

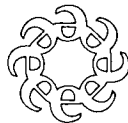
LA VIE PRIVÉE EXPOSÉE

I.F. SONDAGE CANADIEN SUR LE RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

LKC
JC
597
.G7314
1993
c.2

IC





ÉTUDE PARRAINÉE PAR :

La Banque Amex du Canada
L'Association des banquiers canadiens
Consommation et Affaires commerciales Canada
Communications Canada
Equifax Canada Inc.
Le Commissariat à la protection de la vie privée
Statistique Canada
Stentor politiques publiques Télécom Inc.

AUTEURS

Frank Graves
(Recherchiste en chef)

Nancy Porteous
Patrick Beauchamp

CONSEILLERS

Colin Bennett
Pierrôt Péladeau

REMERCIEMENTS

Bien que nous assumions l'entière responsabilité de toute erreur qui pourrait s'être glissée dans le présent rapport, nous tenons à reconnaître le précieux apport de nombre de personnes ayant contribué au succès de cette étude. Bien que le rôle des parrains et du Comité de direction soit souligné en avant-propos, nous désirons tout de même les remercier encore une fois de leur soutien continu et de leurs conseils. Nos remerciements également aux plus de 3 000 Canadiens et Canadiennes qui ont accordé temps et réflexion à notre recherche. L'équipe a également tiré grand profit de l'opinion inestimable de conseillers indépendants, entre autres de Pierrôt Péladeau et Colin Bennett (la liste complète des membres de l'équipe de recherche figure à l'annexe B).

DONNÉES DE CATALOGAGE AVANT PUBLICATION (CANADA)

Les Associés de recherche Ekos inc.

La vie privée dévoilée : sondage canadien sur la vie privée

Publ. aussi en Anglais sous le titre : Privacy Revealed.

Comprend des références bibliographiques.

ISBN 0-662-98023-9

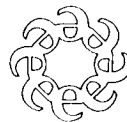
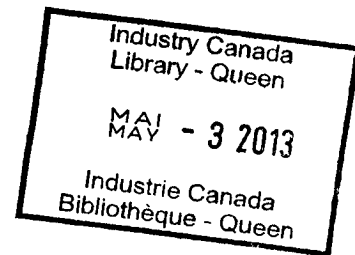
N° de cat. MAS Co28-125/1993F

1. Droit à la vie privée - Canada - Opinion publique.
2. Ordinateurs - Accès - Contrôle - Canada.
- I. Canada. Communications Canada. II. Titre.
- III. Titre : Sondage canadien sur la vie privée.



LA VIE PRIVÉE EXPOSÉE

LE SONDAGE CANADIEN SUR LE RESPECT DE LA VIE PRIVÉE



LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Siège social

275, rue Sparks, Suite 801
Ottawa, (Ontario) K1R 7X9
(613) 235-7215





abc

L'Association des banquiers canadiens



Consommation et Affaires commerciales Canada
Communications Canada
Statistiques Canada

EQUIFAX
CANADA



Commissaire
à la protection de
la vie privée du Canada

Privacy
Commissioner
of Canada

STENTOR



La puissance des télécommunications



TABLE DES MATIÈRES

	Page
RÉSUMÉ DE LA DIRECTION	i
AVANT-PROPOS	vii
1 INTRODUCTION	1
1.1 Genèse et contexte	1
1.2 Questions centrales et objectifs de l'étude	2
1.3 Méthodes et mises en garde	2
2 PRÉOCCUPATIONS DU PUBLIC AU SUJET DU RESPECT DE LA VIE PRIVÉE	4
2.1 Préoccupations généralisées	4
2.2 Évolution des préoccupations	6
2.3 Comparaison des résultats avec des données américaines récentes	7
2.4 Conceptions diverses de la vie privée	10
2.5 Compromis concrets : faire la part des choses dans la réalité quotidienne	12
2.6 Technologie et préoccupations au sujet du respect de la vie privée	14
3 CHAMP DE L'EXPÉRIENCE	17
3.1 Sérieuses atteintes à la vie privée	17
3.2 Exemples précis et réactions individuelles	20
4 PRISE DE CONSCIENCE, CONNAISSANCE DU PROBLÈME ET VOLONTÉ D'ACTION	28
5 TYPOLOGIE DE L'OPINION CANADIENNE	33
5.1 Dimensions schématiques de la vie privée	34
5.2 Répartition de la population par types distincts	39
6 CONCLUSIONS	45
6.1 Vie privée et transformation du paysage social	45
6.2 Qu'est-ce qu'une atteinte à la vie privée? Expériences et conceptions des Canadiens	46
6.3 Classement hiérarchique des préoccupations : du dérangement à la crainte	47
6.4 La vie privée selon les divers groupes sociaux	50
6.5 L'individu dans le système	51
6.6 Et maintenant?	52
ANNEXES	
ANNEXE A BIBLIOGRAPHIE	
ANNEXE B ÉQUIPE CHARGÉE DU PROJET	
ANNEXE C VALEURS MARGINALES DU SONDAGE	
ANNEXE D MÉTHODES D'ÉCHANTILLONNAGE ET DE PONDÉRATION	
ANNEXE E PROFIL DÉMOGRAPHIQUE DES SEGMENTS	



RÉSUMÉ DE LA DIRECTION

En raison de la constante mise en cause de la question du respect de la vie privée au Canada, les protagonistes clés ont décidé qu'il était temps de tenter de cerner les sentiments des Canadiens à cet égard. Une enquête téléphonique d'envergure a donc été réalisée auprès de quelque 3 000 ménages canadiens entre le 28 octobre et le 4 novembre 1992¹. Ce sondage a permis de dresser un profil juste et détaillé de l'opinion publique canadienne.

LE RESPECT DE LA VIE PRIVÉE : SOURCE DE SÉRIEUSES PRÉOCCUPATIONS

Actuellement, le niveau de préoccupation à l'égard du respect de la vie privée au Canada est remarquablement élevé. Quatre-vingt-douze p. cent de tous les Canadiens font état de niveaux de préoccupation modérément élevé ou plus, en ce qui touche cette question. Si on établit une comparaison de l'opinion publique entre certaines autres grandes questions de l'heure, la fréquence des niveaux de préoccupation « extrêmes »², au sujet de la protection de la vie privée (52 p. cent) surpasse le taux d'incidence observé dans le cas de l'unité nationale (31 p. cent) et est à peu près comparable à ceux touchant le chômage (56 p. cent) et l'écologie (52 p. cent).

Il existe un sentiment général voulant que la protection de la vie privée soit la cible d'un ensemble de menaces technologiques, commerciales et sociales. En outre, la plupart des gens (60 p. cent) croient que leur vie privée est moins respectée qu'il y a dix ans. Il semble également que les Canadiens soient davantage préoccupés du respect de la vie privée que les Américains. Cette profonde inquiétude touche tous les segments de la société et porte sur toute une gamme de problèmes. Cette préoccupation est cependant plus prononcée chez les personnes moins scolarisées, chez les francophones, les personnes âgées et la population féminine.

QU'EST-CE QUE L'ATTEINTE À LA VIE PRIVÉE? PERCEPTION ET EXPÉRIENCES VÉCUES DES CANADIENS

Pour les Canadiens, le concept de la « vie privée » englobe toute une gamme de préoccupations et d'activités. Le sens et l'interprétation de cette expression varient considérablement selon chacun et les diverses significations que l'on y accorde s'écartent souvent du discours que les experts et les décisionnaires en la matière tiennent sur la protection de la vie privée.

