



**HAL**  
open science

# “ Privacy paradox ” , un paradoxe peut en cacher un autre

Jean-Marc Meunier

## ► To cite this version:

Jean-Marc Meunier. “ Privacy paradox ” , un paradoxe peut en cacher un autre. “ Les industries du numérique et les jeunes. Innovation, Créativité et protection des enfants et des adolescents. ”, Jul 2022, Paris, France. hal-03800730

**HAL Id: hal-03800730**

**<https://hal-cyu.archives-ouvertes.fr/hal-03800730>**

Submitted on 6 Oct 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# « Privacy paradox », un paradoxe peut en cacher un autre

Jean-Marc Meunier, Laboratoire Paragraphe, Université Paris 8

Intervention dans la table ronde « Privacy : Responsabilité individuelle ou responsabilité collective ? » Journée d'étude « Les industries du numérique et les jeunes. Innovation, Créativité et protection des enfants et des adolescents. » 4-5 Juillet 2020, Université Paris Panthéon Assas.

Plusieurs études, notamment en psychologie sociale, ont mis en évidence que la plupart des utilisateurs font rarement l'effort de protéger leurs données bien qu'ils déclarent dans le même temps être particulièrement concernés par la protection de leurs données personnelles. Ce phénomène, appelé « privacy paradox » a reçu plusieurs explications théoriques soulignant l'importance de différents facteurs individuels ou l'attitude en matière de vie privée (privacy concern) (Barth & De Jong, 2017; Gerber et al., 2018). Après un rapide panorama de ces explications, nous présentons une série d'arguments en faveur d'une contextualisation de l'étude de la vie privée et avançons l'idée que le paradoxe réside plutôt dans l'injonction de responsabilité faite à l'utilisateur face aux plateformes.

## L'approche économique

Une des explications souvent reprises dans les études sur le sujet consiste à voir les individus comme des agents économiques dont les actions sont motivées par la maximisation du bénéfice (Flender & Müller, 2012; Rittenberg & Tregarthen, 2013). Un des modèles propose ainsi de voir la prise de décision en matière de partage des données comme un calcul coûts-avantages (Lee & Kwon, 2015) où on s'attend à ce que le consommateur donne volontairement ces données si l'avantage anticipé est supérieur aux coûts, c'est-à-dire aux inconvénients. Le paradoxe s'explique alors par une mauvaise évaluation d'un des deux paramètres de l'équation soit en sous évaluant les inconvénients, soit en sur évaluant les bénéfices.

Une variante de ce modèle consiste à mettre en balance le risque et la confiance dans la plateforme. A la différence du précédent modèle, les comportements ne dépendraient pas du ratio entre les deux paramètres mais affecteraient de manière différente l'intention comportementale, davantage prédite par l'évaluation du risque et le comportement effectif, dépendant surtout de la confiance (Norberg et al., 2007).

## Les biais cognitifs

Les modèles précédents supposent des évaluations en situation d'incertitude maximale, pour ne pas dire d'ignorance, étant donné le peu d'information dont dispose le sujet sur les usages problématiques possibles de ses données et sur l'incertitude concernant la réaction des autres internautes. De telles décisions sur des informations incomplètes ne peuvent que conduire à une grande variabilité des évaluations et à des erreurs notamment en raison des biais cognitifs qui affectent les prises de décision dans ce type de situation (Acquisti & Grossklags, 2005; Knijnenburg et al., 2013). On a ainsi été évoqués, entre autres, comme sources potentielles de distorsion dans la prise de décision, les biais de confirmation, de disponibilité, les biais d'affects etc. (voir Gerber et al., 2018) L'un des biais, particulièrement étudié dans une série d'études de Brandimarte et al. (2013), postule que les utilisateurs souffriraient d'une « illusion de contrôle » concernant leurs données privées reposant notamment sur une confusion entre le

contrôle de la publication des informations avec le contrôle de l'utilisation de ces informations par un tiers ce qui les amèneraient à partager plus facilement les informations.

### **Manque d'expérience personnelle et de connaissances en matière de protection**

Certains auteurs ont proposé de rendre compte du « privacy paradox » en soulignant que la plupart des utilisateurs n'ont pas été confrontés directement à des atteintes à la vie privée en ligne. La connaissance qu'ils en ont est d'un certain point de vue théorique et rapportées par des discours indirects. Cela expliquerait que l'attitudes à l'égard des données privées ne soit pas assez stable pour influencer le comportement correspondant (Dienlin & Trepte, 2015). Cela explique aussi l'inefficacité des discours strictement normatifs dans l'éducation à ces questions.

