



Partager ou ne pas partager :

Comment les adolescents prennent des décisions en matière de vie privée à propos des photos sur les réseaux sociaux



Ce rapport peut être téléchargé à l'adresse : <http://habilomedias.ca/recherche-et-politique>

Citer comme suit : Johnson, Matthew, Valerie Steeves, Leslie Regan Shade et Grace Foran. (2017). *Partager ou ne pas partager : Comment les adolescents prennent des décisions en matière de vie privée à propos des photos sur les réseaux sociaux*. Ottawa : HabiloMédias.

Écrit par :

Matthew Johnson, HabiloMédias

Valerie Steeves, Ph.D.

Leslie Regan Shade, Ph.D.

Grace Foran

Un merci particulier à Jane Bailey, Jacquelyn Burkell, Sarah Heath et Priscilla Regan pour leur contribution quant à la conception du projet et l'analyse des données. Merci également à Grace Foran et Roderick Hawes-Ospina pour leur aide à la recherche.



The eQuality Project
Salle 5010, Pavillon de la Faculté des sciences sociales
Université d'Ottawa
120, privé Université
Ottawa, ON Canada K1N 6N5
info@equalityproject.ca
www.equalityproject.ca
[@eQuality_ca](https://twitter.com/eQuality_ca)



HabiloMédias
205, rue Catherine, Suite 100
Ottawa, ON Canada K2P 1C3
Tél. : 613-224-7721 Téléc. : 613-761-9024
info@mediasmarts.ca
habilomedias.ca
[@mediasmarts](https://twitter.com/mediasmarts)

Comment les adolescents prennent des décisions en matière de vie privée à propos des photos sur les réseaux sociaux est un partenariat entre HabiloMédias et le projet eQuality Project. Cette recherche a été rendue possible grâce à la contribution financière du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada.

Table des matières

Sommaire.....	1
Contexte	1
« Les règles »	1
Stratégies en matière de protection de la vie privée.....	3
Pratiques justes en matière d'information et l'économie de l'information	4
Introduction	6
Contexte.....	8
Répondre à des besoins internes	8
Répondre à des besoins pratiques	8
Connecter avec des amis	9
Documenter des souvenirs partagés.....	10
Offrir une performance.....	12
Examen par les pairs	13
J'aime	14
Les règles	14
Le jour de la photo de classe	15
Visage recadré et couvert.....	16
Photos d'anniversaire.....	17
Standards professionnels.....	19
Ne pas faire de vagues	20
Photos au hasard	20
Le thème.....	22
Auditoires futurs.....	23
Stratégies pour protéger la vie privée.....	26
Sélection des publics	26
Sélection de plates-formes	28
Choix du compte.....	30
Limiter les captures d'écran	31
Négocier le consentement	32
Effacer des photos	35
Les pratiques équitables en matière de renseignements et l'économie de l'information	37
Appendix A: Méthodologie.....	43
Annexe B: Analyse de contenu	46

Partager ou ne pas partager : Comment les adolescents prennent des décisions en matière de vie privée à propos des photos sur les réseaux sociaux

Sommaire

Le présent rapport se fonde sur des entretiens réalisés à l'automne 2016 auprès de dix-huit jeunes âgés de 13 à 16 ans. Chacun des participants avait sélectionné des photos prises au cours des deux semaines précédentes afin d'en discuter et de déterminer celles qu'ils avaient été à l'aise de partager avec un large public, celles qu'ils avaient seulement voulu partager avec des amis proches ou de la famille et celles qu'ils n'avaient pas voulu partager avec qui que ce soit. Les entretiens étaient structurés autour d'une discussion à propos de ces photos et des facteurs qui ont permis de décider de quelle façon les partager et avec qui, dans le but d'éclairer la manière dont les participants concevaient la vie privée dans le contexte des photos, ainsi que les mesures qu'ils prenaient pour protéger leur vie privée (le cas échéant). (On trouvera une explication plus détaillée du processus à la section Méthodologie.)

Contexte

Le contexte dans lequel les photos ont été prises était l'un des plus grands facteurs influençant la décision de partager celles-ci.

Le contexte le plus courant était celui d'offrir une « performance » : ces photos ont été partagées dans le but de contribuer à une identité en ligne conçue pour répondre aux attentes du public selon les différents comptes et plates-formes dans lesquels les participants étaient actifs. Savoir que leurs photos seraient jugées par ces différents publics a restreint les participants à une gamme étroite d'expressions acceptables fortement influencées par l'imagerie des médias, les normes sociales et l'esthétique de chaque plate-forme particulière.

« Les règles »

Lorsque les participants décidaient de la façon de partager leurs photos et de l'étendue de ce partage, ils le faisaient dans le cadre d'une stratégie visant à établir – et à défendre – leur identité en ligne. Un aspect important de cette stratégie est de savoir comment ils choisissent les sujets de ces photos, comment ils les cadrent et, dans certains cas, comment ils les modifient avant de les partager. Ces décisions éclairent un ensemble de règles assez cohérent que suivent les participants pour le partage de photos. Certaines de ces règles s'appliquent spécifiquement à une plate-forme, tandis que d'autres sont plus générales.

Socialiser. Même si un petit nombre de nos participants utilisaient des plates-formes de partage de photos pour socialiser, presque tous publiaient des photos sur les réseaux sociaux pour « avoir l'air social ».

Bien paraître. Cette règle s'applique autant aux personnes dans les photos qu'aux photos en soi; on s'attend à ce qu'elles soient de qualité « professionnelle » (si elles sont largement partagées, comme sur un compte Instagram). Les visages étaient une source particulière de préoccupation, et certains participants avaient pris l'habitude de couvrir leur visage ou de ne partager que des photos dans lesquelles leur visage n'apparaît pas du tout afin d'éviter la critique potentielle associée au partage d'une photo de leur visage.

Avoir l'air d'être pris sur le vif, sans que ce soit le cas. Les participants ont parlé de la nécessité de bien paraître autant sur les photos prises par les autres que sur leurs propres photos. Ils ont exprimé un besoin d'être prêts à être photographiés et un désir de limiter la propagation de photos sur lesquelles ils n'étaient pas prêts ou ne prêtaient pas attention. Cependant, ils avaient également une aversion pour les photos dont la mise en scène semblait trop imposante. Un participant comparait la participation aux réseaux sociaux au jour de la photo de classe; on présente une image ancrée dans la réalité, mais qui est néanmoins une version idéalisée de soi-même.

Personnaliser, sans être révélateur. De même, on s'attend à ce que les photos aient une certaine signification émotionnelle autant pour la personne qui les partage que leurs destinataires, à ce qu'elles ne soient pas « au hasard » et sans pertinence. Le terme « aléatoire » s'appliquait aussi aux photos qui sont considérées comme étant trop personnelles pour l'auditoire, ce qui laisse entendre que l'on ne devrait pas exposer les détails « désordonnés » de sa vie. Ces détails comprennent toute allusion à la sexualité, des sujets controversés ou même des sujets médiatisés non conventionnels. Ce qui suggère fortement que les moyens utilisés par les jeunes pour surveiller leur vie privée limitent le potentiel de liberté d'ex-pression sur les réseaux sociaux. Au lieu de cela, les réseaux sociaux sont devenus un espace homogène où il est important d'établir une identité en ligne positive sans trop se révéler soi-même.

Être cohérent. On s'attend à ce que les comptes publics, notamment Instagram, aient un « thème » cohérent pouvant être basé sur un sujet particulier ou une palette de couleurs. Certains participants ont dit vouloir éviter de créer un thème par inadvertance en partageant un trop grand nombre de photos similaires.

Ne rien publier de compromettant. Si les participants étaient surtout motivés par la réaction immédiate (ou imaginée) de leurs pairs, ils estimaient également que leurs photos pouvaient ultimement être vues par des publics institutionnels tels que des écoles, des organismes gouvernementaux, des employeurs potentiels ou des autorités chargées de l'application de la loi. Tout en étant surtout préoccupés à l'effet qu'ils devaient empêcher ces publics de voir des photos qui les montrent sous un jour négatif, certains participants étaient aussi conscients de l'importance de créer une image positive d'eux-mêmes.

Stratégies en matière de protection de la vie privée

Les participants ont fait appel à diverses stratégies pour gérer leur vie privée. Bien qu'un petit nombre de photos sont restées tout à fait privées, la plupart des efforts des participants étaient destinés à contrôler qui verrait certaines photos et à empêcher leur propagation auprès d'un auditoire indésirable.

Choisir l'auditoire. Un petit nombre de sujets ont été considérés comme étant non appropriés pour le partage parce qu'ils étaient considérés comme « privés » (au lieu de ne pas être partagés par peur d'obtenir une réaction négative du public). Les photos contenant des membres de famille ont été l'exemple le plus souvent cité de cette catégorie, bien que certains participants aient également inclus les amis proches.

Choisir la plate-forme. Le principal outil que les participants utilisaient pour s'assurer que seul leur public cible pouvait voir leurs photos était le choix de la plate-forme et du compte sur lequel les publier. Les deux plates-formes les plus souvent mentionnées, et ce dans une très grande proportion, étaient Snapchat et Instagram. Une différence constante est observée dans la façon dont celles-ci sont utilisées : Snapchat était perçue comme une plate-forme informelle de partage avec des amis proches, comparativement à Instagram qui était considérée comme la plate-forme principale pour se créer un personnage public et qui fait donc appel à une plus grande prudence et à un plus grand professionnalisme. Les entretiens ont toutefois suggéré que les participants ne font pas que *choisir* différentes plates-formes pour gérer leur vie privée et leur publicité : ils sont aussi, consciemment ou non, influencés par la structure de ces plates-formes. Snapchat, où les photos sont temporaires par défaut, donne l'impression d'être une plate-forme informelle et agréable, tandis que les nouvelles continues sur Instagram favorisent la gestion minutieuse d'un profil grand public.

Choisir les comptes. En plus de choisir leurs plates-formes en fonction des objectifs visés, certains participants ont créé plusieurs comptes afin de limiter l'auditoire pouvant voir chaque contenu. L'exemple le plus fréquemment cité est celui du compte de pourriels, un compte Instagram sur lequel il est jugé acceptable de « polluer » vos amis en partageant un plus grand nombre de photos moins professionnelles que sur le compte principal. Ces autres comptes sont normalement accessibles aux amis proches seulement, contrairement aux comptes principaux, qui sont habituellement ouverts à tous ceux qui sont socialement liés, même indirectement, avec le participant.

Limiter les captures d'écran. Plusieurs participants ont mentionné que l'option de Snapchat qui informe ses utilisateurs si une capture d'écran de leur photo est prise est l'une des caractéristiques les plus appréciées de la plate-forme. Toutefois, cette option est moins prisée comme un outil technique que comme un signal social implicite qu'une photo ne devrait pas être propagée à l'extérieur du public cible initial.

Négocier le consentement. Plus de la moitié des élèves ayant participé au sondage *Jeunes canadiens dans un monde branché* 2014 d'HabiloMédias s'attendaient à ce que leurs amis demandent la permission avant de publier une photo d'eux et, dans une certaine mesure,

les participants de la présente étude semblaient partager cette attitude. Par exemple, ils étaient sensiblement moins susceptibles de partager des photos contenant des personnes que des photos d'objets, de scènes de la nature, etc. Lorsque les participants cherchaient activement à obtenir le consentement de leurs amis avant de publier des photos, la question n'était habituellement pas « Devrais-je la partager? », mais plutôt « Laquelle devrais-je partager? », l'accent étant mis sur le choix d'une photo dans laquelle tout le monde paraît bien selon les normes de la plate-forme. Plus souvent, cependant, ils agissaient en fonction de leur croyance à l'effet que les personnes dans une photo consentiraient à son partage, ce qui était en grande partie déterminé par les « règles » élaborées ci-dessus.

Supprimer les photos. Fait étonnant, compte tenu de la nette compréhension des participants à l'égard de la permanence des photos en ligne, ils étaient moins susceptibles de s'opposer à la publication d'une photo ou de s'attendre à ce qu'on leur demande leur consentement que d'employer ce qu'on pourrait appeler un « consentement rétroactif », c'est-à-dire demander à leurs pairs de supprimer les photos qu'ils ne veulent pas voir partagées. Comme pour le partage des photos, la manière dont ils demandaient aux personnes de supprimer une photo dépendait du contexte et de leur relation avec celles-ci, mais en général, les participants étaient réticents à demander directement à ce qu'une photo soit supprimée; ils utilisaient plutôt diverses stratégies pour communiquer leur désir indirectement.

Pratiques justes en matière d'information et l'économie de l'information

Les préoccupations des participants à propos de leur vie privée, de leur réputation et de leur consentement étaient presque toutes axées sur la gestion de la façon dont ils sont vus en ligne. S'ils ont une forte préférence pour l'utilisation de plates-formes particulières pour la gestion de leur image et de leurs interactions en ligne, peu de preuves démontrent qu'ils voient les plates-formes comme des *personnes morales*, plutôt que de simples outils. Presque aucun des participants ne savait clairement ce que font les sociétés propriétaires des plates-formes qu'ils utilisent avec leurs photos; presque aucun d'entre eux ne semblait même avoir conscience que ces plates-formes sont des espaces commerciaux.

Lorsqu'ils avaient des inquiétudes, celles-ci étaient à peu près les mêmes que celles concernant les photos que peuvent voir leurs pairs, et ils supposaient que les sociétés les traiteront de la même manière que leurs pairs et que les mêmes stratégies les protégeront dans les deux cas. Cela a des conséquences importantes sur la façon dont les jeunes conceptualisent la vie privée, parce que le modèle réglementaire dépend du consentement conscient des utilisateurs quant à l'utilisation de leurs renseignements personnels par les sociétés avec lesquelles ils font affaires. Tant que ces jeunes sont concernés, cependant, on ne leur demande pas leur consentement et ils ne le donnent pas, pas plus qu'ils n'assimilent l'acceptation des conditions d'utilisation d'une plate-forme avec le consentement à la collecte et à l'utilisation de leurs photos. Ils s'imaginent plutôt un modèle de consentement qui se rapproche beaucoup plus de ce qu'ils s'attendent de leurs pairs : que les sociétés

respecteront les désirs qu'ils communiquent par leur choix de plate-forme (par exemple, ils s'attendent à ce que Snapchat ne conserve aucune de leurs photos, puisqu'ils pensent avoir envoyé un message clair que les photos devraient être temporaires en choisissant cette plate-forme); que le consentement est sensible au contexte, de sorte que les sociétés ne devraient pas utiliser les photos à des fins autres que ce que les participants avaient en tête lorsqu'ils les ont publiées; qu'ils devraient être en mesure de donner ou refuser le consentement chaque fois qu'ils partagent quelque chose, au lieu de donner un consentement général lorsqu'ils s'inscrivent à la plate-forme.

Une autre raison fréquemment citée pour laquelle les adolescents ne croient pas avoir donné leur consentement aux sociétés pour recueillir leurs photos et y avoir accès est le fait que, dans la plupart des cas, ceux-ci n'avaient pas lu ou n'avaient pas compris la politique de confidentialité et les conditions d'utilisation des plates-formes. Les participants estimaient en général qu'ils n'étaient pas en mesure de fournir un consentement *valable* parce que les documents étaient trop longs et difficiles à lire.

Les participants avaient aussi l'impression de ne pas pouvoir donner un consentement véritable parce qu'ils n'avaient aucun pouvoir de négociation avec les plates-formes; ils se retrouvaient plutôt dans une situation où c'était « à prendre ou à laisser » et que « laisser » signifiait qu'ils devaient se retirer de la participation sociale. Un autre obstacle au consentement véritable est celui que presque aucun des participants ne comprenait comment ils participent à l'économie de l'information lorsqu'ils utilisent ces plates-formes. Lorsqu'on leur a demandé pourquoi Snapchat ou Instagram pouvait conserver des copies des photos de ses utilisateurs, de nombreux participants n'ont pas réussi à trouver de raison.

