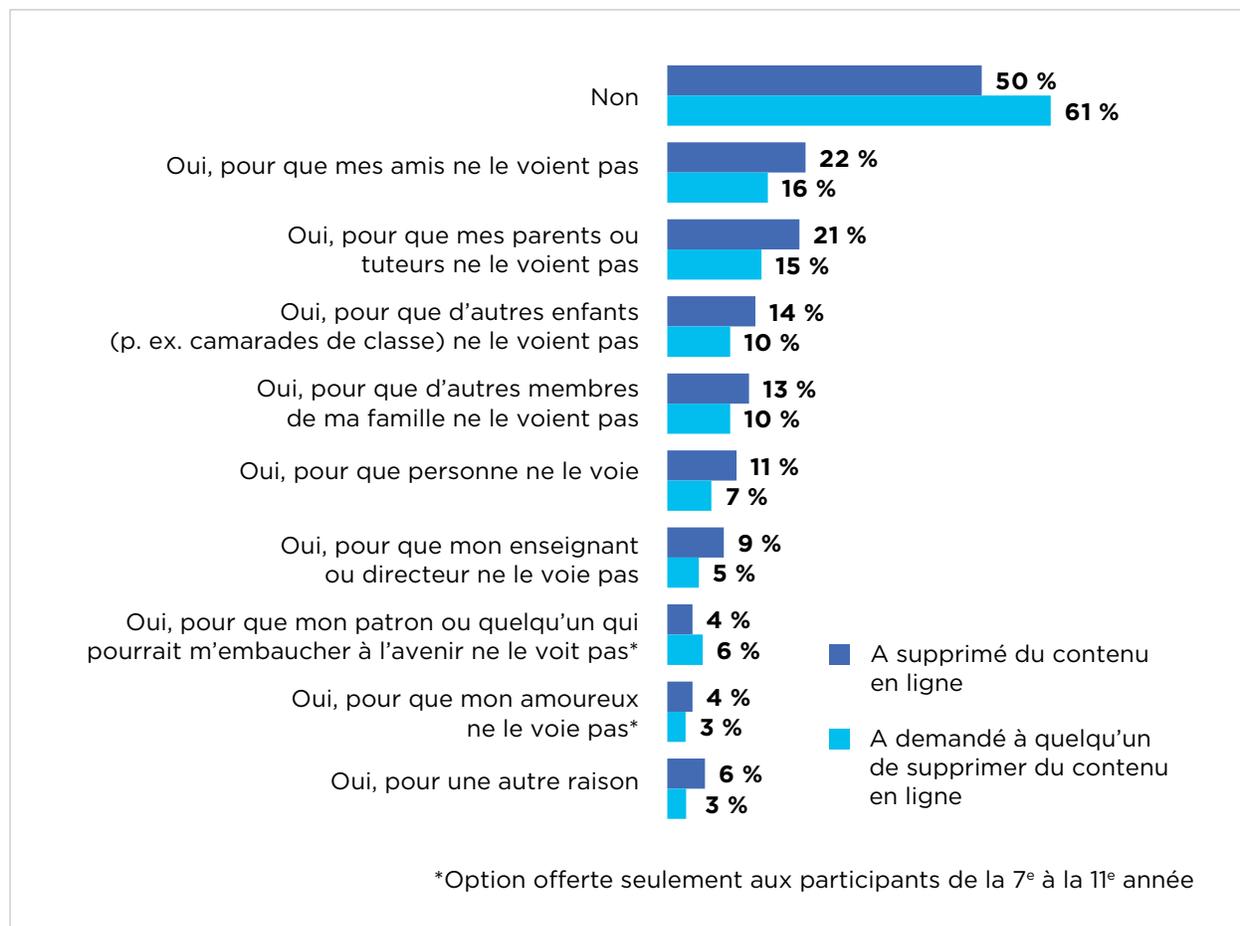
**La moitié (50 %) des jeunes se sont fait passer pour quelqu'un d'autre en ligne ou ont utilisé un faux compte pour fréquenter divers espaces en ligne.**

La première série de questions sur la protection de la vie de la phase IV de notre étude *Jeunes Canadiens dans un monde branché* (JCMB) portait sur la façon dont les jeunes partagent, protègent et gèrent leurs renseignements personnels en ligne. Lorsqu'il s'agit de partager des renseignements personnels, 8 jeunes sur 10 (82 %) disent qu'ils ne partagent pas de renseignements comme leur adresse personnelle, leur numéro de téléphone ou leur date de naissance complète en ligne. Bien qu'il y ait certaines différences démographiques (p. ex. les **jeunes de la communauté LGBTQ+** et ceux ayant une incapacité sont plus susceptibles de dire qu'ils partagent des renseignements personnels en ligne), ce premier résultat montre que les jeunes font généralement attention à ce qu'ils publient et partagent en ligne.

**Le terme LGBTQ+ inclut toute personne qui s'identifie comme lesbienne, gaie, bisexuelle, asexuelle, en questionnement ou appartenant à toute autre orientation sexuelle.**

En ce qui concerne les autres types de contenu, comme les photos, les commentaires, les vidéos et les mèmes, nous avons demandé aux participants s'ils avaient déjà supprimé du contenu après l'avoir publié pour empêcher quelqu'un d'autre de le voir. La moitié (50 %) des participants ont répondu qu'ils l'avaient fait, et 39 % des jeunes ont dit qu'ils avaient demandé à quelqu'un d'autre de supprimer du contenu publié à leur sujet sans leur consentement ou leur approbation. La **figure 1** résume les raisons pour lesquelles les jeunes suppriment ou demandent à d'autres de supprimer du contenu.

**Figure 1 : Supprimer du contenu en ligne**



Les filles (13 %) et les jeunes LGBTQ+ (17 %) sont plus susceptibles de supprimer du contenu en ligne afin que personne ne puisse le voir (contre 7 % des garçons et 10 % des jeunes hétérosexuels). Bien que les participants s'identifiant comme transgenres et issus de la diversité de genre ne soient pas assez nombreux pour être statistiquement significatifs (n=13), 7 jeunes sur 10 ont indiqué qu'ils avaient supprimé du contenu en ligne pour empêcher que quelqu'un d'autre le voie, et 6 jeunes sur 10 ont demandé à d'autres personnes de supprimer du contenu en ligne les concernant.

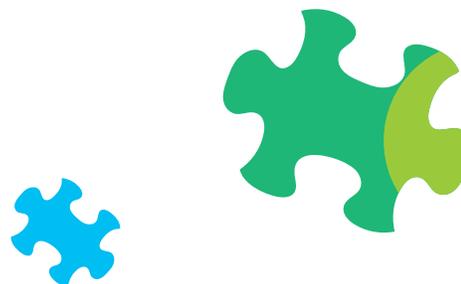
Les jeunes de race blanche sont plus susceptibles de supprimer du contenu en ligne (23 % contre 16 % des **jeunes racialisés**) et de demander à d'autres personnes de supprimer du contenu en ligne les concernant (16 % contre 13 % des jeunes racialisés) afin que leurs parents ou tuteurs ne le voient pas. Les **jeunes ayant une incapacité** sont plus susceptibles de supprimer du contenu en ligne (63 % contre 44 % des jeunes sans incapacité). Aussi, les plus jeunes participants sont plus susceptibles de dire qu'ils n'ont jamais supprimé de contenu en ligne (57 % contre 46 % des jeunes plus âgés) et moins susceptibles de demander à quelqu'un d'autre de supprimer du contenu en ligne les concernant (66 % contre 58 % des jeunes plus âgés).

Dans la phase IV de l'étude, nous avons demandé aux jeunes de s'identifier en regard de la race (voir l'[annexe A](#) pour une ventilation des catégories de réponses). Le mot « racialisé » dans le présent rapport désigne des jeunes qui se sont identifiés comme Autochtones ou provenant de l'Afrique, des Antilles, de l'Asie du Sud, du Moyen-Orient, d'Amérique latine ou d'Amérique du Sud.

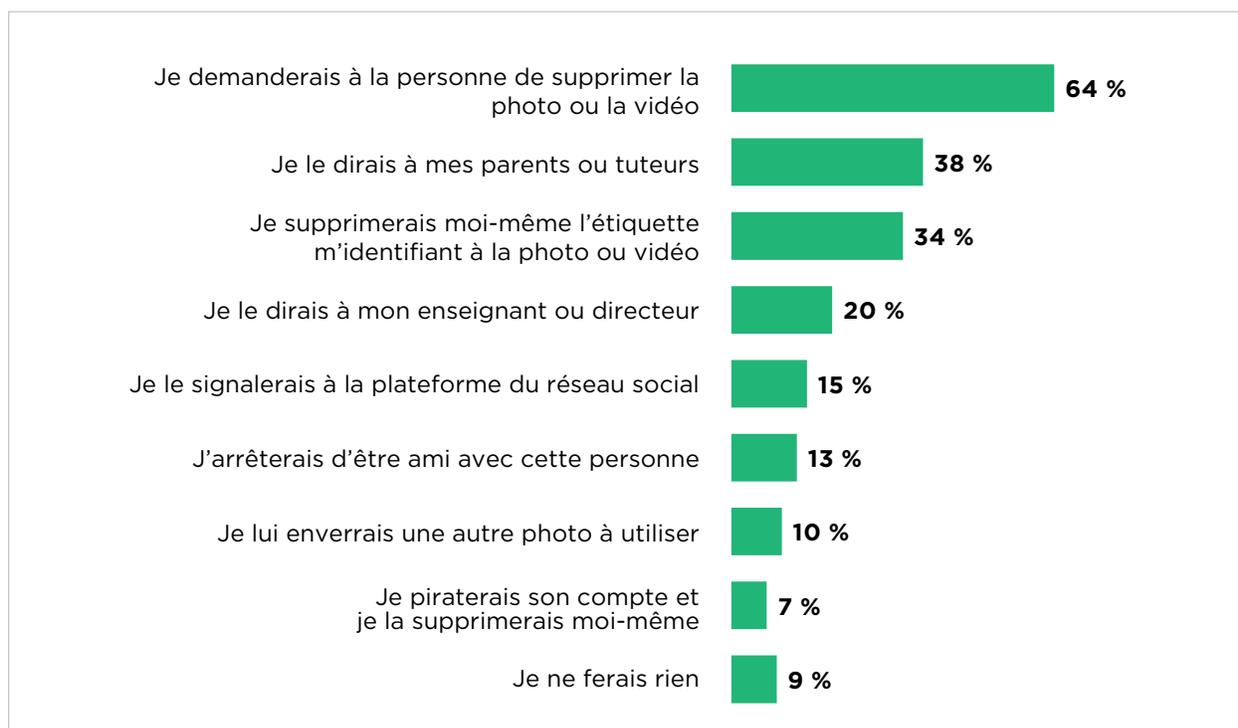
À la phase IV, nous avons demandé aux participants de s'identifier en regard des incapacités physiques, intellectuelles et cognitives, des troubles d'apprentissage et de la maladie mentale. La ventilation de chacune de ces catégories est présentée à l'[annexe A](#). Le terme « incapacité » dans ce rapport désigne l'une de ces trois catégories.

Ces questions ont subi d'importants changements depuis la phase III en 2014. En particulier, les jeunes étaient moins susceptibles de vouloir cacher du contenu à tous les publics : le nombre de participants qui avaient supprimé du contenu pour que personne ne le voie est passé de 24 % dans la phase III à 11 %, et le nombre de jeunes qui avaient demandé à une personne de supprimer du contenu pour que personne ne le voie est passé de 24 % dans la phase III à seulement 7 %. Ces chiffres confirment les conclusions de certaines de nos recherches qualitatives depuis la phase III selon lesquelles les jeunes sont plus préoccupés par la gestion des publics, c'est-à-dire *qui voit quoi*, que par la suppression complète du contenu.

Nous avons ensuite demandé aux participants ce qu'ils feraient si quelqu'un publiait une photo ou une vidéo d'eux en ligne qu'ils ne voulaient pas que d'autres personnes voient (en d'autres termes, sans leur consentement). Dans l'ensemble, 9 jeunes sur 10 ont dit qu'ils prendraient les mesures nécessaires si une telle chose se produisait, et la plupart (64 %) ont indiqué qu'ils demanderaient à la personne de retirer le contenu (voir la **figure 2**).



