



Lettre d'information ESPRI n°4

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



Editorial

Privacy, réseaux sociaux et Internet

JOURNÉE D'ÉTUDE VIE PRIVÉE • Une journée d'étude « [Vie privée 2020](#) » a été organisée le vendredi 30 novembre à l'initiative de la CNIL. Cette journée a été l'occasion pour plusieurs participants à l'ANR Espri de prendre part à des tables rondes sur les thèmes de la régulation de la vie privée ou les *business models*. Les différentes interventions peuvent être consultées dans le [Cahier innovation et prospective n°1](#).

RÈGLEMENTATION EUROPÉENNE • La proposition de règlement publiée en janvier

par la Commission européenne concernant le traitement des données à caractère personnel a fait l'objet d'un rapport parlementaire préfigurant de sa future forme définitive. Les conclusions de ce rapport laissent présager des changements conséquents en la matière. Ces possibles évolutions sont présentées brièvement en page 5 de cette lettre d'information et feront l'objet dans le cadre de l'ANR Espri d'une journée d'étude qui se déroulera le 19 mars.

A suivre ...

Work in progress

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

Page 2

Work in progress

- Protection de la vie privée et choix de localisation des firmes Internet

Page 3

Focus recherche

- La *privacy* selon Jack Hirshleifer

Page 4

Prospective juridique

- Le futur encadrement du traitement des données à caractère personnel

Page 5

Publications

- Articles académiques
- Ouvrages
- Documents de travail

Page 5

Contacts

- Equipe de recherche membres du projet
- Partenaires du projet

Page 6



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

Dans le précédent numéro de la lettre d'information Espri, Christelle Crumière (CIRTAI - Université du Havre) présentait une partie des résultats issus de l'étude sociologique sur les comportements d'exposition de soi sur les réseaux sociaux dans le cadre de l'ANR¹. Cette seconde contribution a pour objet de compléter cette présentation en s'intéressant en particulier aux résultats relatifs aux pratiques d'exposition *trash* sur les réseaux sociaux.

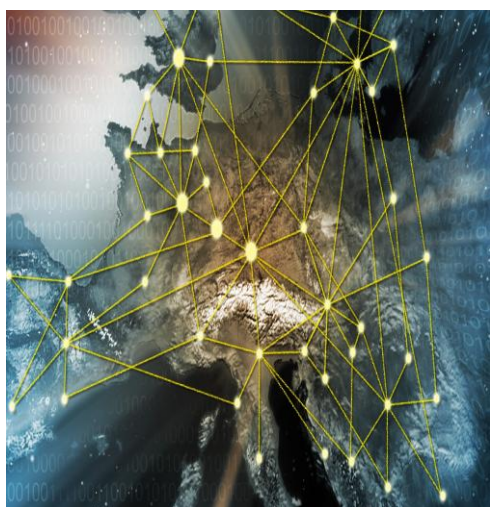
Circonscrits au sein d'un groupe fermé d'individus se côtoyant de façon régulière, les comportements d'exposition *trash* examinés dans cette étude renvoient davantage à une revendication d'appartenance voire d'allégeance au groupe, et à la définition de positionnements hiérarchiques en son sein. Indépendamment des profils individuels qui demeurent relativement classiques, le groupe bénéficie d'un profil commun qui permet de centraliser les contenus outranciers de chacun de ses membres (photos ou vidéos qu'ils définissent comme « scandaleuses ») et contribue à la constitution d'une identité collective en rupture avec les normes traditionnelles de la bienséance. Espace de partage et de transgression des codes imposés par la vie sociale (cadres familiaux, scolaires, professionnels), ce profil est régi par des règles strictes de sécurisation des données publiées (contrôle et restriction du nombre de contacts, absence d'identification et de « marquage »). Paradoxalement, les individus interrogés ne semblent pas se soucier de la pérennité des traces d'activité qu'ils laissent, ni de la conservation de leurs données « sensibles » sur le serveur du site.

Tandis que les conduites d'exposition ludiques sont 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, l'exposition *trash* semble davantage s'apparenter à une pratique collective dédiée à des destinataires ciblés, dont les places se trouvent réaffirmées ou redistribuées, et les liens ressoudés. Cette différence de logique entre les deux registres d'exposition se traduit, dans la gestion de la *privacy*, par un contrôle des paramètres de confidentialité proportionnel au degré d'outrance des contenus publiés. Si l'exhibition ludique correspond à la diffusion massive d'une image de soi modérément provocatrice, la dynamique *trash* s'inscrit dans une surenchère de contenus indécents (au regard des normes sociales), compensée par un contexte d'exposition sélective. Sous leur aspect transgressif, ces conduites mettent en place deux stratégies distinctes de limitation d'une perception trop négative de l'image de soi, et répondent toutes deux à une stratégie de prise de risques calculée.