Conséquence possible de leur sentiment d'incapacité à donner un consentement valable, les participants n'avaient en général pas plus l'impression d'avoir de droits en matière de vie privée. En effet, presque aucun n'avait conscience de ses droits en vertu des principes justes en matière d'information de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* ou ne pouvait s'imaginer avoir recours à ces droits d'une manière ou d'une autre.

En l'absence de moyens d'actions, même si ces jeunes disposent de diverses stratégies pour gérer leur identité en ligne aux yeux de leur public imaginaire, en ce qui a trait à l'accès des sociétés à leurs données ils n'ont qu'un choix : espérer que le simple nombre de photos leur procurera le respect de la vie privée par l'obscurité. Cette tactique est moins caractérisée par la prise d'actions que par le fait de se résigner à leur impuissance à l'égard des sociétés propriétaires des plate-formes qu'ils utilisent. Comme les principales préoccupations des participants en ce qui concerne l'accès des sociétés portent sur le fait que des photos puissent être vues par des auditoires indésirables, plutôt que le fait que ces photos puissent être sauvegardées ou utilisées dans un ensemble, plusieurs participants ont décrit une stratégie hybride selon laquelle ils donnent à leurs photos un aspect anodin, tout en faisant confiance au respect de la vie privée par l'obscurité, ce qui a un effet glacial sur la libre expression.

Introduction

Le succès de Snapchat et d'applications similaires permettant aux jeunes de partager des photos sélectionnées qui ne semblent pas rester publiques éternellement montre que les jeunes prennent des décisions fondées en partie sur leurs inquiétudes en matière de confidentialité. Ce que nous ne savons pas encore, c'est la façon dont ils prennent ces décisions et la façon dont nous pouvons les encourager à tenir compte de la confidentialité des données et des répercussions sur leur réputation.

S'appuyant sur les résultats de notre recherche *Jeunes Canadiens dans un monde branché* (Steeves, 2012, 2014), le présent projet de recherche qualitatif examine le raisonnement employé par les jeunes de 13 à 16 ans lorsqu'ils décident de partager électroniquement des photos d'eux-mêmes ou d'autres personnes. Plus spécifiquement, nous explorons si et comment leur décision de publier des photos est enracinée dans un désir de gérer leur réputation (p. ex. répercussions sur leur réputation) et s'ils donnent leur consentement à la divulgation de leurs renseignements personnels tel que compris dans le contexte du cadre réglementaire existant (confidentialité des données). Afin d'explorer davantage cet aspect, nous avons schématisé ce qu'ils savent à propos des principes de protection des renseignements et nous avons cherché à connaître des expériences d'interaction qu'ils ont eues avec des sociétés afin d'exercer leurs droits en vertu des pratiques justes en matière d'information (p. ex., accès à l'information, suppression de renseignements personnels). Nous avons mis l'accent sur les pratiques des jeunes portant sur le partage de photos et ce, pour deux raisons : d'abord, les photos semblent être un moyen essentiel par lequel les jeunes se représentent dans les espaces en réseaux (Steeves, 2015a); ensuite, les photos des jeunes contiennent des renseignements personnels et correspondent par conséquent au régime réglementaire.

Les questions de notre recherche étaient les suivantes :

1. Comment les jeunes prennent-ils des décisions en matière de vie privée lorsqu'ils partagent électroniquement des photos d'eux et d'autres personnes?
2. Est-ce que les jeunes connaissent leurs droits en ce qui a trait aux pratiques justes en matière d'information? Quelles sont leurs expériences pour faire valoir ces droits?

Il est essentiel d'explorer la compréhension des jeunes quant à leurs droits en matière d'information, parce que le modèle réglementaire visant à protéger la vie privée en ligne des jeunes suppose que les jeunes choisiront de ne pas publier de l'information qu'ils veulent garder privée (Steeves, 2015b). En raison de cette supposition, les initiatives d'éducation à la protection de la vie privée sont habituellement axées sur le fait de dire aux jeunes de ne pas publier de renseignements personnels. Toutefois, comme l'a démontré notre recherche *Jeunes Canadiens dans un monde branché*, les jeunes ne définissent pas la vie privée comme la non-divulgation, mais cherchent plutôt à négocier un niveau approprié de vie

privée de la part de leurs pairs et des membres de leur famille en établissant des normes sociales qui gouvernent qui peut regarder quoi (Steeves, 2013, Walgrave, Ponnet, Vanderhoven, Haers et Segaert, 2016). Dès que les jeunes publient leur information en ligne, toutefois, le modèle réglementaire suppose qu'ils abandonnent leur intérêt en matière de vie privée, ce qui permet à la société à qui appartient la plate-forme de recueillir et utiliser l'information pour des fins commerciales.

D'ailleurs, le fait que les jeunes continuent de publier de l'information sur des sites appartenant à des sociétés ne devrait pas être interprété par l'idée que les jeunes sont à l'aise avec le modèle réglementaire actuel ou qu'ils ne se préoccupent pas du respect de la vie privée par les sociétés. Par exemple, 83 % des élèves sondés en 2013 étaient d'accord avec l'affirmation selon laquelle les sociétés propriétaires des réseaux sociaux ne devraient pas pouvoir voir (sans parler de la collecte et l'utilisation) ce que les jeunes publient sur ces sites et 95 % ont dit la même chose à propos des agents de marketing (Steeves, 2014). Des travaux qualitatifs ont également suggéré que de nombreux jeunes se méfient des sociétés, qu'ils considèrent comme étant manipulatrices (Micheti, Burkell et Steeves, 2010; Steeves, 2012).

Afin de concevoir de meilleures pratiques et politiques, nous devons mieux comprendre la façon dont les jeunes prennent des décisions à propos de la divulgation et la non-divulgation. Ceci nous permettra d'élaborer de nouvelles règles de respect de la vie privée selon la façon dont les jeunes les conçoivent et les pratiquent dans leur vie quotidienne, en plus de façonner des initiatives d'éducation qui répondent à leurs besoins. La présente étude est un premier pas dans cette direction.



Intervieweur : Nomme une, deux ou trois des choses les plus importantes auxquelles tu penses lorsque tu décides de partager une photo.

(Andrew, garçon, 14 ans) : La qualité, comme l'angle et tout. Ce que les autres vont penser. Aussi, j'imagine, ce que ma famille va penser.

Contexte



Tout ce que je dis sur les réseaux sociaux, c'est soit pour montrer quelque chose aux autres à propos de moi, soit pour transformer la journée de quelqu'un. (Suyin, fille, 15 ans)

Pour les jeunes de notre étude, le partage de photos n'est pas un événement, mais une partie intégrante de la vie adolescente. Les photos peuvent avoir une visée purement interne et instrumentale – nos participants les utilisent pour se rappeler les détails des travaux scolaires, remplacer les notes en classe, indiquer à leurs parents où ils sont ou passer le mot sur une tempête de neige ou des frites gaufrées. Toutefois, l'engagement profond des jeunes à l'égard des photos reflète le fait que celles-ci ne sont pas des objets statiques utilisés pour consigner un moment particulier dans le temps. Elles sont plutôt des outils dynamiques servant à créer diverses identités en ligne, positionnés par des thèmes cohérents selon les réseaux sociaux et présentés de manière différente selon les auditoires visés.

Répondre à des besoins internes



Je l'ai prise pour m'aider à me sentir mieux quand je suis triste. Une simple photo du coucher du soleil... comme ça avant de dormir je peux voir à quel point le monde est magnifique. (Kaya, fille, 14 ans)

Un petit nombre de photos dans le cadre de l'étude répondait à des besoins purement internes pour les participants : documenter une expérience, immortaliser une émotion ou donner aux participants une vision plus objective d'eux-mêmes. Par exemple, les participants parlaient de photographier leur chien, une œuvre d'art qu'ils ont réalisée ou une tresse particulièrement réussie. Habituellement, ces photos ne sont pas partagées avec qui que ce soit d'autre : lorsque Julie (fille, 14 ans) dit « j'essayais de voir de quoi mes cheveux ont l'air pour les autres, parce que quand je me regarde dans le miroir, je vois l'opposé de ce que les gens voient », elle pourrait très bien parler d'une photo produite par un appareil-photo Polaroid.

Répondre à des besoins pratiques

Nos participants ont également partagé des photos pour des fins purement pratiques. Ces photos, habituellement partagées avec un seul destinataire, font partie des interactions banales qui constituent le quotidien. Les exemples varient d'une photo envoyée par Hanna (fille, 15 ans) « montrant [à ma mère] que j'avais fait un trou dans mon t-shirt » à la photo

des frites gauffrées envoyée par Courtney (fille, 16 ans) :



J'ai reçu cette image d'un de mes amis qui avait fait une capture d'écran d'un site Web et me l'avait envoyée parce que McDonald offre maintenant des frites gauffrées. Alors je me suis demandé s'il y en avait à celui près de chez nous. Je l'ai envoyée à mon amie qui travaille chez McDonald pour lui demander.

C'est toutefois la nature routinière de ces pratiques qui les rend intéressantes du point de vue de la protection de la vie privée, car les photos de plus en plus fréquentes des menus détaillés de la vie des jeunes sont partagées sur diverses plates-formes commerciales. Ainsi, les jeunes contribuent, souvent sans le savoir, à la quantité de données présentes dans le marché de l'information. De même, ces diverses utilisations peuvent contourner les protections à l'égard de la vie privée qui sont mises en place par d'autres organismes ou individus. Lorsqu'une plate-forme est fournie par l'école, par exemple, le conseil ou le district peut avoir négocié un contrat qui limite la collecte de données par le fournisseur, mais si les élèves y accèdent à partir de leurs propres dispositifs – comme leur téléphone pour envoyer à un ami une photo du tableau indiquant les devoirs du jour – ils relèvent des conditions d'utilisation standard.

Connecter avec des amis



C'est aussi à ça que ça sert les réseaux sociaux. Pas juste pour les cercles d'amis, mais pour la popularité aussi. C'est pour ça qu'autant de personnes les utilisent, parce que tout le monde est sur les réseaux sociaux. (Sean, garçon, 14 ans)

Bien plus souvent, toutefois, les photos sont partagées pour des raisons sociales. Participer au monde social est, pour plusieurs participants, la principale raison de partager des photos – ou, plus précisément de *ne pas* les partager : comme l'a dit Courtney quand on lui a demandé s'il était possible de ne pas utiliser Instagram, « t'es très déconnecté de beaucoup d'amis à l'école et tout. » Se retirer des réseaux sociaux est souvent présenté comme se retirer de la socialisation en général; une possibilité que de nombreux participants ne pouvaient envisager.

Toutefois, même si un nombre élevé de participants ont indiqué que les réseaux sociaux sont une partie essentielle de la « socialisation », seulement quelques uns publient des photos comme moyen de sociabilisation en soi. Ce type d'interaction sociale se limitait aux amis connus seulement en ligne et aux amis hors ligne absents avec qui ils désiraient garder contact. Ces interactions sont celles qui ressemblent le plus à la sagesse populaire, qui positionne les réseaux sociaux comme un moyen de garder contact avec des amis et de

renforcer des liens sociaux. Les participants qui partageaient des photos avec des amis qu'ils ne connaissent qu'en ligne avaient normalement connu ces amis par des publications sur des pages Internet. Hannah, par exemple, a affirmé « J'ai une page de fans de mes artistes préférés. Tout plein de jeunes ont des pages de fans des artistes qu'on aime et on se trouve des points communs. On se met à se parler à tous les jours, on se fait des amis sur Internet. » Pour certains, ce type d'interaction est particulièrement gratifiant parce qu'ils sont libres d'exprimer leurs intérêts sans se préoccuper d'un jugement négatif. Araya (fille, 16 ans) est fortement de cet avis, car elle est persuadée que ses camarades de classe ne partagent pas son intérêt pour les mangas (bandes dessinées japonaises); dès lors, elle ressent un lien étroit avec ses amis en ligne sur les pages de mangas parce que ceux-ci ne la jugeront pas en fonction de ses intérêts. Comme nous le verront plus bas, la peur du jugement a une forte influence sur les décisions des participants concernant le partage de photos. Ainsi, avoir un auditoire sélectionné compatissant pourrait permettre à ceux qui partagent des photos avec des amis virtuels de s'engager tout en laissant tomber la performance et en faisant plus de place au véritable échange social.

Une autre forme d'interaction sociale qui se produit surtout en ligne est celle qui permet de garder contact avec des amis qui ne font plus partie de la vie hors ligne des participants, que ce soit de façon temporaire ou permanente. Comme l'explique Araya « partager des trucs avec ceux qui ne peuvent pas être là pour les voir ». Ces photos peuvent être partagées avec une seule personne, comme l'ami lointain de Jessica – « On s'envoie des photos parce que je ne l'ai pas vu depuis deux ans, alors les photos et FaceTime sont les seules façons de voir comment l'autre va » – ou avec un petit groupe, comme l'ami d'Andrew qui « est parti en Italie pour l'été. J'imagine qu'il pense à ses amis proches puis au fait qu'il s'ennuie d'eux pendant qu'il est en Italie. » Dans les deux cas, les photos sont partagées pour renforcer ou maintenir des amitiés et des relations sociales.

Documenter des souvenirs partagés

Le désir de documenter est assez commun, mais les photos de ce genre ne sont habituellement pas partagées à grande échelle. Bien que certaines photos soient envoyées à un ami afin de lui faire partager une expérience qu'il a manquée, la plupart sont envoyées aux amis qui étaient présents et qui sont dans la photo. Par exemple, Amelia (fille, 14 ans) a partagé une photo avec ses amis proches parce que « [la photo] était de mes amis et moi; c'était la journée des jumeaux à l'école, et on portait tous le même chandail. » Le partage de la photo ne fait pas que documenter l'expérience, il permet aussi de renforcer le lien social en faisant revivre le plaisir sous une forme virtuelle : « Je l'ai publiée parce qu'on s'amusait et c'était drôle. »

Dans un plus petit nombre de cas, la photo permet de donner une suite à l'expérience. Hannah raconte :



Je me suis cogné la tête pendant que je faisais du bénévolat et j'avais un bleu sur le front le lendemain matin. C'était ma façon de dire à mes amis que j'étais rendue avec un bleu... [je l'ai envoyée] seulement à ceux qui étaient là et qui m'avaient vu me frapper la tête.