Dix-huit p. cent des Canadiens disent avoir été victimes d'une « sérieuse » atteinte à leur vie privée. Étant donné que plus de neuf Canadiens sur dix se disent préoccupés par la question, il est manifeste que, *dans le cas de la plupart des Canadiens, cette préoccupation ne découle pas de leur vécu*. Par ailleurs, ceci ne suppose pas que l'importance accordée à la question soit sans fondement. Il ne faut pas conclure que ces préoccupations sont injustifiées ou déraisonnables. Il semble que, chez la majorité, les préoccupations tiennent à d'autres facteurs tels les attitudes, l'aspect moralité, l'expérience des autres et le souci des répercussions que ces questions pourraient avoir à l'avenir, sur leur vie ou celle de leur famille.

Qu'entendons-nous précisément par une « atteinte sérieuse » à la vie privée? Les intrusions figurant parmi les plus importantes, sont les suivantes : *les actes criminels* (par ex., les vols, les entrées par effraction, les voies de fait et les agressions sexuelles); et les *dérangements ou intrusions* (par ex., les demandes de renseignements et les démarches non sollicitées de vente à domicile). Suivent d'autres catégories importantes dont *le harcèlement psychologique et verbal*. Les exemples des problèmes les plus fréquemment abordés dans le cadre des débats publics récents sur la réglementation sont plus rares. Nous entendons ici *l'utilisation abusive d'informations* (par ex., la divulgation de données sans consentement), *les problèmes relevant de la divulgation de données en matière de crédit et de situation financière* (par ex., renseignements inexacts portant sur la solvabilité), et *la surveillance en milieu de travail*. Environ 3 p. cent des répondants ont mentionné avoir rencontré des problèmes de cet ordre et estiment que ceux-ci constituent de « sérieuses atteintes » à leur vie privée. Les experts soulignent que de nombreux problèmes inhérents à la protection de la vie privée échappent au Canadien moyen.

ORDRE DES PRÉOCCUPATIONS : DE L'EMBÊTEMENT À LA CRAINTE

Les niveaux de préoccupation fluctuent considérablement selon l'aspect du droit à la vie privée en cause. Quels sont les problèmes soulevant le plus de soucis? L'inquiétude est généralement plus vive lorsque le problème est présenté en termes abstraits. Ainsi, les aspects « globaux » liés au respect de la vie privée, les pratiques relativement mal connues tels la transmission d'informations entre bases de données et la surveillance ou l'écoute sans consentement ou sans avertissement provoquent davantage de réactions « extrêmes » que les intrusions plus banales des entreprises de télémarketing. Les types d'intrusion plus familiers dont l'objet et la nature sont bien connus ont tendance à être plus acceptées.

Il existe également un écart considérable entre les niveaux de tolérance, selon la *nature* des renseignements personnels en cause; 45 p. cent des répondants se sont dits extrêmement préoccupés par les demandes de renseignements financiers alors que seul 8 p. cent des répondants ont fait état de la même opinion au sujet de la demande de leur âge. La cueillette d'informations de la part de *diverses personnes ou de divers organismes* est également perçue de manière extrêmement divergente; par exemple, 49 p. cent des répondants font état d'un niveau de préoccupation extrême à l'endroit des entreprises de vente à domicile alors que 14 p. cent des répondants expriment le même niveau de préoccupation lorsque la requête provient des médecins ou des hôpitaux.

L'interaction des cinq facteurs suivants tendent à faire décroître les niveaux de préoccupation :

- (i) *Le niveau de connaissance et de reconnaissance* — en général, la crainte est plus importante lorsqu'un individu ne connaît rien du processus et de la raison d'être d'une demande de renseignements. Paradoxalement, tant la connaissance que l'ignorance donnent lieu à une réaction de préoccupation des plus extrêmes. Les uns redoutent les atteintes à leur vie privée parce qu'ils estiment que leur connaissance de la technologie de l'information leur permet de juger dans quelle mesure leurs intérêts personnels en sont menacés. Les autres se sentent également menacés en raison du fait qu'ils n'ont aucune idée des répercussions possibles de la technologie.
- (ii) *La transparence* — les Canadiens sont plus à l'aise lorsque la situation est claire, et le processus explicite, c'est-à-dire lorsqu'ils en comprennent les règles.
- (iii) *Le consentement, le contrôle et la réglementation* — les atteintes à la vie privée, et plus précisément lorsqu'il s'agit de renseignements personnels, sont beaucoup plus facilement acceptées lorsque les intéressés estiment avoir un certain contrôle sur le processus en cause. Ce sentiment de contrôle relève peut-être de la liberté de consentement ou de l'existence de certaines mesures de réglementation.
- (iv) *La raison d'être et les avantages* — les intrusions sont relativement mieux acceptées lorsque la raison d'être et les avantages en sont clairement perçus.
- (v) *La légitimité et la confiance* — les entreprises ou les agences reconnues et qui jouissent de la plus grande confiance du public soulèvent beaucoup moins de soucis que celles auxquelles les gens ne se fient pas autant.

En bref et plus simplement, cette hiérarchisation est fondée sur l'observation suivante : les gens font état de deux catégories de préoccupations bien distinctes en matière du respect de la vie privée — les simples embêtements et les craintes. Les embêtements comportent les dérangements ou les intrusions (par ex., la sollicitation téléphonique ou la réception de courrier publicitaire). Parmi les formes plus insidieuses d'atteintes à la vie privée figurent les menaces concrètes telles la surveillance et l'écoute, le harcèlement ou encore l'utilisation déplacée et préjudiciable de renseignements personnels. Ces facteurs entraînent la crainte. Cette crainte comporte également un sentiment d'inquiétude générale quant aux répercussions subséquentes qui pourraient ressortir des renseignements personnels divulgués. Nous entendons entre autres l'établissement de correspondances et de liens non approuvés entre banques de données à des fins inconnues et potentiellement dommageables.

La plupart des Canadiens réagissent sans trop d'outrage aux dérangements. Ils jettent ou lisent le courrier publicitaire, ils raccrochent ou écoutent les messages de télémarketing, ils participent aux sondages ou refusent de le faire. Les atteintes sérieuses, vécues ou hypothétiques, sont ce qui trouble le plus les Canadiens, lesquels estiment que le système actuel ne comporte pas de mesures de protection adéquates. Ils souhaiteraient l'exercice d'un plus grand contrôle, la liberté d'accorder leur consentement et l'assurance d'être davantage protégés. Toutefois, ils ne conçoivent pas très clairement de quelle façon atteindre ces objectifs.

LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE SELON LES DIVERS GROUPES SOCIAUX

Les préoccupations ne sont pas réparties de façon aléatoire dans toute la population. Elles sont plus vives dans certains groupes qui, relativement à d'autres, ont toujours été moins influents dans la société canadienne. Ces groupes sont les suivants : les personnes âgées (59 p. cent de préoccupation « extrême », par rapport à 43 p. cent chez les 18-29 ans); les gens moins scolarisés (58 p. cent dans le cas de ceux qui ont terminé leurs études au niveau secondaire ou moins, par rapport à 44 p. cent chez ceux qui détiennent un diplôme d'études supérieures); les femmes (56 p. cent par rapport à 46 p. cent dans le cas des hommes). Les francophones sont aussi plus préoccupés (60 p. cent par rapport à 48 p. cent chez les anglophones), mais cela s'explique probablement par le fait que les Québécois sont plus sensibilisés à la question.

