



Lettre d'information ESPRI n°3

ANR Exposition de Soi, *Privacy* & Réseaux d'Interactions



Editorial

Privacy, réseaux sociaux et Internet

FACEBOOK EN BOURSE • L'entrée en bourse d'un des acteurs majeurs de l'économie numérique et de la *privacy* en ligne témoigne du poids économique de ce type d'activité à l'heure actuelle. Toutefois, les turbulences que traverse le titre *Facebook* en bourse pose la question de la réelle efficacité et viabilité de son *business model* reposant essentiellement sur la publicité ciblée. En effet, *Facebook* possède un trésor, une base gigantesque de données relationnelles à caractère personnel, mais son exploitation

est difficile et les résultats n'ont pas toujours été convaincants jusqu'à présent.

CONFÉRENCE INTERNATIONALE SUR LA PRIVACY • L'intérêt autour des questions liées à la *privacy* est en plein essor à l'heure actuelle comme en témoigne l'organisation de l'[Amsterdam Privacy Conference](#) en Octobre. Cette conférence internationale et multidisciplinaire sera l'occasion pour plusieurs participants de l'ANR Espri de présenter et discuter les résultats issus de leurs travaux.

Work in progress

- Prospective juridique : Quel avenir pour le « droit à l'oubli numérique » ?

Page 2

Work in progress

- Etude sociologique : Exposition de soi sur les réseaux sociaux

Page 3

Focus recherche

- La *privacy* selon Hal R. Varian

Page 4

Work in progress

- *Field experiment* (3/5) : Influence sociale et divulgation de DP

Page 5

Publications

- Articles académiques
- Ouvrages
- Documents de travail
- Colloques

Page 6

Contacts

- Equipes de recherche membres du projet
- Partenaires du projet

Page 7



Prospective juridique : Quel avenir pour le « droit à l'oubli numérique » ?

La Commission européenne (CE) a adopté le 25 janvier 2012 une proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil ayant pour objet de renforcer la protection des données à caractère personnel initialement posée par la directive 95/46/CE du 24 octobre 1995. En outre, la CE a adopté une proposition de directive qui s'intéresse à la protection des données à caractère personnel dans le cadre de la coopération policière et judiciaire en

matière pénale. Ce projet de réforme est un élément important de la scénarisation juridique des normes et des règlements adaptés aux problèmes de vie privée et de données à caractère personnel sur les réseaux numériques réalisée par les membres du CERDI dans le cadre de l'ANR Espri. En effet, l'un des apports majeurs du projet de réforme concerne le « droit à l'oubli numérique ».

Le « droit à l'oubli numérique », c'est-à-dire le droit pour la personne d'obtenir la suppression de ses données auprès du responsable de traitement, ne figure pas dans la directive de 1995. Bien que cette directive ne fût transposée que neuf ans plus tard par la France, le législateur n'a pas profité de cette occasion pour consacrer un véritable « droit à l'oubli numérique ». En effet, il s'est borné à effectuer une transposition exacte de la directive par le biais de la loi du 6 août 2004 et ne s'est pas soucié de la nécessité d'adapter le droit en vigueur aux nouvelles pratiques d'Internet et aux évolutions technologiques. Certes, il est acquis que la personne peut prétendre à un droit d'accès, d'information, de rectification, d'opposition sur ses données personnelles ayant fait l'objet d'un traitement, mais qu'elle ne peut revendiquer la suppression des données la concernant. Pourtant, Alex Türk, ancien président de la CNIL, a toujours plaidé vigoureusement pour une reconnaissance juridique du « droit à l'oubli »¹. Cela pourrait désormais être chose faite pour peu que le règlement soit finalement adopté par les États membres de l'Union européenne (UE) réunis en Conseil des ministres et par le Parlement européen. En effet, l'article 17 de la proposition de règlement européen dispose que la personne a, sous certaines réserves, « le droit d'obtenir du responsable du traitement l'effacement de données à caractère personnel la concernant et la cessation de la diffusion de ces données ». Également, ce texte prévoit que le responsable du traitement doit procéder à l'effacement des données sans délai et informer les tiers, auxquels il a communiqué lesdites données, de la demande de suppression.