Comme l'indique cette citation, ce type de photos n'est habituellement partagé qu'avec ceux qui étaient présents, comme souvenir de l'expérience : Amira (fille, 16 ans), parle ainsi d'une photo d'une visite au restaurant avec des amis : « je l'ai juste partagée avec les deux amis qui étaient avec moi... si je n'avais pas été avec eux, je ne l'aurais pas envoyée. Je pense que c'est bon de garder [ces photos], comme ça quand on y repense on peut se rappeler qu'on a eu du bon temps. »



Offrir une performance



Tout le monde dit que les médias sociaux servent à se connecter avec des amis et tout, et, d'une certaine façon, c'est vrai. Mais, quand tout le monde y va, j'ai l'impression qu'une idée ressort tout le temps : il faut bien paraître. (Margaret, fille, 15 ans)

Même si un petit nombre de nos participants utilisaient des plates-formes de partage de photos pour socialiser, presque tous publiaient des photos sur les réseaux sociaux pour « avoir l'air social ». Pour reprendre les mots de Nico (garçon, 13 ans), « Personne ne veut une page Instagram avec juste des photos de soi. Ça prend aussi des photos de ses amis pour montrer aux autres qu'on a des amis. » Lorsque des photos illustrant les liens sociaux étaient partagées avec un public plus large, c'était souvent le marqueur public d'un lien social et une façon de montrer sa sociabilité, comme la photo d'Amelia et son amie : « Je trouvais que c'était une belle photo, qui montre que je suis amie avec elle... ça montre qu'elle est mon amie et qu'on passe du temps ensemble. »

Bien que quelques-uns des participants ont décrit leurs décisions en termes de protection de la vie privée, de nombreux autres, comme Araya, ont parlé de la tension existant entre la volonté de partager des photos pour des raisons personnelles et sociales et la nécessité d'organiser leurs images de manière à offrir une performance pour un auditoire imaginaire : « Il faut pouvoir publier ce qu'on aime, simplement parce que c'est bon de partager. C'est agréable de partager, mais il faut aussi avoir une image professionnelle, alors c'est difficile de faire les deux en même temps. » La recherche d'une norme professionnelle était associée à la nécessité de faire une bonne impression auprès de ceux qui regarderont les photos :



On veut publier pour impressionner les gens, et avec Instagram, on ne pense même pas à nous-même; on se dit oh, qu'est-ce que les gens vont penser, est-ce qu'ils vont aimer cette photo? On en vient à ne plus penser à ses propres besoins. (Pavlina, fille, 14 ans)

Dans la plupart des cas, la nécessité d'impressionner l'emportait sur les propres besoins des jeunes; même lorsque les participants publiaient des photos pour des motifs plutôt personnels, la description qu'ils en faisaient contrastait avec un acte typique de performance auprès d'un auditoire. Prenons pour exemple Suyin : « Cette photo est une version très personnelle parce qu'elle représente mes pensées et pas seulement quelque chose qui me passionne. C'est une partie de ce que je suis réellement plutôt que la façon dont je me présente. » S'ils sont parfaitement conscients de l'auditoire visé pour leurs photos, il est difficile pour ces adolescents de dire exactement qui les regarde – ce qui n'est pas

surprenant étant donné que leurs comptes publics peuvent avoir des centaines d'abonnés. Ils sont toutefois conscients que tout ce qu'ils publient sera jugé – parfois durement – par les autres. Comme le dit Nico, « Les gens vont te juger... Huit cent personnes vont voir cette photo laide de toi et ils vont sans doute te juger. »

Ces « personnes » qui regardent et jugent les photos sont des camarades de classe, des amis d'amis ou ceux qui partagent les mêmes intérêts ou qui pourraient simplement refléter leur perception de l'avis collectif. Les amis sont considérés comme moins risqués, principalement parce que les groupes d'amitié ont tendance à reproduire la même « image » dans les photos qu'ils publient, comme l'affirme Margaret : « Habituellement je publie seulement les photos que je trouve belles, et normalement si je les trouve belles, c'est aussi ce que vont penser mes amis, parce que nous pensons tous de la même façon. » Cela signifie qu'il faut toujours être vigilant, surtout avec des photos de soi-même :



« Quand j'étais plus jeune, j'étais plus à l'aise de publier des . Quand j'ai eu Instagram, c'était en 6^e année, je me préoccupais pas de ce que les gens pouvaient penser; je publiais ce que je voulais. En vieillissant, on se sent plus jugés par les autres, plus sous pression de ce qu'on va publier pour les impressionner. » (Pavlina)

Même si les jeunes sont parfaitement conscients de leur auditoire, il est considéré inapproprié de faire appel trop ouvertement à cet auditoire. Par exemple, partager des photos avec des légendes pleines d'autodérision, dans l'espoir que vos amis vont les contredire est embarrassant, selon Araya, parce que c'est un appel direct à l'auditoire comme « un moyen de se valider et de s'assurer d'être accepté par tout le monde. »

Examen par les pairs

Cette fine ligne entre les moyens appropriés et inappropriés de chercher l'approbation des pairs force les adolescents à rester dans une gamme très restreinte d'expression. Plusieurs participants ont décrit une stratégie d'examen par les pairs qu'ils utilisaient afin de s'assurer que leurs photos ne s'écartent pas de cet étroit chemin : comme le dit Sarah (fille, 16 ans) : « J'ai l'habitude d'envoyer [mes photos] à quelques-uns de mes amis d'abord pour leur demander s'ils les aiment ». Parfois, comme dans le cas de Sarah, ces examinateurs soulèvent des compétences particulières : « Certains de mes amis se donnent un genre artiste et aiment les belles photos [professionnelles] et vont dire que la composition est mauvaise ou quelque chose du genre », mais le plus souvent ils permettent de tester sans risque le jugement du grand public.

Souvent, l'examen par les pairs sert non pas à choisir si une photo sera publiée ou non, mais plutôt à déterminer laquelle des photos d'une série devrait être publiée :



Je trouvais que j'avais l'air vraiment jolie dans cette photo, et... j'ai demandé à beaucoup de mes amis si je devrais la publier. Et je pense que je leur ai donné deux autres photos pour qu'ils aient le choix... Je pense donc qu'à peu près tout le monde a choisi celle-ci. Et c'est celle que je préfère aussi. (Amelia)

Les « J'aime »

Si l'examen par les pairs se fait avant la publication des photos, les plates-formes en soi officialisent l'importance de la réaction du public sous la forme des « j'aime ». Les participants étaient divisés quant à l'importance des « J'aime » – Suyin explique qu'ils étaient importants « quand Instagram était un concours de popularité... il y a deux ou trois ans » – et plusieurs ont affirmé qu'ils enlèvent les photos qui n'en reçoivent pas assez. Selon Lauren (fille, 14 ans), « si j'obtiens moins de 150 "j'aime" dans une journée, j'enlève la photo. » D'un autre côté, Pavlina donne moins d'importance aux « j'aime » parce que « les amis proches aiment toujours tes photos »; par conséquent, elle a conclu que « il m'en faut plus de cent chaque fois que je publie une photo ».

Les « j'aime » servent également de guide pour éviter que des sujets particuliers ne prédominent dans le fil de nouvelles d'un participant, comme l'affirme Sean « j'aime publier des photos de mon chien, mais... Je veux pas que mon compte devienne le compte d'un chien. Donc quand je publie une photo de mon chien, je regarde celle qui a le moins de "J'aime" et je la supprime. »



La plupart des gens publient des photos pour faire bonne impression. Les photos doivent être belles, ta vie doit avoir l'air belle, tu dois bien paraître. (Margaret)

Les règles

Qu'il soit formel ou informel, réel ou imaginaire, le jugement de l'auditoire se fonde sur un puissant et cohérent ensemble de règles, et les adolescents prendront souvent plusieurs photos d'un participant ou d'un événement afin de choisir celle qui suit ces règles de plus près. L'une des plus importantes de ces règles est que les photos, qu'elles contiennent l'expéditeur ou non, devraient lui donner bonne image. Ainsi, comme ne pas se préoccuper trop ouvertement de ce que pensent les autres fait partie des qualités attendues, il serait paradoxalement bien de mettre beaucoup de temps et d'efforts à l'organisation du flux de photos pour donner aux pairs « l'impression d'être une personne équilibrée... qui n'est pas collée à son téléphone tout le temps. » (Amira) Il y a une intense force d'attraction entre les attentes de performance pour l'auditoire – comme l'explique Pavlina, « à mon âge, tout le

monde se soucie de popularité, donc on veut toujours que tout le monde dise "Wow" » – et le risque de se faire remarquer en essayant trop fort ou en étant trop différent des autres, comme l'explique Margaret : « Je... ne veux pas publier une photo pour laquelle les gens penseront "Oh, elle a clairement envie que quelqu'un voit sa photo et dise oh, oui, elle est ma-gni-fi-que." »

Le jour de la photo de classe

Si les participants étaient souvent réticents à partager des photos qui attirent l'attention sur eux, ou même toute photo d'eux-mêmes – Julie a choisi de ne pas publier de photos d'elle sur Instagram parce que « je ne trouve pas que c'est intéressant » – ils étaient très conscients d'être sous les projecteurs. Une grande importance est accordée au fait d'être prêt à être photographié, de façon à bien paraître quand quelqu'un d'autre les prend en photo : Amelia a choisi de partager une photo seulement avec ses amis proches parce que « j'étais en pyjama... j'avais un masque de beauté... et mes cheveux étaient probablement gras », tandis que Lauren décrivait ainsi une photo qu'elle ne voudrait pas partager : « quand je prête pas attention à la caméra ». Ils ont conscience de pouvoir être vus et jugés par un auditoire, de sorte que même lorsqu'ils ne sont pas physiquement dans un lieu public, le fait de se retrouver devant une caméra équivaut à « sortir ». Amira décrit une mauvaise photo comme celle où elle est « assise à la maison avec un chignon décoiffé et un pyjama parce que je n'ai pas l'air présentable... et je préfère avoir l'air présentable quand je sors ». Plusieurs participants, comme Suyin, étaient conscients de la tension qui existe entre cette performance et leur vraie personne.



Ce n'est pas nécessairement fidèle à ce que je suis, mais j'imagine que d'une certaine façon c'est de ça que j'ai l'air le jour de la photo de classe. La photo qui est prise ce jour là se retrouve dans les albums photos de tout le monde et il n'y a pas moyen de changer comment ils la voient. Ça serait ce genre de photo. (Suyin)

C'était peut-être là le plus près que les participants en sont venus pour exprimer la vision « traditionnelle » de la vie privée, comme une frontière nette entre ce qui est public et ce qui est privé, car il y avait (sauf dans de très rares exceptions) une nette exigence à l'effet de ne pas laisser *n'importe qui voir* les détails désordonnés liés à sa personne ou à sa vie. En même temps, une pression s'exerce pour ne pas avoir l'air *trop* conscient qu'une photo de soi est prise. Si les participants ont clairement indiqué qu'ils n'appréciaient pas que des photos d'eux prises sur le vif soient partagées, ils ont le sentiment que les photos doivent d'être prises sur le vif : par exemple, Margaret a choisi de ne pas partager une photo d'elle-même alors qu'elle buvait un lait fouetté, parce que « même si je trouve que c'est une bonne photo, il est évident qu'elle n'a pas été prise sur le vif. C'est comme si j'avais dit "OK, reste là et prends une photo de moi pendant que je vais regarder mon lait fouetté et essayer de bien

paraître." » Comme pour la socialisation, la manière dont une personne se présente est plus importante que ce qu'elle est vraiment – et souvent contradictoire.



Quand ton visage se retrouve sur les réseaux sociaux, il y aura toujours au moins une personne qui va dire quelque chose à propos de ton visage... Peut-être « c'est quoi cette expression » ou quelque chose du genre. Ils vont trouver quelque chose à dire, c'est certain. Peut-être à propos de tes vêtements ou je ne sais pas. Ils vont sans aucun doute trouver quelque chose à dire. (Kaya)

Compte tenu de la pression liée au fait de devoir constamment présenter une version idéalisée de soi-même, il n'est pas étonnant que les visages des jeunes soient une source de stress importante. Ce qui peut être étonnant, c'est qu'un des rares exemples de photos dont la pose ou la sélection visait à mettre en valeur des traits faciaux *désirables* avait été partagé par l'un des participants masculins, Nico :



Je ne sais pas si vous connaissez le concept de la ligne sous la mâchoire (« jawline »)... En photo, surtout pour les gars, il faut utiliser la lumière de façon à faire ressortir le menton, ça ne se voit pas beaucoup, mais on sait qu'une photo est bonne quand le menton est vraiment bien mis en valeur.

Visage recadré et couvert

Il ne faudrait pas penser que les participantes ne se préoccupaient pas de la façon dont serait perçu leur visage. Beaucoup d'entre elles répondent plutôt à cette pression en partageant uniquement des photos dans lesquelles leur visage est sans défaut – Amira a choisi de ne pas publier une photo dans laquelle « j'aime tout sauf le coin, là, où mes cheveux ont l'air ébouriffés. » Plusieurs participants ont dit que les photos de leur visage étaient appropriées pour leurs amis proches, mais pas pour un auditoire plus large. Sarah représente cette attitude de manière typique : « Je ne publie jamais de photos de mon visage sur mon compte. Je ne le fais que sur Instagram et un grand nombre de personnes qui regardent passer ces nouvelles sont des personnes que je connais. » Certains choisissent de recadrer ou couvrir leur visage : même auprès des amis proches, par exemple, Courtney envoie seulement « des égoportraits en bas du menton ». D'autres, comme Araya, font de la nécessité une vertu de se couvrir le visage :

« Avant, je partageais beaucoup de photos, puis je me suis mise à prendre des photos juste quand je portais une perruque, un masque ou autre chose. Pour une raison ou une autre, je trouve ça mignon. Je ne publie que celles-là, parce qu'elles cachent mon visage.

Pour certains, comme Kaya, les visages sont une zone interdite :

« J'ai peur de mettre mon visage sur les réseaux sociaux parce que j'ai peur des effets négatifs que ça peut avoir... j'ai vu ce qui se passe sur les réseaux sociaux et je ne veux pas que ça m'arrive.

Comme le montre la citation de Kaya, les adolescents sont réticents à publier des photos de leur visage parce que cela les confronte à une critique personnelle qu'ils ne ressentiraient pas avec des sujets moins personnels. Un commentaire méchant à propos d'une photo de votre visage ne reflète pas un choix que vous avez fait, si vous avez bien pris la photo ou vos goûts en matière de restaurant ou de cosmétique : il *vous* concerne. Mais d'une certaine manière, la distinction est erronée. Compte tenu de la nécessité d'offrir une performance auprès d'un auditoire indéfinissable avec des normes en constante évolution, *n'importe quelle* photo peut finir par vous faire mal paraître. Comme le dit Hannah : « Tant que mon visage n'est pas dans la photo, ça ne me dérange pas si elle est partagée, parce que rien prouve que j'ai pris cette photo. »

Photos d'anniversaire

Un type de photo qui semble contourner les règles est cette photo du fêté qui lui est envoyée le jour de son anniversaire. Comme l'explique Julie, même ceux qui préfèrent ne pas voir leur visage sur les réseaux sociaux font une exception pour les anniversaires : « Un de mes amis a publié une photo de moi sur Instagram pour mon anniversaire et je pense que c'était la seule photo de moi. » La photo envoyée lors de l'anniversaire peut être une simple photo ou quelque chose de plus élaboré, comme une photo choisie soigneusement pour représenter l'historique d'une amitié ou, dans le cas de Jessica, un collage de photos. Habituellement, la photo est inattendue. Comme l'explique Sarah, « normalement pour les publications d'anniversaire on ne dit pas exactement à la personne quelle photo sera publiée, pour que ce soit une surprise. » Ainsi, les « règles » normales qui déterminent si une photo est bonne sont quelque peu laissées de côté. En parlant des photos d'anniversaire qu'elle a reçues, Margaret dit : « J'en ai eu des intéressantes. La plupart était des photos étranges que j'avais pris sur les téléphones des autres, des “selfies” affreux, des choses comme ça. » Des limites s'imposent ici aussi; même si les photos d'anniversaire servent à souligner l'intimité – comme l'indique Dan (garçon, 15 ans) « en général les gens publient des photos d'anniversaire quand ils sont assez proche de la personne » – il s'agit d'un acte *public*; leur

distribution est habituellement plus vaste, auprès de la communauté scolaire, comme une manière de dire que cet ami est spécial et compte beaucoup. Ainsi, si les photos d'anniversaire sont plus acceptées, elles sont aussi soumises à deux pressions contradictoires, soit l'attente d'être « beau joueur » et d'accepter qu'il y ait une photo « loufoque » de soi dans son journal et la nécessité d'épurer son image en ligne. Comme le décrit Margaret, il est facile pour l'expéditeur de mal juger la différence entre ces deux impératifs :

