



Mettre fin à la violence : Les droits des femmes et la sécurité en ligne

Les intermédiaires de l'internet et la violence envers les femmes en ligne

Sommaire et conclusions

Carly Nyst

Association pour le progrès des communications (APC)

Juillet 2014



Ministry of Foreign Affairs

Cette recherche fait partie du projet d'APC "Mettre fin à la violence : Les droits des femmes et la sécurité en ligne" financé par le ministère des Affaires étrangères du Danemark et s'appuie sur une alliance solide avec des partenaires dans sept pays : Bosnie-Herzégovine, Colombie, République Démocratique du Congo, Kenya, Mexique, Pakistan et les Philippines. Pour en savoir plus, veuillez consulter GenderIT.org et [Take Back the Tech!](http://TakeBacktheTech!)

Table des matières

1.Introduction à la recherche.....	3
2.Principaux thèmes et tendances	3
3.Étapes et mesures positives.....	4
4.Possibilités de plaider.....	5

1. Introduction à la recherche

Cette étude porte sur les politiques de trois grands intermédiaires de l'internet, Facebook, YouTube et Twitter, concernant la violence envers les femmes en ligne. L'étude vise à cartographier les politiques de ces entreprises pour repérer, signaler et donner une réponse aux cas de harcèlement ou de violence envers les femmes dans le cadre du service qu'ils offrent. Outre un résumé détaillé des politiques d'utilisation relatives à cette question, l'étude contient également une comparaison de l'impact et de l'efficacité de ces politiques par rapport au cadre des Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme. Elle vise à donner aux défenseurs et activistes des informations détaillées sur les politiques touchant la violence envers les femmes pour leur permettre d'utiliser et critiquer ces mécanismes et de communiquer avec les intermédiaires de l'internet au sujet des améliorations à apporter pour remédier à la violence liée à la technologie.

2. Principaux thèmes et tendances

Les études de cas ci-jointes présentent une analyse détaillée des politiques d'utilisation et des cadres de recours de Facebook, YouTube et Twitter. Les études de cas montrent clairement que même si les approches à l'égard de la violence envers les femmes diffèrent entre les entreprises, il existe un certain nombre de thèmes et de tendances communs qui ressortent de la recherche, notamment :

1. La réticence à traiter directement de la violence envers les femmes liée à la technologie avant que cela ne devienne une question de relations publiques. Dans le cas de Twitter et de Facebook, aucune mesure concrète ou authentique n'a été prise pour promouvoir les droits des femmes et plus particulièrement pour lutter contre la violence envers les femmes avant que des scandales publics n'éclatent et que des campagnes très médiatisées soient menées au sujet de l'intermédiaire. YouTube n'a pas encore pris officiellement position sur ces questions. Ces lacunes témoignent d'une méconnaissance de la gravité de la violence envers les femmes en ligne et d'une non-reconnaissance de la responsabilité de l'intermédiaire pour prendre des mesures qui limitent la fréquence et la gravité des cas de violence et assurer un recours.
2. Le manque de transparence concernant les processus de signalement et les voies de recours.

La principale difficulté qu'ont rencontrée les chercheurs pour cette étude a été le manque d'informations sur les processus de signalement et de recours offerts aux victimes de la violence liée à la technologie. C'est Facebook qui fournit le plus d'informations en ligne sur ses processus de signalement, mais il reste d'importantes lacunes en ce qui concerne le traitement des plaintes et l'application des critères et des seuils. Twitter fournit très peu d'informations sur les processus de signalement, mais beaucoup plus sur les conditions dans lesquelles il collabore avec les forces de l'ordre, contrairement à YouTube, qui ne donne

aucune indication à ce sujet. YouTube a été le mieux disposé à participer à la recherche, et a été la seule entreprise des trois à accepter une entrevue avec les chercheurs. Mais dans l'ensemble, YouTube donne très peu d'informations sur ses processus de signalement, la formation ou le soutien offert au personnel qui s'occupe des plaintes et sur les critères et seuils appliqués aux plaintes.

En général, les chercheurs ont eu de la difficulté à savoir comment fonctionnent les processus de signalement, comment les plaintes sont traitées, quelles sont les personnes qui traitent les plaintes et quelle formation elles reçoivent, les délais prévus et si les plaintes sont renvoyées à la police et dans quelles circonstances. Aucune des entreprises ne fournit de données, ventilées ou non, sur le type ou le nombre de plaintes ayant trait à la violence envers les femmes qu'elles reçoivent.