Ces données et d'autres renseignements provenant du sondage semblent trahir l'existence d'un fossé entre classes sociales quant à la nature et aux répercussions des problèmes touchant la protection de la vie privée. Pour les classes les moins influentes et moins privilégiées, les menaces contre la vie privée sont vagues mais tout de même inquiétantes. L'impuissance, alliée à une désillusion de plus en plus profonde à l'égard du gouvernement et d'autres institutions, contribue à faire naître une crainte généralisée du problème. Parallèlement, leur marginalisation économique les prive des moyens d'identifier les problèmes et d'y réagir. Par exemple, ces personnes sont les moins en mesure d'acquiescer certaines des nouvelles technologies conçues pour réduire au minimum les atteintes à la vie privée. D'autre part, elles sont également les moins susceptibles de faire l'objet des intrusions des vendeurs, puisqu'elles ne sont pas des cibles intéressantes pour le marketing. Malgré une préoccupation extrême au sujet de leurs propres droits au respect de leur vie privée, elles sont aussi les plus laxistes sur le plan de l'attitude personnelle à l'égard des atteintes à la vie privée. Ainsi, les Canadiens les moins favorisés sont plus portés à approuver l'utilisation de récepteurs par balayage et les moins préoccupés du fait qu'on observe la vie personnelle des personnalités connues. Ils sont aussi les plus disposés à accepter le statu quo sur le plan législatif.

Les membres plus favorisés de la société, pour leur part, comprennent et vivent les problèmes de protection de la vie privée d'une manière fondamentalement différente. À titre de consommateurs, ce sont eux qui sont les plus portés à utiliser les technologies nouvelles de l'information. Vu leur revenu disponible plus considérable, ils sont la cible de la majorité des intrusions des entreprises de télémarketing et des organismes de charité. Enfin, ce sont eux qui sont les plus intéressés par les nouveaux services de protection de la vie privée et qui peuvent se les permettre.

Une analyse approfondie de segmentation a fait ressortir cinq types de Canadiens. Ces types constituent une image plus consistante des différences entre les groupes. Ces groupes sont présentés ci-dessous, des catégories les plus vivement préoccupées aux moins préoccupées.

- *Les artisans de la réglementation craintives* forment le groupe le plus important (31 p. cent) et craignent l'utilisation insidieuse de la nouvelle technologie de l'information. Ce groupe est relativement cultivé et les cols blancs, les femmes et les Québécois y sont surreprésentés. Ce groupe revendique de rigoureux contrôles gouvernementaux.
- *Les technophobes extravertis* (23 p. cent) ont également d'urgentes préoccupations au sujet de la protection de la vie privée. À la différence du premier groupe, leurs craintes reposent sur l'appréhension des possibilités inconnues des nouvelles technologies. Ce groupe tend à être marginalisé sur le plan économique, et les femmes et les personnes âgées y sont surreprésentées.
- *Les individualistes prudents/autonomes* (6 p. cent) manifestent un niveau « modéré » de préoccupation et ils perçoivent beaucoup moins nettement la nécessité d'une intervention de l'État, préférant se fier à leurs propres ressources. Ils sont jeunes et initiés à l'informatique.
- *Les pragmatistes ouverts* (22 p. cent) forment le groupe de modérés. Ils ne sont pas terriblement préoccupés par la nouvelle technologie et ils ne se distinguent par aucun trait social et démographique particulier.
- *Les indifférents* (18 p. cent) se situent dans la moyenne en matière de plusieurs facteurs d'attitude. Ils ne sont pas très intéressés par les problèmes inhérents au respect de la vie privée. Ils sont plutôt jeunes, moins scolarisés, et les francophones y sont surreprésentés.

L'INDIVIDU DANS LE SYSTÈME

Malgré des niveaux de préoccupation élevés, *beaucoup de Canadiens n'estiment pas être impuissants* devant ce qui leur apparaît comme des menaces croissantes à la vie privée. Nous notons d'importantes divergences au sein de la population quant au rôle de l'individu dans la lutte contre les atteintes à la vie privée.

Bien que la plupart des Canadiens disent ne pas se sentir en mesure d'assumer la protection de leur vie privée, une importante minorité s'estime tout à fait capable de relever ce défi. La population est divisée de manière égale en termes du rapport entre la connaissance des nouvelles technologies et les répercussions possibles sur le plan de la protection de leur vie privée. Les personnes les plus scolarisées et les plus au fait de la technologie font état d'un niveau d'appréhension beaucoup moins élevé.

La plupart des Canadiens sont d'avis que la protection de la vie privée incombe à l'État ou encore que cette responsabilité doit être assumée et par l'État et par l'entreprise. Pourtant, nombre de Canadiens estiment que l'individu tient un rôle important en matière de solution des problèmes de protection de la vie privée. Deux Canadiens sur trois croient que la solution des problèmes de protection de la vie privée est « la responsabilité de chacun ». Ces réactions ne sont pas incohérentes. La plupart des Canadiens optent pour une double approche, souhaitant que la responsabilité soit partagée entre l'individu, le gouvernement et l'entreprise.

La plupart des gens semblent bien se débrouiller dans la vie quotidienne. Ils raccrochent le récepteur, refusent d'être dérangés ou, avec une fréquence étonnante, cèdent aux demandes. Une minorité non négligeable (de 20 à 35 p. cent) de

citoyens ont vérifié et (ou) corrigé des dossiers personnels dans des banques de données, ont fait retirer leur numéro de téléphone de l'annuaire, ont eu recours à un service de gestion des appels ou à d'autres services connexes en vue de contrôler davantage ces atteintes à leur vie privée. Nombre de Canadiens souhaiteraient voir le gouvernement intervenir dans le cas de craintes plus sérieuses ou de problèmes plus indirects ou plus graves.

ET MAINTENANT?

L'objet de la présente étude n'a jamais été d'étayer des recommandations en matière de politiques. Par contre, ses résultats livrent un aperçu important quant aux orientations à prendre. Si l'étude ne peut proposer un plan précis pour les mesures à venir, elle esquisse des paramètres importants à partir de l'opinion publique. Une liste préliminaire comprendrait les points suivants :

- Il existe des niveaux très élevés de préoccupation et une profonde conviction que des mesures doivent être prises en vue de contrer les atteintes croissantes à la vie privée.
- Il n'y a pas de consensus clair, encore moins de programme, au sujet des mesures à prendre.
- Ce qui anime clairement la volonté d'intervention est la recherche d'un plus grand contrôle. Les Canadiens veulent être rassurés et savoir que quelqu'un surveille la situation et défend leurs intérêts.
- Les Canadiens préfèrent très nettement une réglementation gouvernementale à une autoréglementation strictement volontaire de la part de l'entreprise.
- Par ailleurs, les Canadiens n'expriment pas de préférence nette au sujet d'un modèle de partenariat, de collaboration entre le gouvernement et l'entreprise et d'une intervention purement législative. Le sondage laisse supposer que la participation du gouvernement est obligatoire — qu'il agisse seul ou de concert avec le secteur privé.
- Les Canadiens estiment avoir, en tant qu'individus, une importante responsabilité en matière de protection de leur vie privée.

Il ne faut utiliser qu'avec prudence les données des sondages en raison des ambiguïtés et des caprices observés dans ce domaine. Il importe de noter particulièrement l'écart entre le langage des experts et des décisionnaires, en matière de vie privée, et l'interprétation du public à ce même sujet. Malgré ces difficultés, ces observations ne devraient pas être négligées dans le cadre de l'élaboration de toute nouvelle politique.

NOTES DE FIN DE TEXTE

1. Dans le pire des cas, l'échantillon global permet un intervalle de confiance, à 95 p. cent, de + ou - 1,8 p. cent.
2. Le niveau de préoccupation « extrême » correspond au point le plus élevé d'une échelle de 1 à 7, le premier échelon étant « pas du tout préoccupé » et le dernier, « extrêmement préoccupé ».



AVANT-PROPOS

Ceci est la première étude globale et approfondie des attitudes, des expériences et des préoccupations des Canadiens au sujet de la vie privée — nous avons besoin de cette information dans une société qui dépend de plus en plus de la technologie moderne des communications, ainsi que de la collecte et de l'utilisation des données personnelles détenues par le gouvernement et le secteur privé.

