




Un vaste réservoir d'images sous licences libres


Vous cherchez des images utilisables pour vos sites ou publications ? Savez-vous qu'il est facile d'en trouver avec divers niveaux de permissions via le moteur de recherche des Creative Commons ?

Ces petits logos, familiers des libristes, sont souvent combinés et permettent de savoir précisément à quelles conditions vous pouvez utiliser les images :

 Attribution : vous devez mentionner l'identité de l'auteur initial (obligatoire en droit français) (sigle : **BY**)

 Non Commercial : vous ne pouvez pas tirer un profit commercial de l'œuvre sans autorisation de l'auteur (sigle : **NC**)

 No derivative works : vous ne pouvez pas intégrer tout ou partie dans une œuvre composite (sigle : **ND**)

 Share alike : partage de l'œuvre, vous pouvez rediffuser mais selon la même licence ou une licence similaire (sigle : **SA**)

Si vous êtes dans le monde de l'éducation, pensez à faire adopter les bonnes pratiques aux élèves et étudiants qui ont besoin d'illustrer un document et qui ont tendance à piller Google images sans trop se poser de questions...

... mais il arrive souvent que de grands médias donnent aussi de bien mauvais exemples !

Si vous êtes embarrassé·e pour ajouter les crédits nécessaires sous l'image que vous utilisez, le nouveau moteur de recherche de Creative Commons vous facilite la tâche. C'est une des nouveautés qui en font une ressource pratique et précieuse, comme Jane Park l'explique dans l'article ci-dessous.

Article original : [CC Search is out of beta with 300M images and easier attribution](#)

Traduction Framalang : Goofy

Le moteur de recherche de Creative Commons propose maintenant 300 millions d'images plus faciles à attribuer

par Jane Park



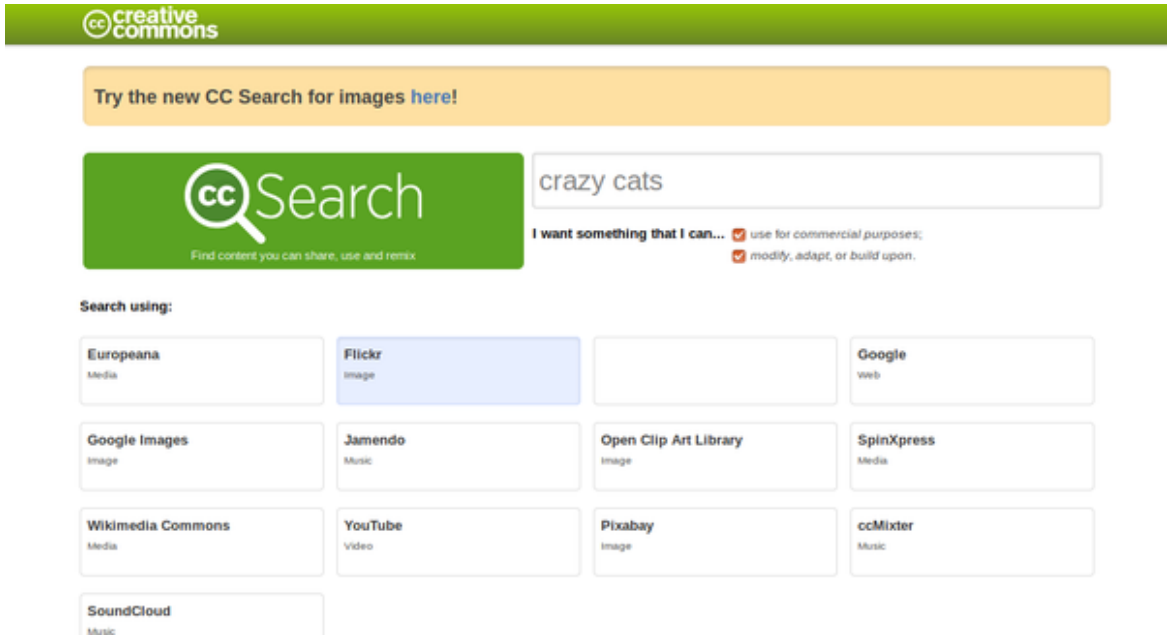
Jane Park, directrice de la Recherche Creative Commons dont elle pilote la conception, l'implémentation et le

développement

Désormais [la recherche Creative Commons](#) n'est plus en version bêta, elle propose plus de 300 millions d'images indexées venant de multiples collections, une interface entièrement redessinée ainsi qu'une recherche plus pertinente et plus rapide. Tel est le résultat de l'énorme travail de l'équipe d'ingénieurs de Creative Commons avec l'appui de notre communauté de développeurs bénévoles.