3. L'absence d'intérêt pour la situation des femmes en dehors de l'Amérique du Nord et de l'Europe.

Pour les trois entreprises, il est inquiétant de voir que les processus de signalement de cas de violence envers les femmes ne tiennent pas nécessairement compte des expériences des femmes ailleurs qu'en Amérique du Nord et en Europe. Facebook et Twitter affirment communiquer avec les groupes de défense des droits des femmes, mais ne semblent pas avoir de relations formelles avec ces groupes en dehors de l'Amérique du Nord et de l'Europe. Les politiques d'utilisation contiennent des définitions larges de "discours haineux", "comportement offensant", "personne vulnérable" et "harcèlement" sans tenter de préciser leur sens dans certains contextes sociaux ou culturels. Sans accès aux données sur les personnes chargées des plaintes ou sur la formation qu'elles reçoivent, il est difficile de savoir si celles-ci comprennent bien les droits humains internationaux et les cadres juridiques nationaux concernant la violence envers les femmes.

4. Absence d'engagement public à l'égard des normes des droits humains.

Aucune des entreprises ne s'engage publiquement envers les normes des droits humains ou la promotion des droits et se limitent toutes à favoriser la liberté d'expression. Aucune des politiques ne traite de la violence ou du harcèlement liés au genre et ne prend de position claire sur le respect de la diversité ou les droits des femmes. Toutes pourraient s'engager de façon plus explicite envers une acceptation plus générale des normes des droits humains et la reconnaissance de l'éventail des droits humains en cause dans les services qu'elles offrent, en dehors de la simple liberté d'expression.

3. Étapes et mesures positives

Il n'en reste pas moins que les intermédiaires de l'internet ont pris des mesures positives ces dernières années pour améliorer leur approche et leur réaction aux questions de violence envers les femmes en ligne, notamment :

1. Consultation des groupes de parties prenantes

Twitter et Facebook ont montré leur volonté d'ouvrir le dialogue avec la communauté des droits des femmes pour recevoir leurs observations sur la conception des politiques et des processus portant sur la violence envers les femmes en ligne.

2. Simplification et facilité d'accès des mécanismes de signalement

Les trois entreprises ont progressivement simplifié leurs mécanismes de signalement en veillant à ce que le contenu soit fourni à sa source (par l'utilisation d'un bouton placé directement à côté des contenus).

3. Mesures proactives pour éliminer la violence envers les femmes

YouTube fait l'essai d'un nouveau système appelé YouTube Deputy Program, dans lequel certains utilisateurs, qui ont déjà signalé un contenu offensant ou inacceptable, sont invités à utiliser des outils de repérage plus efficaces qui leur permettent de repérer des contenus en vrac. YouTube a commencé à inviter certaines organisations à tester le système en partant de l'idée que certains groupes peuvent avoir des connaissances ou une expertise spécialisées qui peuvent les aider à repérer des contenus. Ce système pourrait être mis à la disposition d'organisations de femmes locales ou d'organisations du même genre. Les groupes de parties prenantes pourraient ainsi prendre des mesures pour éliminer la violence envers les femmes liée à la technologie.

4. Possibilités de plaidoyer

Dans l'ensemble, les intermédiaires de l'internet analysés dans l'étude affichent de nombreuses lacunes s'agissant de reconnaître le rôle que jouent leurs services pour faciliter la violence envers les femmes et leur responsabilité d'offrir des voies de recours contre ce comportement. Mais il est évident que bon nombre de ces lacunes ne viennent pas d'un mépris flagrant pour les droits des femmes, mais d'un manque de connaissance de la question et des mesures à prendre pour promouvoir les droits des femmes en ligne. Les activistes et les groupes des droits des femmes peuvent donc jouer un rôle primordial pour communiquer avec les intermédiaires de l'internet et les sensibiliser au rôle qu'ils peuvent jouer pour promouvoir les droits des femmes ainsi qu'aux petites mesures qu'ils peuvent prendre pour améliorer les processus de signalement et de recours. Les études de cas contiennent d'autres informations sur les mesures que les défenseurs des droits des femmes peuvent recommander.

Finalement, les entreprises analysées ont toutes une position très ferme sur le droit à la liberté d'expression et lorsqu'elles sont confrontées à des questions difficiles comme la promotion de l'accès des femmes à l'information et à l'expression, ainsi qu'à leurs autres droits humains – comme être libre de toute discrimination et de toute violence – elles ont commis l'erreur de favoriser une expression sans limite, souvent au détriment des femmes. Il est important que les défenseurs des femmes dialoguent avec les intermédiaires de l'internet à ce sujet – sachant que la liberté

d'expression est un élément fondamental d'une société libre et ouverte qui encourage l'exercice de tous les droits humains, mais qu'un équilibre est nécessaire avec les autres droits et libertés.

ISBN: 978-92-95102-25-5

APC-201407-WRP-R-FR-DIGITAL-216

Creative Commons licence: Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.fr>