QU’EST-CE QUE L’AFFICHAGE PARENTAL D’IMAGES DE MINEURS ?

L’université de Rouen Normandie est partenaire de The Conversation*, média en ligne proposant du contenu d’actualité élaboré avec des universitaires. À travers cette rubrique, retrouvez les articles de nos collègues.*

Les enfants ont aussi une vie privée. Partager des photos d’eux sans leur consentement sur les réseaux sociaux va à l’encontre de leurs droits. Le nouveau terme d’« affichage parental d’images de mineurs » invite à interroger cette pratique de plus en plus courante dans un monde numérique.

Poster la photo du premier jour d’école de son enfant sur Instagram, ou la vidéo de ses premiers pas dans le groupe WhatsApp de la famille, c’est devenu un réflexe pour de nombreux parents. Cette pratique porte désormais un nom en français : « affichage parental d’images de mineurs ».

Dans une liste de termes publiée au *Journal officiel*, c’est en effet l’expression que la Commission d’enrichissement de la langue française a retenue pour traduire l’anglicisme « sharenting » : le fait, pour des parents, de publier en ligne, notamment sur les réseaux sociaux, des photos, des vidéos ou d’autres informations relatives à leurs enfants.

D’où vient ce mot ?

Sharenting est apparu vers 2010 dans la presse anglo-saxonne, sous la plume de journalistes qui observaient la multiplication des publications de parents sur les réseaux sociaux naissants. Le mot est une contraction de « *share* » (partager) et « *parenting* » (parentalité), suggérant un geste de partage entre proches, presque privé.

La traduction française fait un autre choix : « affichage » déplace le sens vers l’idée d’une exposition, d’un geste tourné vers un public plus large que le seul cercle familial. Ce choix de traduction n’est pas neutre : une fois en ligne, ces publications échappent largement au contrôle de celles et ceux qui les postent.

Un geste façonné par le design des plateformes

Les réseaux sociaux ne se contentent pas d'héberger les publications des parents : par leur conception même, à travers les « likes », commentaires, algorithmes de recommandation, ils transforment chaque photo en signal de validation sociale et chaque publication en donnée exploitable.

Documenter la vie d'un enfant devient alors une pratique qui répond aussi à une logique d'engagement : on choisit l'angle, le moment, le filtre qui généreront le plus de réactions. À l'instar d'un influenceur qui cherche à augmenter son audience, le parent rentre, sans forcément en être conscient, dans la logique d'un créateur de contenu. La fierté et le besoin de reconnaissance qui motivent ces publications sont exactement les ressorts psychologiques que ces plateformes savent activer.

L'enfant, qui ne peut pas encore consentir, devient malgré lui le sujet principal de ce contenu – mais il en est aussi le témoin : comme pour d'autres pratiques numériques, l'apprentissage se fait aussi par observation des habitudes parentales.

Ce que dit la loi

Le droit s'est saisi du phénomène avant que le terme français ne se stabilise. Depuis la loi du 19 février 2024, les parents doivent associer l'enfant, selon son âge et sa maturité, aux décisions concernant la diffusion de son image, ce droit s'exerçant conjointement par les deux titulaires de l'autorité parentale.

Selon l'Observatoire de la parentalité et de l'éducation numérique, plus d'un parent français sur deux a déjà partagé du contenu concernant son enfant sur les réseaux sociaux.

Nommer pour mieux comprendre les enjeux

Loin d'être un exercice purement linguistique, le fait de disposer d'un mot français pour désigner cette pratique permet de la rendre visible et discutable, plutôt que de la laisser filer comme une évidence technologique.

L’expression « affichage parental d’images de mineurs » invite chaque parent à se demander, avant de publier, s’il partage ou s’il expose. Il n’y a pas de bonne réponse universelle. Mais l’enfant, même très jeune, n’est pas seulement le sujet d’une image : il en est, ou en deviendra, le premier concerné.

La série « L’envers des mots » est réalisée avec le soutien de la délégation générale à la langue française et aux langues de France du ministère de la culture.

Auteur

Caroline Rouen-Mallet, Enseignant-chercheur en marketing, *Université de Rouen Normandie*

Cet article est republié à partir de The Conversation sous licence Creative Commons. Lire l’article original.

Publié le : 2026-07-06 16:12:16