CC Search parcourt les images de [19 collections](#) grâce à des API ouvertes et le jeu de données [Common Crawl](#), ce qui inclut les œuvres artistiques et culturelles des musées (le *Metropolitan Museum of Art*, le *Cleveland Museum of Art*), les arts graphiques (Behance, DeviantArt), **les photos de Flickr**, et un premier jeu de créations en 3D sous CC0 issus de Thingiverse.

Au plan esthétique et visuel, vous allez découvrir des changements importants : une page d'accueil plus sobre, une navigation meilleure avec des filtres, un design en harmonie avec le portail creativecommons.org, des options d'attribution faciles à utiliser et des canaux de communication efficaces pour faire remonter vos questions, réactions et désirs, tant sur les fonctionnalités du site que sur les banques d'images. Vous trouverez également un lien direct vers la page d'accueil des Creative Commons (le site de l'ancienne recherche [est toujours disponible](#) si vous préférez).



Interface ancienne de la recherche d'images, qui demandait plusieurs étapes

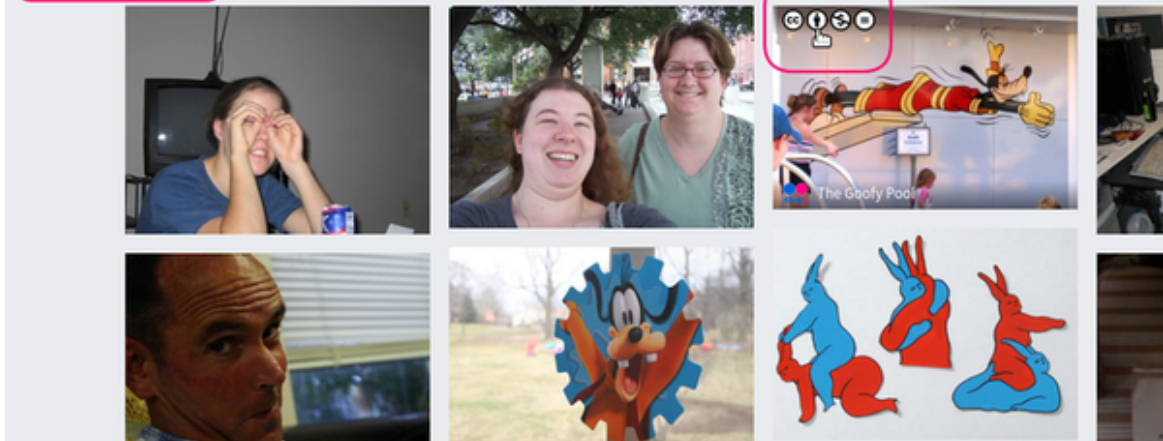


Nouvelle interface qui unifie les recherches à partir d'un seul champ de saisie

goofy

Search Filter

10307 photos matching 'goofy'



à gauche le nombre de résultats disponibles, et au survol de l'image, les symboles qui signalent les niveaux de permission

Si vous jetez un œil sous le capot, vous verrez que nous avons réussi à diminuer le temps de recherche et nous avons amélioré la pertinence de la recherche par phrase. Nous avons aussi implémenté des métriques pour mieux comprendre quand et comment les fonctionnalités sont utilisées. Enfin, nous avons bien sûr corrigé beaucoup de bugs que la communauté nous a aidé à identifier.