De plus, le projet de réforme prévoit que le droit de l'UE s'applique aux données à caractère personnel traitées hors de l'UE, mais dans une certaine mesure. En effet, selon un communiqué de presse de la CE, « les règles de l'Union devront s'appliquer si des données à caractère personnel font l'objet d'un traitement à l'étranger par des entreprises implantées sur le marché européen et proposant leurs services aux citoyens de l'Union ». Implicitement, les entreprises visées par le communiqué sont Google et Facebook, perçues comme les « colosses » du Web. D'ailleurs, il convient de rappeler que le TGI de Paris a rendu, le 15 février 2012, une ordonnance de référé obligeant Google à procéder à la désindexation « du nom patronymique et du prénom de Madame Diana Z. en lien avec tous sites à caractère ou tendance pornographique sur les moteurs de recherche Google »². Tacitement, en ordonnant le déréférencement des données litigieuses, le tribunal fait une application anticipée du futur règlement dans la mesure où il consacre le « droit à l'oubli numérique ».

Pour l'heure, il est souhaitable que ces diverses propositions soient adoptées par les institutions de l'UE afin de suppléer efficacement l'article 16 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) et l'article 8 de la Charte des droits fondamentaux de l'UE, lesquels prévoient une protection imprécise des données à caractère personnel des citoyens de l'UE. *To be continued ...*

Delphine Chauvet (CERDI – Université Paris Sud)

Pour plus de détails :

¹ D'ailleurs, le Sénat a adopté en première lecture, le 23 mars 2010, une proposition de loi visant à mieux garantir le droit à la vie privée à l'heure du numérique. Celle-ci consacre l'effectivité juridique du « droit à l'oubli numérique ».

² TGI Paris, ord. réf., 15 févr. 2012 (disponible sur www.legalis.net).



Etude sociologique : Exposition de soi sur les réseaux sociaux (1/2)

Espaces d'hybridation entre sphères privée et publique d'expression, les réseaux sociaux redéfinissent les frontières du diffusable et de l'intime : ils sont ainsi le support d'une forte mise en visibilité de soi-même, répondant à des modes diversifiés d'exposition de l'individu au regard de l'autre. Prolongeant les résultats de l'enquête quantitative Sociogeek¹ menée auprès de 12 354 internautes, cette étude sociologique menée dans le cadre de l'ANR Espri examine les comportements d'auto-exposition les plus extravagants – socialement perçus comme déplacés ou indécents –, pour tenter de mettre en lumière les logiques et postures de ceux qui s'y adonnent. Inscrite dans une démarche qualitative, cette analyse s'appuie sur l'observation des profils Facebook² et la rencontre en entretien d'un échantillon sélectif de représentants de deux modalités de monstration de soi : l'exhibition ludique et l'exposition *trash*. Les deux principales problématiques interrogent, d'une part les mécanismes mis en œuvre dans l'élaboration de l'image individuelle (intentionnalité, motifs sous-jacents, gratifications escomptées), et d'autre part le degré de contrôle régissant cette démarche (niveaux de sécurisation et d'accessibilité du profil). Il s'agit donc de déceler quels peuvent être les gains conférés par des conduites d'exposition susceptibles de nuire à ceux qui s'y adonnent (en termes de réputation, de crédibilité) ou d'embarrasser ceux qui les observent (provoquant malaise, conflit, réprobation), et d'évaluer l'incidence de ces pratiques sur l'attention portée par les individus à la protection de leurs données privées.