« Une fois j'ai publié une photo de mon amie pour sa fête... et elle n'était pas flatteuse. Elle avait pris un tas de "selfies" sur mon téléphone. Je m'étais dit que celle-là était drôle, alors je l'ai publiée. Mais elle m'a demandé de l'enlever et c'est ce que j'ai fait. Après ça je me suis dit qu'il faut demander la permission avant. Tout le monde n'est pas si à l'aise avec ça. »

Une des difficultés associées au fait de tracer une ligne lors du choix de la photo d'anniversaire est que ce qui serait autrement une photo privée (en ce sens qu'elle est gardée sur un téléphone intelligent ou partagée à quelques amis seulement par un média plus éphémère comme Snapchat) est plutôt distribué à un public plus large (habituellement la communauté scolaire) afin de signaler une amitié. Toutefois, la nature publique de la photo d'anniversaire est rattachée à des risques de jugement négatif. De même, plusieurs participants décrivent les stratégies qu'eux ou leurs amis ont utilisées pour trouver un équilibre entre la publication d'une photo inhabituelle le jour de l'anniversaire et le désir d'aider l'ami à épurer sa présence en ligne. Jessica fait référence à une amie qui a publié une photo de « moi avec une drôle de frimousse. Mon amie l'avait publiée pour mon anniversaire. Je lui ai demandé de l'enlever. Elle a accepté. Puis elle a fait un dessin de moi à la place. » Sarah explique comment elle cherche à obtenir le consentement de ses amis tout en préservant la surprise : « Une de mes amies est super exigeante à propos de ses photos, alors pour son anniversaire je lui ai décrit la photo, sans lui envoyer, pour m'assurer qu'elle l'aimerait. »

Standards professionnels



Chaque fois que tu publies une photo sur ton compte régulier, tu dois consacrer du temps à cette photo, tu comprends? Te donner bonne impression, arranger le cadre. C'est pour ça qu'il faut utiliser l'éclairage, pour te donner bonne impression... Il faut prendre le temps pour t'assurer que la photo est adéquate, pour que tu paraisses bien, que le cadre soit bon, que tout soit correct pour que quand tu cliques sur le bouton pour mettre la photo en ligne les gens vont l'aimer. C'est pour ça que tu passes autant de temps sur une photo, pour les « j'aime » et tout, oui? (Sean)

Les participants ont également parlé de la nécessité de se conformer aux standards « professionnels » de la photographie et de l'imagerie qu'ils voient dans les médias. Comme l'explique Pavlina, « si la photo est vraiment belle, les gens vont penser que c'est une photo professionnelle, et elle va obtenir beaucoup de "j'aime". » Margaret définit le tout de manière plus spécifique ainsi : « L'éclairage. La qualité de la photo. Parce que si la photo a du grain et a l'air étrange, c'est pas une bonne photo et elle ne paraîtra pas bien avec mes autres photos. » Si certains participants attribuent ceci à l'intérêt de leurs amis proches pour la photographie – comme le dit Sarah, « Certains personnes, surtout dans mon année scolaire, sont très bons en photographie. Ils prennent des photos avec des appareil photo professionnels, les retouchent dans Photoshop et les envoient sur leur téléphone pour ensuite les publier sur Instagram » – l'attitude selon laquelle les photos devraient refléter des standards professionnels est presque universelle. Une cause plus probable est le fait que les adolescents partagent maintenant le même écosystème médiatique avec des modèles, des acteurs, des musiciens et des célébrités (dont la renommée de certains est fondée sur leur participation aux médias sociaux), qui ont tous une grande présence dans les réseaux sociaux publics comme Twitter et Instagram. Les adolescents sont par conséquent invités à se juger eux-mêmes, et leurs photos, par les normes imposées par ces textes médiatiques. Il n'est donc pas étonnant que plusieurs participants affirment qu'il faut « modifier l'image pour qu'elle soit... un peu plus intéressante pour ceux qui la voient », dans bien des cas à l'aide de filtres fournis par la plate-forme pour « améliorer tes traits, rendre tes yeux plus brillants ou ta peau plus lumineuse. » (Sarah) En plus d'être fournis par la plate-forme, ces filtres sont souvent créés à des fins commerciales, comme les filtres utilisés par Suyin qui avaient servis à annoncer les films *Les animaux fantastiques et Cinquante nuances de Grey*. Ces chevauchements entre les mondes personnels et commerciaux des réseaux sociaux compliquent le fait de « passer public », car les adolescents ne font pas que répondre aux besoins de leurs pairs, même s'ils peuvent y penser ainsi, mais aussi aux besoins des plates-formes commerciales qu'ils utilisent et de l'écosystème médiatique.

Ne pas faire de vagues



J'ai l'impression que de nos jours, n'importe quelle blague que tu fais sur les réseaux sociaux peut être tournée dans un autre sens très très facilement, que ce soit ton intention ou non. Donc je préfère garder pour moi mon point de vue, à moins que ce soit dans un groupe d'amis privé... où on est tous d'accord. (Suyin)

La fine ligne que doivent respecter les adolescents sur les réseaux sociaux se reflète également par la gamme de sujets qui sont considérés appropriés pour la publication. En plus de bien paraître et de générer un bon niveau de spontanéité, les jeunes font attention de ne pas partager (ou autoriser les autres à partager) des photos trop personnelles ou qui les caractérisent de manière indésirable. Lauren fait référence à ces deux craintes lorsqu'elle dit qu'elle ne partagerait pas une photo d'elle-même « en maillot... parce que c'est trop révélateur. »

Même lorsqu'ils publient des photos dans lesquelles leurs amis et eux n'apparaissent pas – une catégorie qui englobe plus d'un tiers des photos dans l'étude – les participants sont fortement influencés par ce qu'ils pensent que leur public s'attend de voir. Encore une fois, il y a une tension entre la volonté d'obtenir l'attention de leurs pairs par la publication de photos de haute qualité – comme Pavlina dit, « Beaucoup de gens de mon âge veulent avoir une photo parfaite où tout le monde s'exclame : "Wow, c'est de l'or" » – et la volonté d'éviter d'être *trop* différents. Kaya explique à quel point ses habitudes de partage de photos ont changé en vieillissant : « Je fais plus attention à ce que je prends en photo. Je fais attention pour ne pas prendre [de photos] de choses bizarres. »

En outre, la controverse est soigneusement évitée : « La politique, la religion, la sexualité, les races – ce sont des sujets que je n'aborde pas sur les réseaux sociaux », pour rapporter les paroles de Suyin. Ce qui suggère fortement que les moyens utilisés par les jeunes pour surveiller leur vie privée limitent le potentiel de liberté d'expression sur les réseaux sociaux. Au lieu de cela, les réseaux sociaux sont devenus un espace homogène où il est important d'avoir « l'air social » sans trop se révéler soi-même.

Photos au hasard

L'homogénéité de l'espace est soulignée par le désir universel d'éviter de publier quoi que ce soit qui suggère un intérêt pour des choses inhabituelles ou impopulaires comme un groupe particulier ou une animation japonaise, ainsi que des photos jugées trop banales ou au hasard : « comme n'importe quelle photo », dit Amira; pour Lauren, « qui n'est pas pertinente [pour le public] »; ou, selon Amelia, « qui n'en vaut pas la peine ». Pour certains participants, comme Sophia (fille, 14 ans), l'interdiction des photos au hasard signifie qu'ils

ne prendront pas « une photo dans le milieu de nulle part », tandis que pour d'autres, ce qui est significatif pour un petit groupe peut être considéré aléatoire et inapproprié pour le partage avec un grand public. Nico s'exprime ainsi : « normalement, on ne fait pas ça, publier des photos au hasard de ses amis sur son fil de nouvelles... On va faire plutôt une photo de ce genre pour des amis... parce que ça risque d'offenser les gens ou quelque chose comme ça. »

En outre, les participants ne voulaient pas plus que les autres partagent des photos au hasard d'eux. Dans ce cas-ci, le terme « aléatoire » peut être perçu comme un antonyme de « prêter attention » ou être prêt à être photographié, dont l'importance a été examinée précédemment. Andrew, par exemple, s'est opposé à l'habitude d'un ami de prendre « des photos au hasard de moi quand je suis sur mon téléphone... [quand] je joue à un jeu ou quelque chose du genre. Il prend des photos au hasard de moi quand je ne prête même pas attention. »

Bien que nos participants aient pris soin de ne pas publier de photos de leur vie quotidienne, ils ont tous cherché à créer et à partager des photos qui communiquent un sentiment d'authenticité. Fait intéressant, il s'agit d'une authenticité construite; ce qui est personnellement significatif à leurs yeux est généralement conservé sur un téléphone intelligent, loin du regard des autres. Cependant, ils s'attendent à ce que les photos publiques soient émotionnellement évocatrices pour ceux qui les verront. Comme l'explique Sean, « Il faut créer un "moment". » Encore une fois, la nature commerciale de l'espace définit non seulement les objets appropriés au partage public, mais détermine en plus la relation du participant avec cet objet. Par exemple, des photos de produits de consommation populaires sont universellement considérées comme étant un sujet acceptable, de même que des photos d'aliments et de paysages. Mais nos participants ressentent également une pression à donner, même à ces sujets anodins, une signification personnelle : « Je ne peux pas publier la photo d'une bouteille d'eau et dire "Voici la photo d'une bouteille d'eau" », comme l'indique Sean : « Il faut dire "Cette bouteille d'eau m'inspire". » Avec une telle étroitesse dans la gamme d'expressions permises, il n'est pas surprenant que certains sujets passent rapidement de « significatifs » à « clichés » :



Des fois, quand il y a un coucher de soleil, tout le monde sort prendre une photo, et quand on parcourt les nouvelles, tout ce qu'on voit c'est le même coucher de soleil partout. (Amelia)

Même si Amelia a décrit ce phénomène comme étant ennuyeux, elle ne s'attendait pas à regretter la publication « d'une autre photo de coucher de soleil ». Puisque peu de sujets respectent les attentes visuelles de l'espace, le manque d'originalité peut être un irritant, mais un tel inconvénient n'empêche pas les participants de publier des images sans danger, comme des couchers de soleil.

En même temps, on s'attend à ce que tous ceux qui sont à un événement ne publient pas la même photo. Pavlina décrit une fois « où je suis allée magasiner avec des amis, et on est allés chez Lush; j'ai pris une photo du sac. Ça ne me dérangeait pas de la partager, mais mon ami l'a publiée. Alors j'ai décidé que je n'avais plus besoin de la publier. »

Théoriquement, décider qui publiera une photo se fait selon le principe du premier arrivé, premier servi, mais en pratique c'est souvent le résultat d'une négociation. Sarah décrit comment, à la suite d'un épisode humoristique, son ami lui a dit : « Non, ce n'est pas toi qui publies ça. C'est moi. » Elle explique que « quand on publie la même photo, il faut être le premier à la publier pour que tout le monde la voie en premier et l'aime. Si on publie une photo en deuxième, moins de gens vont aimer la photo parce qu'ils l'ont déjà vue. » Ce qui introduit un élément de concurrence, alors que le partage de moments privés permet d'assurer le succès public en ligne. Ainsi, il peut être difficile d'ériger des frontières autour d'activités privées. Andrew affirme que ses amis et lui choisissent de ne pas prendre de photos du tout « quand on s'amuse ou qu'on est occupés ». Ainsi, la possibilité d'une photo visuellement intéressante de l'activité est remplacée par une photo prise « de l'immeuble quand on part... [quand] l'excitation est retombée... juste pour montrer que j'étais là. »

Le thème

Une autre complication liée à l'aspect public et persistant de certains réseaux sociaux est que les photos ne sont pas seulement jugées individuellement, mais aussi collectivement. La pression associée au fait de ne pas avoir des photos au hasard est en partie attribuable à l'attente selon laquelle le profil public a un « thème » cohérent; chaque photo devient un élément en vue de construire ce thème. Amira s'exprime ainsi : « Je veux être certaine d'avoir des belles photos parce que je veux que mon thème Instagram soit beau. » Évidemment, l'inverse est également vrai : « Il faut que mes photos forment un joli ensemble, mais elles doivent bien paraître seules » (Margaret). Tout comme l'idée de prêter attention, celle du thème peut être vue en opposition à la photo aléatoire. Pavlina établit un contraste entre les deux concepts quand elle affirme que « les gens ne publient pas de photos au hasard de leurs amis sur leur compte... [parce que] cela ne cadre pas avec leur fil de nouvelles. »

Selon Sarah, « C'est très important, pour certaines personnes, d'avoir un thème harmonieux sur Instagram; ça donne l'impression d'être artiste, c'est cool ». Amelia précise le thème : « quand ça fait beau avec ton profil, que toutes tes photos sont assorties aux mêmes couleurs, avec le même filtre et tout. » Les thèmes, comme le décrit Margaret, permettent aux jeunes de s'inspirer consciemment à partir de l'écosystème médiatique : « Beaucoup de mes comptes Instagram favoris ont un thème de couleurs harmonieux. J'aime les regarder, c'est beau. Quand je regarde mon fil de nouvelles, je ne veux pas qu'il soit laid et dépareillé parce que je me demande ce qui va arriver si c'est laid et que les gens vont le voir et que c'est pas à leur goût? » Tout comme les photos filtrées ou modifiées, les thèmes nécessitent

souvent un important degré d'artifice – Pavlina décrit : « certaines personnes ont un thème en noir et blanc dans leur fil de nouvelles » – mais, comme pour les photos individuelles, on s'attend à ce que les thèmes présentent également une dimension personnelle : « Il faut que ça ait quelque chose à voir avec eux. » Les standards professionnels décrits ci-dessus sont souvent eux-aussi les éléments d'un thème; Amira explique : « mon thème est caractérisé par des vêtements sombres avec un éclairage sombre... Puis, mes photos sont très claires, rien de flou. » Tout comme les photos individuelles qui doivent être originales tout en se conformant à un standard strict au niveau du sujet et de l'apparence, un thème doit être cohérent sans être répétitif. Pour Amelia, « Je trouve ça ennuyeux... quand on regarde le profil de quelqu'un et que toutes les photos sont du même genre », tandis que Nico dit : « Il ne faudrait pas publier une photo de nourriture tous les soirs. Les gens vont dire d'arrêter, ils ne regarderont même pas. C'est trop répétitif. » Les adolescents font également attention de ne pas laisser certains sujets prédominer, question d'éviter de donner une mauvaise « marque » à leur fil de nouvelles. Sean précise : « Je ne vais pas publier cinq photos de mon chien l'une après l'autre... je ne veux pas que mon compte devienne le compte d'un chien. »

Auditoires futurs

Si les adolescents sont surtout conscients de la manière dont leurs photos seront perçues par des individus à court terme, ils sont aussi conscients du fait qu'elles pourraient ultérieurement être vues par d'autres auditoires. Contrairement aux standards dynamiques et souvent contradictoires de l'auditoire actuel, toutefois, les préoccupations à propos des auditoires futurs sont simples et directes. Nos participants souhaitent éviter « quelque chose qui reviendra me hanter plus tard quand je vais chercher un emploi ou quelque chose du genre... Rien de trop compromettant... Ou n'importe quoi avec... des trucs illégaux de tout genre... ça pourrait lever des drapeaux rouges aux employeurs. » (Margaret) Ces auditoires futurs sont surtout perçus comme étant institutionnels : des entreprises, comme dans la citation de Margaret, des écoles (« quand tu fais une demande à l'université par exemple », explique Suyin, « ils veulent s'assurer que l'image de l'école est bonne, ils veulent s'assurer que ton profil et tout est net ») et le gouvernement (Sean : « La bière de mon voisin était là [dans la photo], alors j'ai essayé de la couper parce que... le gouvernement a accès à tout et je veux pas qu'on me voit avec de l'alcool. ») Cela fait contraste avec la préoccupation concernant la façon dont ils seront perçus par des « personnes », même s'il y a toujours une forte influence institutionnelle étant donné la pression ressentie de se conformer aux normes de visibilité établies par les médias commerciaux. Toutefois, comme l'illustre la citation de Sean, tandis que nos participants avaient l'impression de pouvoir contrôler qui voit leurs photos maintenant – en sélectionnant un plus petit cercle d'amis sur Snapchat ou en gardant des souvenirs privés sur leur téléphone – ils supposent que tout ce qu'ils publient pourrait être vu par des auditoires institutionnels futurs. Tout en étant surtout préoccupés à l'effet qu'ils devaient empêcher ces publics de voir des photos qui les montrent sous un jour négatif, certains participants étaient aussi conscients de l'importance de créer

une image positive d'eux-mêmes. De la même manière qu'ils choisissent ce qu'ils ne devraient pas partager, leur conception d'une image positive était beaucoup plus simple en ce qui concerne l'auditoire futur, comme l'indique Kaya : « Je m'assure de publier des choses bien sur les réseaux sociaux, pas des choses qui pourraient m'empêcher d'avoir un bon avenir ».