Les technologies nouvelles changent nos existences. Les avantages sont indéniables. De nos jours, des organisations peuvent accélérer la communication, réduire les dépenses, améliorer et étendre les services, de même que mettre au point de nouveaux produits. Les consommateurs peuvent avoir accès à l'information, se prévaloir d'un meilleur service et jouir d'une plus grande latitude. Nous y gagnons tous.

La libre circulation de l'information — surtout électroniquement — se veut le sceau des sociétés modernes. Toutefois, il s'agit de déterminer comment utiliser les nouveaux outils d'information sans en perdre la maîtrise. Plus précisément, la collecte, la manipulation et la dissémination des renseignements personnels des Canadiens soulèvent des questions importantes d'éthique. Comment maintenir un équilibre entre les intérêts commerciaux, d'une part, et la nécessité pour le client de protéger ses renseignements personnels, d'obtenir une garantie quant à leur utilisation à bon escient et de comprendre leur incidence sur les décisions le touchant, d'autre part.

L'étude ne vise pas à conclure le débat sur la vie privée puisque ce débat commence à peine. Les résultats permettront au gouvernement, au secteur privé et au public, de déterminer quelles politiques et quelles mesures traduiront les valeurs des Canadiens et leurs préoccupations en matière de vie privée.

L'étude a été entreprise de concert par le secteur privé et le gouvernement fédéral et représente une vaste gamme d'intérêts. L'inspiration et le premier à contribuer financièrement est Stentor politiques publiques Telecom Inc., le groupe de coordination des compagnies de téléphones canadiennes. Sans Stentor, et sans la contribution de son directeur national de la politique sociale, M. Brian Milton, ce projet n'aurait pas vu le jour.

Sept autres organisations ont offertes des ressources financières et humaines : Banque Amex du Canada, l'Association des banquiers canadiens, Equifax Canada Inc., Communications Canada, Consommation et Affaires commerciales Canada, le Commissariat à la protection de la vie privée et Statistique Canada. (Les membres du comité de gestion sont nommés ci-bas.)

Le groupe remercie Colin Bennett, professeur associé de science politique à l'Université de Victoria, de même que Pierrôt Péladeau, chercheur et défenseur de la vie privée, pour leurs contributions avisées, leurs suggestions et leurs commentaires sur le questionnaire et le rapport final.

Les membres reconnaissent également le travail exceptionnel de la firme Ekos Research Associates Inc. qui a effectué la recherche et la rédaction du rapport sur ce sujet très ardu. Le président d'Ekos, Frank Graves, ainsi que son équipe ont consacré nombre d'heures supplémentaires au projet et ils ont produit une analyse approfondie et de qualité du sondage.

Joanne DeLaurentiis	Vice-présidente Affaires publiques et réseaux canadiens	Association des banquiers canadiens
Louise Desramaux	Directeur Services d'accès et de contrôle des données	Statistique Canada
Peter Ferguson	Analyste principal de politique	Consommation et Affaires commerciales Canada
Michel C. Globensky	Vice-président adjoint Administration et Sécurité	Equifax Canada Inc.
Sally Jackson	Directeur Affaires publiques	Commissariat à la protection de la vie privée du Canada
Veronica Maidman	Présidente et Chef de l'exploitation	Equifax Canada Inc.
Helen McDonald	Directrice Planification de la stratégie	Communications Canada
Brian Milton	Directeur national Politiques sociales	Stentor politiques publiques Télécom Inc.
Andrew Reddick	Conseiller	Communications Canada
Jim Tobin	Vice-président Affaires internationales des consommateurs	Banque Amex du Canada



1

INTRODUCTION

1.1

GENÈSE ET CONTEXTE

Le respect de la vie privée dans la société fait l'objet d'un débat permanent. La croissance rapide et la concentration des populations humaines, depuis un siècle, ont fait de la vie privée un besoin fondamental à la fois plus pressant et plus difficile à satisfaire. Plus récemment, les progrès de la technologie de l'information ont fait peser des menaces plus lourdes encore sur la vie privée dans la société moderne. L'appétit vorace d'information, dans les bureaucraties du secteur public et du secteur privé, a conféré une importance accrue au respect des renseignements personnels. Si, comme Sissela Bok, nous définissons la vie privée comme « le fait d'être à l'abri de tout contact non souhaité avec les autres, qu'il s'agisse du contact physique, de renseignements personnels ou de l'attention des autres », il est fort possible que la vie privée soit l'une des valeurs les plus menacées de la société contemporaine¹. Si, par contre, nous proposons une conception encore plus large, nous pouvons dire que le respect de la vie privée, à l'ère post-moderne, est crucial dans l'équilibre précaire à préserver entre individu et société².

Au Canada, un grand nombre des principaux protagonistes du secteur public et du secteur privé³, dans ce débat, ont décidé qu'il serait opportun et utile de sonder l'opinion des Canadiens sur le sujet. Les atteintes à la vie privée sont-elles perçues comme de graves problèmes? Quelle importance les Canadiens y attachent-ils et comment voudraient-ils qu'on s'y attaque, si toutefois ils souhaitent qu'on le fasse?

Un vaste sondage téléphonique effectué en octobre et novembre 1992 a permis de rejoindre quelque 3 000 ménages canadiens⁴. Cette enquête livre une image plutôt détaillée de l'opinion canadienne, et les constatations qui en ressortent sont à la fois évidentes et étonnantes. Pris dans son ensemble, le sondage donne une assez bonne idée du niveau de conscience et de préoccupation ainsi que des problèmes éprouvés

1 Sissela Bok, *On the Ethics of Concealment and Revelation*, 1984, p. 10-11.

2 Voir, par exemple, Pierrôt Péladeau, « The Informational Privacy Challenge: The Technical Rule of Law », 1990.

3 Banque Amex du Canada, Association des banquiers canadiens, Consommation et Affaires commerciales, ministère des Communications, Equifax Canada Inc., Commissariat à la protection de la vie privée, Statistique Canada et Stentor politiques publiques Télécom inc.

4 Le sondage s'est fait à partir d'installations centralisées d'entrevues téléphoniques assistées par ordinateur entre le 28 octobre et le 4 novembre 1992. Dans le pire des cas, l'échantillon a permis un intervalle de confiance, à 95 p. cent, de + ou - 1,8 p. cent.

en matière de respect de la vie privée. Il fournit également des indications concrètes sur l'orientation à prendre. S'il ne donne pas un plan précis pour l'avenir, il établit des paramètres et une orientation générale. Cette étude, même si son interprétation peut donner lieu à des divergences d'opinions, devrait éclairer ce débat crucial au lieu de l'exacerber.

1.2

QUESTIONS CENTRALES ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

L'objet de l'étude était de fournir un sondage repère qui fasse autorité au sujet des attitudes, aspirations, opinions, valeurs et expériences des Canadiens. Il existait des profils passablement détaillés de l'opinion américaine (par ex., *Harris-Equifax Consumer Privacy Survey*, 1991), mais la situation canadienne restait inconnue.

L'étude aborde une gamme ambitieuse de questions, qui reflètent la complexité intrinsèque du problème, et elle permet de saisir l'essentiel sur six grandes questions :

1. Les droits individuels et propriété des renseignements personnels.
2. Le contrôle de l'utilisation des renseignements et les compromis qu'il comporte.
3. La prise de conscience du problème et l'expérience vécue.
4. La technologie et la vie privée.
5. Les attitudes à l'égard du gouvernement et du secteur privé.
6. Les attitudes à l'égard des dispositions réglementaires et législatives.

