



«Vie privée et pédagogie ludique»

*Natalia Calderón Beltrán
Quentin Harada*

fondation
MAIF pour la
recherche

« Quelle est l'efficacité de Gao & Blaze pour la sensibilisation à la protection des données personnelles et quelle est la pertinence des ressorts émotionnels mobilisés ? »

OBJECTIFS DE CE PROJET :

- Sensibiliser de manière innovante les jeunes de 12 à 25 ans et les publics vulnérables à la protection de leurs données personnelles sur leurs smartphones
- Proposer des possibilités d'agir face à un « laisser-faire passif » imposé par les multinationales de données
- Cibler le « premier petit pas possible » en matière de protection de données personnelles, à travers des connaissances et des savoir-faire pratiques

UN DOUBLE DISPOSITIF D'ENQUÊTE :

- **Une enquête quantitative** par questionnaire à la fin du jeu
- **Une enquête qualitative** en suivant sur 2 ans et demi un groupe de volontaires

LE SMARTPHONE, UNE CONTRAINTE POUR BEAUCOUP

Contrairement aux discours enthousiastes, l'utilisation accrue du smartphone dans la vie quotidienne ne constitue pas une expérience unanimement positive pour la plupart des personnes interrogées. Pour un tiers des individus, il représente avant tout une contrainte. Pour la majorité (40,3 %), le smartphone correspond à une expérience mitigée, et pour seulement 26,7 % il représente essentiellement un plaisir. Nous notons donc que le jeu permet de s'adresser à des publics critiques ou vigilants par rapport aux usages numériques.

EFFICACITÉ DU JEU VIDÉO COMME MÉDIA POUR ATTEINDRE LES PUBLICS PEU SENSIBILISÉS

L'intérêt de personnes non joueuses pour Gao & Blaze a été prouvé : (46,2 % cumulés de « pas du tout » et « assez peu » chez les répondants et répondantes), mais également de joueurs et joueuses occasionnels (42,5 % cumulés de « quelques fois par mois » ou « plusieurs fois par semaine »).

EFFICACITÉ DE CE JEU POUR TOUCHER DES PUBLICS ÉLOIGNÉS DU NUMÉRIQUE

Gao & Blaze a été une porte d'entrée efficace pour des utilisateurs et utilisatrices éloignées du numérique : 16,3 % de niveau de compétence très faible ou faible, et 19 % d'utilisateurs et utilisatrices intermédiaires s'y sont intéressés.

LE NIVEAU DE SENSIBILISATION À LA PROTECTION DES DONNÉES NE SEMBLE DÉPENDRE NI DE L'ÂGE NI DU GENRE

En revanche, plusieurs facteurs sont corrélés à un meilleur niveau de sensibilisation :

- Le fait d'avoir un niveau de diplôme plus élevé (à 18,7 %),
- Le fait d'être issu d'une famille avec des parents ayant un niveau de diplôme plus élevé (à 21,1 %),
- Le fait d'utiliser son smartphone par plaisir plutôt que par contrainte (à 34,1 %),
- Le fait de jouer régulièrement aux jeux vidéo (à 35,6 %),
- Le fait de savoir se servir facilement d'un ordinateur (à 70,40 %).

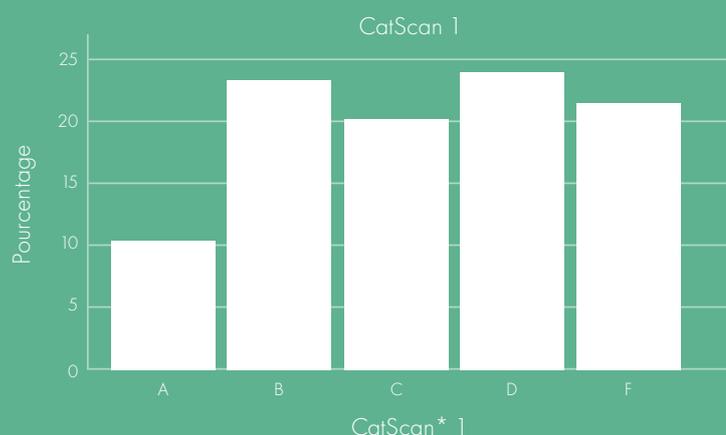
STRATÉGIES DE PROTECTION PAR LA PUDEUR

Grâce aux entretiens qualitatifs, nous avons saisi sur le vif des pratiques de protection spontanées déjà présentes, liée à une forme de pudeur.

Cette observation permet de mettre à mal l'idée que les jeunes, uniquement de par leur âge, ont une faible conscience de l'exposition de soi ou de leur intimité. Certains témoignent au contraire qu'ils et elles sont en mesure d'employer des stratégies sophistiquées de contrôle de leurs données.