Christelle Crumière – CIRTAI/Université du Havre

Pour plus de détails :

¹ Ce travail s'inscrit dans le prolongement de l'enquête Sociogeek qui a été réalisée en 2008 à l'aide d'un questionnaire en ligne. Elle a permis notamment de définir cinq modalités d'exposition de soi sur les réseaux sociaux, avec 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/>



Protection de la vie privée et choix de localisation des entreprises Internet

Fabrice Rochelandet (IRCAV - Université Sorbonne Nouvelle) et Silvio Taï (PPGE/PUCRS – Université de Rio Grande, Brésil) s'intéressent à l'influence du degré de protection de la vie privée sur les choix de localisation des firmes Internet¹. En effet, l'exploitation de données personnelles est devenue une des principales sources de revenu des firmes Internet. Les législations plus ou moins contraignantes en matières de collecte et

d'exploitation des données personnelles du pays d'implantation vont donc avoir des répercussions importantes sur leurs performances. La principale hypothèse des auteurs est que (toutes choses égales par ailleurs) plus une législation nationale est contraignante en matière de collecte et d'exploitation de données personnelles, plus elle va nuire à l'implantation de firmes Internet dans ce pays.

Afin de tester cette hypothèse de manière empirique, les auteurs ont constitué une base de données contenant des informations sur la localisation et les caractéristiques des 100 plus grosses entreprises mondiales du Web. Dans leurs modélisations économétriques, F. Rochelandet et S. Taï introduisent en plus des déterminants traditionnels de la localisation des entreprises à l'échelle internationale (niveau de taxation, qualification de la main d'œuvre, qualité des infrastructures, taille du marché, etc.) un indicateur représentant le degré de protection des données personnelles sur Internet pour chaque pays européen. Cet indicateur est issu des travaux réalisés par l'organisation non gouvernementale [Privacy International](#) qui est spécialisée dans les comparaisons internationales en matière de législation sur les données personnelles.

F. Rochelandet et S. Taï montrent dans leurs résultats qu'une législation relativement peu contraignante en matière de vie privée est un facteur favorable à l'implantation de firmes Internet dans le pays. Ce résultat amène plusieurs commentaires relatifs à la régulation internationale de la vie privée de la part des auteurs. De manière contre-intuitive, il apparaît en effet que plus la législation se durcit dans certains pays, plus les pays protégeant peu la vie privée deviennent attractifs et donc moins la législation effective de la vie privée sur le Web est forte. Ceci plaide pour une amélioration de la coordination internationale des régulations afin de mettre un terme à ce nivellement vers le bas des législations relatives à la vie privée sur Internet. Toutefois, les auteurs rappellent que la difficulté consiste à trouver un niveau de régulation adéquat de ces données personnelles de manière à ne pas bloquer les innovations, notamment en terme de service sur Internet, pouvant découler de leur exploitation et être bénéfiques aux consommateurs.

Pour plus de détails :

¹ Le *working paper* de F. Rochelandet et S. Taï s'intitule « [Do Privacy Laws Affect the Location Decisions of Internet Firms ? Evidence for Privacy Havens](#) ».



Focus recherche : La *privacy* selon Jack Hirshleifer

Professeur d'économie à l'Université de Los Angeles (UCLA, Etats-Unis), Jack Hirshleifer (1925-2005) aborde les questions de *privacy* au cours des années 1970, dans une perspective évolutionniste. Cette époque est marquée par le développement d'approches économiques de la *privacy*, et J. Hirshleifer apparaît comme un des principaux critiques de la vision libérale de la *privacy* développée par l'Ecole de Chicago (R.A. Posner¹, G.J. Stigler, etc.).

Pour J. Hirshleifer, la vie privée ne se résume pas au secret ou à la dissimulation d'informations comme c'est souvent le cas pour l'Ecole de Chicago. Pour l'auteur, définir la vie privée est un exercice beaucoup plus complexe. Il s'agit plutôt de quelque chose qui appartient aux individus et sur lesquels ils doivent avoir le contrôle. En effet, le terme « privée » se réfère notamment à la notion de droit de propriété, et J. Hirshleifer définit la « vie privée » comme un espace d'autonomie des individus au sein de la société.

Dès lors, aborder la question de la vie privée induit que l'on s'intéresse à l'organisation sociale de la société et à l'éthique de cette dernière. En matière de *privacy*, l'éthique correspond d'après l'auteur à un arbitrage entre besoins d'interactions sociales et d'autonomie. Cette préférence pour l'autonomie peut varier selon les individus. L'idée de fond est alors de mettre en place un fonctionnement de la société qui permette à chacun d'atteindre un niveau de *privacy* ou d'autonomie désiré.