1.3

MÉTHODES ET MISES EN GARDE

Le respect de la vie privée est un objet de recherche exceptionnellement difficile. Paradoxe flagrant mais incontournable, on recourt à des méthodes de sondage social scientifique pour étudier la vie privée. Selon une enquête effectuée récemment sur la vie privée par la maison américaine Louis Harris⁵, les sondages viennent au deuxième rang des intrusions les plus menaçantes dans la vie privée (derrière les services policiers).

Les recherches ont porté sur un échantillon aléatoire représentatif à l'échelon national composé de 3 015 ménages. Des entrevues téléphoniques ont été faites avec des Canadiens de 18 ans et plus à partir du CETA⁶ de la maison de recherche Ekos, à Hull, entre le 28 octobre et le 4 novembre 1992. Le sondage comprenait environ 90 questions qui donnent une vue d'ensemble sur l'attitude du public à propos du respect de la vie privée. On trouvera à l'annexe B⁷ l'instrument de sondage et les valeurs marginales.

5 Louis Harris and Associates et Alan Westin, *Harris-Equifax Consumer Privacy Survey*, 1991.

6 Centre d'entrevues téléphoniques assistées par ordinateur.

7 Comme dans tout sondage bilingue, il y a certainement de subtiles différences entre le questionnaire anglais et le questionnaire français. Les effets peuvent être plus notables dans certains secteurs que dans d'autres. Pour vérifier les divergences attribuables à la traduction, nous avons fait des analyses statistiques tenant compte à la fois de la langue et de la région. Dans les rares cas où des divergences ont été observées, elles ont été prises en considération dans l'interprétation des données et des conclusions.

Les attitudes et les valeurs ont été examinées à la lumière des compromis et des comportements. Diverses approches conceptuelles et analytiques ont été exploitées pour brosser un tableau superficiel et aussi révéler une réalité plus profonde. Ainsi, on a mesuré des indicateurs multiples permettant d'évaluer des notions clés (par ex., la crainte des intrusions) au moyen de plusieurs types de questions. Une série de questions sur des attitudes et comportements connexes ont été posées pour vérifier l'attitude à l'égard de la vie privée. Par exemple, on a demandé aux répondants s'ils accepteraient que leur nom soit publié dans le présent rapport (moyen de vérifier la solidité des convictions au sujet de la vie privée).

L'analyse de la qualité des données permet d'établir que nos observations sont fiables. L'étude comprenait un sondage de suivi distinct auprès de ceux qui avaient d'abord refusé de répondre, de manière à évaluer le sérieux de ce refus. Le groupe rejoint pour ce sondage de suivi ne différait pas de façon appréciable de l'échantillon initial du point de vue socio-démographique et des attitudes clés. Un exposé plus détaillé sur l'échantillonnage et la qualité des données figure dans un rapport technique distinct.

Il importe de souligner que les données du sondage sont, dans une grande mesure, le reflet des perceptions, attitudes et convictions des répondants. L'étude comprenait des questions sur le comportement (par ex., la fréquence des atteintes à la vie privée), mais les réponses verbales sont des indicateurs imparfaits de la réalité « objective ». Les attitudes, les défaillances de la mémoire et les préjugés au sujet de ce qui est socialement souhaitable, tout cela concourt à creuser l'écart entre la réalité objective et le compte rendu qui en est fait. On décrit parfois ce phénomène comme l'écart entre l'expression et les faits, et le lecteur ne doit pas oublier que l'étude relève avant tout du domaine de l'expression. Il faut également admettre que certains types de problèmes de respect de la vie privée peuvent échapper aux répondants (par ex., ils peuvent ignorer qu'ils sont surveillés, qu'il existe sur eux des dossiers inexacts, etc.).

Dernier avertissement : le lecteur doit tenir compte de l'inévitable conflit inhérent à l'utilisation de méthodes scientifiques d'enquête sociale pour étudier le respect de la vie privée. Les chercheurs chargés de l'enquête, ainsi que plusieurs de ceux qui ont parrainé l'étude, recueillent des renseignements dans le cours normal de leurs activités. Nous avons employé des méthodes de recherche indiscretes, empiétant sur la vie privée des répondants. Nous croyons que nos recherches contribuent à l'amélioration de la prise de décisions et font progresser les connaissances sur la société, mais il demeure que ce type de recherches est notre gagne-pain. Le lecteur doit être conscient de ce conflit à peu près inévitable, bien qu'il n'ait pas influencé, croyons-nous, la conception du sondage, l'analyse des données ni le compte rendu des résultats.



2

PRÉOCCUPATIONS DU PUBLIC AU SUJET DU RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

2.1

PRÉOCCUPATIONS GÉNÉRALISÉES

De nos jours, les préoccupations au sujet du respect de la vie privée sont remarquablement vives au Canada. Seulement 3 p. cent des répondants ne sont « aucunement » préoccupés par la question; 52 p. cent sont extrêmement préoccupés⁸, et au moins 92 p. cent sont au moins « modérément préoccupés ». Où se situent les préoccupations au sujet du respect de la vie privée dans la hiérarchie élargie des préoccupations de l'opinion publique? Une comparaison entre les préoccupations suscitées par ce problème particulier et celles qui tiennent à d'autres sujets d'intérêt public montre bien à quel point les Canadiens s'inquiètent des atteintes à la vie privée. Le niveau d'extrême préoccupation à ce sujet équivaut à celui observé pour l'écologie et n'est qu'à peine inférieur à celui que suscitent le chômage et l'éducation. Même si le sondage a été mené immédiatement après la tenue du référendum sur l'Accord constitutionnel de Charlottetown, le respect de la vie privée était considéré comme une question beaucoup plus importante que l'unité nationale. Le tableau 2.1 illustre la comparaison des préoccupations suscitées par ces diverses questions⁹.

8 Tout au long du rapport, nous accordons une attention spéciale au septième échelon de l'échelle de 7 points (par ex., « extrêmement préoccupé », « tout à fait d'accord »). Pour presque toutes les questions, la plupart des gens peuvent être préoccupés ou d'accord jusqu'à un certain point. L'échelon le plus élevé donne une idée du sentiment d'extrême urgence et des attitudes les plus profondément ancrées. C'est pourquoi il fait l'objet d'une attention spéciale dans notre analyse et notre présentation.

9 Tous les graphiques du rapport présentent une illustration des données du sondage. Le lecteur trouvera à l'annexe B le libellé exact des questions ainsi que les fréquences respectives dans chaque catégorie, la moyenne des variables continues et la taille de l'échantillon.

Pour les échelles de sept points, les catégories 2 et 3 et 5 et 6 respectivement ont été fusionnées. Comme la légende l'indique, les catégories sont représentées dans le diagramme à barres horizontales par différentes teintes. Les barres illustrent l'échelle des réponses, de gauche à droite, en allant de la cote la plus faible à la plus élevée. Par exemple, les extrêmes sur l'échelle de sept points (1 et 7) sont en noir, le 1 étant à l'extrême gauche, et le 7 à l'extrême droite. La longueur des barres est proportionnelle au pourcentage des répondants qui ont opté pour la catégorie en cause.

TABLEAU 2.1
 DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS PRÉOCCUPÉ PAR
 CHACUNE DES QUESTION SUIVANTES?