« C'est un code. Un code normal quoi, avec des lettres que... parce qu'en fait maintenant, soit quand j'ai les doigts sales, soit quand mon écran est pas très propre, bah le dessin ça l'imprime et les gens ils peuvent le voir. Voilà. Et quand c'est un code PIN, bah... ouais, en fait je pourrais le faire mais quand quelqu'un me voit le faire, c'est plus facile de repérer des chiffres. Donc moi je préfère le faire avec un mot de passe, puis souvent après je m'habitue à le faire donc... [...] j'ai pas envie que les gens regardent que j'ai Whatsapp quoi. [...] J'ai envie que personne n'aille fouiller dans mes affaires ou alors, si je leur montre éventuellement mais bon... ».

Entretien H1, femme, 12 ans.



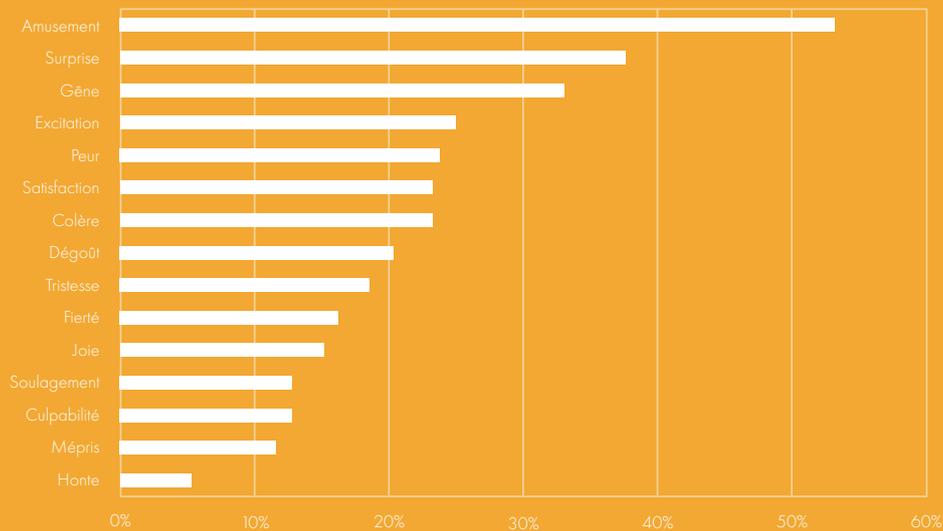
Seule une minorité (10,5 %) a un très bon niveau de protection de leurs données (noté de A à E) du point de vue des applications qu'ils utilisent. La moyenne des scores se situe entre C et D.

UN FAIBLE NIVEAU DE PROTECTION EFFECTIVE DES SMARTPHONES ALORS QUE L'ÉCHANTILLON SURREPRÉSENTE DES INDIVIDUS AYANT FAIT DES ÉTUDES SUPÉRIEURES

L'échantillon présente un niveau de diplôme supérieur à la moyenne française : la proportion de personnes ayant fait des études supérieures est surreprésentée, avec 71,50 % contre 40,5 % en moyenne en France.

¹https://www.insee.fr/fr/statistiques/2416872#tableau-figure1_radio1

*Notation du niveau de vulnérabilité des données grâce à l'outil intégré au jeu. Plus de détails sur <https://gaoandblaze.org/catscan/>



QUEL IMPACT DES ÉMOTIONS DANS LA SENSIBILISATION ?

Panorama des émotions suscitées par le jeu

Les mécaniques de jeu visaient à générer une réponse émotionnelle concernant les données personnelles (immersion, menace, réutilisation des données des joueurs et des joueuses...).

L'amusement

La principale émotion ressentie et loin devant toute autre, est l'amusement, avec 53,18 %. Sans surprise, cela semble confirmer le caractère ludique du jeu, et le fait que l'expérience soit avant tout une expérience positive du risque.

Les données ont permis plusieurs observations :

- Le fait que les joueurs et les joueuses ressentent un malaise par rapport à l'utilisation de leurs données n'affecte pas l'amusement qu'ils ressentent.
- Le fait de s'amuser en jouant est lié au fait de jouer plus longtemps et d'accorder sans hésitation l'accès à ses données.
- Cela ne conduit pas nécessairement à consulter davantage les ressources pédagogiques du jeu, mais cela aboutit néanmoins à un meilleur niveau de sensibilisation à la protection des données.

La surprise et la gêne

Ces deux émotions semblent également au cœur de l'expérience de jeu, et font probablement écho à ses mécanismes ludiques spécifiques, qui — tout en les respectant — injectent les données personnelles du joueur ou de la joueuse dans le jeu pour personnaliser son expérience.

L'étude des données révèle que la surprise, bien

que ressentie dans 37,57 % des cas, n'a pas spécialement d'impact en termes de comportement.

En revanche, la réaction de gêne, ressentie dans 32,95 % des cas, est positivement corrélée avec :

- le niveau de sensibilisation à la protection des données en fin de jeu (à 27 %),
- le malaise par rapport à l'utilisation qui est faite des données (à 28,6 %),
- le temps de jeu (à 31,7 %),
- le nombre de mini-jeux joués (à 26,2 %).