Attribution Info Share

IMAGE ATTRIBUTION

"The Goofy Pool" by Scott Ableman is licensed under CC BY-NC-ND 2.0

Copy rich text

Copy the HTML below to embed the attribution with license icons in your web page

```
<p style="font-size: 0.9rem;font-style: italic;"><a href="https://www.flickr.com/photos/95819651@N00/439083182">"The Goofy Pool"</a><span> by <a href="https://www.Ableman</a></span> is licensed under <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/?ref=ccsearch&atype=html" style="margin-right: 5px;">CC BY-NC-ND/licenses/by-nc-nd/2.0/?ref=ccsearch&atype=html" target="_blank" rel="noopener noreferrer" style="display: inline-block;white-space: none;opacity: .7;margin-top: 2px style="height: inherit;margin-right: 3px;display: inline-block;" src="https://search.creativecommons.org/static/img/cc_icon.svg" /></p>
</pre>


Copy HTML



How are you using this image?  
Let us know how you use this image in this quick survey


```

Une fois l'image sélectionnée, un simple clic pour copier les crédits (en texte enrichi ou en HTML)

Et bientôt...

Nous allons continuer à augmenter la quantité d'images de notre catalogue, en visant en priorité les collections d'images comme celles de Europeana et Wikimedia Commons. Nous projetons aussi d'indexer davantage de types d'œuvres sous licences CC, tels que les manuels et les livres audio, vers la fin de l'année. Notre but final demeure inchangé : donner l'accès à 1,4 milliard d'œuvres qui appartiennent aux Communs), mais nous sommes avant tout concentrés sur [les images que les créateurs et créatrices désirent utiliser de diverses façons](#), comment ils peuvent apprendre à partir de ces images, les utiliser avec de larges permissions, et restituer leur expérience à tous pour nourrir la recherche Creative Commons.

Du point de vue des fonctionnalités, des avancées spécifiques figurent dans notre feuille de route pour ce trimestre : des filtres pour une utilisation avancée sur la page d'accueil, la possibilité de parcourir les collections sans entrer de termes de recherche, et une meilleure accessibilité et UX sur mobile. De plus, nous nous attendons à ce que certains travaux liés à la recherche CC soient effectués par nos étudiants du Google Summer of Code à partir du mois de mai.

Le mois prochain à Lisbonne, au Portugal, nous présenterons l'état de la recherche ("[State of CC Search](#)") à notre sommet mondial ([CC Global Summit](#)) où sera réunie toute une communauté internationale pour discuter des développements souhaités et des collections pour CC Search.

Participez !

Vos observations sont précieuses, nous vous invitons à nous [communiquer](#) ce que vous souhaiteriez voir s'améliorer. Vous

pouvez également rejoindre le canal [#cc-usability](#) sur le [Slack de CC](#) pour vous tenir au courant des dernières avancées.

Tout notre code, y compris celui qui est utilisé pour la recherche CC, est open source ([CC Search](#), [CC Catalog API](#), [CC Catalog](#)) et nous faisons toujours bon accueil aux [contributions de la communauté](#). Si vous savez coder, nous vous invitons à nous rejoindre pour renforcer [la communauté grandissante de développeurs de CC](#).

Remerciements

CC Search est possible grâce à un certain nombre d'institutions et d'individus qui la soutiennent par des dons. Nous aimerions remercier en particulier [Arcadia](#), la fondation de Lisbet Rausing et Peter Baldwin, [Mozilla](#), et la fondation Brin Wojcicki pour leur précieux soutien.



Sur le Framablog, on se sert souvent de [GG le Générateur de Geektionerd](#). Pourquoi pas vous ?

Les données que récolte Google – Ch.6

Voici déjà la traduction du sixième chapitre de [Google Data Collection](#), l'étude élaborée par l'équipe du professeur Douglas C. Schmidt, spécialiste des systèmes logiciels, chercheur et enseignant à l'[Université Vanderbilt](#). Si vous les avez manqués, retrouvez les [chapitres précédents déjà publiés](#).

Il s'agit cette fois de comprendre comment Google complète les données collectées avec les données provenant des applications et des comptes connectés des utilisateurs.