L'exhibition ludique correspond à une exposition de l'individu dans des postures de « lâcher prise » (déguisements, grimaces, situations festives), des attitudes outrancières ou inconvenantes (vulgarité, trivialité). Elle se caractérise par le recours à des formes d'humour potache, de grossièreté ou d'autodérision, dans des mises en scène codifiées et théâtralisées de soi-même. L'exposition *trash* se traduit quant à elle par la publication d'images

dépréciatives, de représentations dévalorisantes de soi-même (humiliation, obscénité), le plus souvent inscrites dans des scènes de transgression (consommation d'alcool, de drogues, formes de bizutage), ou des situations d'excès (ébrioité, mise en danger). Le terrain de l'étude, constitué de trois tenants de l'exhibition ludique (jeunes hommes de 20, 21 et 25 ans) et d'un groupe de sept individus pratiquant l'exposition trash (6 jeunes hommes et une jeune femme âgés de 20 à 27 ans), a fait l'objet d'une double approche : dans un premier temps, l'analyse sémio-discursive des profils *Facebook* des individus sélectionnés, puis la confrontation des enquêtés à leurs traces d'activité lors d'entretiens semi-directifs visant à cerner leurs motifs, et la gestion des risques liés à une perception potentiellement négative de leur image.

Il s'agit, dans cette première présentation, d'aborder l'analyse des comportements d'exhibition ludique. Les résultats relatifs à l'étude du profil exposition *trash* seront développés dans le prochain numéro de la lettre d'information Espri. Sans être généralisables, les premiers constats portant sur les comportements d'exhibition ludique permettent de relever des démarches comparables chez les trois enquêtés. En dépit de la production d'une image plus ou moins cohérente et élaborée selon les profils étudiés, les comportements d'exhibition ludique semblent s'inscrire dans des logiques de reconnaissance interpersonnelle et d'intégration sociale, reposant sur des formes d'interpellation, de provocation ou d'autopromotion qui tiennent de la stratégie de distinction, de la revendication par l'individu de sa singularité propre³, et de la demande d'étayage ou de confirmation narcissique. Les trois jeunes gens interrogés ciblent une évolution – professionnelle ou amatrice – au sein du milieu artistique, lequel apparaît plus permissif envers des pratiques exubérantes ou non conventionnelles de mise en scène de soi, dès lors qu'elles sont jugées originales et créatives. L'exhibition ludique prend alors la forme d'une quête de singularisation (se démarquer du lot pour mieux se rendre identifiable), ou d'élargissement de l'audience et l'écho donnés à ses activités et ses productions personnelles. Sur le plan de la *privacy*, les trois individus rencontrés accordent peu d'importance à la sécurisation de leurs données privées et optent pour un profil relativement ouvert, présentant un nombre de contacts sur Facebook largement supérieur à la moyenne. Dans les trois cas examinés, les conduites d'exposition ludiques apparaissent mises en œuvre par des individus isolés à destination de publics larges, hétérogènes et indifférenciés, dans un but de confirmation ou de valorisation de soi. Elles se traduisent, dans la gestion de la *privacy*, par un contrôle très modéré des paramètres de confidentialité, ces individus privilégiant l'accessibilité de leur profil, quitte à favoriser une forte diffusion de leurs informations personnelles. A suivre ...

Christelle Crumière (Orange Labs – TECH/SENSE)

Pour plus de détails :

¹ Menée en 2008 à partir d'un questionnaire en ligne, l'enquête Sociogeek a permis de définir cinq modalités d'exposition de soi, de la plus conventionnelle à la plus outrancière : l'exposition pudique, l'exposition traditionnelle, l'impudeur corporelle, l'exhibition ludique et l'exposition trash, ces deux dernières faisant l'objet de notre étude. Pour plus d'informations sur l'enquête Sociogeek : <http://sociogeek.admin-mag.com/>

² Parmi les différents sites de réseaux sociaux (*Twitter*, *Google+*), sites d'hébergement de contenus postés par les utilisateurs (*YouTube*), et blogs personnels, nous avons fait le choix de ne retenir que *Facebook*, l'homogénéité du support favorisant la cohérence de l'analyse des contenus et mécanismes de publication.

³ Sur ce point voir en particulier : Granjon F. et Denouël J., 2010, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, vol. n°1, p. 23-45.



Focus recherche : La *privacy* selon Hal R. Varian

Hal R. Varian (1947 - ...) est chef économiste à *Google* et Professeur émérite à l'Université de Californie Berkeley. Economiste spécialisée dans les questions de propriété intellectuelle et de vie privée, il aborde ces questions d'un point de vue micro-économique et utilitariste.