**Figure 2 : Gérer le contenu personnel indésirable publié par d'autres personnes**

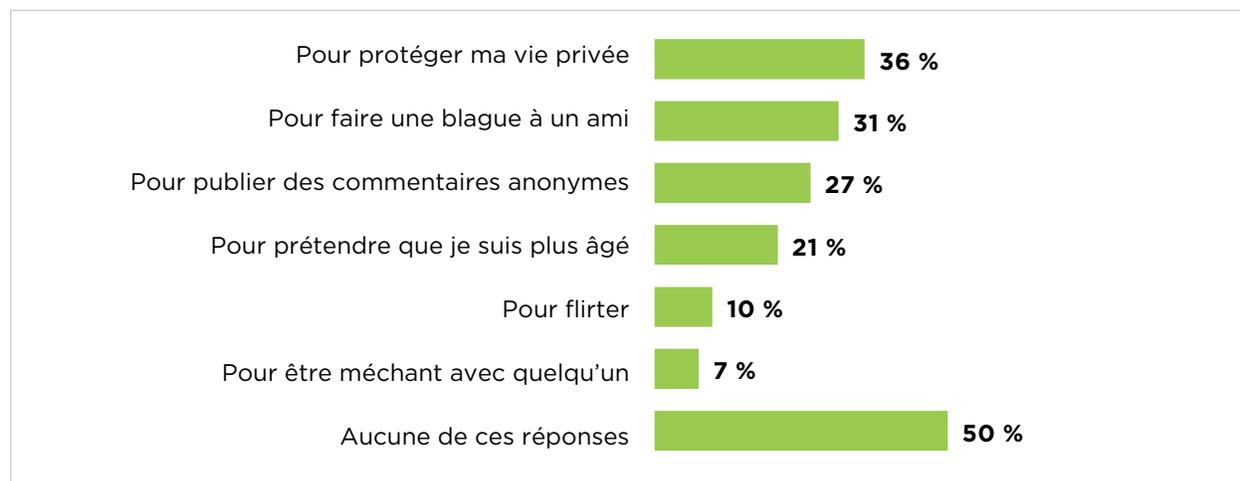


Les garçons sont légèrement plus susceptibles de ne rien faire (11 % contre 7 % des filles), et les filles ont davantage tendance à demander à la personne de supprimer le contenu (68 % contre 59 % des garçons), à en parler à un parent ou tuteur (43 % contre 34 % des garçons) ou à en parler à un enseignant (22 % contre 18 % des garçons). Les jeunes transgenres (86 %) et issus de la diversité de genre (83 %) (n=13) sont plus susceptibles de demander à la personne de supprimer le contenu. Les jeunes LGBTQ+ sont un peu plus nombreux à demander à la personne de supprimer le contenu (69 % contre 63 % des jeunes hétérosexuels), à en parler à un parent ou tuteur (41 % contre 37 % des jeunes hétérosexuels) et à en parler à un enseignant ou directeur d'école (24 % contre 19 % des jeunes hétérosexuels). Consultez l'[annexe B](#) pour les graphiques illustrant les différences démographiques dans les réponses à cette question.

Les jeunes plus âgés sont plus susceptibles de ne rien faire au sujet du contenu publié à leur sujet (10 % contre 6 % des plus jeunes), à se retirer de la publication (37 % contre 29 % des plus jeunes) ou à signaler le contenu à la plateforme où la personne l'a publié (17 % contre 12 % des plus jeunes). Cependant, les plus jeunes sont beaucoup plus susceptibles d'en parler à un parent ou tuteur (47 % contre 33 % des jeunes plus âgés) ou à un enseignant (27 % contre 15 % des jeunes plus âgés). Les jeunes de race blanche sont plus susceptibles de demander à la personne qui a publié le contenu à leur sujet de le supprimer (67 % contre 58 % des jeunes racialisés) ou de se retirer de la publication (37 % contre 29 % des jeunes racialisés). Les jeunes sans incapacité sont plus susceptibles de réagir à cette situation en le disant à leurs parents (41 % contre 31 % des jeunes ayant une incapacité), tandis que les jeunes ayant une incapacité sont plus nombreux à se retirer de la publication (39 % contre 32 % des jeunes sans incapacité).

La dernière question nous a permis de comprendre comment les jeunes gèrent leurs identités en ligne. Nous leur avons demandé s'ils avaient déjà prétendu être quelqu'un d'autre en ligne (voir **figure 3**). La moitié (50 %) des participants ont déclaré s'être fait passer pour quelqu'un d'autre ou avoir utilisé un faux compte en ligne, et la plupart (36 %) ont dit qu'ils l'avaient fait pour protéger leur vie privée. Une autre tranche de 27 % ont indiqué l'avoir fait pour publier des commentaires de façon anonyme.

**Figure 3 : Faux comptes ou comptes usurpés en ligne**



En général, les jeunes plus âgés sont plus susceptibles d'indiquer qu'ils utilisent de faux comptes en ligne (52 % contre 46 % des plus jeunes). Les garçons sont un peu plus susceptibles d'utiliser de faux comptes (53 % contre 47 % des filles) et, le plus souvent, pour faire une blague à un ami. Les jeunes transgenres sont plus susceptibles d'utiliser de faux comptes pour faire une blague à un ami (71 %, n=7), et les jeunes issus de la diversité de genre sont plus nombreux à utiliser de faux comptes pour protéger leur vie privée et publier des commentaires de façon anonyme (33 %, n=6). Les jeunes racialisés sont plus susceptibles d'utiliser de faux comptes spécifiquement pour protéger leur vie privée (40 % contre 35 % des jeunes de race blanche). Les jeunes ayant une incapacité sont plus nombreux à utiliser un faux compte, pour toutes les raisons susmentionnées, que les jeunes sans incapacité.

Les autres résultats significatifs en lien avec l'utilisation de faux comptes dans les espaces en ligne incluent les suivants :

- les jeunes possédant leur propre téléphone intelligent sont plus susceptibles d'utiliser un faux compte, pour toutes les raisons susmentionnées, que les jeunes ne possédant pas de téléphone intelligent;
- les jeunes qui partagent des renseignements personnels en ligne sont plus susceptibles d'utiliser un faux compte pour toutes les raisons susmentionnées que les jeunes qui disent ne pas partager de renseignements personnels en ligne;
- les jeunes qui disent savoir comment se protéger en ligne sont plus susceptibles d'utiliser un faux compte pour protéger leur vie privée.

## Pratiques de protection de la vie privée



**Près de la moitié des participants (48 %) disent ne jamais lire les politiques de confidentialité ou les conditions d'utilisation, et un peu plus de la moitié (52 %) des jeunes utilisent les paramètres de confidentialité lorsqu'ils utilisent des appareils numériques ou naviguent en ligne.**

**La plupart des participants (60 %) disent utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher aux étrangers le contenu qu'ils publient en ligne.**

Cette section du rapport résume les résultats relatifs à la façon dont les jeunes utilisent les politiques et les paramètres de confidentialité. Les stéréotypes concernant les jeunes suggèrent qu'ils ne lisent pas les politiques de confidentialité ou les conditions d'utilisation parce qu'ils ne se soucient pas de leur vie privée en ligne<sup>3</sup>. Cependant, notre [recherche qualitative sur la vie privée et le consentement](#) montre que la plupart des jeunes (et bon nombre d'adultes) ne lisent pas ces documents parce qu'ils sont trop longs et complexes et non parce qu'ils ne se soucient pas de protéger leurs renseignements personnels.

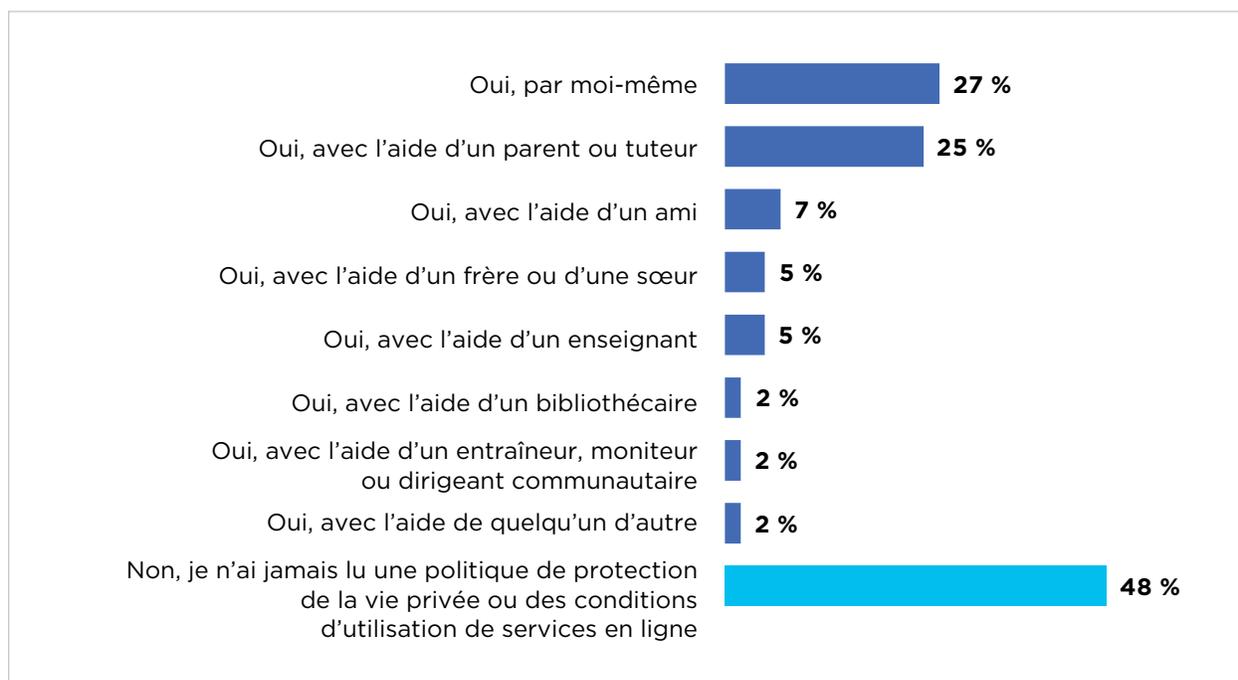
D'abord, et ce n'est pas surprenant, compte tenu de ce que nous savons des [recherches précédentes](#), près de la moitié des participants (48 %) disent ne jamais lire les politiques de confidentialité ou les conditions d'utilisation des sites Web qu'ils visitent ou des applications qu'ils utilisent (voir la **figure 4**). Ceux qui lisent ces documents le font principalement par eux-mêmes (27 %) ou avec l'aide d'un parent ou tuteur (25 %). Très peu d'entre eux ont indiqué qu'ils le faisaient sous la supervision d'un enseignant (5 %) ou d'un bibliothécaire (2 %).

Il existe certaines différences démographiques liées à la lecture des politiques de confidentialité ou des conditions d'utilisation. Par exemple, les jeunes plus âgés sont beaucoup plus susceptibles d'avoir lu ces documents par eux-mêmes (33 % contre 16 % des plus jeunes), et lorsque les plus jeunes lisent ces documents, ils sont plus susceptibles de le faire avec l'aide d'un parent ou tuteur (34 % contre 20 % des jeunes plus âgés).

---

<sup>3</sup> Adorjan, M., et Ricciardelli, R. (2019). « A new privacy paradox? Youth agentic practices of privacy management despite "nothing to hide" online ». *Canadian Review of Sociology*, 56(1), 8-29.