Traduction Framalang : Auteurs: Khrys, Piup, Goofy, David_m, Côme, Fabrice, Serici

VI. Données collectées par les applications clés de Google destinées aux particuliers

67. Google a des dizaines de produits et services qui évoluent en permanence (une liste est disponible dans le tableau 4, section IX.B de l'annexe). On accède souvent à ces produits grâce à un compte Google (ou on l'y associe), ce qui permet à Google de relier directement les détails des activités de l'utilisateur de ses produits et services à un profil utilisateur. En plus des données d'usage de ses produits, Google collecte également des identificateurs et des données de localisation liés aux appareils lorsqu'on accède aux services Google. ¹

68. Certaines applications de Google (p.ex. YouTube, Search,

Gmail et Maps) occupent une place centrale dans les tâches de base qu'une multitude d'utilisateurs effectuent quotidiennement sur leurs appareils fixes ou mobiles. Le tableau 2 décrit la portée de ces produits clés. Cette section explique comment chacune de ces applications majeures collecte les informations des utilisateurs.

Tableau 2 : Portée mondiale des principales applications Google

Produits	Utilisateurs actifs
Search	Plus d'un milliard d'utilisateurs actifs par mois, 90.6 % de part de marché des moteurs de recherche ²
Youtube	Plus de 1,8 milliard d'utilisateurs inscrits et actifs par mois ³
Maps	Plus d'un milliard d'utilisateurs actifs par mois ⁴
Gmail	1,2 milliard d'utilisateurs enregistrés ⁵

A. Recherche

69. Google Search est le moteur de recherche sur internet le plus populaire au monde ⁶, avec plus de 11 milliards de requêtes par mois aux États-Unis ⁷. En plus de renvoyer un classement de pages web en réponse aux requêtes globales des utilisateurs, Google exploite d'autres outils basés sur la recherche, tels que Google Finance, Flights (vols), News (actualités), Scholar (recherche universitaire), Patents (brevets), Books (livres), Images, Videos et Hotels. Google utilise ses applications de recherche afin de collecter des données liées aux recherches, à l'historique de navigation ainsi qu'aux activités d'achats et de clics sur publicités. Par exemple, Google Finance collecte des informations sur le type d'actions que les utilisateurs peuvent suivre, tandis que Google Flight piste leurs réservations et recherches de voyage.

70. Dès lors que Search est utilisé, Google collecte les données de localisation par différents biais, sur ordinateur ou sur mobile, comme décrit dans les sections précédentes. Google enregistre toute l'activité de recherche d'un utilisateur ou utilisatrice et la relie à son compte Google si cette personne est connectée. L'illustration 13 montre un exemple d'informations collectées par Google sur une recherche utilisateur par mot-clé et la navigation associée.

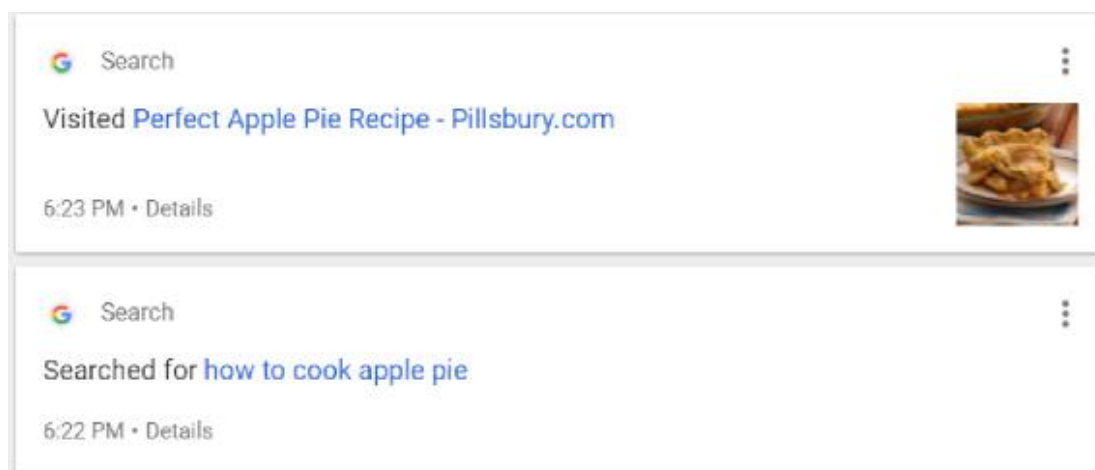


Illustration 13 : Un exemple de collecte de données de recherche extrait de la page My Activity (Mon Activité) d'un utilisateur

71. Non seulement c'est le moteur de recherche par défaut sur Chrome et les appareils Google, mais Google Search est aussi l'option par défaut sur d'autres navigateurs internet et applications grâce à des arrangements de distribution. Ainsi, Google est récemment devenu le moteur de recherche par défaut sur le navigateur internet Mozilla Firefox ⁸ dans des régions clés (dont les USA et le Canada), une position occupée auparavant par Yahoo. De même, Apple est passé de Microsoft Bing à Google pour les résultats de recherche via Siri sur les appareils iOS et Mac ⁹. Google a des accords similaires en place avec des OEM (fabricants d'équipement informatique ou électronique) ¹⁰, ce qui lui permet d'atteindre les

consommateurs mobiles.