Autre futur auditoire, que les participants imaginaient d'une manière beaucoup plus complexe, c'est eux-mêmes, plus tard. C'est souvent une raison de supprimer des photos du fil de nouvelles, comme l'explique Suyin :

« Ma vision du monde évolue constamment. Ma façon de voir les choses maintenant va être différente plus tard. Mais en mettant quelque chose sur les réseaux sociaux, c'est comme si c'était marqué dans notre tête que ça va nous suivre pour toujours, alors je veux pas vraiment que ça me revienne plus tard [et] je suis pas nécessairement d'accord avec ce que j'ai fait... alors je préfère garder ça pour moi au lieu de le partager. »

En ce sens, ils exercent un « droit d'oubli » en éliminant des photos qui peuvent les limiter dans l'avenir.

Pour plusieurs participants, ce besoin de soigner leur image à travers des photos provient de leur prétendue ignorance des « règles » quand ils étaient plus jeunes. Leur capacité à jeter un regard sur le passé et à se « voir » dans une

Étrangers

Une préoccupation fréquente concernant les jeunes qui utilisent les médias sociaux provient de la possibilité qu'ils soient en contact avec des étrangers. La bonne nouvelle qui ressort des données est que les jeunes à qui nous avons parlé avaient peu ou pas d'intérêt à interagir avec des étrangers, conformément à nos recherches antérieures. Cependant, il est important de noter que ce ne sont pas toutes les personnes qu'ils ne connaissent pas hors ligne qui sont considérées comme des « étrangers ».

La plupart des participants étaient préoccupés par le fait que leurs photos puissent être vues par des inconnus ou par n'importe qui, et que ces personnes puissent les contacter. Lauren, décrivant l'expérience qui l'a menée à limiter son application Snapchat aux amis seulement, affirme : « Quand j'ai eu Snapchat, tout le monde pouvait voir mes photos et je recevais des Snapchat de gens que je ne connaissais pas. On ne voyait que leur face et ça me faisait peur ». Nico raconte une expérience similaire : « J'ai eu Instagram en mode public pendant ma première année et puis je l'ai changé à privé parce qu'il y avait des gens un peu bizarres qui ont commencé à s'abonner à mon compte. Donc, je les bloquais, puis j'ai changé à privé; d'ailleurs, la plupart des gens l'ont en privé maintenant à cause de ça. »

Cependant, les personnes qui ne correspondent pas à l'image stéréotypée d'un « étranger » ont généralement accès aux comptes publics. Dan décrit sa liste d'abonnés en disant : « Il y a certainement beaucoup de gens avec qui je n'ai jamais, comme, eu de conversation ou que je n'ai jamais rencontrés. Et la plupart des gens sont des amis communs ou sont des amis d'amis ou sont des gens dont j'ai entendu parler... À moins que ce soit un vieil homme que je connais pas, mais, en général, les personnes qui demandent de s'abonner à mon compte sont des jeunes de mon âge ». En plus de l'âge, Pavlina fixe une limite en fonction de la géographie : « Je pense que si d'autres jeunes d'une école d'Ottawa me suivent, c'est bien, mais je n'accepte pas qu'un étranger d'un autre pays me suive ». Sophia décrit ici son processus pour décider si une relation est acceptable ou non : « Je ne m'abonne qu'à des gens qui sont dans mes cours; si quelqu'un veut me suivre, que je le reconnais, et que je sais qu'il va à mon école, je l'accepte.... Je ne parle même pas à la moitié de mes abonnés, mais je sais quand même qui ils sont ».

De même, un intérêt commun peut suffire pour que quelqu'un ne soit plus considéré dans la catégorie des « étrangers ». Sarah distingue Instagram, qu'elle utilise pour communiquer avec « tout le monde que je connais de l'école », et Tumblr, où elle interagit avec « des gens de différents pays ou non » qui partagent ses goûts musicaux. De même, Hannah utilise une « page de fans de mes artistes préférés » pour prendre contact avec des connaissances en ligne. Après quoi, raconte-t-elle, « on commence à se parler tous les jours ou, tu sais, on devient des amis sur Internet ». Bien que ces contacts correspondent à la définition stricte d'« étrangers », l'intérêt commun les empêche d'être « aléatoires » et les place dans une troisième catégorie, ce qu'Araya décrit ainsi : « mes amis en ligne – les amis que j'ai en ligne, mais que je ne connais pas en personne ».

version plus jeune les rend particulièrement conscients du temps qui passe : « Quand on est jeune, on change très rapidement et ce qui t'intéresse change aussi. Quelqu'un voudra peut-être changer plusieurs fois la façon dont les gens le perçoivent; c'est donc pas très agréable de garder des vieilles photos de nous-même et de faire des retours en arrière; c'est aussi un peu difficile d'aller de l'avant si elles sont toujours là » (Araya). Il y a bien sûr aussi le risque que ces règles changent avec le temps, ce qui rend même inappropriés des sujets autrefois sûrs, comme des produits commerciaux traditionnels. Andrew, par exemple, qui ne voulait pas que les autres sachent qu'il regardait des *anime* [dessins animés japonais], était prêt à partager « une émission de télévision normale, comme celles que tous mes amis regardent aussi »; mais il savait aussi que si « dans cinq ans... cette émission devient moins *cool*, passe de mode et personne la connaît... Je regretterais probablement avoir publié ça ».

Stratégies pour protéger la vie privée



Disons qu'on publie une photo qu'on trouve drôle, mais d'autres réagissent en écrivant : « Oh wow, elle ou il a l'air vraiment, vraiment laide ou laid dans cette photo » ou un commentaire du genre. Et puis on saura si les gens en font une capture d'écran avec un commentaire ressemblant à : « Oh, une de mes connaissances, qui est un gars, a capturé ça. Je vais aller le voir et lui demander ensuite de supprimer ça », non? Et tu peux avoir l'appui de ton cercle d'amis sur les médias sociaux, non? Et tu vas aller lui dire : « Hé, supprime ça ». C'est pourquoi Snapchat est si fantastique. Il envoie des notifications aux utilisateurs. (Sean)

Sélection des publics



Les amis ne te jugent pas... Eh bien, peut-être qu'ils le font un peu, mais pas autant, je suppose. (Pavlina)

Comme on l'a dit plus haut, les jeunes que nous avons interviewés voient la participation aux médias sociaux comme une partie plus ou moins obligatoire de leur vie sociale. En conséquence, au lieu de peser les risques de participer (ou de consentir aux conditions de service des plates-formes), ils utilisent des stratégies pour atténuer ces risques ou simplement pour se convaincre qu'ils ne sont pas à risque. Conformément à ce qui a été précisé ci-dessus, les adolescents sont très conscients de la façon dont les photos qu'ils publient peuvent affecter la manière dont ils sont vus par d'autres, que ce soit leurs pairs réels ou un public imaginé plus vaste de « personnes » en ligne. Ceci étant dit, il n'est pas surprenant que la plupart des efforts qu'ils font pour atténuer ces risques servent à sélectionner et à limiter les publics qui vont voir telles photos ou tels fils de nouvelles.

D'autre part, participants ont très peu utilisé les outils de protection de la vie privée offerts par la plupart des réseaux sociaux. Certains, comme Amira, n'étaient même pas conscients que leurs plates-formes préférées disposaient d'outils de protection de la vie privée, tandis que d'autres, comme Dan, les imaginaient de manière très simplifiée :



Sur Instagram, il y a juste un bouton qui nous offre d'être public ou privé et je viens de choisir privé. Et puis honnêtement, c'est à peu près ça... J'aime ça simple; je ne sais pas vraiment quelles autres options il y a.

De plus, lorsque les participants utilisaient des outils ou des paramètres de protection de la vie privée, ils répondaient souvent aux préoccupations des parents. Voici ce que Sophia raconte : « Mes parents voulaient que je le fasse en privé, et je suis allée dans les paramètres, et il y avait une petite option qui disait que je pouvais rendre mon compte privé, ou quelque chose comme ça ». Peu de participants ont indiqué utiliser les outils techniques d'une plate-forme pour sélectionner le public d'une photo en particulier, au-delà de la différence entre « amis » et « public ». Au lieu de s'appuyer sur des outils techniques, nos participants ont jugé que certains contenus étaient « trop personnels » pour être largement partagés. Dans la sphère la plus privée, nos participants étaient très protecteurs de leurs familles et de leurs amitiés les plus proches parce qu'ils les considéraient comme trop personnels pour en faire l'objet d'un partage. Pavlina décrit un scénario typique dans lequel elle a choisi de garder une photo privée (généralement en enregistrant la photo sur un téléphone ou un iPod) :



Ma sœur voulait passer une nuit ailleurs qu'à la maison depuis longtemps... et on s'amusait avec l'appli caméra; on a pris un tas de photos, des photos drôles et d'autres, mais je ne partagerais pas ces photos avec qui que ce soit; je pense que les photos de famille doivent rester près du cœur et tout ça.

Plusieurs participants ont reconnu que « les photos de famille, par exemple, c'est un peu comme privé. Ce n'est pas tout le monde qui a pas besoin de les voir » (Lauren). C'était aussi l'un des rares contextes dans lesquels l'un d'entre eux a dit qu'ils craignaient pour sa sécurité physique plutôt que pour un préjudice à sa réputation : Kaya a choisi de ne pas partager les photos de sa famille : « J'aime vraiment ma famille, je ne veux pas que quelqu'un me suive. Je veux dire qu'il y a tant de dangers dans ce monde ». Quant à Pavlina, elle établit un lien entre cette préoccupation et la vantardise discutée ci-dessus :



Dans ma culture, on a cette croyance : quand les gens vous envient, ils peuvent te jeter un mauvais sort. C'est mauvais pour toi et ça pourrait te rendre malades ou d'autres choses... Donc, parfois, quand j'ai des photos de famille, j'ai peur de les afficher parce que je m'inquiète de ma famille et je ne veux pas qu'elle soit enviée par d'autres personnes.

Pour certains, comme Araya, cette interdiction s'étend même aux membres non humains du foyer :



Pour une raison ou une autre, je me sens mal à l'idée d'envoyer [une photo d'un animal de compagnie] à quelqu'un; c'est comme si c'était d'une photo de ma famille... Je veux dire, pour un cochon d'Inde, ce n'est pas aussi important, mais je sais pas... J'arrive pas à bien l'expliquer. C'est comme si on envoie une photo de sa mère ou de son frère ».

Cela suggère que les adolescents sont concernés non seulement par la protection des personnes sur les photos, mais aussi par la préservation d'un espace privé pour eux-mêmes. Comme Pavlina le note : « Publier des souvenirs comme celui-ci, c'est partager avec le monde entier sa vie privée, et je me sens comme... Je devrais encore avoir un peu d'intimité dans ma vie ».

Ce désir de maintenir un espace privé a également été donné comme une raison pour ne pas partager des photos d'amis proches ou de les partager seulement avec ceux qui sont dans cet espace. Voici ce que Lauren en dit : « Je ne voulais pas partager cette photo parce que c'était juste moi et deux de mes très bons amis... On voulait la garder pour nous ». Andrew, quant à lui, affirme : « Si c'est seulement un chat ou un écran de télévision, alors je pourrais partager la photo avec tout le monde... mais si c'est mon ami, je ne la partagerais pas avec personne. Je la partagerais seulement avec des gens qui le connaissent. » Cela est également conceptualisé par certains participants dans le maintien d'une frontière entre ceux qui sont proches d'eux et ceux qui ne le sont pas : « Je ne pense pas que tout le monde devrait me connaître de la même manière que mes amis proches, parce qu'il y a une raison pour laquelle ils sont mes amis et que les autres ne le sont pas ». (Suyin)



Je ne pense pas que je publierais une photo de moi-même sur Instagram... Je voudrais garder ces images pour moi et pour les personnes avec qui je voudrais les partager. (Jessica)

Sélection de plates-formes

Mis à part le fait de garder des photos entièrement privées, l'outil principal que les adolescents utilisent pour s'assurer que seul un certain public aura accès à des photos en particulier réside dans le choix de la plate-forme et du compte. Les deux plates-formes mentionnées le plus souvent, chez une très grande proportion des participants, étaient Snapchat et Instagram, et il y avait une différence constante dans la façon dont elles étaient utilisées. Snapchat est vue comme une plate-forme plus occasionnelle pour le partage avec des amis proches, par rapport à Instagram qui « est une sorte de lieu où on veut être pris au sérieux »; elle est considérée comme la plate-forme principale pour la construction d'une

personnalité publique :



Instagram, c'est juste des gens qui regardent tes photos. C'est pourquoi ton Instagram doit bien paraître parce que tu ne sais jamais, quelqu'un pourrait faire une capture d'écran et essayer de se moquer de toi et ainsi de suite, et tu ne le sauras jamais, non? C'est pourquoi tu dois prendre tout ce temps pour que la photo soit belle, parce que tu ne veux pas que les gens fassent des captures d'écran de toutes tes mauvaises photos et te donnent une mauvaise réputation. (Sean)

Pavlina considère aussi Instagram comme la plate-forme où les enjeux émotionnels sont les plus élevés : « Quand les gens publient sur Instagram... Je pense que c'est surtout pour impressionner les gens qu'ils aiment. Si c'est une fille alors elle veut impressionner un gars, et si c'est un gars, il veut faire la même chose pour une fille ». De même, Amira affirme : « Instagram c'est là où on publie les moments de sa vie où on paraît bien et où on s'amuse... Je ne publie que les bons moments de ma vie ou je montre seulement ce qui m'arrive de bien. Je ne voudrais pas publier une photo où on me voit pleurer ou quelque chose du genre » .

Par comparaison, Snapchat est considérée comme « une plate-forme qui n'est pas sérieuse ». (Sean) Par rapport aux publications d'Instagram, qui sont moins régulières et plus soignées, Snapchat est une forme de communication visuelle qui est utilisée pour se désennuyer, pour montrer des choses dans l'environnement immédiat, partager des photos rigolotes d'amis ensemble, jouer avec des filtres et faire des blagues. Sean compare les deux, en disant : « Snapchat est plus "relax" qu'Instagram... Ce que tu vois habituellement sur Snapchat ne ressemble pas vraiment à des belles images soignées. C'est plus tes amis au naturel quand ils sortent ». Par conséquent, comme le décrit Nico, les publications des adolescents sont très différentes sur les deux sites : « Seulement un pour cent [de mes photos] est publié sur Instagram, mais la plupart sont simplement envoyées sur Snapchat à quelques personnes ».