**Figure 4 : Lire les politiques de confidentialité ou les conditions d'utilisation**



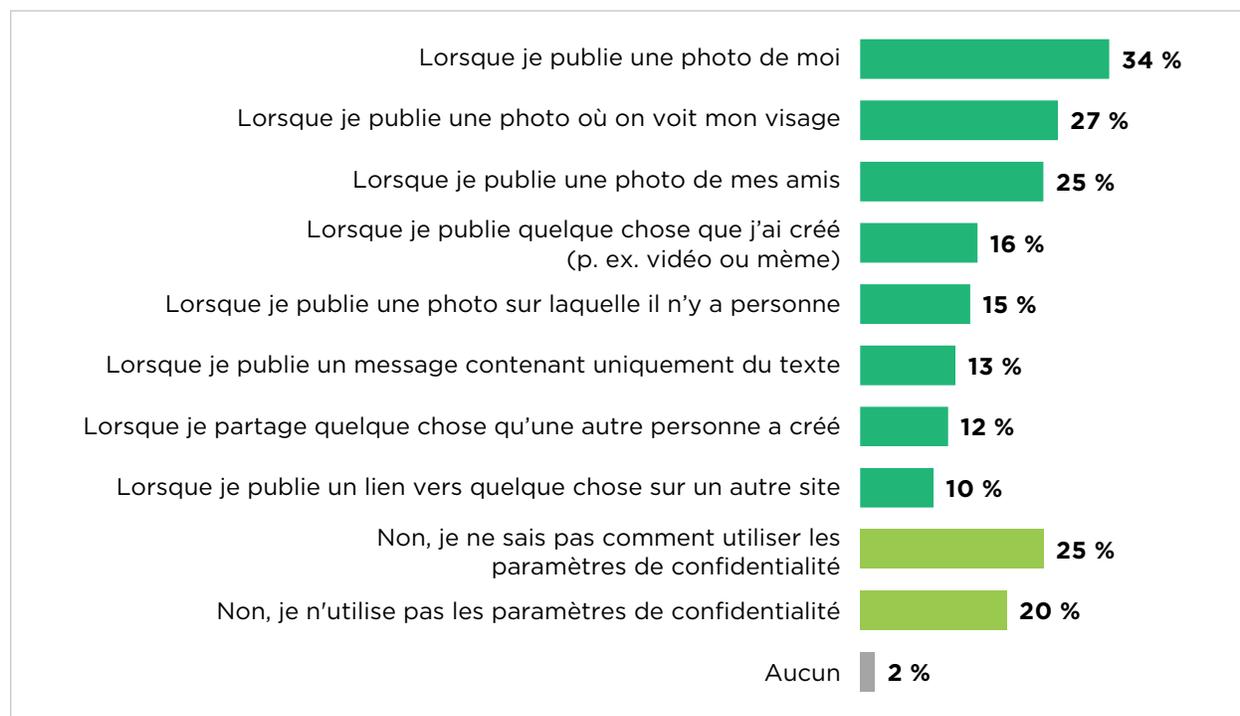
Une analyse supplémentaire liée à cette question sur la lecture des politiques de confidentialité ou des conditions d'utilisation révèle ce qui suit :

- les jeunes qui disent partager des renseignements personnels en ligne sont plus susceptibles de lire les politiques de confidentialité ou les conditions d'utilisation (75 % contre 45 % des jeunes qui disent ne pas partager de renseignements personnels en ligne) et principalement par eux-mêmes ou avec l'aide d'un parent ou tuteur;
- les jeunes qui pensent qu'Internet est un endroit sûr sont plus nombreux à lire les politiques de confidentialité et les conditions d'utilisation (53 % contre 46 % des jeunes qui ne pensent pas qu'Internet est un endroit sûr). De même, les jeunes qui disent savoir comment se protéger en ligne sont plus susceptibles de lire ces documents (52 % contre 42 % des jeunes qui disent ne pas savoir comment se protéger en ligne);
- un nombre inquiétant de jeunes (63 %) croient à tort que la présence d'une politique de confidentialité signifie qu'un site Web ne communiquera pas leurs renseignements personnels à autrui. Fait intéressant, ceux qui le croient sont *plus* susceptibles de dire qu'ils ont lu la politique de confidentialité ou les conditions d'utilisation (54 % contre 44 % des jeunes qui ne le croient pas).

Ce dernier point est préoccupant puisqu'il met en évidence l'opacité de nombreux documents de politique de confidentialité produits par diverses plateformes en ligne. Nous savons que de nombreuses plateformes, notamment les médias sociaux, partagent et négocient régulièrement des renseignements personnels. Mais les résultats de ce sondage nous indiquent que ces pratiques ne sont pas clairement définies dans les documents relatifs à la protection de la vie privée et que, par conséquent, de nombreux jeunes interagissent dans ces espaces en ligne en ayant un faux sentiment de confidentialité et de sécurité.

Puis, nous avons demandé aux participants s'ils utilisent, et à quel moment ils le font, divers paramètres de confidentialité sur les sites de réseautage social ou les sites Web (voir la **figure 5** et **l'annexe C pour des graphiques qui montrent les différences démographiques dans les réponses à cette question**). Nous apprenons ici qu'un peu plus de la moitié des jeunes (52 %) utilisent les paramètres de confidentialité lorsqu'ils naviguent en ligne et principalement lorsqu'ils publient des photos d'eux-mêmes en ligne (34 %), une photo de leur visage (27 %) et une photo avec leurs amis (25 %). Les filles (56 % contre 47 % des garçons), les jeunes transgenres (57 %, n=7), les jeunes issus de la diversité de genre (100 %, n=6), les jeunes plus âgés (56 % contre 46 % des plus jeunes), les jeunes hétérosexuels (54 % contre 42 % des jeunes LGBTQ+) et les jeunes ayant une incapacité (62 % contre 49 % des jeunes sans incapacité) ont tous plus tendance à utiliser les paramètres de confidentialité. Ces résultats correspondent à d'autres recherches sur la vie privée et le consentement, soulignant que les jeunes semblent modifier les paramètres de confidentialité plus souvent que les personnes plus âgées<sup>4</sup>.

**Figure 5 : Utilisation des paramètres de confidentialité**



4 Custers, B., van der Hof, S., et Schermer, B. (2014). « Privacy expectations of social media users: The role of informed consent in privacy policies ». *Policy & Internet*, 6(3), 268-295.

Une analyse supplémentaire liée à cette question sur l'utilisation des paramètres de confidentialité révèle ce qui suit :

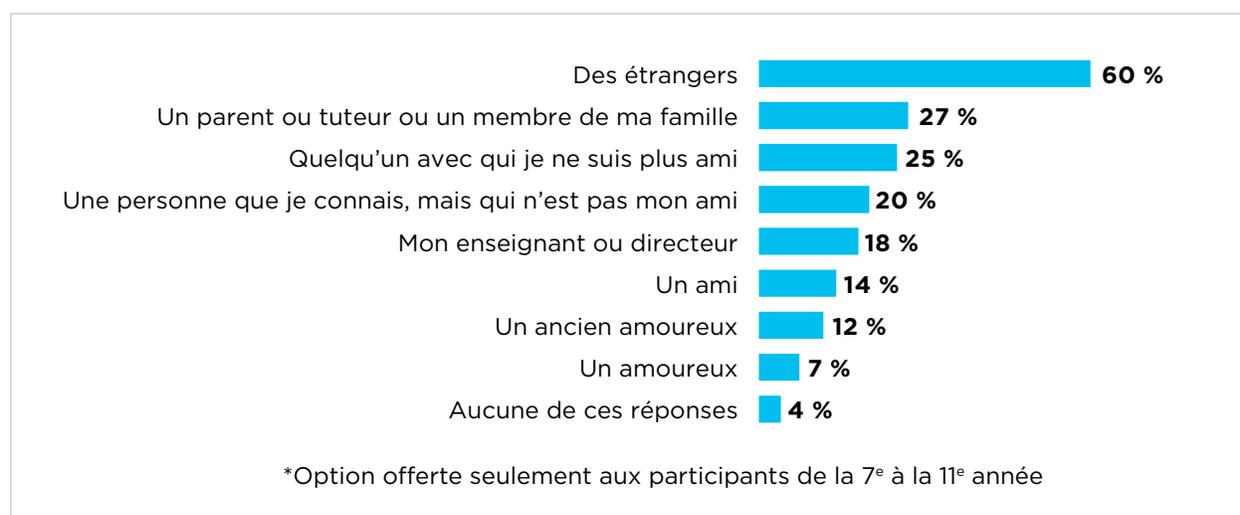
- les jeunes qui partagent des renseignements personnels en ligne sont plus susceptibles d'utiliser les paramètres de confidentialité sur les sites Web ou les applications (75 % contre 47 % des jeunes qui disent ne pas partager de renseignements personnels);
- les jeunes qui parlent à des personnes qu'ils n'ont rencontrées qu'en ligne (pas en personne) sont plus susceptibles de dire qu'ils utilisent les paramètres de confidentialité (62 % contre 36 % des jeunes qui ne parlent pas à des personnes qu'ils connaissent uniquement en ligne);
- les jeunes qui publient des vidéos d'eux-mêmes en ligne sont plus susceptibles de dire qu'ils utilisent les paramètres de confidentialité (64 % contre 36 % des jeunes qui ne publient pas de vidéos d'eux-mêmes);
- les jeunes qui lisent les politiques de confidentialité ou les conditions d'utilisation sont plus nombreux à utiliser les paramètres de confidentialité (67 % contre 37 % de jeunes qui ne lisent pas ces documents);
- les jeunes qui disent savoir comment se protéger en ligne ont plus tendance à utiliser les paramètres de confidentialité (55 contre 40 % des jeunes qui ne croient pas savoir comment se protéger en ligne).

Un peu moins de la moitié (46 %) des participants ont déclaré qu'ils n'utilisaient pas du tout les paramètres de confidentialité. Un quart (25 %) des jeunes ont dit qu'ils n'utilisent pas ces paramètres parce qu'ils ne savent pas comment le faire : les plus jeunes (35 % contre 19 % des jeunes plus âgés) et les jeunes LGBTQ+ (33 % contre 23 % des jeunes hétérosexuels) sont plus nombreux à dire que c'est la raison pour laquelle ils n'utilisent pas les paramètres de confidentialité.

Plus loin dans le sondage, nous avons demandé aux participants ce qu'ils aimeraient savoir sur divers sujets liés à l'éducation aux médias numériques : 37 % d'entre eux ont répondu qu'ils aimeraient en savoir plus sur l'utilisation des paramètres de confidentialité. Nous aborderons ce point plus en détail dans notre prochain rapport consacré à l'éducation aux médias numériques.

En outre, la plupart des participants à ce sondage (60 %) disent utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher du contenu aux étrangers (voir la **figure 6**). Les autres réponses les plus fréquentes indiquent que les jeunes utilisent les paramètres de confidentialité pour cacher du contenu à un parent, à un tuteur ou à un autre membre de la famille (27 %), à une personne avec laquelle ils ont cessé d'être amis (25 %) ou à une personne qu'ils connaissent, mais avec laquelle ils ne sont pas amis (20 %).

**Figure 6 : Contenu caché à certaines personnes**

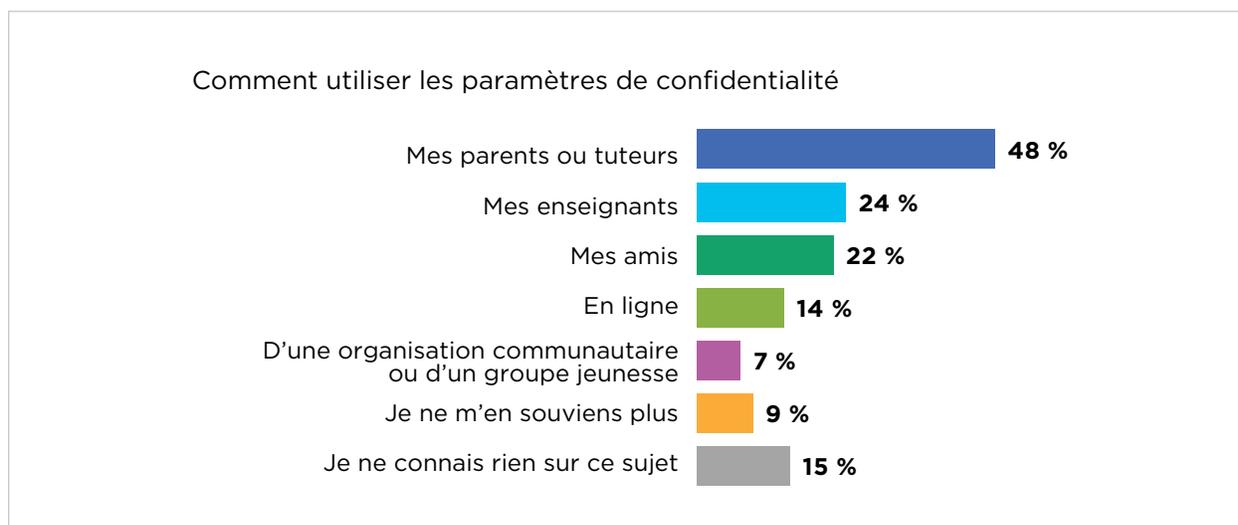


Les filles sont plus susceptibles d'utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher du contenu qu'elles publient aux étrangers (64 % contre 52 % des garçons) et aux connaissances (24 % contre 15 % des garçons), alors que les garçons sont légèrement plus susceptibles d'utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher du contenu qu'ils publient en ligne à leurs parents ou à d'autres membres de la famille (30 % contre 24 % des filles). Les jeunes issus de la diversité de genre (n=6) sont plus susceptibles d'utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher du contenu à des étrangers (83 %) et à une personne avec laquelle ils ont cessé d'être amis (50 %). Les jeunes plus âgés sont également plus susceptibles d'utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher du contenu aux étrangers (64 % contre 49 % des plus jeunes) et aux personnes avec lesquelles ils étaient amis (27 % contre 19 % des plus jeunes). Les plus jeunes sont plus susceptibles d'utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher du contenu à leurs parents, à leurs tuteurs ou à d'autres membres de la famille (30 % contre 25 % des jeunes plus âgés) ou à leurs amis (17 % contre 12 % des jeunes plus âgés). Les jeunes LGBTQ+ déclarent utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher le contenu qu'ils publient en ligne à leurs anciens amis (41 % contre 23 % des jeunes hétérosexuels) et à leurs anciens partenaires romantiques (29 % contre 10 % des jeunes hétérosexuels). Les jeunes ayant une incapacité ont plus tendance à utiliser les paramètres de confidentialité pour cacher du contenu à leurs parents ou à d'autres membres de la famille (36 % contre 23 % des jeunes sans incapacité) et à leurs amis (20 % contre 11 % des jeunes sans incapacité).