B. YouTube

72. YouTube met à disposition des utilisateurs et utilisatrices une plateforme pour la mise en ligne et la visualisation de contenu vidéo. Il attire plus de 180 millions de personnes rien qu'aux États-Unis et a la particularité d'être le deuxième site le plus visité des États-Unis ¹¹, juste derrière Google Search. Au sein des entreprises de streaming multimédia, YouTube possède près de 80 % de parts de marché en termes de visites mensuelles (comme décrit dans l'illustration 14). La quantité de contenu mis en ligne et visualisé sur YouTube est conséquente : 400 heures de vidéo sont mises en ligne chaque minute ¹² et 1 milliard d'heures de vidéo sont visualisées quotidiennement sur la plateforme YouTube.¹³

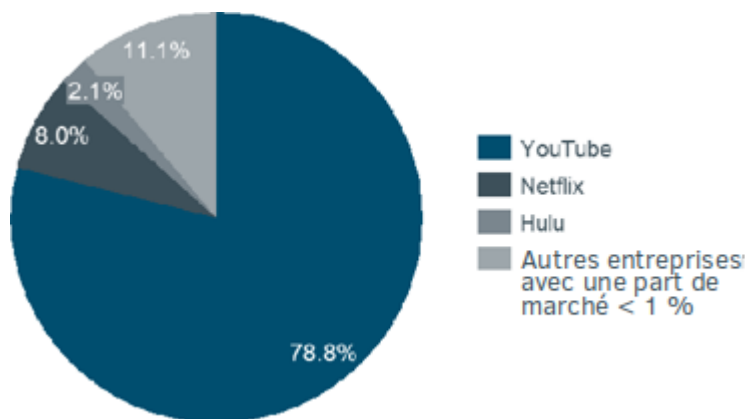


Illustration 14 : Comparaison d'audiences mensuelles des principaux sites multimédia aux États-Unis ¹⁴

73. Les utilisateurs peuvent accéder à YouTube sur l'ordinateur (navigateur internet), sur leurs appareils mobiles (application et/ou navigateur internet) et sur Google Home (via un abonnement payant appelé YouTube Red). Google collecte et sauvegarde l'historique de recherche, l'historique de visualisation, les listes de lecture, les abonnements et

les commentaires aux vidéos. La date et l'horaire de chaque activité sont ajoutés à ces informations.

74. Si un utilisateur se connecte à son compte Google pour accéder à n'importe quelle application Google via un navigateur internet (par ex. Chrome, Firefox, Safari), Google reconnaît l'identité de l'utilisateur, même si l'accès à la vidéo est réalisé par un site hors Google (ex. : vidéos YouTube lues sur cnn.com). Cette fonctionnalité permet à Google de pister l'utilisation YouTube d'un utilisateur à travers différentes plateformes tierces. L'illustration 15 montre un exemple de données YouTube collectées.