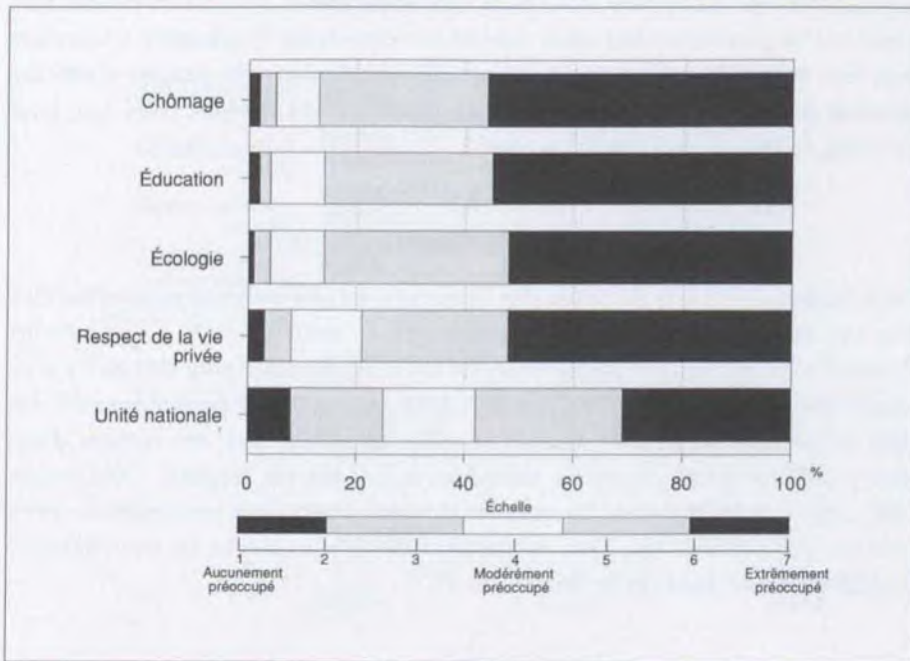
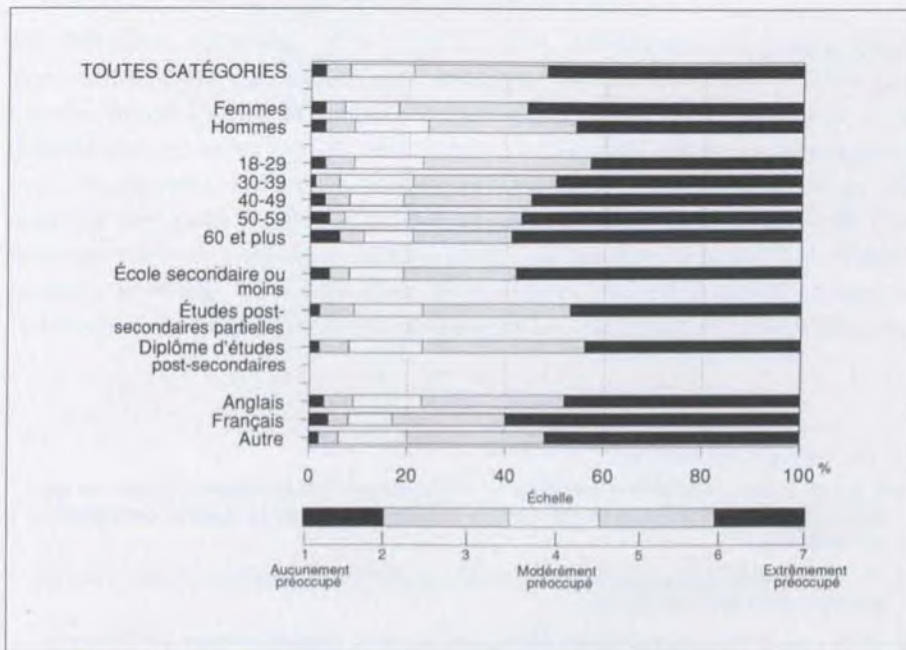


TABLEAU 2.2
 PRÉOCCUPATIONS GÉNÉRALES AU SUJET DU RESPECT DE LA VIE PRIVÉE,
 SELON LES FACTEURS SOCIODÉMOGRAPHIQUES



Ce sont les groupes qui ont toujours été sous-représentés dans le courant central de la vie politique et économique qui ont le plus tendance à se dire préoccupés au sujet du respect de la vie privée : femmes, personnes âgées, francophones,¹⁰ et personnes moins scolarisées. Le tableau 2.2 illustre cette constatation. Les préoccupations sont aussi un peu plus vives chez ceux qui ont fait eux-mêmes l'expérience d'intrusions dans leur vie privée¹¹; 57 p. cent de ceux qui ont dit avoir été victimes d'atteintes sérieuses à leur vie privée ont exprimé une préoccupation extrême, alors que, pour les autres, la proportion est de 51 p. cent¹².

2.2

ÉVOLUTION DES PRÉOCCUPATIONS

On a l'impression que la vie privée des Canadiens est plus menacée aujourd'hui qu'il y a dix ans. La majorité des Canadiens (60 p. cent) estiment « avoir moins d'intimité » qu'il y a dix ans; 40 p. cent sont tout à fait d'accord pour dire qu'il y a eu érosion de la vie privée. Encore une fois, cette impression est particulièrement vive chez les personnes moins scolarisées et celles qui disent avoir été victimes d'une atteinte sérieuse à leur vie privée. Le tableau 2.3 illustre ces rapports. Cette crainte croissante ne se limite pas au Canada. Les données américaines permettent de croire que les inquiétudes au sujet du respect de la vie privée se sont accrues considérablement depuis la fin des années 70¹³.

10 Il est clair que l'inégalité d'influence et de privilèges des francophones est un fait qui appartient à l'histoire plutôt qu'une caractéristique de la société canadienne d'aujourd'hui.

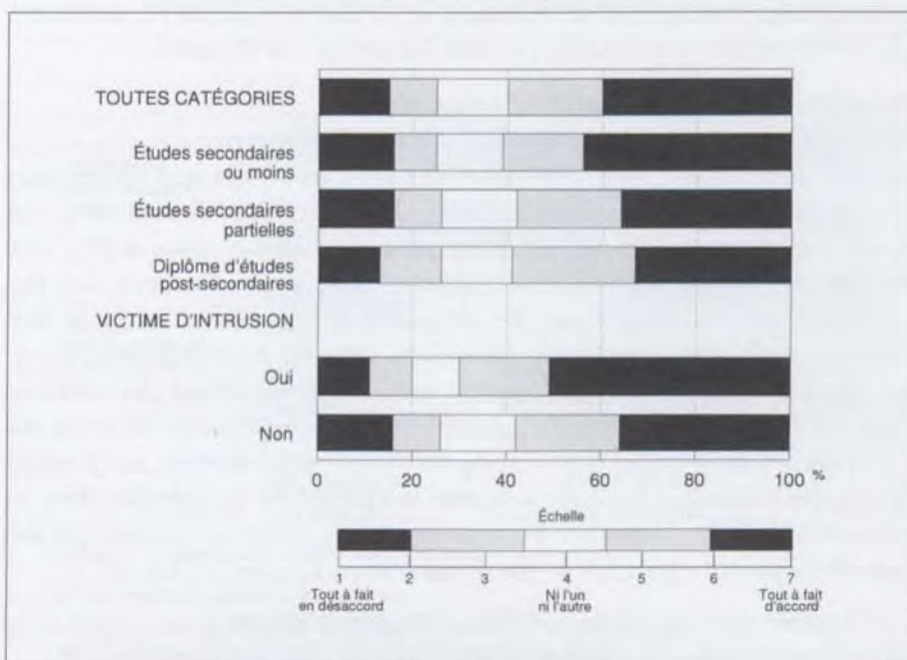
11 On a demandé aux répondants s'ils avaient *jamais* été victimes d'une intrusion sérieuse dans leur vie privée.

12 Dans tout le rapport, seules les différences qui sont statistiquement significatives, à un niveau de 0,05 (intervalle de confiance de 95 p. cent) sont signalées. La plupart des écarts sont significatifs à $p < .001$.