Plus les joueurs et joueuses ont joué au jeu et parcouru ses différents mini-jeux, plus ils ont expérimenté de la gêne et un sentiment de malaise par rapport à l'utilisation de leurs données personnelles dans le jeu, et plus leur niveau de sensibilisation à la fin du jeu était élevé.

Les autres émotions ressenties ne semblent pas révéler d'effet notable parmi les personnes qui ont fini le jeu.

EXPÉRIMENTER PAR SOI-MÊME L'ÉVENTUALITÉ DU RISQUE

Nous pouvons constater que Gao & Blaze, a permis une expérience positive du risque, mais également un impact émotionnel lié à l'expérience vécue par les joueurs et joueuses. Une conclusion intéressante est que si les réponses émotionnelles liées à la peur ne semblent pas avoir d'effet, l'expérience personnelle d'un certain niveau de gêne a un impact. En effet, le jeu, pour montrer son efficacité en tant que dispositif de sensibilisation sur la protection des données, n'a pas nécessairement à être plaisant en tout point : une certaine friction peut être utilisée comme une mécanique ludique et pédagogique pertinente tant qu'elle ne nuit pas au plaisir de jeu.

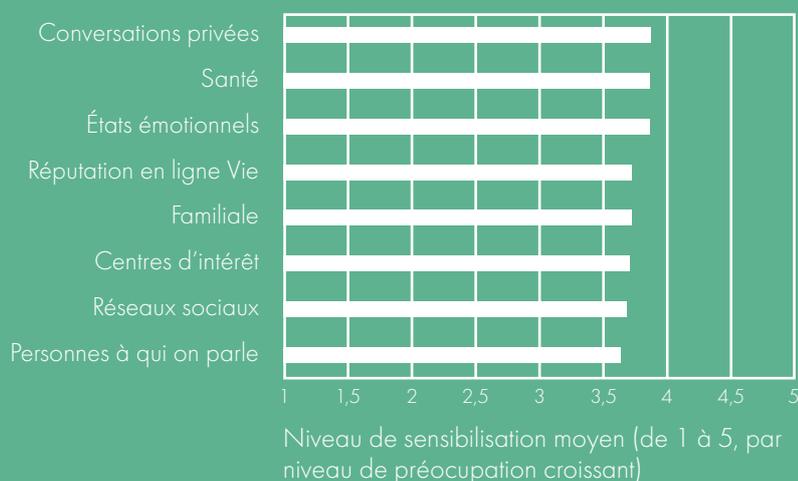
EFFICACITÉ EN TERMES DE SENSIBILISATION : UN INTÉRÊT POUR LES RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Les joueurs et les joueuses ont consulté en moyenne 6,5 ressources pédagogiques lors de leur partie.

L'ensemble des thématiques liées à la protection des données traitées par le jeu ont été signalées comme préoccupantes par les personnes ayant terminé le jeu : entre 3,64 et 3,87 sur une échelle de 1 (« non, ce n'est pas grave ») à 5 (« oui, c'est très grave »).

LE PREMIER PETIT PAS POSSIBLE COMME RÉPONSE AU SENTIMENT D'IMPUISSANCE ?

L'impuissance reste vécue de manière forte, avec un discours construit, chez la plupart des personnes interrogées. L'équation semble toujours insoluble, car ce sentiment existe également auprès des personnes participant à l'enquête qui ont développé des stratégies et des réflexions abouties en termes de protection de leurs données. Il est cependant à noter que le sentiment d'impuissance n'a pas forcément empêché l'amélioration de certaines pratiques numériques.



Les données indiquent que le niveau de sensibilisation général à la protection des données est positivement corrélé :

- au nombre de mini-jeux joués (à 39,3 %),
- au temps de jeu (à 49,1 %),
- à la sensation de malaise liée à l'utilisation des données personnelles et des autorisations au sein du jeu (à 57,9 %).

LEVIERS DE PASSAGE À L'ACTION ET PERSPECTIVES

- L'accroissement de la vigilance par l'expérimentation directe constitue le premier passage à l'action. Il s'agit dans la plupart des cas d'une réactivation des connaissances préalables.
- Cette prise de conscience par l'expérimentation a été un facteur d'accroissement de la vigilance y compris chez les personnes que le jeu a agacées.
- Le passage à l'action peut se situer sur un temps long et rester imprégné de contradictions, puisque les leviers d'action s'activent de manière ambiguë sous diverses formes : la culpabilité, l'apprentissage, l'explicitation...

Nous envisageons désormais de poursuivre la diffusion de ce jeu auprès d'autres publics en mobilisant des prescripteurs et des figures de confiance.

« Du coup, je pense que je l'avais un peu relâché une forme de vigilance parce que rien n'était arrivé et du coup, le fait que ça soit concret, ça réactive la vigilance. »

(Entretien O2)