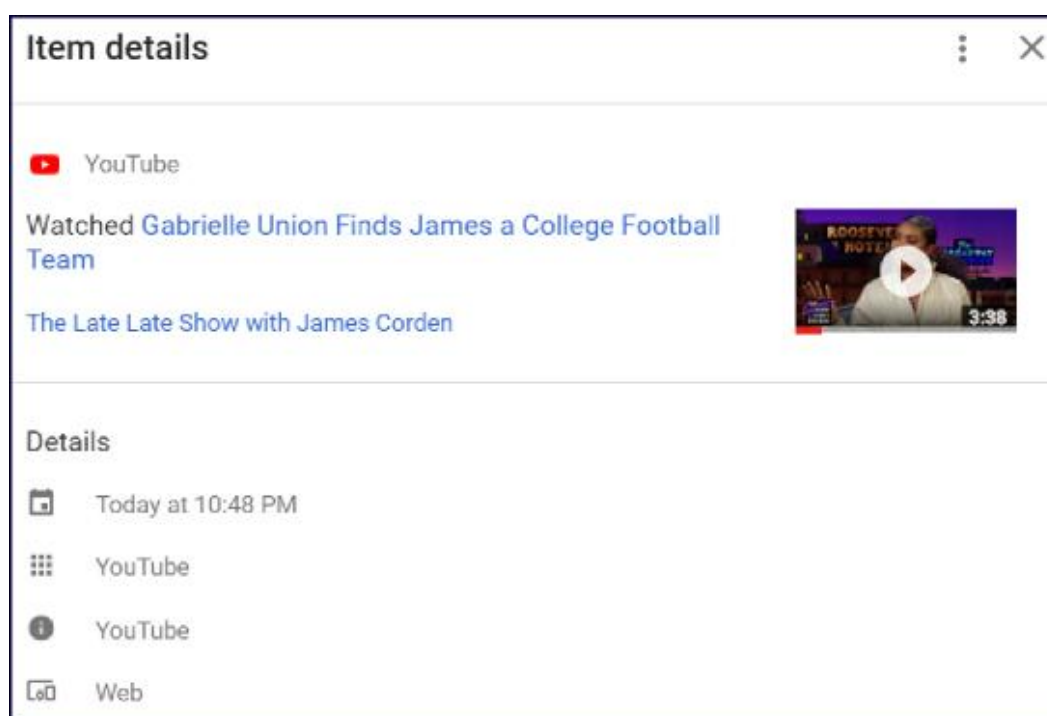


Illustration 15 : Exemple de collecte de données YouTube dans My Activity (Mon Activité)

75. Google propose également un produit YouTube différencié pour les enfants, appelé YouTube Kids, dans l'intention d'offrir une version « familiale » de YouTube avec des fonctionnalités de contrôle parental et de filtres vidéos.

Google collecte des informations de YouTube Kids, notamment le type d'appareil, le système d'exploitation, l'identifiant unique de l'appareil, les informations de journalisation et les détails d'utilisation du service. Google utilise ensuite ces informations pour fournir des annonces publicitaires limitées, qui ne sont pas cliquables et dont le format, la durée et le site sont limités.¹⁵.

C. Maps

76. Maps est l'application phare de navigation routière de Google. Google Maps peut déterminer les trajets et la vitesse d'un utilisateur et ses lieux de fréquentation régulière (ex. : domicile, travail, restaurants et magasins). Cette information donne à Google une idée des intérêts (ex. : préférences d'alimentation et d'achats), des déplacements et du comportement de l'utilisateur.

77. Maps utilise l'adresse IP, le GPS, le signal cellulaire et les points d'accès au Wi-Fi pour calculer la localisation d'un appareil. Les deux dernières informations sont collectées par le biais de l'appareil où Maps est utilisé, puis envoyées à Google pour évaluer la localisation via son interface de localisation (Location API). Cette interface fournit de nombreux détails sur un utilisateur, dont les coordonnées géographiques, son état stationnaire ou en mouvement, sa vitesse et la détermination probabiliste de son mode de transport (ex. : en vélo, voiture, train, etc.).

78. Maps sauvegarde un historique des lieux qu'un utilisateur connecté à Maps par son compte Google a visités. L'illustration 16. montre un exemple d'un tel historique ¹⁶. Les points rouges indiquent les coordonnées géographiques recueillies par Maps lorsque l'utilisateur se déplace ; les lignes bleues représentent les projections de Maps sur le trajet réel de l'utilisateur.