Cependant, Snapchat n'est pas un environnement aussi décontracté qu'il y paraît au début. Les participants ont également des convictions sur ce qui y est inapproprié comme pour Instagram :



Personnellement, ça me dérange de voir les gens envoyer des « selfies » sur Snapchat parce que je pense personnellement qu'Instagram est fait pour ça. Je pense que Snapchat est plus pour des histoires drôles, ou des photos de soi-même et de tes amis, pas juste un « selfie ». Ça ne me dérange pas vraiment que les gens m'envoient des « selfies », mais quand on les voit sur leur « story », ça m'agace. Parce que je veux voir les choses drôles que tu fais avec tes amis, au lieu d'une photo de toi que je pourrais voir sur Instagram ou n'importe où ailleurs. (Amelia)

Alors qu'Instagram est le lieu où l'on se conforme à une image polie, « professionnelle » pour un vaste public imaginé, Snapchat permet une spontanéité pour un public plus restreint, mais tout aussi critique. Cela démontre que les adolescents ne choisissent pas seulement des plates-formes différentes pour gérer leur vie privée et leur publicité : ils sont aussi, consciemment ou non, influencés par la structure de ces plates-formes. Avec Snapchat, où les photos sont temporaires par défaut, on s'attend à ce que les gens soient décontractés et « amusants », tandis que le fil d'actualité continue d'Instagram favorise une représentation soignée d'un profil axé vers le public.



J'avais l'habitude de ne pas publier beaucoup parce que j'ai beaucoup d'abonnés sur mon compte Instagram. J'ai commencé à penser : ça c'est pas assez bon pour ce public; j'ai alors créé un deuxième compte, j'ai enlevé tous mes utilisateurs normaux d'Instagram et j'ai ensuite opté pour le mode privé. Les personnes sur ce compte étaient proches de moi; je me permettait donc de publier ce que je voulais; puis, sur mon compte principal, je publiais juste ce que je me sentais à l'aise de partager avec beaucoup de gens. (Pavlina)

Choix du compte

En plus de choisir différentes plates-formes en fonction de leurs objectifs, les participants ont l'habitude de créer plusieurs comptes afin de limiter la diffusion de certains contenus à des publics particuliers. Comme la citation de Pavlina l'illustre, cela découle souvent du besoin perçu de ne publier que des photos qui sont « assez bonnes » pour un large public. Cette distinction entre compte public et compte privé fait partie de l'architecture Snapchat, dans laquelle une photo ordinaire disparaît après peu de temps (généralement 60 secondes), mais une photo publiée dans « Story » demeure accessible pendant 24 heures. Amelia explique l'idée qu'elle se fait des deux types de comptes : « D'habitude, je ne me soucie pas vraiment de quoi j'ai l'air devant mes amis. Mais si j'avais l'intention de mettre ça dans ma "Story", j'essaierais de m'arranger un peu ». Toutefois, cette stratégie était plus souvent appliquée dans Instagram, où les jeunes créent des comptes nettement séparés : un public et un privé. En effet, comme nous l'avons vu, l'usage veut que l'on ne publie sur Instagram

que quelques photos très soignées, chacune d’elles étant jugée en fonction du nombre de mentions « j’aime » qu’elle récolte; un second compte qui dévie de ce principe se nomme « compte spam » :



Le « compte spam » est habituellement le deuxième compte. Donc, tu as un compte principal avec toutes tes bonnes photos, celles qui reçoivent à peu près 500 « j’aime », et tu as ton compte spam, celui-là c’est juste pour partager des photos pour le plaisir, un peu comme sur Snapchat. D’habitude, c’est pour montrer ce qu’ils font. Disons qu’ils vont au Sky Zone, ils vont mettre une photo d’eux en train de sauter. Puis, cinq minutes plus tard, ils vont envoyer une autre photo d’eux en train de sauter. (Sean)

Toutefois, certains adolescents créent des comptes spam conjoints qui deviennent en quelque sorte des espaces sociaux privés. C’est le cas de Suyin et de ses amis :



Oui, j’ai un compte spam avec mon amie parce qu’elle me l’a demandé et j’ai répondu « oui, okay, pourquoi pas ». Dans le fond, là-dessus on met des trucs de la vie quotidienne, mais ce n’est pas public; c’est juste partagé dans notre petit groupe d’amis. Donc, on est plus libres. Mais sur l’autre [son compte public], je pense qu’on a une bonne idée du genre de personne que je suis... Les gens qui voient mes contenus les plus publics me perçoivent d’une manière différente que ceux qui voient mes contenus privés.

Limiter les captures d’écran

Comme on l’a mentionné plus haut, si Snapchat est considérée comme plus informelle, c’est presque certainement parce que « les photos s’effacent automatiquement après 24 heures, alors si on publie quelque chose d’embarrassant ou de ridicule, ça disparaît ». (Sean) Cela dit, ces adolescents ne s’en remettent pas à cette fonction technique : ils savent que les gens recevant des photos Snapchat sont capables d’en faire des copies permanentes et, pourtant, ils ne voient pas là d’inconvénient puisque, lorsqu’une capture d’écran est effectuée, « tu reçois un une notification... C’est pour ça que tu n’as pas besoin d’être sérieux, parce que tout est surveillé, tandis que, sur Instagram, t’as jamais de notification à propos des captures d’écran. C’est d’être en contrôle qui fait la différence, non »? Pour Sean, la situation est « sous contrôle » non pas parce que la plate-forme effacera la photo, mais bien parce que « tu le sais si quelqu’un fait une capture d’écran, et tu vas voir : “Oups! Cette personne-là a fait une capture d’écran. Je vais aller la voir et lui demander ensuite de supprimer ça”, non? Et tu peux avoir l’appui de ton cercle d’amis sur les médias sociaux, non? Et tu vas lui dire : “Hé, supprime ça” ». Autrement dit, Snapchat permet de garder le

contrôle non pas grâce à ces fonctionnalités, mais plutôt parce que l'application en elle-même envoie un signal social indiquant que les captures d'écran sont malvenues, et permet de mobiliser les contacts pour assurer le respect des normes sociales. Ceci pourrait expliquer pourquoi aucun des participants n'a mentionné l'envoi de photos éphémères sur Instagram, une application qui offre pourtant cette fonction. Bien que le résultat serait techniquement le même, le signal implicite indiquant que la photo ne doit pas être copiée n'est pas envoyé : dans les mots de Courtney, « c'est considéré impoli de faire une capture d'écran d'une photo Snapchat... parce que tu envoies une photo pour un nombre X de secondes et ils ne respectent pas ça ».

Dans la plupart des cas, l'attitude des participants envers les violations à la vie privée comme les captures d'écran est similaire à celle de Courtney, qui invoque les normes sociales. La réponse de Pavlina est typique : « Les gens ne font pas vraiment ça [des captures d'écran]. Je serais choquée. Je penserais que la personne est fâchée contre moi et qu'elle veut se venger; je serais vraiment perplexe ».

Négocier le consentement

Alors que le signal envoyé par l'utilisation de Snapchat est clair, les choses se brouillent quand on regarde du côté d'autres normes sociales entourant le partage de photos – particulièrement là où il s'agit de demander la permission d'une personne avant de partager une photo d'elle. Plus de la moitié des étudiants dans notre sondage *Jeunes Canadiens dans un monde branché* de 2014 ont dit s'attendre à ce que leurs pairs demandent leur permission avant de publier une photo d'eux, et, dans une certaine mesure, les participants à cette étude semblent adopter la même attitude : ils étaient beaucoup moins enclins à publier des photos si des personnes figuraient dans celles-ci, par opposition à des photos d'objets, de paysages, etc. (pour plus de détails, voir l'annexe C).

Quand des adolescents cherchent à obtenir la permission de publier des photos de leurs amis, la question n'est généralement pas : « Devrais-je partager ça? », mais plutôt : « Laquelle vais-je partager? » Comme Lauren le dit à propos de photos d'amis, « je leur demande toujours la permission et j'essaie de garder seulement la meilleure photo, celle où tout le monde paraît bien ». L'obtention du consentement, donc, est moins motivée par la protection de la vie privée des amis que par le peaufinage de l'identité numérique. Dans les quelques cas où les adolescents affirment avoir l'habitude de demander expressément la permission, on remarque que cela découle d'une leçon apprise plutôt que d'une norme sociale, comme l'a conclu Margaret après que son amie se fut opposée au partage d'une photo prise à son anniversaire : « Je me disais : "Ah! Celle-là est comique, je vais la publier" ». Mais là, elle m'a demandé de l'enlever et c'est ce que j'ai fait. À partir de ce moment-là, eh bien, je me suis toujours rappelé que je devais demander avant. Ce n'est pas tout le monde qui est d'accord avec ça ».

Il existe un fort sentiment selon lequel une photo appartient aussi bien à la personne photographiée qu'à la personne qui l'a prise, ce que les propos d'Amelia illustrent : « Pour moi elle avait le droit de me dire si elle voulait que je publie ça ou non. Si j'avais publié sa photo alors qu'elle voulait pas que je le fasse, ça n'aurait pas été correct parce que c'est une photo d'elle ». Les choses peuvent se compliquer quand il s'agit d'une photo de groupe. Amelia décrit le processus par lequel elle décidera de publier ou non une photo de son équipe de volleyball : « Surtout pour une photo comme celle-là, avec des shorts courts comme ça, je demande à mes amies parce que je ne veux pas qu'une d'elles soit embarrassée et dise : "Ah ouache! Je ne suis vraiment pas belle là-dessus. Ne partage pas ça". Donc pour celle-là, ça m'a pris plus de temps, mais, en fin de compte, je savais que tout le monde était d'accord, alors je l'ai publiée ». Cependant, même lorsque ces adolescents tentent expressément d'obtenir le consentement auprès de leurs amis, il ne s'agit pas tellement de solliciter ceux-ci, mais bien plutôt de leur offrir une chance d'exprimer leur désaccord. Amira explique pourquoi elle n'a pas publié une photo en disant : « Je ne l'ai pas publiée parce que mon amie dans le coin, là, elle n'aimait pas de quoi elle avait l'air et m'a dit de ne pas la publier ».

Le sentiment que les personnes ont des droits de propriété sur les photos dans lesquelles elles apparaissent est lié à l'idée que toute photo diffusée publiquement est une composante de l'identité numérique. Suyin illustre cela sans équivoque lorsqu'elle parle de la photo d'une amie qu'elle a choisi de ne pas publier : « Elle ne la mettait pas exactement en valeur; à l'école, elle est toujours parfaite, sérieusement, alors c'est évident que c'est pas l'image qu'elle veut que les gens voient. Je ne voulais pas défaire son image, la version idéale d'elle-même qu'elle essaie de projeter ». Plus spécifiquement, c'est essentiellement la présence de son visage qui donne à la personne photographiée les droits de propriété sur la photo, comme Kaya le dit : « C'est sa face et si tu étais sur les réseaux sociaux et que tu pouvais voir cette face-là, ça ne serait pas correct parce que la personne ne sait pas que tu as pris une photo d'elle. Pourquoi sa photo se retrouve là? » Cela dit, comme le commentaire précédent d'Amelia l'indique, n'importe quel autre élément détonnant avec l'identité publique de la personne pourrait poser problème, par exemple, une photo qui pourrait être vue comme étant de nature sexuelle et donc inappropriée.

La plupart du temps, par contre, cette recherche active du consentement de la personne constitue un idéal plus qu'une réalité, car elle repose sur un principe d'éthique consistant à anticiper la réponse de la personne en se fondant en partie sur les normes sociales admises et en partie aussi sur la relation existant entre le participant et la personne concernée. Sarah, par exemple, dit d'une photo : « Ça, c'est mon amie et un gars qui chantent ensemble. Je pense bien que... il faudrait que je leur demande avant de la publier... mais je suis sûre que ça ne les dérangerait pas que je la publie ».

En général, pour décider si la photo de quelqu'un devrait être publiée ou non, la personne qui l'a prise se fonde uniquement sur sa propre intuition en matière de consentement.

Lauren décrit un processus plus courant, au cours duquel la personne souhaitant publier la photo prendra une décision basée en partie sur des suppositions à propos de ce que voudraient les personnes photographiées. En parlant d'une photo prise lors d'une partie de hockey, elle dit : « Pour une photo comme celle-là, je ne pense pas que ça dérangerait beaucoup de gens ». Margaret explique son raisonnement de la façon suivante : « Je regarde si je suis belle et si tout le monde sur la photo est beau aussi, parce que je ne voudrais pas publier une photo qui rendrait les gens mal à l'aise ». Encore une fois, cela devient plus complexe lorsqu'il s'agit de photos de groupe. Une discussion se tient entre le photographe et les personnes apparaissant sur la photo, un certain temps après qu'elle a été prise. Dans ce cas, ce sont les personnes photographiées qui doivent se manifester s'ils veulent s'opposer à la publication de la photo. « Parfois, dans la discussion de groupe, une personne dit : “Je vais publier telle chose”... mais elle ne demande pas vraiment l'avis des autres. Si quelqu'un ne veut pas, il demande à la personne de ne pas publier la photo ». (Lauren)

Le contexte dans lequel une photo est prise exerce souvent une influence sur l'idée que l'on se fait du consentement des participants, à savoir si celui-ci est explicite ou supposé. Nico explique que « ça dépend de la photo et des circonstances. On a pris cette photo-là dans l'idée de la partager. C'était une des raisons pour laquelle on l'a prise, alors je ne crois pas que quelqu'un se serait opposé. C'est pour ça que je ne leur ai pas demandé s'ils voulaient que je la mette sur la page principale. Je savais que tout le monde serait d'accord, autrement ils ne seraient pas dans la photo ou bien ils me demanderaient de ne pas la publier. Mais si c'était une photo prise juste comme ça, il faudrait probablement demander à la personne dans la photo ».

Un autre élément de contexte important est la plate-forme sur laquelle est partagée la photo. Or ceci n'est pas simple non plus : Nico avance que l'on est moins porté à supposer le consentement sur Snapchat que sur Instagram, parce que « ce n'est pas quelque chose qu'on fait normalement, mettre des photos de ses amis, comme ça au hasard sur sa page... Ce genre de photo là, ça reste entre amis ». Mais Suyin, comme les autres, avance que l'utilité particulière de l'application Snapchat se trouve dans le message clair, mais implicite qu'elle envoie pour signifier qu'une photo ne doit être vue par personne d'autre que le destinataire initial. Elle dit : « Snapchat efface les photos pour une raison et c'est pour ça qu'on envoie ces photos-là par Snapchat. En gros, ça dit : “Je ne veux pas que tu fasses une capture d'écran” ».

Ce désir de faire passer un message sans pour autant le verbaliser se retrouve aussi dans les attentes qu'ont les adolescents vis-à-vis des autres, lorsqu'il s'agit de donner leur propre consentement. Julie, qui tente de faire comprendre à ses amis qu'elle ne veut pas être photographiée du tout, utilise le non-verbal : « Si quelqu'un prend une photo, je me penche ou je me cache pour disparaître... Je pense que la plupart des gens savent que je ne veux pas être photographiée, alors ils ont arrêté d'essayer ». Le scénario décrit par Andrew,

toutefois, montre les limites du recours aux normes sociales :



Andrew : Parfois, [mon ami] prend des photos de moi au hasard, quand je suis au téléphone... quand je ne m'en rends pas compte. Au début, je n'étais pas d'accord, mais plus maintenant.

Intervieweur : Ça ne te dérange plus ou tu as simplement appris à vivre avec?

Andrew : J'ai appris à vivre avec.

Intervieweur : Préfères-tu qu'il te demande la permission avant de publier ces photos-là?

Andrew : Oui. Mais j'aurais probablement dit non, alors...