Comme nous l'avons mentionné précédemment, 37 % des répondants ont dit qu'ils aimeraient en savoir plus sur la façon d'utiliser les paramètres de confidentialité, une hausse par rapport à la phase précédente de cette étude<sup>5</sup>. Lorsque nous leur avons demandé de quelle façon ou auprès de qui ils se familiarisaient *actuellement* avec les paramètres de confidentialité, la plupart des participants (48 %) ont répondu qu'ils obtenaient ces informations auprès de leurs parents ou tuteurs (voir la **figure 7**).

<sup>5</sup> Dans la phase III de l'étude JCMB, menée en 2013 auprès de 5 436 élèves de la 4<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année dans l'ensemble du Canada, 31 % des jeunes ont dit qu'ils aimeraient en savoir plus au sujet des paramètres de confidentialité.

**Figure 7 : Se familiariser avec les paramètres de confidentialité**



Une analyse plus poussée a révélé certaines différences démographiques importantes :

- les filles sont plus susceptibles de se familiariser avec les paramètres de confidentialité auprès de leurs enseignants, parents et tuteurs alors que les garçons sont plus susceptibles de le faire auprès de leurs amis;
- les jeunes issus de la diversité de genre (n=13) sont plus susceptibles de se renseigner sur les paramètres de confidentialité auprès de leurs parents ou tuteurs;
- les jeunes plus âgés disent se renseigner sur les paramètres de confidentialité auprès de leurs amis et en lisant du contenu connexe en ligne, tandis que les plus jeunes disent le faire auprès de leurs enseignants ou ne pas le faire du tout;
- les jeunes hétérosexuels déclarent avoir appris à se familiariser avec les paramètres de confidentialité auprès de leurs parents, enseignants ou amis, tandis que les jeunes LGBTQ+ sont plus susceptibles de dire qu'ils n'ont jamais appris à les utiliser;
- les jeunes racialisés sont plus nombreux à mentionner qu'ils se sont familiarisés avec les paramètres de confidentialité auprès de diverses sources, mais surtout de leurs amis et en lisant du contenu en ligne;
- les jeunes sans incapacité sont plus nombreux à dire qu'ils n'ont jamais appris à se familiariser avec les paramètres de confidentialité, et les jeunes ayant une incapacité disent qu'ils ne savent pas ou ne se souviennent pas de quelle façon ils ont appris à les utiliser.

## Remettre en question la surveillance (faite par les entreprises)



**Les trois quarts (74 %) des jeunes pensent que les membres de leur famille devraient être autorisés à utiliser des appareils ou des applications pour connaître leur localisation, mais seulement 2 % des jeunes sont d'accord pour que les entreprises en ligne (comme les sociétés de marketing) soient autorisées à suivre leur localisation.**

**La plupart des jeunes souhaitent que leur contenu soit vu par leurs amis (75 %) ou leurs parents, leurs tuteurs ou les autres membres de leur famille (68 %). Cependant, peu d'entre eux souhaitent que leur contenu soit accessible à la police (8 %), aux entreprises en ligne (6 %) ou à leurs futurs employeurs (3 %).**

**Un peu plus de la moitié (55 %) des jeunes font confiance aux entreprises en ligne pour prendre de bonnes décisions concernant leur vie privée et leur sécurité en ligne.**

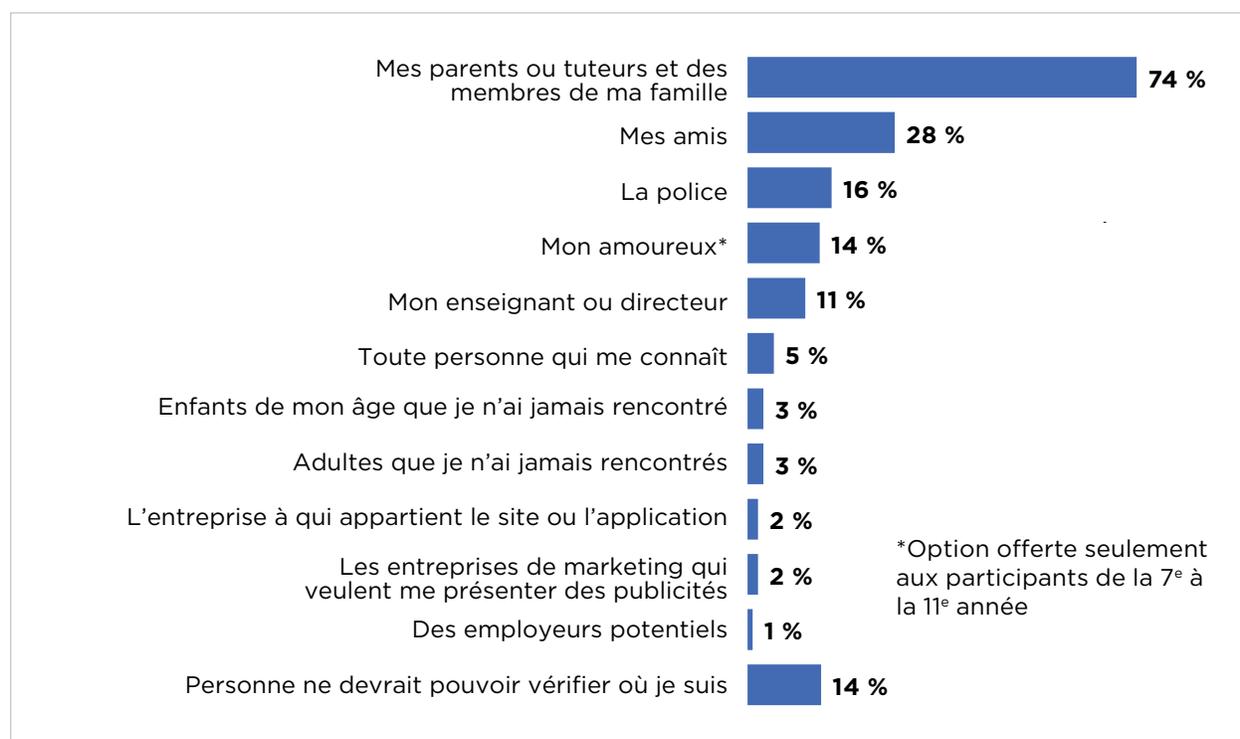
Dans notre premier rapport sur la phase IV de la série JCMB, *La vie en ligne*, nous avons fait état des questions que nous avons posées aux participants sur les comptes de messagerie scolaire et l'utilisation des systèmes de gestion de l'apprentissage en ligne à l'école. En résumé :

- 7 jeunes sur 10 (72 %) disent que leur école leur a donné un compte de courriel.
- 7 jeunes sur 10 (71 %) disent qu'ils doivent utiliser un système de gestion de l'apprentissage en ligne pour l'école.

Nous revenons sur ces résultats dans le présent rapport sur la protection de la vie privée afin d'en faire un parallèle avec les résultats de la [partie qualitative de la phase IV de l'étude JCMB](#). Selon ce que nous avons entendu dans nos groupes de discussion auprès des jeunes, si les comptes de courriel scolaires et les systèmes de gestion de l'apprentissage en ligne peuvent faciliter le travail collaboratif des élèves et la communication avec les enseignants, ils suscitent également de sérieuses inquiétudes quant à la surveillance. Par exemple, Myah (12 ans) a décrit l'enseignant qui surveillait la plateforme comme étant « bizarre » et s'inquiétait que son enseignant ou d'autres membres du personnel de l'école lisent les messages qu'elle envoyait à ses amis. Francine (11 ans) partageait également ces inquiétudes et a expliqué comment elle et ses amis adressaient chaque message électronique à son destinataire, puis ajoutaient « et bonjour à tous les autres » pour faire savoir aux éducateurs qu'ils se savaient surveillés. Le sentiment de malaise et la surveillance facilités par les technologies et les plateformes scolaires ont réduit leur confiance dans la technologie et leurs enseignants. Des recherches futures qui se concentrent plus spécifiquement sur l'utilisation de la technologie et des plateformes d'apprentissage en ligne en classe seraient inestimables pour comprendre les préoccupations et les expériences des élèves et des enseignants.

Dans l'enquête quantitative de la phase IV, nous avons également interrogé les participants sur les applications de localisation de leurs appareils ainsi que sur les personnes qui, selon eux, devraient être autorisées à utiliser ces fonctions (comme le système GPS) pour savoir où ils se trouvent. Les trois quarts (74 %) des jeunes pensent que les membres de leur famille devraient être autorisés à utiliser des appareils ou des applications pour savoir où ils se trouvent, et bon nombre d'entre eux (28 %) ne verraient pas d'inconvénient à ce que leurs amis le fassent (voir la **figure 8**).

**Figure 8 : Applications de localisation sur les appareils**



Les jeunes plus âgés sont plus susceptibles de dire que leurs amis pourraient utiliser ces applications pour les localiser (32 % contre 20 % des plus jeunes), et les plus jeunes sont plus susceptibles d'accepter que leurs parents ou d'autres membres de leur famille utilisent des applications de localisation sur leurs appareils (81 % contre 70 % des jeunes plus âgés).

Par rapport au [sondage de la phase III de l'étude JCMB](#)<sup>6</sup>, le nombre de jeunes qui croient que la police devrait être en mesure de les localiser a considérablement diminué (35 % en 2013 contre 16 % en 2021).

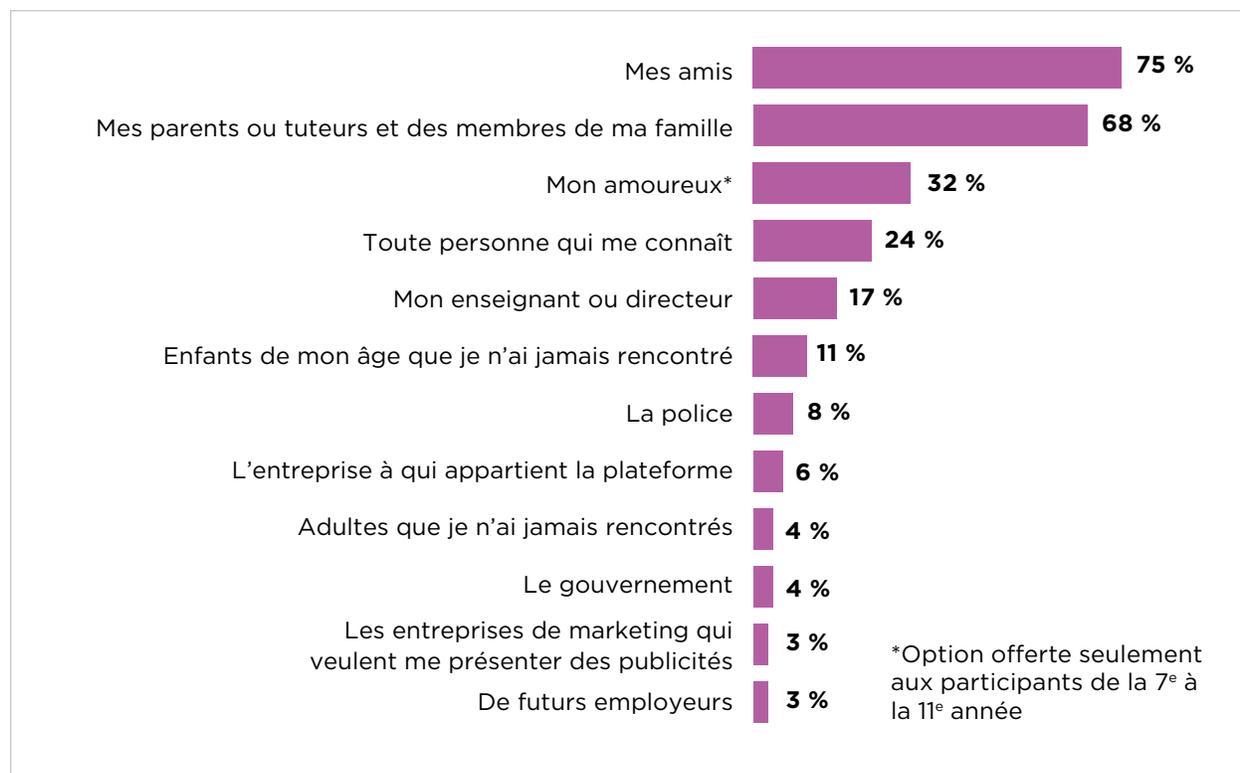
Il est intéressant de noter que seulement 2 % des participants sont d'accord pour dire que l'entreprise propriétaire des sites ou des applications auxquels ils accèdent ou les entreprises de marketing qui veulent leur présenter de la publicité devraient être autorisées à suivre leur localisation, ce qui correspond aux résultats de notre [recherche](#).