Pour Hal R. Varian, protéger sa vie privée consiste principalement à maîtriser la diffusion de ses informations personnelles, et garantir un droit à *ne pas être importuné* (*right not to be annoyed*). Il prône ainsi la mise en place de droits de propriété des individus sur leurs données personnelles, qu'ils seraient libres de vendre s'ils le souhaitent. Afin de renforcer le contrôle de l'individu sur ses données personnelles, la revente des données personnelles par l'acheteur serait interdite. Cependant, même en interdisant l'exploitation secondaire des données, un tel marché serait caractérisé par une forte asymétrie d'information sur la finalité de l'usage de ces informations. Sur ce point, le progrès technique et la diffusion des technologies de l'information et de la communication devraient, selon lui, permettre de réduire les coûts de recherche sur les finalités et limiter l'asymétrie d'information.

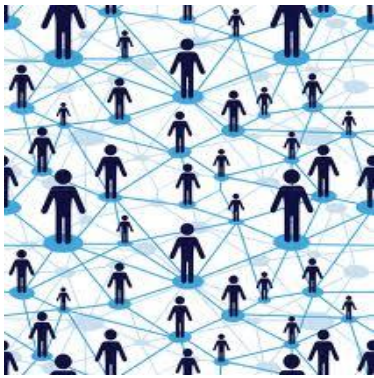
Dans son article co-écrit avec A. Acquisti en 2005 (voir la Lettre d'information Espri n°1), Hal R. Varian analyse l'expérience de discrimination par les prix pratiquée par le vendeur en ligne *Amazon.com* basée sur l'historique d'achat des consommateurs. La discrimination par les prix vise à augmenter le profit du vendeur en pratiquant des prix différents selon les consommateurs plutôt qu'un prix unique. Cette pratique est défavorable aux consommateurs à forte disposition à payer, pour qui le prix pratiqué augmentera. En revanche, elle est bénéfique pour les consommateurs à faible disposition à payer, par exemple ceux disposant de revenus plus faibles qui paieront un prix moins élevé que le prix unique. Au final, cette situation peut être socialement bénéfique par rapport à un prix unique qui exclut du marché une partie des consommateurs. Toutefois, cette pratique est difficile à accepter pour les consommateurs réguliers, qui craignent que leurs informations personnelles sur leurs habitudes d'achat soient utilisées à leur détriment.

Son activité actuelle chez *Google* le place au cœur des problématiques de vie privée et d'utilisation du maximum d'information possible. Ainsi, il met en avant l'exploitation des données *Google Trends* : ce service recense les recherches effectuées par les individus à un certain niveau géographique (national, municipal, etc.) et permet de suivre leur évolution dans le temps. En analysant ces requêtes, il est possible de faire ressortir des informations sous-jacentes concernant les populations. Par exemple, les recherches sur symptômes d'une maladie permet de connaître sa diffusion aussi efficacement, sinon plus, qu'avec le *reporting* des services de santé.

Hal R. Varian est donc conscient des effets négatifs pouvant découler de la dissémination des données personnelles. Pour cet auteur, la solution réside dans la création de marchés des données personnelles sur lesquels les droits de propriétés de ces informations seraient clairement définis et permettraient en particulier d'interdire les reventes secondaires. Cette configuration serait en effet bénéfique en termes d'utilité sociale, mais risque d'être entravée par des législations trop restrictives de la part des autorités publiques.

Pour en savoir plus :

- Acquisti A. et Varian H. R., 2005, « Conditioning Prices on Purchase History », *Marketing Science*, vol. n°24(3), p. 1-15.



Field experiment (3/5) : Influence sociale et divulgation de données personnelles

Les réseaux sociaux sont capables, plus qu'aucun autre canal, d'obtenir de la part de leurs utilisateurs la divulgation de données très personnelles. En effet, les autres utilisateurs du réseau (proches, amis, collègues, etc.) font pression sur le membre afin qu'il rejoigne le réseau, puis qu'il diffuse des informations pertinentes et personnelles.