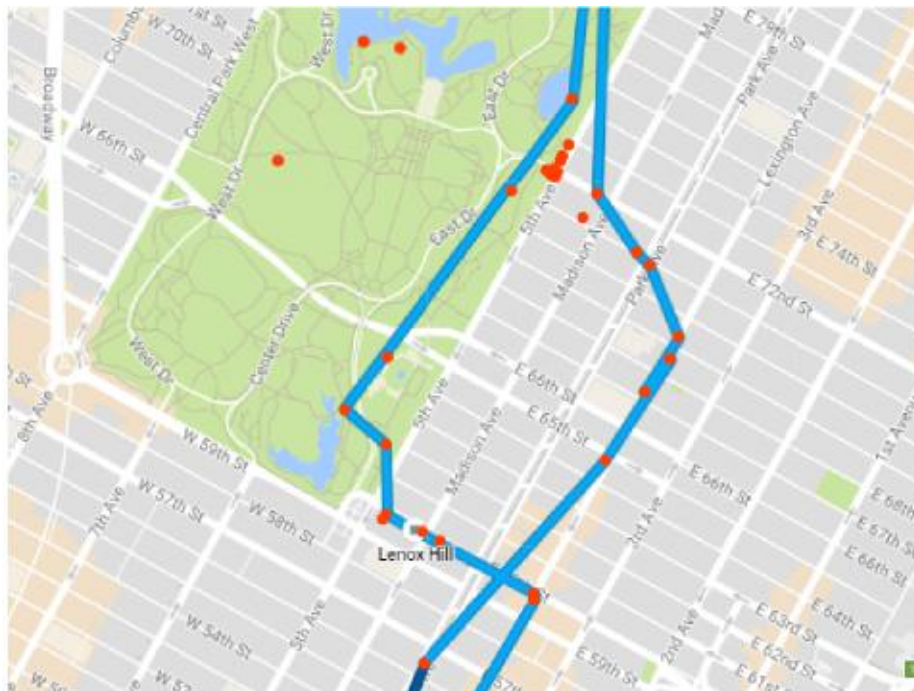


Illustration 16 : Exemple d'un historique Google Maps (« *Timeline* ») d'un utilisateur réel

79. La précision des informations de localisation recueillies par les applications de navigation routière permet à Google de non seulement cibler des audiences publicitaires, mais l'aide aussi à fournir des annonces publicitaires aux utilisateurs lorsqu'ils s'approchent d'un magasin ¹⁷. Google Maps utilise de plus ces informations pour générer des données de trafic routier en temps réel.¹⁸

D. Gmail

80. Gmail sauvegarde tous les messages (envoyés et reçus), le nom de l'expéditeur, son adresse email et la date et l'heure des messages envoyés ou reçus. Puisque Gmail représente pour beaucoup un répertoire central pour la messagerie électronique, il peut déterminer leurs intérêts en scannant le contenu de leurs courriels, identifier les adresses de commerçants grâce à leurs courriels publicitaires ou les factures envoyées par message électronique, et connaître l'agenda d'un utilisateur (ex. : réservations à dîner, rendez-

vous médicaux...). Étant donné que les utilisateurs utilisent leur identifiant Gmail pour des plateformes tierces (Facebook, LinkedIn...), Google peut analyser tout contenu qui leur parvient sous forme de courriel (ex. : notifications, messages).

81. Depuis son lancement en 2004 jusqu'à la fin de l'année 2017 (au moins), Google peut avoir analysé le contenu des courriels Gmail pour améliorer le ciblage publicitaire et les résultats de recherche ainsi que ses filtres de pourriel. Lors de l'été 2016, Google a franchi une nouvelle étape et a modifié sa politique de confidentialité pour s'autoriser à fusionner les données de navigation, autrefois anonymes, de sa filiale DoubleClick (qui fournit des publicités personnalisées sur internet) avec les données d'identification personnelles qu'il amasse à travers ses autres produits, dont Gmail ¹⁹. Le résultat : « les annonces publicitaires DoubleClick qui pistent les gens sur Internet peuvent maintenant leur être adaptées sur mesure, en se fondant sur les mots-clés qu'ils ont utilisés dans leur messagerie Gmail. Cela signifie également que Google peut à présent reconstruire le portrait complet d'une utilisatrice ou utilisateur par son nom, en fonction de tout ce qui est écrit dans ses courriels, sur tous les sites visités et sur toutes les recherches menées. » ²⁰

82. Vers la fin de l'année 2017, Google a annoncé qu'il arrêterait la personnalisation des publicités basées sur les messages Gmail ²¹. Cependant, Google a annoncé récemment qu'il continue à analyser les messages Gmail pour certaines raisons

²².