13 Voir, par exemple, Louis Harris and Associates et Alan Westin, *Harris-Equifax Consumer Privacy Survey*, 1991, p. 3.

TABLEAU 2.3

**JE SENS QUE J'AI MOINS D'INTIMITÉ PERSONNELLE AUJOURD'HUI
DANS MA VIE DE TOUS LES JOURS QU'IL Y A DIX ANS**



2.3

**COMPARAISON DES RÉSULTATS AVEC DES DONNÉES
AMÉRICAINES RÉCENTES**

Les différences culturelles, d'un pays à l'autre, compliquent les comparaisons significatives entre les données des sondages. Les difficultés sont d'autant plus grandes lorsqu'il s'agit de l'attitude à l'égard du respect de la vie privée, vu la diversité des conceptions qu'on peut se faire des éléments clés¹⁴. Les comparaisons avec des données récentes de sondages réalisés aux États-Unis, fondées sur des questions analogues à celles de notre sondage ainsi que sur une question clé d'un sondage national, sont d'une grande utilité. Les résultats (tableau 2.4) révèlent quelques similitudes entre Canadiens et Américains quant à l'attitude au sujet de l'insuffisance de respect de la vie privée et à leurs expériences personnelles des

¹⁴ Colin Bennett, *Regulating Privacy: Data Protection and Public Policy in Europe and the United States*, 1992, p. 37.

atteintes à la vie privée. Les préoccupations semblent toutefois plus vives au Canada qu'aux États-Unis. On observe en outre d'importantes différences de fond quant à ce que les répondants considèrent comme la source des intrusions dans leur vie privée. La comparaison montre aussi qu'Américains et Canadiens n'ont pas nécessairement une conception identique de ce qui constitue une atteinte à la vie privée.

Perception des droits au respect de la vie privée des consommateurs et du contrôle exercé par les consommateurs

Les Canadiens ont plus tendance que les Américains à penser que les consommateurs ne contrôlent pas la transmission ni l'utilisation des renseignements personnels qui les concernent. Comme le tableau 2.4 l'indique, 61 p. cent des Canadiens et 39 p. cent des Américains sont tout à fait d'accord pour dire que « les consommateurs n'ont plus aucun contrôle sur la façon dont les informations personnelles à leur sujet sont transmises et utilisées par les entreprises ». Cette même figure révèle également que, fait quelque peu paradoxal, les Canadiens sont proportionnellement plus nombreux (22 p. cent) que les Américains (10 p. cent) à être tout à fait d'accord pour dire que « leurs droits à la vie privée, en ce qui concerne leur situation de crédit, sont protégés de manière adéquate par les lois existantes et les pratiques qui prévalent dans les entreprises ». Il n'y a pas de différence appréciable quant au pourcentage des répondants qui sont « tout à fait en désaccord »¹⁵.

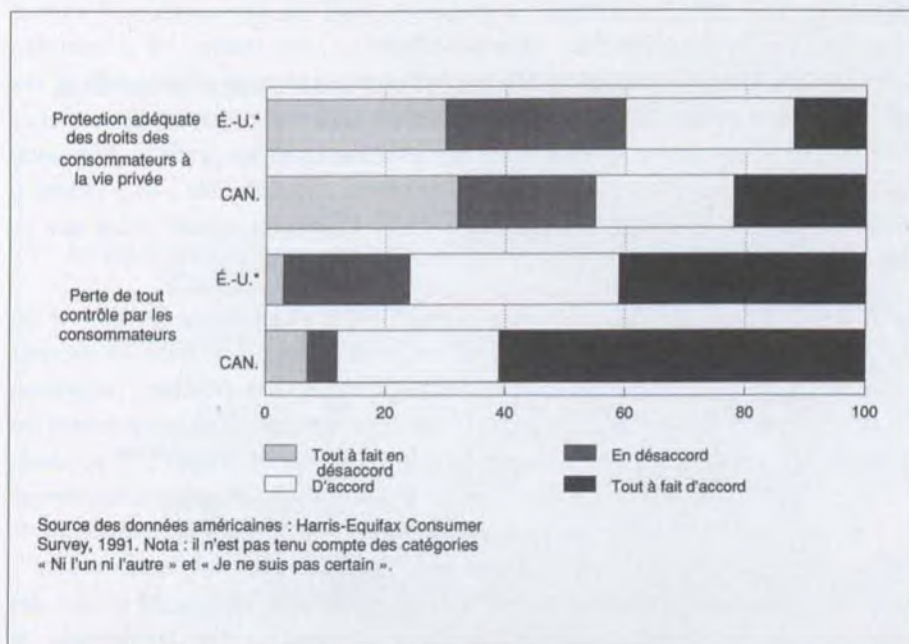
La conclusion selon laquelle les Canadiens s'inquiètent davantage du respect de la vie privée cadre-t-elle avec les comparaisons internationales antérieures? En 1984, la maison Gallup a demandé à des répondants de six pays s'ils pensaient qu'« il n'y a pas de vraie vie privée parce que l'État peut apprendre tout ce qu'il veut sur les citoyens ». Au Canada, 68 p. cent des répondants ont dit que c'était déjà le cas, alors que la proportion n'était que de 47 p. cent aux États-Unis¹⁶. Répondant à la même question en 1992, 73 p. cent des Canadiens se sont dits tout à fait d'accord (échelon 6 ou 7 de l'échelle de 1 à 7) sur l'énoncé ci-dessus. Ce qui importe, c'est

15 Les comparaisons se fondent sur des questions de sondage identiques, mais pour lesquelles les échelles de réponse diffèrent. Dans l'étude américaine (Harris-Quifax Consumer Privacy Survey, 1991), les quatre choix suivants sont proposés aux répondants : « tout à fait d'accord », « modérément d'accord », « tout à fait en désaccord » et « modérément en désaccord ». La réponse « ni l'un ni l'autre » n'a pas été proposée, mais acceptée. De manière à comparer les résultats américains et ceux recueillis au moyen de l'échelle de sept points (de « tout à fait d'accord » à « tout à fait en désaccord ») utilisée pour la présente étude, nous avons supprimé dans les deux séries de données les réponses « ni l'un ni l'autre » et « je ne suis pas certain », fusionné les catégories 5 et 6 pour les faire correspondre à « modérément d'accord » et les catégories 2 et 3 pour les faire correspondre à « modérément en désaccord ». Selon nous, il s'agit de la transformation qui convient le mieux. Si les catégories 6 et 7, d'une part, et 1 et 2, d'autre part, étaient modifiées pour correspondre à « tout à fait d'accord » et « tout à fait en désaccord », les grandes conclusions demeureraient les mêmes, mais les différences ressortiraient encore plus vivement. Dans le cas de la protection des droits, les opinions des Canadiens seraient encore plus tranchées : 45 p. cent et 30 p. cent dans les catégories de « tout à fait d'accord » et de « tout à fait en désaccord ». Quant à la question sur la perte de contrôle, environ 73 p. cent des Canadiens seraient tout à fait d'accord, proportion presque deux fois plus élevée qu'aux États-Unis.

16 Gallup, *Six-Nation Survey on Orwell's "1984"*, 1984. Extrait de Colin Bennett, *op. cit.*, p. 37.

TABLEAU 2.4

**RESPECT DE LA VIE PRIVÉE DES CONSOMMATEURS ET
 CONTRÔLE EXERCÉ PAR LES CONSOMMATEURS -
 COMPARAISONS ENTRE LES OPINIONS CANADIENNE ET AMÉRICAINE**



que les Canadiens sont plus portés que les Américains (dans une proportion de une fois et demie) à opter pour la réponse traduisant une grande préoccupation, ce qui est analogue aux résultats de la comparaison portant sur la « perte de tout contrôle ».