Avec la construction d'un quiz sur un réseau social, cette expérimentation naturelle réalisée dans le cadre de l'ANR Espri vise à évaluer l'influence de l'environnement de l'individu sur sa disposition à divulguer des données intimes en ligne. Savoir qu'une majorité de ses proches divulguent certaines informations personnelles a-t-il une influence sur son propre comportement de divulgation ? Quelle est l'influence de la plus ou moins grande proximité sociale de ces proches ?

Dans ce quiz, les questions posées à l'utilisateur sont d'ordre intrusives et concernent un type de comportement dans une situation courante. La formulation des différentes réponses possibles à la question est telle que l'utilisateur associe l'une d'entre elles à une norme implicite de comportement socialement admis. À la fin de chaque question et sur le même écran, des informations fictives concernant les réponses des autres utilisateurs à la même question sont présentées à l'utilisateur. Plusieurs types d'informations fictives sont ainsi créés selon la proximité sociale (fictive) des autres utilisateurs et leur propension à suivre la norme.

Cette expérimentation permettra de mesurer la force des effets de mimétisme et d'entraînement collectifs dans la divulgation des informations personnelles en ligne. Elle permettra aussi d'analyser la propension des individus à céder des informations à caractère personnel fragmentaires mais qui, reconstituées, permettent de saisir les traits caractéristiques d'une personnalité.



Publications et communications

Articles académiques et coordination de revue :

- Cecere G. et Rochelandet F., 2012, « Modèles d'affaires numériques, exploitation des données personnelles et performance des sites web : une évaluation empirique », *Revue Française de Gestion*, à paraître.
- Guesmi S. et Rallet A., 2012, « Web 2.0 et outils de coordination décentralisée : un entrelacement des sphères

privées et professionnelles », *Revue Française de Gestion*, à paraître.

- Forest D., 2012, « Les nouveaux sésames de la biométrie », *Terminal*, vol. n°110, p. 85-88.

- Rallet A. et Rochelandet F. (coord.), 2011, « Données personnelles et vie privée », *Réseaux*, vol. 29, n°167/2011.

- Granjon F., 2011, « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique. Exposition de soi et autoréification sur les sites de réseaux sociaux », *Réseaux*, vol. 29, n°167/2011, p. 75-103.
- Rallet A. et Rochelandet F., 2011, « La régulation des données personnelles face au web relationnel : une voie sans issue ? », *Réseaux*, vol. 29, n°167/2011, p. 19-47.
- Chauvet D., 2011, « Regard sur la vie privée au travail : l'usage d'internet par les salariés », *Revue Lamy Droit de l'Immatériel*, février, n° 68, p. 101-104.

Ouvrages et article de presse :

- Forest D., *Droit des données personnelles*, Gualino, Lextenso éditions, 2011.
- Forest D., *Les trois lois du double virtuel*, Expertises, Août-Septembre, 2011.
- Rochelandet F., *Economie des données personnelles et de la vie privée*, La Découverte, Paris, 2010.

Documents de travail :

- Rochelandet F. et Tai S., « Do privacy laws affect the location decisions of Internet firms ? ».
- Cecere G., Le Guel F. et Soulié N., « Perceived privacy concerns on social network websites in Europe ».

Conférences et séminaires :

- Soulié N., « Perceived privacy concerns on social network websites in Europe », Management and economics of ICT, Munich, 29 février – 2 mars 2012.



Contacts & liens utiles

Les équipes de recherche participant au projet :

- ADIS (économie) : www.adis.u-psud.fr
- Orange Labs : www.laborange.fr
- CERDI (droit) : www.cerdi.u-psud.fr

Les partenaires du projet :

- Agence Nationale de la Recherche (ANR) : www.agence-nationale-recherche.fr
- Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) : www.cnil.fr

Contact *newsletter* : newsletter.espri@gmail.com
Directeur de la publication : [Alain Rallet](#) (ADIS, Univ. Paris Sud)