

Publication des photos sur Internet : Comment partager sans se sur-exposer ? **Internet**

Post   par : JerryG

Publiée le : 12/12/2012 14:00:00

Chaque jour plus de **300 millions de photos sont partagées sur les réseaux sociaux**. Au moment où les appareils photos deviennent connectés, où les applications photos sur mobile facilitent le partage, les photos et les vidéos constituent le cœur d'activit   du Web social.

Quels sont les comportements, les perceptions, les stratégies des internautes en termes de partage et d'identification des photos sur Internet ? Quelle maîtrise ont-ils des outils qui permettent d'en contrôler la visibilité et la sécurité ?

La CNIL a demandé à TNS Sofres de mener une étude auprès des internautes afin de comprendre quelle place occupent aujourd'hui les photos dans la vie numérique. Cette étude révèle une ambivalence des comportements et des perceptions, ainsi que des pratiques très différentes selon les âges. Enfin, elle souligne une demande sociale forte pour la simplification des paramètres de confidentialit  .



Constats de l'Étude :

1. Les photos, vecteur central du « marketing de soi »

â 58% des internautes déclarent publier des photos sur des sites, blogs ou réseaux sociaux. Ce chiffre atteint 86% chez les 18-24 ans.

â Plus de la moitié des internautes (54%) prennent des photos d'abord dans le but de les publier.

â Plus de 40% des internautes avouent rechercher des photos d'eux ou d'autres personnes via un moteur de recherche, par curiosité ou avant un rendez-vous par exemple. Près de 60% chez les 18-24 ans.

â 68% déclarent demander l'avis des personnes avant de les identifier MAIS seulement 34% le font systématiquement. L'identification de personnes semble surtout un moyen d'attirer l'attention sur ses photos publiées, d'en accroître la notoriété.

â 41% des internautes taguent leurs photos et 50% des internautes actifs sur les réseaux sociaux disent avoir été identifiés sur une photo. Ces pratiques sont particulièrement développées chez les 18-24 ans avec 77% qui taguent et 89% qui ont déjà été tagués.

â En ce qui concerne la reconnaissance faciale, moins de 15% des internautes disent l'utiliser mais déjà 27% des 18-24 ans y recourent. Cependant, cet outil semble déjà susciter des craintes : 41% des internautes le trouvent gênant tandis que 26% le trouvent pratique.

2. Des comportements ambivalents : les internautes partagés entre le respect de l'image de l'autre et l'envie de diffuser

â 74% des internautes déclarent demander l'avis des personnes photographiées avant de publier leur photo MAIS seuls 44% le font systématiquement. D'ailleurs, lorsqu'on les interroge sur le type de photos qu'il ne faut pas publier sur Internet, seuls 8% citent celles où apparaissent des personnes qui n'ont pas donné leur accord.

â 88% des internautes pensent que toutes les photos ne peuvent pas être publiées MAIS 25% ont déjà publié une photo pour se moquer gentiment d'une personne, un chiffre qui atteint 40% chez les 18-24 ans. Au final : 43% des internautes disent avoir déjà été gênés par une photo d'eux sur Internet. Ce taux atteint 61% pour les 18-24 ans. Et, pour 27% d'entre eux, la publication de photos a déjà eu des impacts négatifs sur leur vie personnelle.

â 80% des internautes estiment que les photos resteront sur Internet. 66% pensent tout de même les supprimer plus tard. 73% estiment que cela sera difficile.

3. Paramètres de visibilité : un besoin de contrôler l'accès à ses photos mais des outils trop complexes

â 62% des internautes qui publient des photos disent contrôler avec soin les paramètres de visibilité et 66% disent restreindre l'accès à leurs photos pour certaines personnes (connaissances, membres de la famille...).

Pour autant, le doute est permis sur la maîtrise réelle de ces paramètres :

â Seuls 31% déclarent bien connaître ces paramètres,

â–Œ 38% seulement d'â–Œclarent savoir exactement qui a accâ–Œs aux photos ou vidâ–Œos publiâ–Œes d'eux sur Internet,

â–Œ 60% pensent que les paramâ–Œtres ne leur procurent pas le niveau de confidentialitâ–Œ souhaitâ–Œ.

4. Une demande de sâ–Œcuritâ–Œ et de transparence

â–Œ 73% des internautes s'inquiâ–Œtent que d'autres personnes puissent utiliser leurs photos ou vidâ–Œos.

â–Œ 75% â–Œprouvent le besoin de mieux protâ–Œger leurs photos publiâ–Œes sur Internet.

Les internautes souhaitent des paramâ–Œtres plus visibles et plus faciles â–Œ utiliser ainsi que des conseils et des informations pour leur expliquer les bonnes pratiques.

5. Trois gâ–Œnâ–Œrations se distinguent avec des pratiques et des besoins diffâ–Œrents

â–Œ 13-17 ans : le dâ–Œsir de s'exposer et de partager avec ses amis

Trâ–Œs actifs sur les râ–Œseaux sociaux, ils vont principalement publier des photos de leurs amis et d'eux-mâ–Œmes. Trâ–Œs prâ–Œoccupâ–Œs par leur image sur Internet, ils essaient prudemment de contrâ–Œler l'accâ–Œs â–Œ leurs photos mais ne connaissent pas encore toutes les possibilitâ–Œs.

â–Œ 18-24 ans : la libertâ–Œ de s'exprimer avant tout

Ce sont ceux qui jouent le plus avec le pouvoir de communication des photos : la libertâ–Œ de publier et de rendre accessible ou non leurs photos prime sur le reste. Ils pensent maâ–Œtriser les outils â–Œ leur disposition. Pourtant, ils ont majoritairement dâ–Œjâ â–Œtâ–Œ gâ–Œnâ–Œs par une photo d'eux publiâ–Œe et prâ–Œs d'1/3 disent mâ–Œme qu'une photo d'eux a dâ–Œjâ eu un impact nâ–Œgatif sur leur vie personnelle.

â–Œ 51 ans et plus : une exposition moindre mais un manque de maâ–Œtrise des paramâ–Œtres

Les internautes les plus â–Œgâ–Œs publient des photos plus classiques, dans l'esprit de l'album qu'on partage en famille : des photos de lieux de vacances et de paysages. Le risque râ–Œside donc moins dans la nature des photos publiâ–Œes que dans le manque de maâ–Œtrise des outils qui sont peu connus. Ils disent agir une fois les photos publiâ–Œes au lieu de contrâ–Œler avec soin avant la publication.

Conclusion d'**Isabelle Falque-Pierrotin** â–Œ *Les photos occupent aujourd'hui une place centrale dans l'activitâ–Œ numâ–Œrique des internautes : on les publie, on les partage, on les like, on les commente, on tague ses amis... Elles reprâ–Œsentent aussi un vâ–Œritable enjeu â–Œconomique pour les acteurs d'internet. Nous souhaitons donc accompagner les internautes pour les aider â–Œ mieux maâ–Œtriser la publication de leurs photos. Nous demandons aussi aux acteurs d'offrir des paramâ–Œtres simples, visibles et accessibles qui râ–Œpondent aux attentes exprimâ–Œes par les utilisateurs. â–Œ*