Dans ce cas, le fait que son ami ignore totalement les normes sociales établies – en prenant des photos de lui « au hasard », quand il ne s'en « rend pas compte » – le rend incapable de s'opposer à la publication de ces photos.

Effacer des photos

Étonnamment, considérant la claire compréhension qu'ont les adolescents de la permanence potentielle des photos publiées en ligne, les participants sont moins enclins à s'opposer à la publication d'une photo ou à s'attendre à recevoir une demande de consentement qu'à avoir recours au « consentement rétroactif », c'est-à-dire demander à leurs pairs d'effacer des photos déjà publiées. Ils appliquent cette stratégie lorsqu'il s'agit de photos d'eux-mêmes – comme Lauren dit : « Si je n'aimais pas une photo pour une raison ou une autre, je demanderais à mon amie de l'effacer » – et s'attendent à ce que leurs pairs manifestent leurs objections une fois la photo publiée. Comme l'affirme Dan : « C'est arrivé il y a quelques jours avec la photo d'un de mes amis. Il détestait la photo, alors je l'ai enlevée ». Si demander le retrait d'une photo peu flatteuse semble aussi illogique que de fermer la cage d'un oiseau une fois que celui-ci s'est envolé, le geste acquiert plus de sens lorsque l'on se souvient que la préoccupation ne concerne pas, sauf dans des cas extrêmes, l'effet d'une seule photo, mais bien l'impression générale qui se dégage du fil d'actualité d'une personne. Du moment où elle est retirée rapidement, une photo qui détonne avec l'image que l'on souhaite présenter sera très vite oubliée, ensevelie par le flux de nouveaux contenus. Comme Sarah le dit : « Le lendemain, je n'y pensais plus parce que c'était déjà tellement loin dans le fil d'actualité du monde ».

Comme le partage, la façon de demander le retrait d'une photo dépend du contexte et de la relation entre les personnes. Suyin dit : « Les [amis] avec qui je me sentais super à l'aise... je les ai confrontés... Mais ceux que je connaissais moins bien... je me disais : "Okay, je vais laisser faire" ». Même entre amis, cependant, un puissant tabou entoure le fait de demander explicitement le retrait d'une photo; le geste peut sembler hostile. Araya, imaginant comment elle réagirait si une photo d'elle était publiée sans son consentement, dit : « Probablement que j'écrirais à mon ami pour lui dire "Hé, tu ne m'as pas demandé la permission avant de publier ça", mais je le dirais comme en blague », alors que Hannah aurait recours au non-verbal pour passer son message, de la même manière que Julie plus haut : « Je me suis même effacée de la photo avec Photoshop et j'ai envoyé la version sans moi à la personne en espérant qu'elle enlève celle où j'étais ». Suyin, même quand elle a affaire à des amis avec lesquels elle est « super à l'aise », décrit sa façon de les amener gentiment à lui offrir d'effacer la photo, sans pour autant leur demander directement :



C'était comme une discussion amicale. J'ai dit : « Oh, j'ai vu que tu as publié ma photo », puis là, la personne a dit : « Oui ». Puis j'ai dit : « Okay, mais pourquoi? » Après ça, la personne a dit : « Si tu veux, je peux l'enlever ». Finalement, c'est elle qui m'a offert de l'effacer; je n'ai pas eu besoin de lui demander.

Égoportraits (« selfies »)

En dépit de l'idée couramment admise voulant que l'égoportrait constitue la pierre d'assise du réseautage social, nos sujets n'ont publié un égoportrait qu'une fois sur dix. Puisque les égoportraits montrent le visage (bien que certains, comme Courtney, élargissent la définition pour y inclure les égoportraits en contre-plongée), ils constituent un point chaud où se manifestent les anxiétés à propos de cette partie du corps. S'ils partagent tous la même préoccupation concernant leur visage, les participants ont chacun leur attitude envers les égoportraits. Certains, comme Margaret, déclarent ne jamais prendre d'égoportraits; tandis que d'autres, comme Jessica, n'en ont partagé que quelques-uns. D'autres ne les partagent uniquement qu'avec un nombre très restreint de personnes, comme Suyin qui dit : « Ça n'arrive pas souvent que je partage publiquement des égoportraits ». Cela est en partie attribuable au fait que les égoportraits sont considérés comme « très personnels » (Jessica) et aussi parce qu'« on paraît mieux quand ce n'est pas un égoportrait [parce qu']avec un égoportrait la caméra est moins bonne » (Nico). Selon Margaret, publier des égoportraits, « c'est un signe évident que la personne veut de l'attention... Je trouve qu'il y a quelque chose de bizarre et de gênant dans le fait d'aller dans sa chambre pour prendre des "selfies" ». La prise d'égoportraits, étant analogue au fait de braquer les projecteurs sur soi-même, ouvre la porte à la critique : Jessica explique sa réticence à publier des égoportraits : « Je ne veux pas courir le risque que des gens aient des choses bizarres à dire ».

La crainte de susciter l'impression que l'on cherche indûment l'attention des autres a une incidence sur l'acceptabilité des égoportraits. L'enlèvement d'un appareil orthodontique constitue dans tous les cas une justification valable : Jessica explique que « la seule fois où j'ai publié un "selfie", c'est quand je me suis fait enlever mes broches. J'ai reçu plein de commentaires positifs du genre "tu es vraiment belle", ou "tu es jolie sans tes broches", et "je suis content pour toi" ». Comme toute autre photo, chaque égoportrait est considéré dans le tout que forme le fil d'actualité d'un utilisateur. Sean explique pourquoi il ne publie pas un certain égoportrait en disant : « J'ai déjà des photos de moi, je n'ai pas besoin d'en mettre d'autres ».

Plusieurs adolescents affirment avoir publié des égoportraits plus souvent quand ils étaient plus jeunes. Araya pense que les jeunes de 13 ans « viennent d'avoir leur téléphone, alors ils sont excités à l'idée de faire des "selfies" », ce qui indique peut-être que les égoportraits sont perçus comme un signe d'immatrité. Cela pourrait expliquer pourquoi les premiers égoportraits sont souvent source de regrets : Araya les regrette « tous, sans exception ». Cependant, on jette parfois un regard nostalgique sur les égoportraits, car ceux-ci rappellent une époque où l'on n'était pas aussi conscient des « règles » et aussi contraint par celles-ci. Pavlina l'indique, lorsqu'elle dit : « J'étais plus à l'aise avec les égoportraits quand j'étais plus jeune, quand j'ai commencé à utiliser Instagram. J'étais en sixième. Je ne m'occupais pas des autres et je publiais tout ce qui me tentait ».

Les pratiques équitables en matière de renseignements et l'économie de l'information

Comme on le note plus haut, les préoccupations des participants en ce qui a trait à la vie privée, à la réputation et au consentement convergent presque toutes vers le façonnage de l'identité numérique. Comme nous l'avons vu, bien qu'ils aient des préférences marquées pour certaines plates-formes lorsqu'il s'agit de gérer leur identité numérique, rien ne permet de croire qu'ils ont conscience du fait que ces plates-formes représentent plus que de simples outils, mais bien des entreprises. Ceci indique que la sensibilisation à la protection de la vie privée passe non seulement par l'apprentissage numérique, mais aussi par l'apprentissage médiatique puisque les adolescents ne voient ni l'aspect commercial des plates-formes qu'ils utilisent ni en quoi les aspects techniques et commerciaux de ces plates-formes influencent leur comportement vis-à-vis du partage de contenu et de la quantité de renseignements partagés.

Un bon exemple de ce phénomène est « Snapstreak ». Cette fonctionnalité a ceci de particulier qu'elle figure parmi les rares formes d'interaction exclusivement en ligne auxquelles les participants ont fait référence, en plus d'être un pur produit des capacités techniques de la plate-forme Snapchat.



Snapstreak, c'est quand on envoie une photo à quelqu'un chaque jour. Après trois jours, la « streak » commence. Une icône de feu apparaît à côté du nom de ton contact, puis on continue de lui envoyer des photos pour que la « streak » continue. (Amira)

Selon Snapchat, la finalité de Snapstreak est évidente : il s'agit d'un renforcement positif destiné à encourager les utilisateurs à interagir et à partager du contenu. Mais aux yeux des participants de notre étude, Snapstreak est plutôt une forme de jeu social sans rapport avec les autres façons de partager des photos. Si elle peut servir à souligner une amitié intime – comme Julie le dit : « C'est une façon de dire "Hé, tu es important pour moi. Je prends le temps de t'envoyer une photo" » – la fonctionnalité Snapstreak est conçue de manière à ce que les streaks acquièrent une vie propre : Julie ajoute : « Quand on atteint un certain niveau, il y a de la pression pour qu'on continue ». La plupart des adolescents que nous avons interviewés entretiennent plusieurs streaks simultanément, chacun d'eux comptant des douzaines, voire des centaines d'interactions. Pour plusieurs jeunes, les streaks sont plus qu'un produit dérivé; ils sont devenus une raison de partager des photos. Suyin explique pourquoi elle a envoyé une photo d'elle-même avec le filtre Harry Potter, comme on l'a mentionné plus haut : « Il fallait que je continue mes streaks »

En raison de la pression subie pour alimenter de multiples streaks, les photos streak sont habituellement envoyées à plus de personnes que les photos Snapchat, et il s'agit souvent

d'une seule et même photo pour tous les contacts streaks – dans les mots de Suyin : « je ne fais pas une photo différente pour chaque streak parce que je n'ai pas envie de taper 45 fois ». Résultat, les streaks sont le lieu où « je me permettait un peu n'importe quoi. Je pouvais même prendre des photos du ciel », nous dit Suyin; quant à Lauren, elle résume ses habitudes ainsi : « Chaque matin ou chaque soir, j'envoyais une photo à mes contacts streak, juste pour ne pas que ça arrête. Parfois, c'était une photo de moi ou de mon chien, ou encore de mon mur ou d'autre chose ». Dans certains cas, comme celui d'Andrew, les photos streak peuvent être totalement dépourvues de contenu, outre le signal social qu'elles transmettent : « Pour la majorité de mes streaks, j'envoie juste une image noire et je mentionne "streak" juste pour que ça continue ». Quant à Lauren, elle précise que le moment choisi pour envoyer une photo streak fait en sorte qu'elle n'enverra pas une photo d'elle-même : « D'habitude, quand j'envoie une photo streak, c'est le matin ou le soir, donc je n'ai pas eu le temps de m'arranger et je ne suis pas à mon meilleur ».

Plus souvent, cependant, le motif poussant à envoyer des photos streak au hasard est lié au soin apporté à la représentation de soi : plusieurs participants ont témoigné de leur désir de partager des photos streak qui contribueraient autant que possible à leur identité numérique; Nico explique une photo de lui-même prise au cinéma : « Il fallait que je prenne une photo pour mes streaks parce que je venais de me rendre compte [que je ne l'avais pas encore fait]; j'aurais pu prendre une photo du plancher, mais je [voulais] montrer que j'étais avec mes amis, en train de regarder un film et d'avoir du plaisir ».

Comme le phénomène des streaks l'illustre, si parfois les adolescents contreviennent aux normes sociales régissant la participation aux réseaux sociaux, ou s'ils les contournent, ils le font rarement en ayant conscience du fait que des entreprises conçoivent ces réseaux pour influencer ces normes, ou même du fait que ces plates-formes appartiennent à des entreprises. Presque aucun des participants n'avait une idée claire de ce que les entreprises derrière les plates-formes qu'ils utilisent font de leurs photos. Le commentaire de Sophia est typique : « Je ne pense jamais à ça. Je publie ce qui me tente »; comme celui de Julie : « Je pense que je n'ai jamais pensé à ça ». Toutefois, lorsqu'ils sont confrontés au fait que les entreprises ont accès à leurs photos, ils se montrent préoccupés : « Je ne sais pas du tout [pourquoi les compagnies gardent les photos] », raconte Kaya; « qu'est-ce qu'ils peuvent bien faire avec nos photos? Pourquoi est-ce qu'ils les ont? Qu'est-ce qu'ils peuvent bien faire avec? Qu'est-ce que ça leur donne d'avoir nos photos, s'ils ne nous connaissent même pas? Je ne veux pas qu'ils aient ma photo. Qu'est-ce qu'ils veulent faire avec? Ça fait peur ».

Lorsqu'ils se montrent préoccupés, c'est souvent pour les mêmes raisons qui les amènent à se soucier de leur identité numérique. Ils estiment d'ailleurs que les mêmes stratégies vont les protéger. Comme Dan l'a mentionné, « les photos publiées ne m'inquiètent pas trop ». L'équivalence entre pairs et entreprises se fait plus claire dans les propos d'Amira : « Ça ne me fait rien si Instagram voit ça. Ça ne me fait rien si mes amis voit ça ». Ceci a des implications importantes en ce qui concerne la façon qu'ont les adolescents d'envisager la

vie privée puisque le modèle de réglementation repose sur le consentement éclairé que donne l'utilisateur aux entreprises en matière d'utilisation des données personnelles. Quant à ces adolescents, on ne leur demande pas leur consentement et ils ne le donnent pas non plus : lorsque nous avons demandé à Amira si elle avait accordé son consentement pour que Snapchat ou Instagram conserve ses photos et les utilise, elle a répondu carrément « Ils ne le demandent pas ».

Ce que cette citation indique, c'est que dans l'esprit des adolescents il existe une différence entre le fait d'accepter les conditions d'utilisation d'une plate-forme et le fait de donner son consentement pour le stockage et l'utilisation de leurs photos. Araya met en évidence cette distinction entre « accepter » et « consentir » quand elle dit « j'utilise l'application, mais je ne leur ai jamais donné mon consentement, écrit ou verbal, pour qu'ils l'utilisent [ma photo]. Je sais que ça se trouve dans les conditions d'utilisation, mais le fait que moi, personnellement, je n'ai pas donné mon consentement, ça me rend un peu mal à l'aise ». Tout comme on imagine que les personnes ont des droits de propriété sur les photos que d'autres ont prises d'elles, on imagine que les personnes ont des droits de propriété sur les photos partagées sur les plates-formes : Hannah explique « Je ne pense pas que l'entreprise devrait enregistrer la photo... Je ne pense pas qu'elle devrait pouvoir republier une photo sans demander la permission à la personne concernée ».

Ils imaginent plutôt un modèle de consentement similaire à celui qui prévaut dans les relations avec leurs pairs. Tout d'abord, ils s'attendent à ce que les entreprises agissent comme leurs amis et respectent les désirs qu'ils communiquent à travers leur choix de plate-forme. Dans les mots de Pavlina : « Je ne pense pas qu'ils devraient avoir accès aux photos. Ils ont créé le réseau social et tout, mais accéder aux photos des gens, c'est un peu trop. Surtout si c'est un compte privé, c'est évident que la personne crée un compte privé pour éviter que n'importe qui puisse le voir, puis là Instagram fait exactement ce que le propriétaire du compte ne voulait pas ». Le consentement est perçu comme étant relatif au contexte, de la même manière qu'il est relatif aux pairs : dans les mots d'Amelia, si l'entreprise utilise sans son consentement une photo qu'elle a publiée, « ce n'est pas correct, parce qu'elle m'a dit quelque chose et finalement elle n'a pas respecté sa parole ». Ils espèrent aussi être en mesure de donner leur consentement ou non chaque fois qu'ils partagent quelque chose, plutôt que de donner un consentement général, lorsqu'ils se connectent à une plate-forme. Comme Kaya le dit :



Je ne me souviens pas d'avoir vu apparaître un message disant : « Nous allons garder vos photos et nous allons les conserver ». Je n'ai jamais reçu un message comme ça, parce que, si c'était le cas, j'aurais dit... « Non merci ».