Pour cet auteur, trois grands principes sociaux entrent en jeu dans la détermination de l'éthique. Elle provient d'un arbitrage pour chaque individu et à un niveau plus agrégé entre domination, partage et droits privés. Chaque société a ainsi développé une structure sociale (règles, lois, etc.) et une éthique incluant des comportements en matière de *privacy* qui lui ont permis de survivre aux conditions de vie qui sont les siennes. D'un point de vue historique, les sociétés humaines sont passées d'un état de domination (force, alliances, etc.), au besoin de coopérer afin de survivre pour finir vers des sociétés de droits (avec notamment des droits de propriétés). Chacun de ces trois grands principes co-existent chez les individus et les sociétés, mais selon les périodes l'un d'entre-eux prédominent en fonction du succès ou de la sélection naturelle des individus et sociétés.

Pour J. Hirshleifer, la *privacy* est donc le résultat d'un arbitrage entre besoins d'interactions sociales et d'autonomie des individus au sein d'une société. Il s'agit d'un espace d'autonomie dont les individus peuvent avoir le contrôle. Cet arbitrage ou éthique mobilise en particulier trois grands principes : domination, coopération ou règles de droit. Dans une perspective historique, chacun de ces trois principes a pris le dessus sur les autres au sein des sociétés humaines.

¹ Voir la lettre d'information Espri n°1 pour une présentation de l'approche et des travaux de R.A. Posner en matière de *privacy*.

Pour en savoir plus :

- J. Hirshleifer, 1971, The private and social value of information and the reward to inventive activity, *American Economic Review*, vol. n°61, p. 561-574.
- J. Hirshleifer, 1980, Privacy : its origin, function, and future, *Journal of Legal Studies*, vol. n°9, p. 649-66.



Prospective juridique : Le futur encadrement du traitement des données à caractère personnel

En janvier 2012, la Commission de l'UE a publié une [proposition de règlement](#) sur la protection des données personnelles. Contrairement aux directives, les règlements sont d'application directe et immédiate dans les droits nationaux. Nous aurons donc probablement en 2014 un droit totalement uniformisé en la matière : premier changement.

Il y a quelques jours vient de paraître un rapport très attendu sur ce projet. En 215 pages, le député européen Albrecht ausculte [le texte](#) ... et retient l'essentiel des propositions. Parmi les mesures qui risquent d'avoir un impact non négligeable sur certains modèles de la Net économie, et en particulier des prestataires de réseaux sociaux, on retiendra :

- L'instauration d'une obligation de « privacy by design » qui limitera considérablement la marge de manœuvres des opérateurs,
- Le droit à l'oubli numérique entraînant automatiquement la suppression de toutes les données associées à un compte dès lors que le prestataire n'a aucune raison objective de les conserver,
- L'obligation de portabilité des données entre prestataires à la demande de l'utilisateur,
- L'obligation de déclarer les attaques (et donc les failles du système) auprès des autorités nationales.

Un certain G a fait Groupes en lisant le rapport ! La pilule ne passe pas chez beaucoup de prestataires, surtout aux États-Unis. Toutes ces questions seront approfondies le 19 mars dans une journée d'étude organisée dans le cadre de l'ANR Espri. A suivre



Publications et communications

Articles académiques et coordination de revue :

- Cecere G. et Rochelandet F., 2012, « Modèle d'affaires numériques, données personnelles et site Web. Une évaluation empirique », *Revue Française de Gestion*, vol. 38/224, p. 111-124.
- 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*, vol. 38/224, p. 139-151.
- 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 :

- 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 ».
- Cecere G. et Rochelandet F., « Privacy intrusiveness and web audience: Empirical evidences ».
- Le Guel F., « Measuring the 'invisible economy' of smartphone applications ».
- Manant M., Pajak S. et Soulié N., « Do recruiters 'like' it? Privacy and social network sites in hiring : a randomized experiment ».
- Le Guel F., « Analyzing the privacy behavior of smartphone applications : some count data regressions ».

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.
- Le Guel F., « Measuring the 'Invisible Economy' of Smartphone Applications », Amsterdam Privacy Conference, Amsterdam, 7-10 octobre 2012.
- Soulié N., « Perceived privacy concerns on social network websites in Europe », Amsterdam Privacy Conference, Amsterdam, 7-10 octobre 2012.
- Pajak S., « Do recruiters 'like it' ? The influence of social network profiles in the hiring process », Asia Pacific Innovation Conference, Seoul, 13-14 octobre 2012.
- Pajak S., « Do recruiters 'like it' ? Privacy and social network sites in hiring: A randomized experiment », Telecom ParisTech, Paris, 17 janvier 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)