<sup>6</sup> La phase III de l'étude JCMB a été menée en 2013 auprès de 5 436 élèves de la 4<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> année à la grandeur du Canada.

[qualitative sur la vie privée et le consentement](#), dans laquelle certains jeunes étaient préoccupés par la granularité des données de localisation recueillies par les entreprises en ligne et souhaitaient que des limites claires soient imposées à cette collecte de données. Par exemple, les jeunes s'entendent pour dire que les utilisateurs devraient être obligés de choisir les paramètres de localisation sur les appareils et les applications plutôt que de découvrir qu'ils sont suivis à leur insu. En d'autres termes, les jeunes ne veulent pas que les entreprises prennent et utilisent leurs données sans leur consentement explicite et [valable](#).

Nous avons également demandé aux participants quelles personnes devraient pouvoir voir ce qu'ils publient sur les plateformes de réseaux sociaux (voir la **figure 9**). Les réponses nous indiquent que si la plupart des jeunes souhaitent que leur contenu soit vu par leurs amis (75 %) ou leurs parents, leurs tuteurs et d'autres membres de leur famille (68 %), peu d'entre eux souhaitent que leur contenu soit accessible à la police (8 %), à l'entreprise propriétaire de la plateforme (6 %), à des adultes qu'ils n'ont jamais rencontrés auparavant (4 %), au gouvernement (4 %), à des entreprises de marketing (3 %) ou à de futurs employeurs (3 %). Par rapport au [sondage de la phase III de l'étude JCMB<sup>7</sup>](#), le nombre de jeunes qui pensent que la police (8 % en 2021 contre 28 % en 2013), les entreprises propriétaires du site ou de l'application (6 % en 2021 contre 17 % en 2013) ou le gouvernement (4 % en 201 contre 20 % en 2013) devraient pouvoir voir le contenu qu'ils publient en ligne a considérablement diminué.

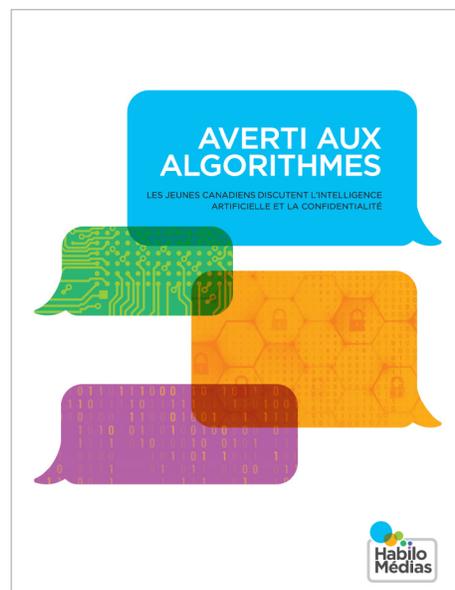
**Figure 9 : Personnes qui devraient voir les publications dans les médias sociaux**



<sup>7</sup> Ibidem.

Ces résultats correspondent à nos deux récents projets qualitatifs sur [la vie privée et le consentement](#) ainsi que [l'intelligence artificielle et les algorithmes](#).

Par exemple, dans ces études, les participants ont exprimé leur inquiétude quant à la manière dont les renseignements personnels recueillis sur les sites de médias sociaux pourraient être utilisés par les employeurs dans leurs décisions d'embauche et de congédiement. Andrew (16 ans) a décrit cette approche comme une « violation de la vie privée » ou du « chantage » et s'inquiétait de la permanence des données et de la façon dont les employeurs pourraient utiliser toutes sortes d'informations pour faire des suppositions injustes concernant une personne. D'autres ont partagé leurs inquiétudes quant à la façon dont certains employeurs utilisent l'intelligence artificielle ou l'apprentissage machine pour prendre des décisions d'embauche et ont remis en question l'équité de telles pratiques, en particulier pour ceux qui sont déjà victimes de racisme, de marginalisation et de discrimination. Ces préoccupations concernant les utilisations (et les conséquences futures) des données personnelles tirées des interactions dans les médias sociaux ont permis de recommander des politiques sur la suppression des données<sup>8</sup> et d'autres pratiques qui pourraient aider les jeunes (et d'autres) à avoir davantage de contrôle sur la façon dont leurs données sont partagées et utilisées.

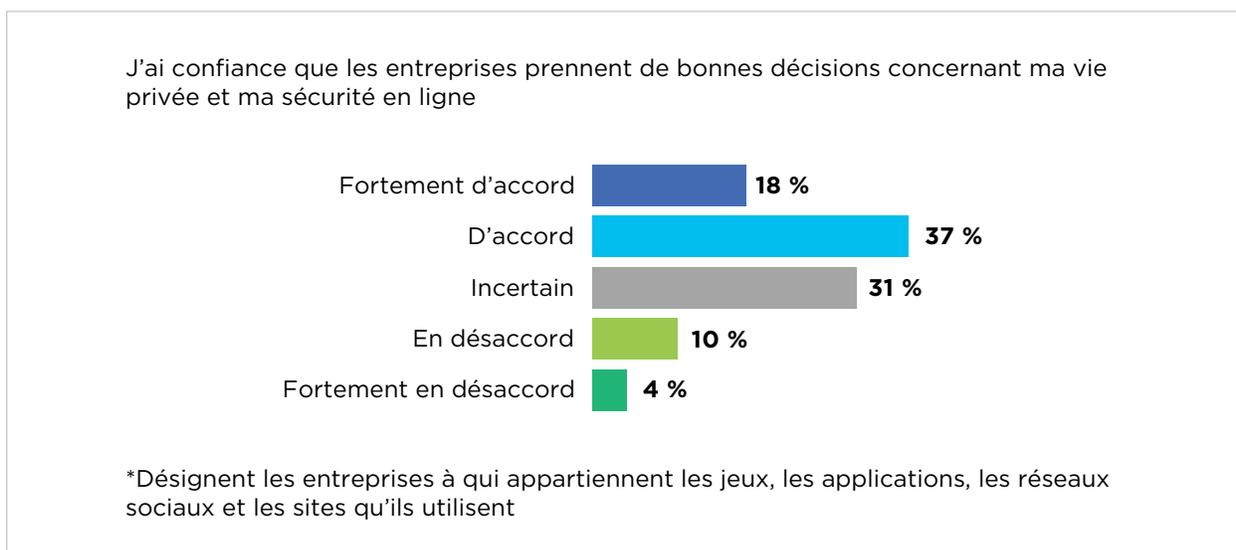


Les filles sont plus susceptibles de permettre à leurs parents, à leurs tuteurs ou à des membres de leur famille (73 % contre 64 % des garçons) de voir leurs publications dans les médias sociaux. Les jeunes sont également plus à l'aise avec l'idée que leur famille puisse voir ce qu'ils publient en ligne (75 % contre 64 % des jeunes plus âgés) et sont également plus susceptibles de permettre aux enseignants et aux directeurs d'école de voir leurs publications dans les médias sociaux (25 % contre 13 %). Les jeunes plus âgés sont plus susceptibles de permettre à leurs amis de voir ce qu'ils publient (79 % contre 69 % des plus jeunes) et aussi de permettre à des personnes qui les connaissent (29 % contre 16 % des plus jeunes) et à des étrangers (5 % contre 3 % des plus jeunes) de voir leurs publications. Les jeunes issus de la diversité de genre (n=13) sont également plus susceptibles de permettre à leurs amis de voir leurs publications dans les médias sociaux. Les jeunes LGBTQ+ sont plus à l'aise de partager du contenu avec des pairs de leur âge qu'ils n'ont pas rencontrés hors ligne (73 % contre 64 % des jeunes hétérosexuels), et il en va de même pour les jeunes ayant une incapacité (15 % contre 9 % des jeunes sans incapacité). Ces résultats sont conformes à ceux du rapport [La vie en ligne](#), lesquels soulignent l'importance des espaces et des communautés en ligne pour les jeunes LGBTQ+ et ceux ayant une incapacité.

<sup>8</sup> Par exemple, le *Règlement général sur la protection des données* de l'Union européenne renferme un article sur le « [droit à l'oubli](#) » qui donne aux personnes le droit de demander aux organisations de supprimer leurs renseignements personnels et offre des critères détaillés qui équilibrent les besoins, les intérêts et les préoccupations des utilisateurs et des organisations qui recueillent, stockent et partagent les données.

Ces résultats concernant la localisation et le public visé ou privilégié concordent avec les réponses à une autre question que nous avons posée sur la confiance. Par exemple, lorsque nous avons demandé aux jeunes s'ils étaient d'accord ou non avec l'énoncé « J'ai confiance que les entreprises [...] prennent de bonnes décisions concernant ma vie privée et ma sécurité en ligne », seulement 55 % des jeunes étaient d'accord (voir la **figure 10**). Les garçons (60 % contre 52 % des filles et 43 % des jeunes transgenres, n=7), les jeunes hétérosexuels (59 % contre 30 % des jeunes LGBTQ+), les jeunes de race blanche (59 % contre 51 % des jeunes racialisés) et les jeunes ayant une incapacité (83 % contre 54 % des jeunes sans incapacité) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec cet énoncé.

**Figure 10 : Confiance dans les entreprises en ligne**



Certains jeunes (27 %) désirent en apprendre davantage sur la façon dont les entreprises recueillent et utilisent leurs renseignements personnels, y compris leur localisation (une discussion sur laquelle nous reviendrons plus en détail dans le prochain rapport sur l'éducation aux médias numériques). Cependant, nos recherches qualitatives antérieures sur la [vie privée](#) et les [algorithmes](#) ont systématiquement montré que les jeunes qui prennent conscience de l'étendue et de l'impact de la collecte de données par les entreprises sont beaucoup plus intéressés à en savoir plus. Ces mêmes recherches ont également démontré que les jeunes souhaitent davantage de transparence quant à la façon dont leurs renseignements personnels sont recueillis et partagés en ligne, de protection contre les conséquences involontaires de ces pratiques de partage des données, et de contrôle sur leurs données en général.

## Établir des limites et instaurer la confiance

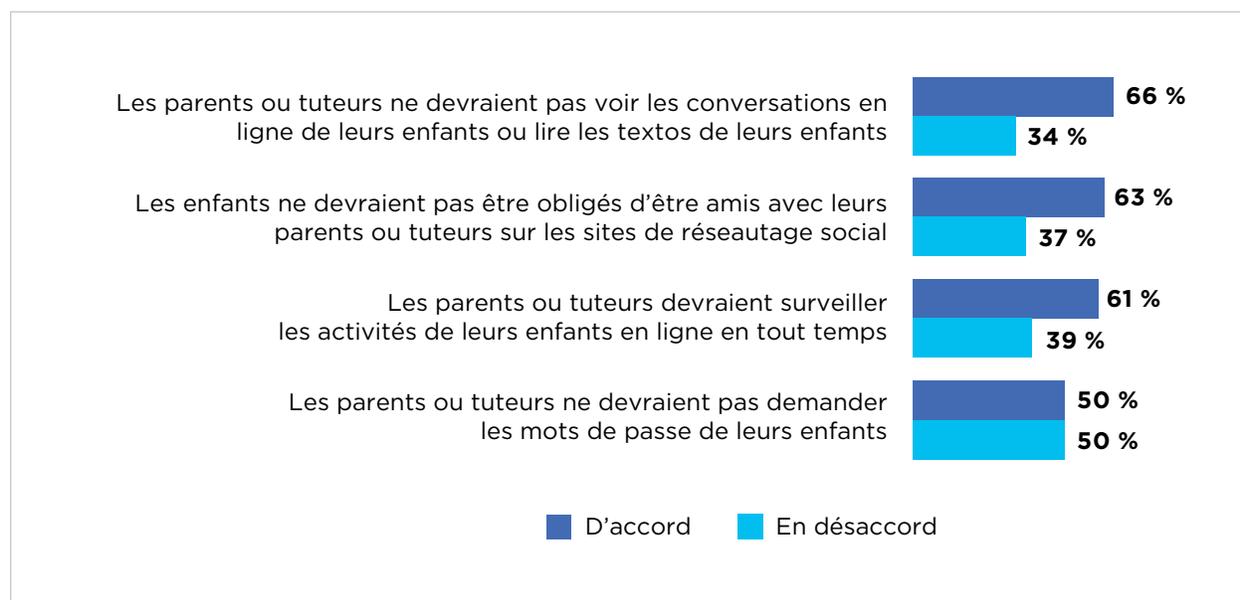


**Au total, 6 jeunes sur 10 (61 %) sont d'accord pour que les parents ou tuteurs surveillent ce que font leurs enfants en ligne, et près de la moitié (48 %) ont dit qu'ils partageraient leurs mots de passe avec un parent ou un tuteur.**