### **Influence sociale**

Cependant, décider ou non d'utiliser un réseau social, une application de messagerie, de crypter ou non ces messages est rarement une décision strictement individuelle. L'environnement social influence considérablement les décisions et le comportement en matière de protection de la vie privée (Taddicken, 2014). Ainsi, les choix et les comportements des adolescents s'alignent sur l'exemple de leurs pairs ou de leurs parents en matière de partage de données sur les réseaux sociaux (Van Gool et al., 2015) et sont soumis à des régulations interpersonnelles qui revêtent un caractère heuristique qui contredit une simple distorsion de l'évaluation des risques et des bénéfices (Balleys & al, 2015).

### **Un artefact méthodologique ?**

Ces études ont en commun de mesurer l'attitude en matière de vie privée et l'intention à l'aide d'échelles normalisées et donc décontextualisées. Une méta-analyse des données issues d'une revue de littérature systématique corrobore le modèle d'évaluation biaisée de la balance risque-bénéfice et d'une influence limitée des facteurs individuels (Gerber et al., 2018). Cependant les construits, c'est-à-dire les phénomènes psychologiques mesurés par ces échelles, n'ont rien de trivial. Ainsi, le concept théorique d'attitude à l'égard de la protection de la vie privée (privacy concern) est souvent évalué en interrogeant sur les préoccupations en matière de vie privée ou sur le risque perçu en matière de vie privée sans que la relation entre l'attitude, les préoccupations et le risque perçu ne soit clairement définie dans la littérature, ni même que le type de données dont il est question ne soit précisé, or, selon les données (numéro de téléphone personnel, numéro de carte de crédit, données démographiques), il y a toutes les chances que le niveau de préoccupation diffère.

### **Recontextualiser le paradoxe**

Il apparait donc important de contextualiser l'étude du paradoxe.

La première raison est méthodologique. Il s'agit de préciser l'objet des mesures auxquelles nous nous intéressons et leur relation avec des situations réelles. On peut toujours mettre en évidence des corrélations entre des séries de réponses aux items d'un questionnaire et construire des modèles correspondant, mais plus le nombre de construits augmentent plus la relation avec le phénomène étudié risque de se distendre.

La seconde raison concerne davantage la conception même de l'évaluation sous tendue par le partage des données privées. Face à une situation, la détermination du comportement adéquat repose sur des mécanismes psychologiques de niveaux très différents (automatismes, schèmes, représentations ou raisonnements explicites et mécanismes de régulation interpersonnelle) et dont la mise dépend des exigences de compréhension de la situation et du temps dont on dispose pour y répondre (Hoc & Amalberti, 1999). L'évaluation

du risque en matière de vie privée doit le plus souvent anticiper les conséquences (d'un post sur un réseau par exemple), mais dans bon nombre de situations, cette évaluation peut être différée ou omise, simplement parce qu'on n'a pas le temps (ouvrir ses données de géolocalisation pour trouver son chemin, accepter des cookies pour obtenir l'information dont on a besoin). Elle est de toute façon très rarement l'objet de l'activité du sujet. Penser qu'une évaluation des risques et des bénéfices puisse être faite indépendamment d'une situation particulière n'a donc pas de sens et ne permettent pas vraiment d'accéder aux représentations des sujets.

La troisième raison interroge davantage le modèle de responsabilité implicite dans toutes ces approches. C'est une constante de ces travaux que de regarder la prise de décision uniquement du point de vue du sujet, comme s'il détenait seul, le pouvoir d'accepter de diffuser ou non ces données, idée qu'on retrouve dans l'injonction de cohérence entre la préoccupation pour la vie privée et le partage de données et qui ferait qu'un écart entre les deux serait un paradoxe. Or, sont impliqués au moins deux autres acteurs, parfois confondus, la plateforme qui collecte les données et l'utilisateur de ces données dont l'activité vise à encourager l'internaute à partager ces données ou à dévoiler sa vie privée en échange d'un service ou non. L'internaute doit ainsi composer avec des acteurs dans une relation déséquilibrée et caractérisée par l'insincérité de la soi-disant négociation (Agi & Jullien, 2018). Le paradoxe de la vie privée ce n'est pas qu'un individu partage ces données en échange d'un service,