En effet, certains participants pensent que le consentement portant sur l'utilisation de photos par une entreprise ne peut être donné que sous ces conditions. Suyin, à qui on a

demandé de fournir un exemple de consentement accordé à une entreprise ayant accès à une photo, relate ceci : « J'ai pris une belle photo et la réaction d'Apple a été : "Oh, pouvons-nous l'avoir?" Et je leur ai donné la permission. Mais pas pour toutes les photos ». Quant à Amelia, à cette même question, elle a répondu qu'« on me l'a jamais demandé... Est-ce que c'est dans les conditions d'utilisation? Parce que j'ai cliqué sur "Accepter", alors... »

Dans la plupart des cas, les adolescents n'avaient pas lu ou n'avaient pas compris les politiques de protection de la vie privée ni les conditions d'utilisation des plates-formes, autre raison souvent évoquée pour expliquer pourquoi les adolescents ne croient pas avoir donné leur consentement aux entreprises qui conservent leurs photos et qui y ont accès. L'attitude de Sarah est assez représentative : « Quand on s'inscrit, on est censé avoir lu les modalités et les conditions, mais personne le fait vraiment ». Si l'on peut assurément faire valoir qu'il est de leur responsabilité de comprendre les conditions d'utilisation avant de les accepter, les participants se sentent généralement peu aptes à donner un consentement éclairé parce que les documents sont trop longs et difficiles à lire, comme le dit Jessica à propos des conditions d'utilisation d'Instagram : « Je ferais un retour en arrière et je le lirais, maintenant que vous en parlez, mais probablement que je lirais juste les premières phrases, par exemple, et quelques-unes des dernières phrases, parce que, souvent, c'est vraiment long pour rien et je me dis : "Bien, c'est quoi le pire qui pourrait arriver?" »

Ces adolescents croient également qu'ils ne sont pas capables de donner un réel consentement parce qu'ils n'ont aucun pouvoir de négociation avec les plates-formes. Comme Amelia le dit : « On doit suivre ces directives et, si on ne le fait pas, alors il y a des conséquences. Alors, il n'y a pas de négociation – ou quelque chose comme ça – on doit accepter et, si on refuse, alors on ne peut pas l'utiliser ». Kaya exprime un sentiment d'impuissance semblable : « Je suis une personne et je peux tout simplement pas leur dire d'arrêter. Cela n'aurait pas vraiment de sens. Probablement qu'ils m'ignoreront, tout simplement ». Comme nous l'avons vu, cependant, ne pas utiliser les plates-formes ne constitue pas une option. Nico l'exprime ainsi : « Si on n'acceptait pas, on ne pourrait tout simplement pas avoir Instagram. Et là, tous mes amis l'ont, alors... si on veut Instagram, on n'a pas d'autre choix que d'accepter ».

Il existe un autre obstacle au consentement véritable de la part des participants : la quasi-totalité d'entre eux ne comprend rien de la manière dont ils participent à l'économie de l'information lorsqu'ils utilisent les plates-formes. Lorsqu'on leur demande pourquoi Snapchat ou Instagram pourrait conserver des copies des photos des utilisateurs, plusieurs participants étaient incapables d'imaginer une seule raison : « On ne peut pas faire beaucoup de choses avec [mes photos], sauf les regarder ». Voilà les mots de Jessica. Lorsqu'ils pensent aux entreprises qui ont accès à leurs photos, ils croient que cet accès est individuel, ou fait par une seule personne, plutôt qu'une analyse de données cumulatives. Comme le dit Margaret : « J'imagine qu'ils ne vont probablement pas choisir mes photos, alors ça me va ». (Cette attitude fera l'objet d'une analyse plus poussée un peu plus loin.)

Ceux qui ont été en mesure de cerner des objectifs des entreprises ont cité principalement des objectifs généralement exacts, mais presque exclusivement axés sur les fonctions administratives plutôt que commerciales telles que la conservation de dossiers internes – « un recensement pour leur base de données d'utilisateurs » (Amira); autres objectifs cités : s'assurer que les règles et les directives sont respectées; fournir un accès au gouvernement ou à la police, si nécessaire.

Un seul participant a visé juste en donnant un motif lié à la manière dont l'entreprise s'enrichit financièrement :

“ Chaque fois que je vais sur Internet ou dans mes courriels, puisque mon téléphone est relié à mon portable Mac, je reçois des publicités de choses pour lesquelles j'ai fait une recherche récemment. Alors je présume qu'ils utilisent ces données-là et qu'ils essaient de me vendre des objets et des choses comme ça. (Suyin)

Peut-être en raison qu'ils se sentaient incapables de donner un consentement éclairé, les participants n'avaient généralement pas non plus le sentiment qu'ils avaient des droits en ce qui a trait à leur vie privée. D'ailleurs, la quasi-totalité d'entre eux ne connaissait pas leurs droits découlant des principes relatifs à l'équité dans le traitement de l'information de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, ou ne pouvait s'imaginer les exercer d'une manière ou d'une autre, en demandant à une plateforme, par exemple, de supprimer une étiquette mal attribuée (en vertu du principe d'exactitude) ou en faisant une plainte au Commissariat à la protection de la vie privée du Canada (non-respect des principes). Si un certain nombre de personnes pensent qu'« il devrait y avoir un moyen de décider si on veut supprimer complètement une photo » (Courtney), leur opinion sur ce point – ainsi que celle sur le temps que les entreprises puissent conserver leurs données, temps qui pouvait être « de 24 à 48 heures » (Sophia) à « pour toujours » (Julie) – a été retenue en l'absence de toute connaissance du principe que l'« on ne doit conserver les renseignements personnels qu'aussi longtemps que nécessaire ».

En conséquence de cette impuissance, si les adolescents ont diverses stratégies pour la gestion de leurs identités en ligne aux yeux d'un public qu'ils imaginent, ils n'en ont qu'une seule quand il est question qu'une entreprise ait accès à leurs données. La stratégie de protection de la vie privée par l'obscurité ne consiste pas tant à prendre des mesures qu'à composer avec l'impuissance face aux plates-formes utilisées et qui appartiennent à des entreprises : « Instagram compte comme plus de 100 000 000 d'utilisateurs. Beaucoup de gens l'utilisent et s'ils ont une photo de la figure de tout le monde, je pense que plus on a de photos de personnes, moins elles sont importantes ». (Hannah) Cette idée de sécurité liée au nombre – Amira dit qu'elle n'est pas préoccupée par le fait qu'Instagram conserve ses photos parce que « beaucoup de photos d'autres personnes y sont aussi conservées » – est une façon de calmer leurs pires craintes : Sean s' imagine que, même dans un scénario où

quelqu'un pourrait « se faufiler jusqu'à la fenêtre de [sa] chambre et, par exemple, prendre une photo de [lui], nu », cela ne pourrait pas vraiment lui nuire parce que, ajoute-t-il, « il y a tellement de photos dans la base de données de Snapchat que, dans le pire des cas, j'essaierais d'oublier ça parce que, tu sais, il y a probablement des centaines de photos de gens nus dans ces banques de données et autres trucs du même genre, non? »

Comme en témoignent ces adolescents, l'idée que des photos individuelles puissent être vues par un public indésirable – et non parce qu'elles pourraient être sauvegardées ou utilisées en bloc – demeure leur principale préoccupation en ce qui a trait à l'accès à l'information par des entreprises. Ainsi, un certain nombre de participants parlent d'une stratégie hybride pour conserver des photos anodines, tout en restant confiants vis-à-vis de la sécurité de l'aiguille dans la « botte de foin » de l'information, comme Jessica le souligne : « Mes photos sont insignifiantes par rapport au reste de la population de la planète. Eh oui, des gens pourraient y avoir accès, mais, même si c'était le cas, ils ne seraient pas capables de les utiliser pour faire du chantage ou pour trouver mon adresse ou autre chose ». Malgré l'espoir de se dissimuler dans une foule, il est cependant évident que les adolescents ne sont pas à l'aise avec le fait que les entreprises – ou tout public imprévu – puissent avoir un accès non autorisé à leurs photos. Comme Amira le souligne : « Je doute fortement qu'ils choisissent au hasard une fille d'Ottawa sur des photos pour les regarder, par exemple, parce que je ne pense pas que c'est quelque chose qui peut arriver. J'espère que non ».

Appendix A: Méthodologie

Ce rapport est fondé sur les résultats d'entrevues réalisées en 2016 avec 18 adolescents âgés de 13 à 16 ans dans une ville de l'Ontario au Canada. Le but des entrevues était d'explorer comment les jeunes prennent des décisions sur la confidentialité des photographies qu'ils partagent sur les plates-formes en réseau. Pour faciliter la discussion pendant l'entrevue, les participants ont tenu un journal des photos qu'ils ont partagées sur une période de sept jours avant l'entrevue.

Le guide de discussion, le journal des photos, les documents de consentement, le texte du recrutement et la méthode d'analyse ont été approuvés par le Comité d'éthique de la recherche de l'Université d'Ottawa.

Recrutement

Les participants ont été recrutés par l'intermédiaire des Clubs garçons et filles d'Ottawa et de la Biblio-thèque publique d'Ottawa. Des affiches de recrutement contenant des informations sur les personnes à contacter ont été installées dans les clubs et les bibliothèques de la ville. Les personnes intéressées ont été invitées à envoyer un courriel ou à appeler la chercheuse principale, Valerie Steeves, pour obtenir de plus amples renseignements sur l'étude. Pour participer à l'étude, il fallait avoir recours à des médias en réseau interactifs tels que les réseaux sociaux, les SMS ou les applications de partage de photos, dans le cadre de leurs activités sociales et avoir entre 13 et 16 ans. Les jeunes qui répondaient aux exigences de recrutement ont été invités à participer à une rencontre d'information pour en savoir plus sur l'étude et pour recevoir des instructions sur ce qu'ils allaient devoir faire.

Échantillon

Vingt et un participants ont participé à la séance d'information et 18 participants ont à la fois rempli le journal de photographies et passé l'entrevue individuelle. Neuf des participants étaient âgés de 13 ou 14 ans, et neuf étaient âgés de 15 ou 16 ans. Quatre des participants s'identifiaient au genre masculin; et 14, au genre féminin. L'appartenance ethnique des participants variait, et six des participants se définissaient respectivement comme grec-canadien, libanais-canadien, canadien d'Asie orientale, pakistanais-canadien, éthiopien-canadien et allemand-canadien. Les autres se présentaient comme étant canadiens. Deux des participants étaient de jeunes francophones bilingues.

Tableau 1: Participants par pseudonyme, âge et sexe

Pseudonyme	Âge et sexe
Dan	Homme, 15
Pavlina	Femme, 14
Amira	Femme, 16
Suyin	Femme, 15
Amelia	Femme, 14
Lauren	Femme, 14
Sophia	Femme, 14
Nico	Homme, 13
Sean	Homme, 14
Kaya	Femme, 14
Margaret	Femme, 15
Hannah	Femme, 15
Julie	Femme, 14
Araya	Femme, 16
Sarah	Femme, 16
Andrew	Homme, 14
Courtney	Femme, 16
Jessica	Femme, 15

Gestion du journal photo et de l'entrevue

Les participants ont rempli un journal électronique protégé par mot de passe pendant un minimum de sept jours sur une période de 14 jours, y compris au moins cinq jours de semaine et deux jours de fin de semaine. Chaque inscription quotidienne comportait jusqu'à trois photographies que le participant prenait lui-même ou qu'il avait reçues électroniquement d'une autre personne. Des copies des photos ont été téléchargées dans le journal. Les participants ont catégorisé chaque photo : ou bien il s'agit d'une photo qu'il/elle se sent à l'aise de partager avec beaucoup de gens, ou bien une photo qu'il/elle se sent à l'aise de partager avec quelques personnes seulement, ou encore une photo qu'il/elle ne se sent pas à l'aise de partager avec qui que ce soit. Si le participant ne se sentait pas à l'aise de télécharger une copie de n'importe quelle photo dans son journal, on lui demandait de fournir une description écrite de la photo comme alternative. Tous les participants ont choisi de télécharger des copies plutôt que des descriptions écrites.

Le contenu des journaux a été recueilli pour l'analyse du contenu; cependant, le but principal des journaux était d'obtenir une discussion plus détaillée dans la partie de la recherche qui prenait la forme d'une entrevue.

Après l'achèvement du journal numérique, les participants ont participé à une entrevue individuelle de 60 à 90 minutes. Au cours de l'entrevue, le ou les chercheurs ont discuté des pratiques et des préférences du participant en matière de partage de photos en général. Ensuite, chacune des photos dans les journaux respectifs a été examinée et discutée. Le but était d'explorer les processus cognitifs, socioculturels, situationnels et émotionnels utilisés par le participant pour prendre la décision de partager ou non la photo particulière avec d'autres. Plus précisément, nous avons exploré le contexte social dans lequel la photo a été prise, la façon dont le participant se sentait au sujet de la photo, le public visé, les réactions attendues de ce public, les risques et les avantages déterminés par le participant, les regrets réels ou possibles que les participants ressentaient lorsqu'ils partageaient les photos, la manière dont ils prenaient ou non en considération les sentiments des autres lors de la décision de partager ou non les photos, et le choix et l'expérience des participants sur le dispositif et la plate-forme technique utilisés (y compris les stratégies techniques pour protéger le caractère privé de la photo). Enfin, nous avons exploré la sensibilisation et les expériences des participants à l'égard de leurs droits en matière d'information, c'est-à-dire les 10 pratiques d'information équitables établies dans la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*.

Annexe B: Analyse de contenu

Types de photos

À l'aide d'une approche par analyse inductive du contenu, les photographies ont été catégorisées en fonction du contenu et 19 types différents de photographies ont été identifiés (voir tableau 2). En général, les photographies avec les gens étaient plus courantes que les photographies qui ne comprenaient pas de personnes : plus de la moitié des photographies (147, soit 61,3 %) comprenait au moins une personne.

Tableau 2: Types de photographies

Catégorie	Nombre	Pourcentage
<i>Photos comprenant des gens</i>	147	61,3
Photographie individuelle	25	10,4
Photographie de groupe	25	10,4
Photographies sur le vif	17	7,1
Individuel, filtré ou modifié	16	6,7
Individuel avec un commentaire	14	5,8
Action (p. ex., sports)	14	5,8
Partie de corps	12	5,0
Individuel, faisant partie d'une plus grande scène	10	4,2
Personnes s'amusant	7	2,9
Groupe, Filtré	7	2,9
<i>Photographies sans personnes</i>	93	38,8
Nourriture	18	7,5
Paysage	18	7,5
Blagues	18	7,5
Objets	15	6,3
Animaux	12	5,0
Objets, commentés	5	2,1
Souvenir	3	1,3
Politique	3	1,3
Autre	1	0,4

Partage

Les participants ont indiqué qu'ils se sentaient à l'aise de partager librement plus de la moitié (123, ou 51,2 %) des photographies. Pour 91 photographies (37,9 %), les participants ont indiqué qu'ils les partageraient, mais avec des restrictions, et 26 photographies (10,8 %) sont des photographies que les participants ont indiqué ne pas vouloir partager. Il n'y avait pas d'association entre la volonté de partager et le sexe ($X^2_{(2)}=.509$, peu important) ou l'âge ($X^2_{(6)}=.262$, peu important).

Il y avait une forte association entre la présence de personnes dans la photo et la volonté de partager ($X^2_{(2)}=24,2$, $p<.001$) : les participants ont indiqué une volonté plus grande de partager des photographies qui n'incluaient pas les gens (69 % seraient partagés librement; 19 %, partagées avec des restrictions; 12 %, non partagées) par rapport à celles qui comprenaient au moins une personne (40 % seraient partagées librement; 48 %, partagées avec des restrictions; et 10 %, non partagées).