**Plus de la moitié des jeunes (51 %) disent devoir respecter une règle concernant la publication de leurs coordonnées en ligne.**

Dans cette dernière section du rapport, nous résumons les résultats du sondage de la phase IV de l'étude JCMB concernant les limites et les règles établies par les adultes dans la vie des jeunes qui pourraient avoir un impact sur leur vie privée en ligne. Nous avons demandé aux participants s'ils étaient d'accord ou en désaccord avec une série d'énoncés (voir la **figure 11**) et découvert que la plupart des jeunes s'entendent pour dire que leurs parents ou tuteurs devraient respecter leur vie privée en ligne, mais qu'ils sont divisés quant au partage des mots de passe. De plus, 6 jeunes sur 10 (61 %) sont d'accord pour dire que les parents ou tuteurs devraient surveiller ce que leurs enfants font en ligne (des chiffres qui correspondent à ce que nous avons rapporté plus tôt concernant l'utilisation d'applications de localisation sur les appareils). Ainsi, si les jeunes pensent que les adultes devraient avoir une *idée générale* de ce que les jeunes font en ligne (p. ex. les sites, les applications ou les plateformes qu'ils utilisent), ils sont plus réticents à partager les détails de leur vie en ligne, comme leurs textes, conversations et publications.

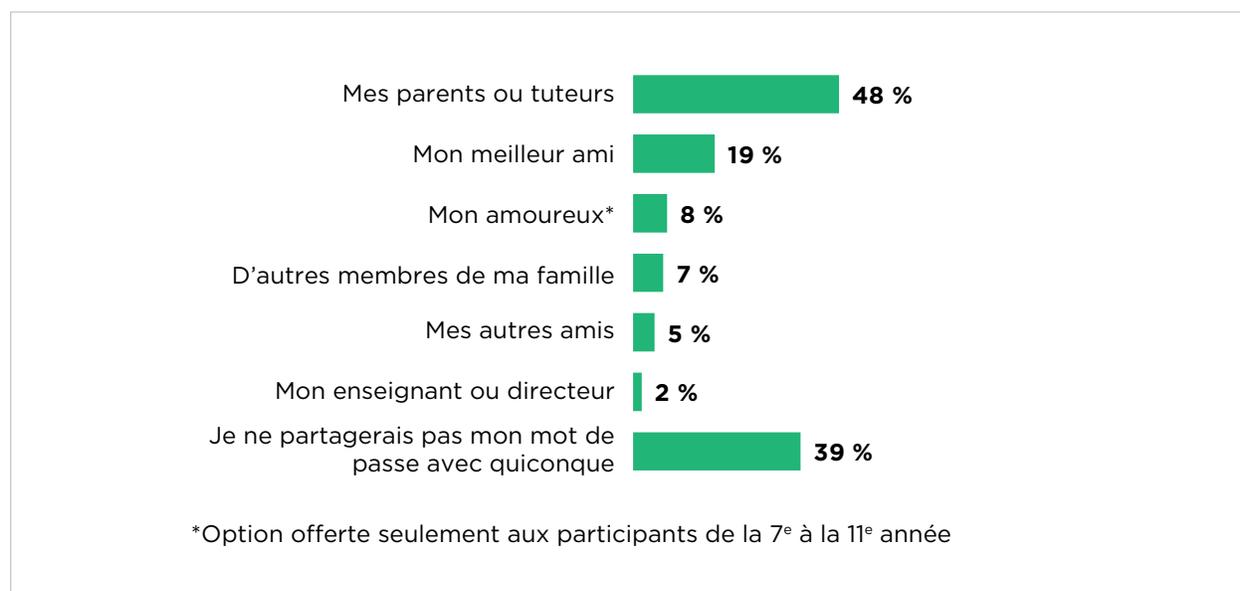
**Figure 11 : Contrôle du parent ou tuteur**



Les filles sont un peu plus susceptibles de dire que leurs parents ou tuteurs devraient surveiller ce que les jeunes font en ligne (65 % contre 58 % des garçons), et les garçons sont plus susceptibles de dire que les parents ou tuteurs ne devraient pas demander les mots de passe de leurs enfants (53 % contre 46 % des filles). Aussi, 86 % des jeunes transgenres (n=7) sont d'accord pour dire que les parents et les tuteurs ne devraient pas écouter les conversations en ligne de leurs enfants ni lire leurs textos, et que les enfants ne devraient pas être forcés d'être amis avec leurs parents ou tuteurs sur les réseaux sociaux. Les jeunes racialisés ont également davantage tendance à dire que leurs parents ou gardiens devraient surveiller leurs activités en ligne (66 % contre 59 % des jeunes de race blanche). La plupart des jeunes plus âgés (67 %) et des jeunes LGBTQ+ (66 %) sont d'accord pour dire que leurs parents ou tuteurs ne devraient pas écouter ou lire leurs conversations en ligne. Les jeunes hétérosexuels sont plus nombreux à dire que les parents ou tuteurs ne devraient pas demander les mots de passe de leurs enfants (51 % contre 41 % des jeunes LGBTQ+). Les jeunes ayant une incapacité ont un peu plus tendance à dire qu'ils ne devraient pas être obligés d'être les amis de leurs parents ou tuteurs sur les sites de réseautage social (67 % contre 61 % des jeunes sans incapacité) et que les parents ou tuteurs ne devraient pas demander les mots de passe de leurs enfants (56 % contre 48 %).

Nous avons posé une autre question dans le sondage sur le partage des mots de passe qui confirme les résultats de la question ci-dessus. Près de la moitié (48 %) des jeunes ont indiqué qu'ils partageraient leurs mots de passe avec un parent ou tuteur (voir la **figure 12**). D'autres ont indiqué qu'ils partageraient leurs mots de passe avec un meilleur ami (19 %), un partenaire romantique (8 %) ou d'autres personnes de leur famille (7 %), tandis que 39 % des participants ont indiqué qu'ils ne partageraient leurs mots de passe avec personne.

**Figure 12 : Partage des mots de passe**



Les plus jeunes (60 % contre 41 % des jeunes plus âgés), les filles (51 % contre 46 % des garçons et 43 % des jeunes transgenres, n=7), les jeunes LGBTQ+ (53 % contre 47 % des jeunes hétérosexuels), les jeunes de race blanche (50 % contre 46 % des jeunes racialisés) et les jeunes ayant une incapacité (54 % contre 46 %) ont davantage tendance à partager leurs mots de passe avec leurs parents ou tuteurs.

En ce qui concerne les règles à la maison sur la protection de la vie privée en ligne, nous constatons que plus de la moitié des jeunes (51 %) disent devoir respecter une règle concernant la publication de leurs coordonnées sur Internet. Une analyse plus poussée des questions relatives à la supervision d'un adulte et aux règles à la maison montre le rôle que peuvent jouer l'instauration de la confiance et l'établissement de limites dans la façon dont les jeunes gèrent leurs renseignements personnels et leur vie privée en ligne. Par exemple, les jeunes qui vont habituellement en ligne sous la supervision d'un adulte sont un peu plus susceptibles de parler à leurs parents ou tuteurs du contenu personnel indésirable publié par d'autres personnes (42 % contre 35 % des jeunes qui vont rarement en ligne sous la supervision d'un adulte) et plus susceptibles de parler à un enseignant ou directeur d'école du contenu indésirable (22 % contre 17 % des jeunes qui vont rarement en ligne sous la supervision d'un adulte). De plus, les jeunes qui vont habituellement en ligne sous la supervision d'un adulte sont plus susceptibles de lire les politiques de confidentialité et les conditions d'utilisation (59 % contre 48 % des jeunes qui vont rarement en ligne sous la supervision d'un adulte) et beaucoup plus susceptibles d'avoir lu ce type de politiques avec l'aide d'un parent ou tuteur (40 % contre 16 % des jeunes qui vont rarement en ligne sous la supervision d'un adulte). Cependant, les jeunes qui ne vont jamais en ligne sous la supervision d'un adulte sont plus nombreux à dire qu'ils n'utilisent pas les paramètres de confidentialité (55 % contre 42 % des jeunes qui vont habituellement en ligne sous la supervision d'un adulte). Les autres résultats relatifs à la supervision d'un adulte incluent les suivants :

- les jeunes qui vont habituellement en ligne sous la supervision d'un adulte sont moins susceptibles de cacher du contenu à un parent, à un tuteur ou à une autre personne de leur famille (23 % contre 33 % des jeunes qui vont rarement en ligne sous la supervision d'un adulte);
- les jeunes qui vont habituellement en ligne sous la supervision d'un adulte sont plus nombreux à dire que leurs parents, leurs tuteurs ou d'autres membres de leur famille devraient pouvoir voir ce qu'ils publient sur un réseau social (76 % contre 64 % des jeunes qui vont rarement en ligne sous la supervision d'un adulte);
- les jeunes qui vont habituellement en ligne sous la supervision d'un adulte sont, sans surprise, plus nombreux à dire qu'ils partageraient leur mot de passe avec un parent ou tuteur (58 % contre 45 % des jeunes qui vont rarement en ligne sous la supervision d'un adulte).

En ce qui concerne le lien entre les règles à la maison et la confidentialité en ligne, nous constatons ce qui suit :

- les jeunes qui ont pour règle à la maison de parler à un parent ou tuteur du contenu qui les met mal à l'aise en ligne sont plus susceptibles de parler à un parent ou tuteur du contenu personnel indésirable publié en ligne;
- les jeunes qui ont pour règle à la maison de traiter les gens en ligne avec respect sont plus susceptibles de demander à la personne qui a publié un contenu personnel indésirable en ligne de le supprimer;
- les jeunes qui doivent respecter des règles à la maison (dans toutes les instances des règles sur lesquelles nous avons posé des questions) sont moins susceptibles d'utiliser de faux comptes ou de se faire passer pour quelqu'un d'autre en ligne. C'est également vrai pour les règles à l'école sur la cyberintimidation. Les jeunes qui connaissent les règles de l'école concernant la cyberintimidation ont moins tendance à utiliser de faux comptes ou à se faire passer pour quelqu'un d'autre en ligne;
- les jeunes qui ont pour règle à la maison de parler à leurs parents ou tuteurs sont moins susceptibles de cacher du contenu à leurs parents, à leurs tuteurs ou à d'autres membres de leur famille et sont plus susceptibles de cacher du contenu à des étrangers.

Comme nous l'avons mentionné dans nos précédents rapports sur la phase IV de l'étude JCMB (*[La vie en ligne](#)* et *[Le contenu préjudiciable et malaisant en ligne](#)*), la résilience collective joue un rôle essentiel dans la manière dont les jeunes comprennent et gèrent les questions relatives à la vie privée en ligne. Outre le rôle de supervision et les règles, nous souhaitons également souligner que la confiance et le soutien sont deux pièces essentielles du casse-tête qui permettent aux jeunes et à leur famille de favoriser et de maintenir leur bien-être numérique. Nous notons ici que les jeunes qui disent être entourés de personnes qui peuvent les aider à résoudre des problèmes en ligne sont plus susceptibles de parler à un parent ou tuteur d'un contenu indésirable publié à leur sujet en ligne (42 % contre 24 % des jeunes qui estiment ne pas pouvoir compter sur des personnes de leur entourage pour résoudre ce problème).

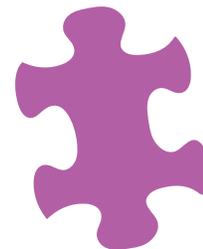
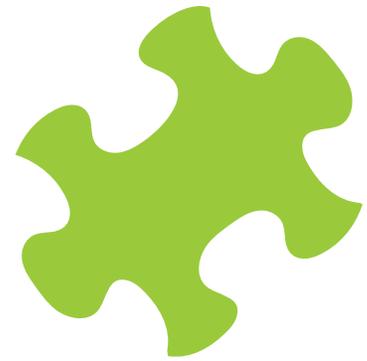


## PROCHAINES ÉTAPES

Dans cette dernière section, nous voulons souligner le lien qui existe entre le désir des jeunes Canadiens de fréquenter des sites publics en ligne et leur détermination à prendre le contrôle de leur vie privée. Plutôt que d'être en conflit, la modération des publics qui voient le contenu publié et le contrôle de la surveillance non désirée sont essentiels pour que les jeunes sentent qu'ils peuvent participer pleinement et ouvertement aux espaces en ligne.