Enfin la quatrième raison qui doit nous conduire à contextualiser l'étude de la gestion des données par les utilisateurs est de nature éducative et caractérise l'approche inductive qui est la nôtre dans le projet Adoprivacy. Nous proposons de partir de situations réelles et d'expériences rapportées par les adolescents lors des focus groupes ou à partir de nos expériences personnelles pour construire le matériel pédagogique. Ces situations sont formalisées sous la forme de courtes histoires ou de courts dialogues qui seront repris dans les modules de formation ou comme matériel de recherche. Une telle approche nous permet à la fois de mieux comprendre la perception des différentes facettes de la vie privée par les adolescents et d'amorcer avec eux une approche réflexive et ancrée dans des situations réelles.

## Références

- Acquisti, A., & Grossklags, J. (2005). Privacy and rationality in individual decision making. *IEEE Security and Privacy*, 3(1), 26-33. <https://doi.org/10.1109/MSP.2005.22>
- Agi, B., & Jullien, N. (2018). Is the Privacy Paradox in Fact Rational? *Available at SSRN* 3109695.
- Balleys, C., & Coll, S. (2015). La mise en scène de la vie privée en ligne par les adolescents. *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*, 4, Art. 4. <https://doi.org/10.4000/reset.547>
- Barth, S., & De Jong, M. D. (2017). The privacy paradox—Investigating discrepancies between expressed privacy concerns and actual online behavior—A systematic literature review.

*Telematics and Informatics*, 34(7), 1038-1058.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.04.013>

Brandimarte, L., Acquisti, A., & Loewenstein, G. (2013). Misplaced Confidences : Privacy and the Control Paradox. *Social Psychological and Personality Science*, 4(3), 340-347.

<https://doi.org/10.1177/1948550612455931>

Dienlin, T., & Trepte, S. (2015). Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors. *European Journal of Social Psychology*, 45(3), 285-297. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2049>

Flender, C., & Müller, G. (2012). Type Indeterminacy in Privacy Decisions : The Privacy Paradox Revisited. In J. R. Busemeyer, F. Dubois, A. Lambert-Mogiliansky, & M. Melucci (Éds.), *Quantum Interaction* (p. 148-159). Springer.

[https://doi.org/10.1007/978-3-642-35659-9\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-642-35659-9_14)

Gerber, N., Gerber, P., & Volkamer, M. (2018). Explaining the privacy paradox : A systematic review of literature investigating privacy attitude and behavior. *Computers & security*, 77, 226-261.

Hoc, J.-M., & Amalberti, R. (1999). Analyse des activités cognitives en situation dynamique : D'un cadre théorique à une méthode. *Le Travail Humain*, 62(2), 97-129.

<http://www.jstor.org/stable/40660226>

Knijnenburg, B. P., Kobsa, A., & Jin, H. (2013). Dimensionality of information disclosure behavior. *International Journal of Human-Computer Studies*, 71(12), 1144-1162.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2013.06.003>

Lee, N., & Kwon, O. (2015). A privacy-aware feature selection method for solving the personalization–privacy paradox in mobile wellness healthcare services. *Expert Systems with Applications*, 42(5), 2764-2771.

<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2014.11.031>

- Norberg, P. A., Horne, D. R., & Horne, D. A. (2007). The Privacy Paradox: Personal Information Disclosure Intentions versus Behaviors. *Journal of Consumer Affairs*, 41(1), 100-126. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2006.00070.x>
- Rittenberg, L., & Tregarthen, T. (2013). *Principles of Microeconomics (Saylor)*. Saylor Academy Open Textbooks. <https://openlibrary-repo.ecampusontario.ca/jspui/handle/123456789/329>
- Taddicken, M. (2014). The 'Privacy Paradox' in the Social Web: The Impact of Privacy Concerns, Individual Characteristics, and the Perceived Social Relevance on Different Forms of Self-Disclosure\*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 248-273. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12052>
- Van Gool, E., Van Ouytsel, J., Ponnet, K., & Walrave, M. (2015). To share or not to share? Adolescents' self-disclosure about peer relationships on Facebook: An application of the Prototype Willingness Model. *Computers in Human Behavior*, 44, 230-239. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.036>