C'est pourquoi il est important de souligner la différence entre ce que nous considérons comme une *surveillance relationnelle* (c'est-à-dire des approches plus favorables à la protection et à la gestion des renseignements des jeunes en ligne) et une *surveillance par les entreprises* (c'est-à-dire des pratiques plus préoccupantes de collecte et d'utilisation des renseignements personnels). Les données du sondage de la phase IV de l'étude JCMB confirment ce que nous ont dit les jeunes et leurs parents lors de la phase qualitative à cet égard et mettent en évidence les préoccupations croissantes que nous avons tous au sujet de la vie privée et du consentement en ligne.

Les jeunes Canadiens sont de plus en plus conscients de la façon dont leurs renseignements personnels sont recueillis, utilisés et partagés par les entreprises et les plateformes en ligne, et recherchent davantage d'informations et de ressources sur la façon de garder le contrôle de leurs données. Une partie de ce soutien provient de leurs parents ou tuteurs, qui établissent des règles et des lignes directrices sur ce qu'ils peuvent partager en ligne, où ils peuvent le faire et avec qui, et qui les aide à se familiariser avec les paramètres de confidentialité. D'autres formes de soutien proviennent d'adultes de confiance qui écoutent et aident les jeunes lorsqu'ils signalent la publication de contenu indésirable à leur sujet en ligne. Cette *supervision relationnelle* joue un rôle essentiel pour assurer la sécurité des jeunes, en ligne et hors ligne, et protéger leurs renseignements personnels. Elle est également essentielle pour instaurer la confiance et la résilience collective.





La gestion de la *surveillance des entreprises* est plus compliquée et nécessite des réponses et des solutions qui vont au-delà de la maison et des personnes les plus proches des jeunes. Bien que d'autres recherches soient nécessaires pour mieux comprendre comment les jeunes vivent la surveillance croissante dans leur classe, nous avons une compréhension de base de leurs préoccupations et expériences quant à la façon dont leurs renseignements personnels sont constamment recueillis, partagés et utilisés par une variété d'entreprises en ligne dans bon nombre d'espaces virtuels. Nos récents projets sur [la vie privée et le consentement](#) ainsi que [l'intelligence artificielle et les algorithmes](#) montrent que les jeunes veulent davantage de soutien en matière

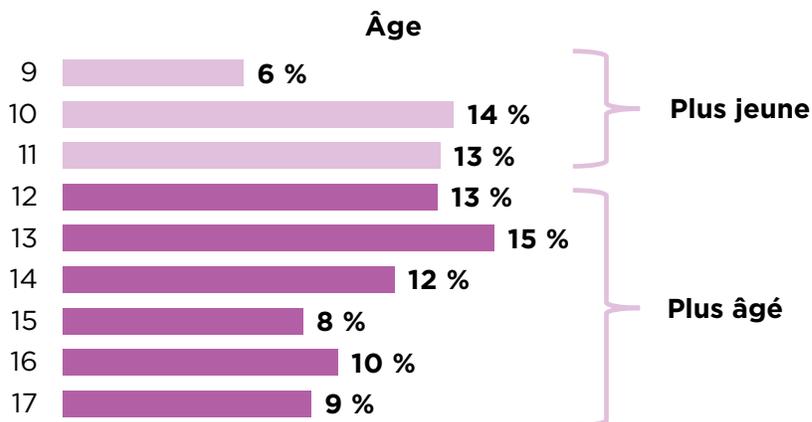
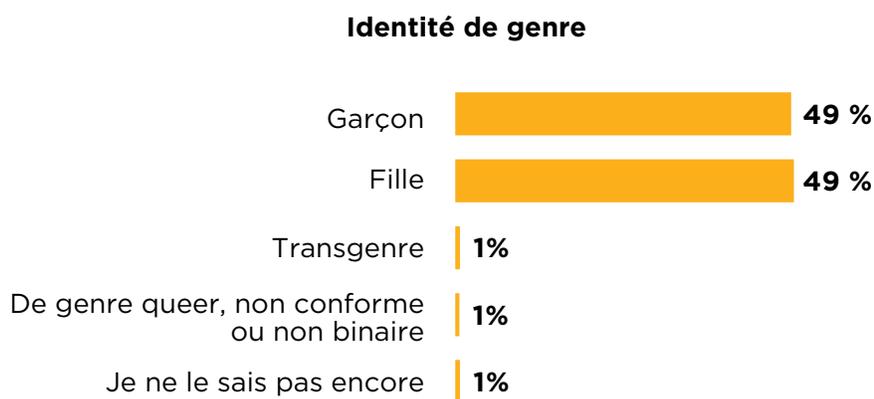
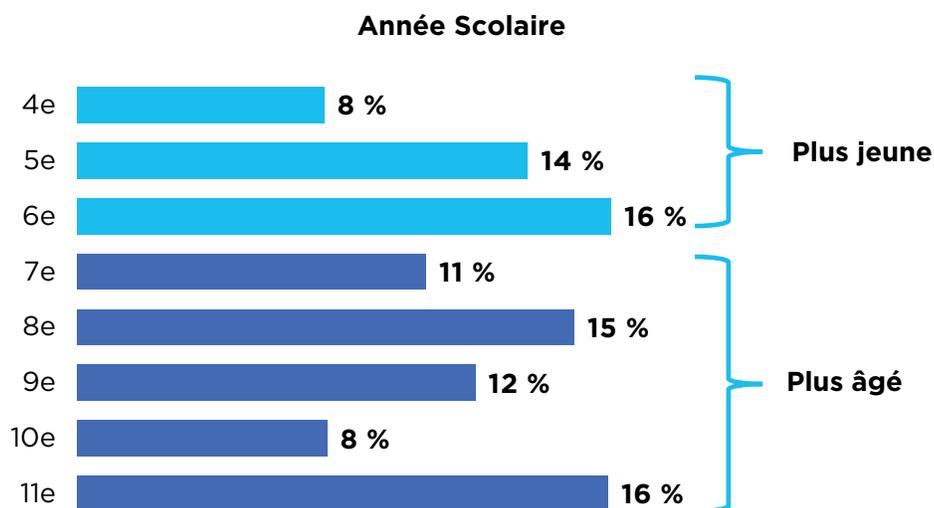
d'éducation aux médias numériques, de transparence et de responsabilité de la part des plateformes en ligne, de protection contre les conséquences involontaires du partage de données, de contrôle sur leurs renseignements personnels par le biais de processus de consentement *significatifs* et de conditions d'utilisation *claires* et *accessibles*, et de possibilités de partager leurs préoccupations en matière de vie privée en ligne avec les décideurs politiques.

Pour répondre à ces demandes, HabiloMédias a récemment élaboré et publié une nouvelle ressource de littératie algorithmique appelée [#PourToi : Un jeu d'algorithmes](#). Ce jeu d'association de cartes aide les jeunes à comprendre le fonctionnement des algorithmes de recommandation et l'impact de l'apprentissage machine sur leur vie privée en ligne. Le jeu et le guide de discussion contribuent à sensibiliser ceux qui l'animent et y jouent et favorisent des discussions plus significatives et actives sur les mesures que peuvent prendre les jeunes pour gérer leur vie privée et les choses qui doivent changer, à l'échelle structurelle, pour protéger leur droit à la vie privée.

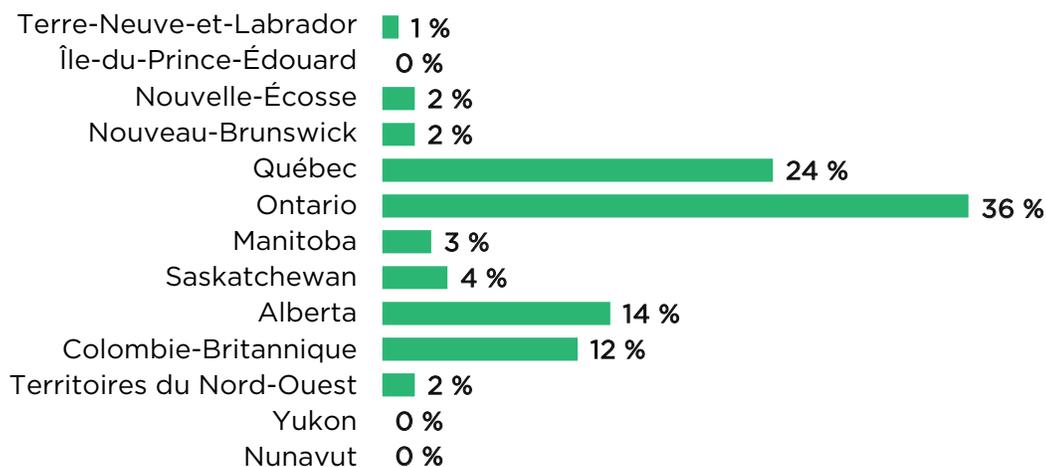


# ANNEXES

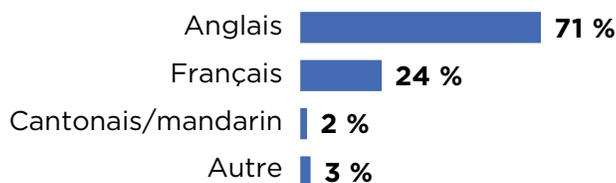
## Annexe A : Données démographiques



### Province ou territoire



### Langue maternelle



### S'identifie comme ayant une incapacité physique



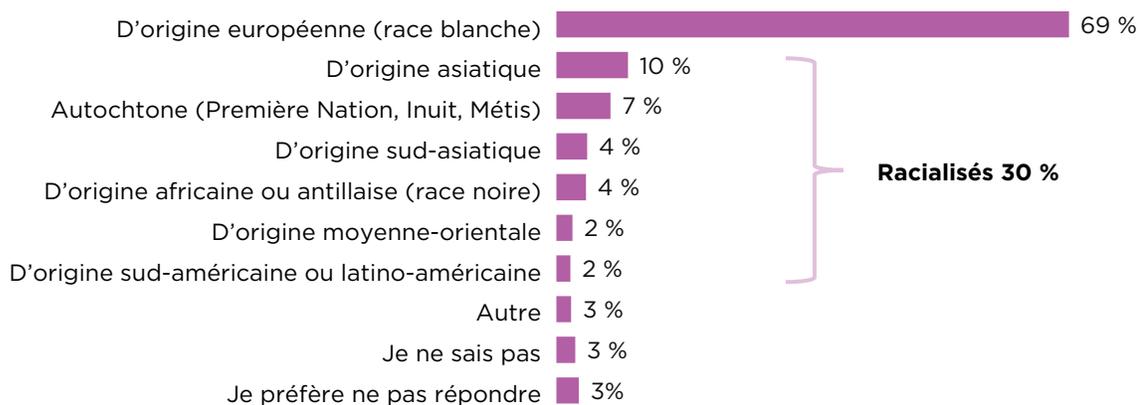
### S'identifie comme ayant une déficience intellectuelle, un déficit cognitif ou un trouble d'apprentissage



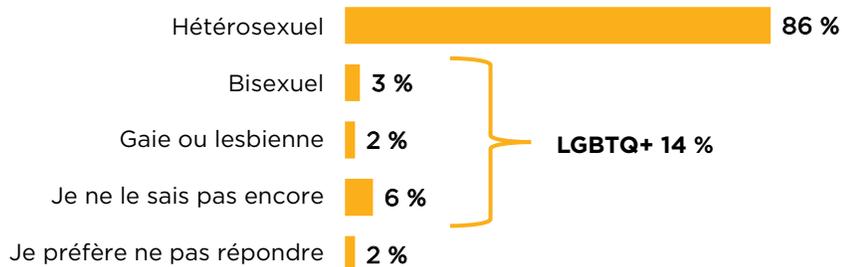
### S'identifie comme ayant une maladie mentale



### Identification raciale

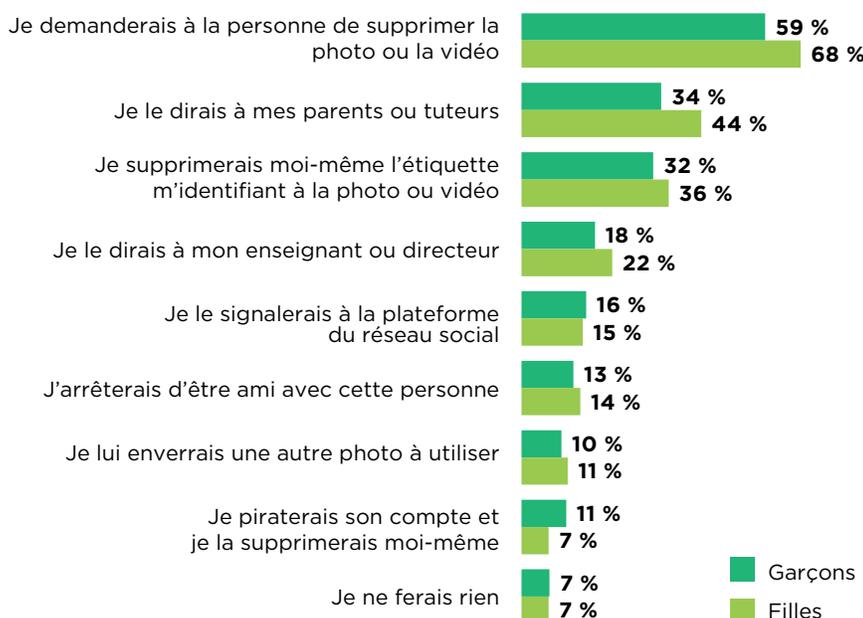


### Orientation sexuelle

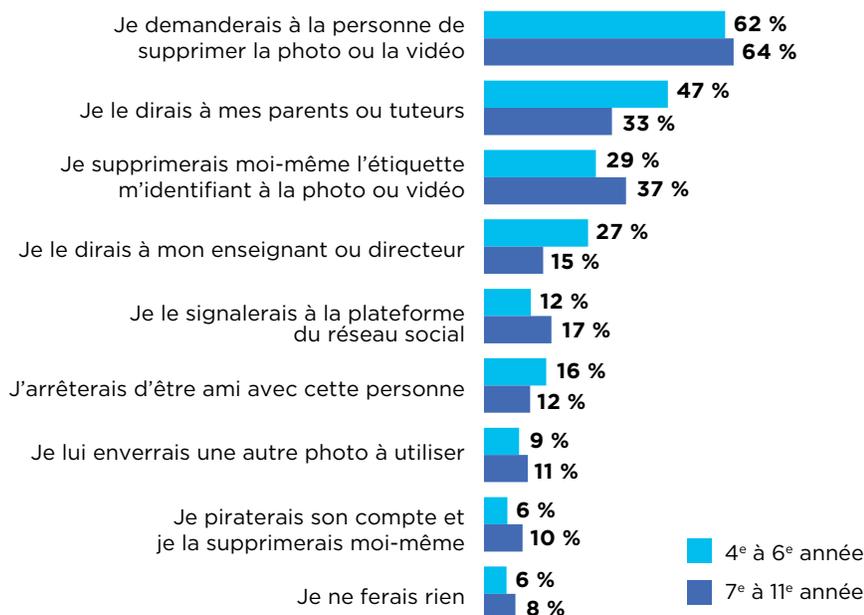


## Annexe B : Gérer le contenu personnel indésirable publié par d'autres personnes – Différences démographiques

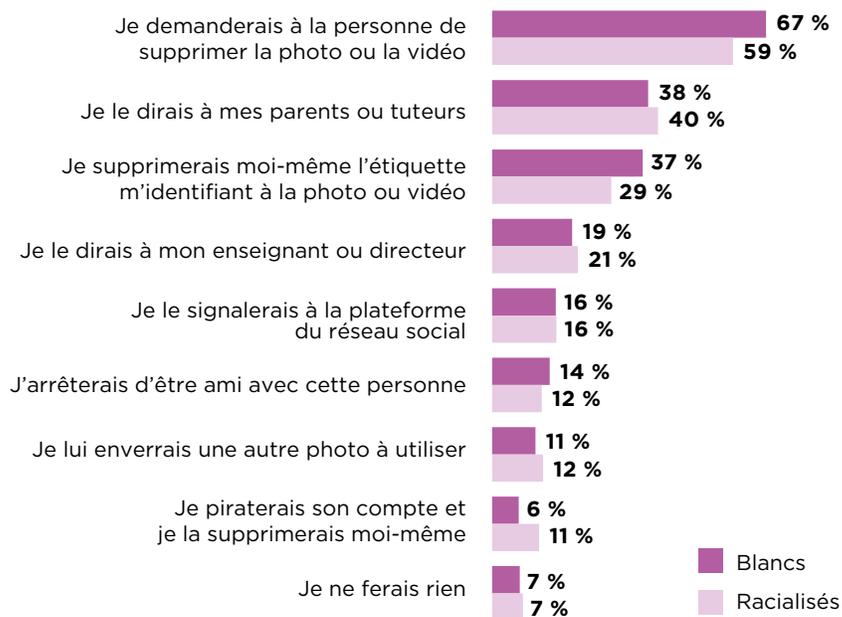
### Gérer le contenu personnel indésirable publié par d'autres personnes – Genre



### Gérer le contenu personnel indésirable publié par d'autres personnes – Année scolaire

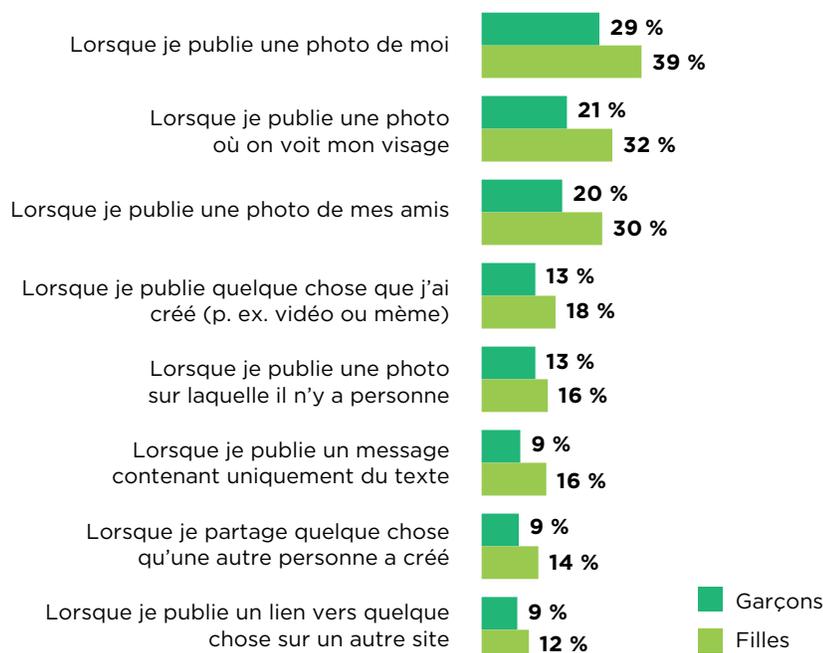


## Gérer le contenu personnel indésirable publié par d'autres personnes - Race

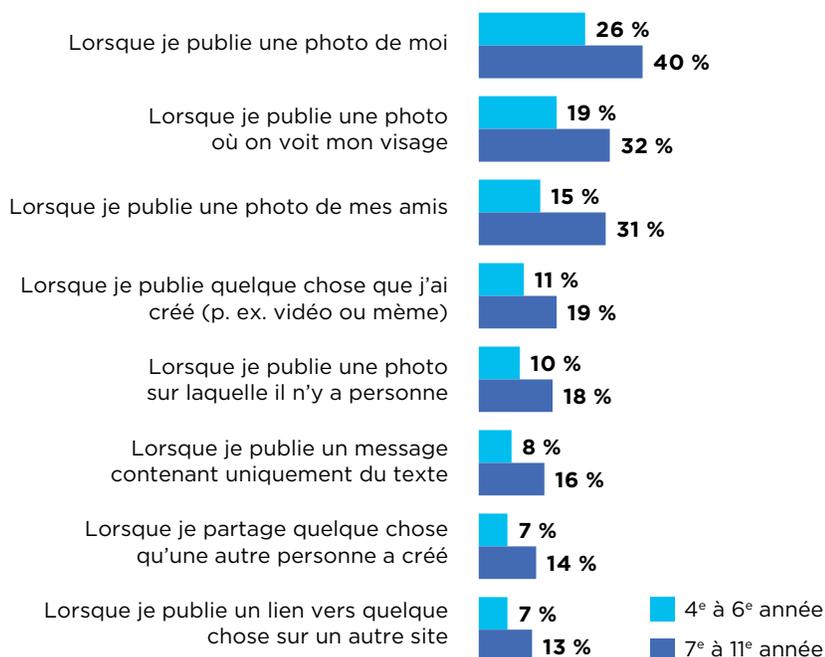


## Annexe C : Utilisation spécifique des paramètres de confidentialité – Différences démographiques

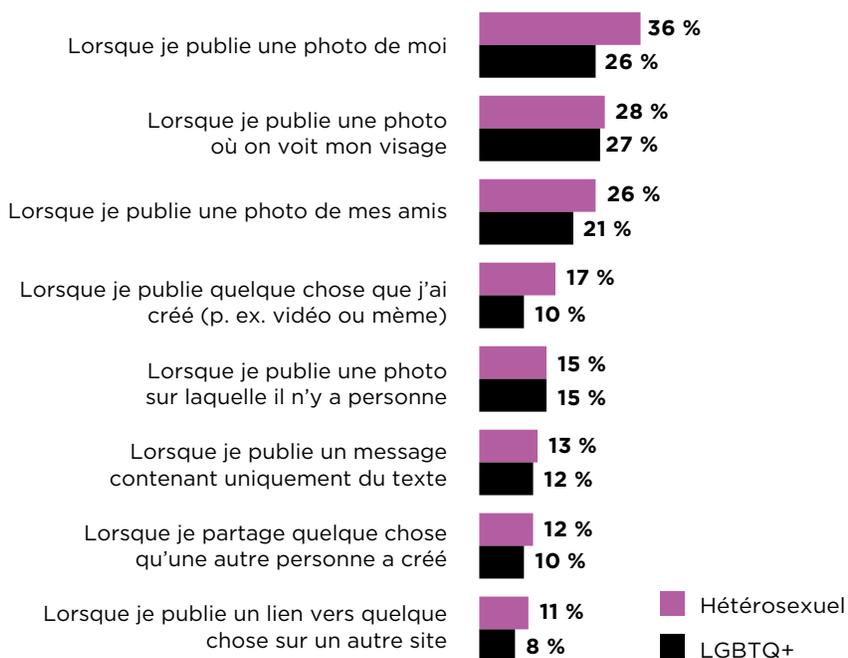
### Utilisation spécifique des paramètres de confidentialité – Genre



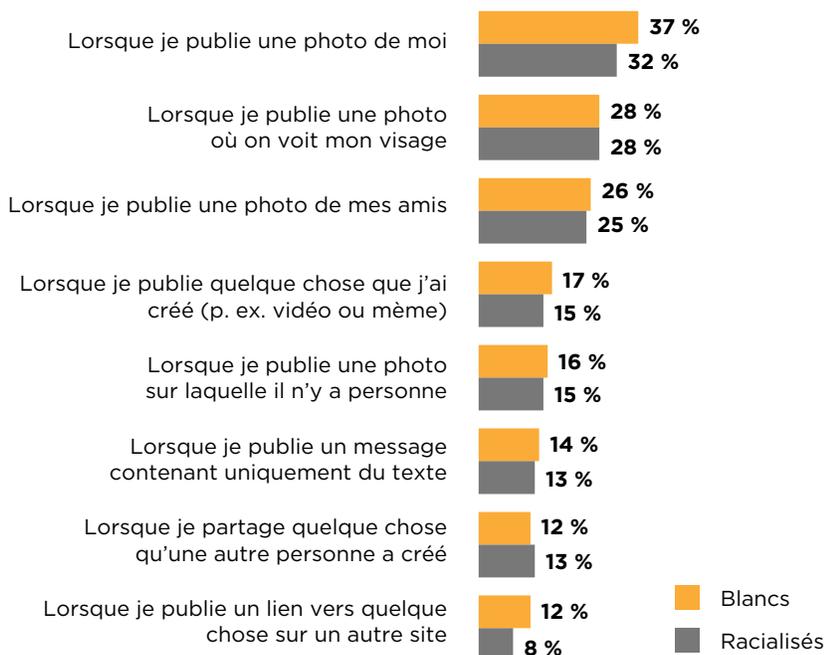
### Utilisation spécifique des paramètres de confidentialité – Année scolaire



## Utilisation spécifique des paramètres de confidentialité – Orientation sexuelle



## Utilisation spécifique des paramètres de confidentialité – Race



## Utilisation spécifique des paramètres de confidentialité - Incapacité