Globalement, ces faits tendent à démontrer de manière très convaincante que les Canadiens ont un sentiment plus vif que les Américains que leur vie privée est menacée. Ils indiquent, de façon moins convaincante toutefois, que les Canadiens sont peut-être relativement plus à l'aise avec le statu quo en ce qui concerne les pratiques commerciales existantes et les mesures législatives protégeant les droits des consommateurs. Les Canadiens sont un peu moins soucieux que les Américains de protéger leur vie privée en tant que consommateurs et se préoccupent peut-être moins de l'aspect protection du consommateur dans leur vie privée; ces conclusions cadrent bien avec les autres faits révélés par le sondage¹⁷. Ainsi, les Canadiens attachent moins d'importance au respect des renseignements personnels se rapportant à la consommation qu'au principe général du respect de la vie privée (voir le tableau 2.5), et les risques d'atteinte à leur vie privée de consommateurs les préoccupent moins (voir le tableau 3.2 et les observations qui s'y rapportent). Par contre, le respect de la vie privée, sur un plan matériel, a plus d'importance dans la conception que les Canadiens se font de la vie privée, et les risques d'intrusion matérielle, par des actes comme la surveillance sans préavis ou le vol, suscitent davantage d'inquiétude.

¹⁷ Cela fait peut-être aussi ressortir le sous-développement relatif du mouvement de protection des consommateurs au Canada, par rapport à celui des États-Unis.

Fréquence et origine des atteintes à la vie privée

Les Canadiens citent une fréquence des atteintes à la vie privée quelque peu inférieure à celle signalée par les Américains¹⁸. Selon un sondage effectué en 1991 par la maison Louis Harris, 25 p. cent des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative à la question suivante : « Avez-vous déjà été personnellement victime d'une intrusion inadmissible dans votre vie privée? »¹⁹. Par contre, 18 p. cent des Canadiens ont dit qu'ils avaient « déjà fait l'objet d'une sérieuse atteinte à (leur) vie privée ». La formulation de la question posée au Canada est peut-être plus restrictive en raison du qualificatif « sérieuse », ce qui peut expliquer en partie la fréquence moins élevée enregistrée au Canada, mais les termes « inadmissible » et « victime » employés dans le sondage américain pouvaient également laisser croire que la question portait sur les atteintes graves²⁰.

Les origines principales des intrusions diffèrent notablement entre le Canada et les États-Unis. Dix-neuf pour cent des répondants américains qui ont dit avoir été victimes d'une intrusion inadmissible ont pointé du doigt les services policiers. Le groupe suivant d'organismes ou d'autorités à qui ils reprochent les intrusions comprennent les sociétés qui se livrent à des études de marché et à des sondages (10 p. cent); viennent ensuite, avec 9 p. cent dans chaque cas, les voisins et autres personnes et les services d'informations financières. Seulement 5 p. cent des répondants américains disent que les responsables des intrusions sont des cambrioleurs²¹. Décrivant la nature des intrusions dont ils avaient été victimes, environ 16 p. cent des Canadiens ont dit qu'elles avaient été le fait d'un voleur ou d'un cambrioleur, et 8 p. cent ont donné comme cause principale des intrusions les appels téléphoniques des maisons de télémarketing ou de sondage. Seulement 5 p. cent des répondants canadiens qui ont dit avoir été victimes d'une intrusion grave ont mentionné les services policiers ou d'autres services de sécurité.

2.4

CONCEPTIONS DIVERSES DE LA VIE PRIVÉE

Le terme « vie privée » est une expression large et mal définie dont le sens est interprété différemment selon chacun. L'un des objets de l'étude était de voir quels aspects de la vie privée étaient les plus importants pour divers individus. Le tableau 2.5 fait état du degré d'importance attribué aux divers aspects. Ce n'est là qu'une première illustration de certaines des tendances clés qui ressortent dans toute l'enquête. Ce qui semble inquiéter les Canadiens sont plutôt les situations où ils

18 Le lecteur trouvera au chapitre 3.1 une analyse beaucoup plus poussée des données canadiennes. Les données ne sont présentées ici que pour permettre de mener à terme la comparaison entre le Canada et les États-Unis.

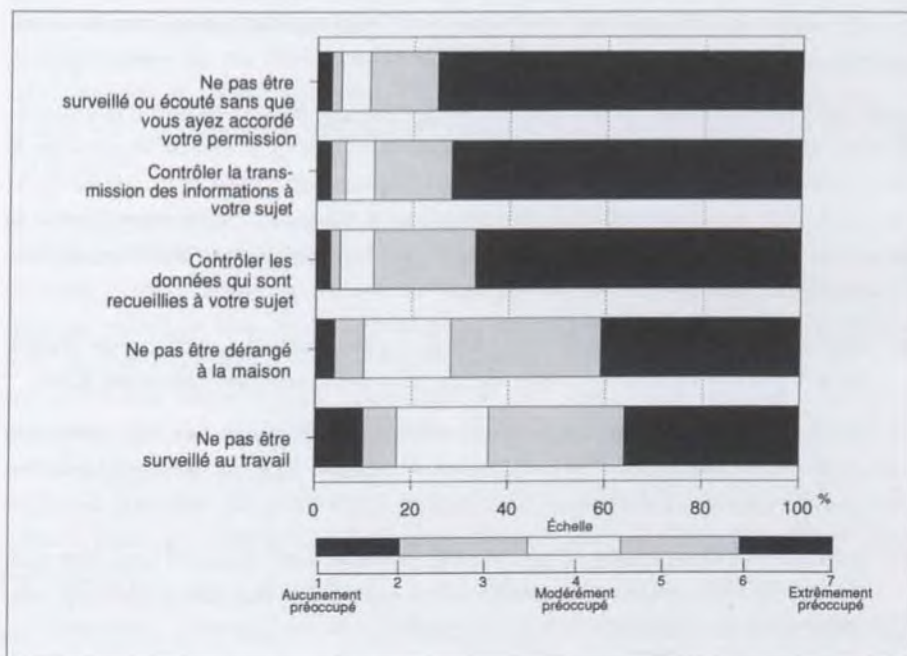
19 Louis Harris and Associates et Alan Westin, *Harris-Equifax Consumer Privacy Survey*, 1991, p. 13.

20 Un bulletin récent d'Equifax Canada (1992) reprenant exactement les méthodes de la maison Harris donne un chiffre de 22 p. cent au Canada.

21 La question du sondage Harris-Equifax était la suivante : « De quel type était l'organisme ou l'autorité en cause dans cette intrusion? » Les sondeurs ont tenu un dossier non limitatif des réponses.

n'exercent pas de contrôle, où ils ne donnent pas leur assentiment ou encore celles où ils ne sont pas conscients de l'intrusion (par ex., surveillance ou écoute sans permission, contrôle sur la collecte et la transmission de renseignements personnels) que les intrusions au foyer (qui sont annoncées et peuvent être contrées).

TABLEAU 2.5
LA NOTION DU RESPECT DE LA VIE PRIVÉE REVÊT UN SENS DIFFÉRENT SELON CHACUN.
VEUILLEZ ME DIRE QUELLE IMPORTANCE VOUS ATTACHEZ À CHAQUE ASPECT.



Les répondants établissent une claire distinction entre les embêtements et les aspects plus insidieux et secrets des intrusions dans la vie privée. C'est ce que révèle toute une série de données de sondage et l'analyse des facteurs qui a suivi et qui est présentée à la section 5.1. Bien que source d'inquiétude non négligeable, la surveillance au travail est le plus souvent considérée comme moins importante que dans les autres aspects énumérés dans la même question. Ce facteur n'est pas, en soi, suffisant pour qu'on puisse parler avec autorité du domaine complexe de la surveillance et du contrôle exercés en milieu de travail. Il permet probablement, par contre, de dire que cette surveillance est considérée comme relativement moins inquiétante si elle se fait de façon ouverte (interprétation étayée par de nombreux autres éléments du sondage). L'observation des comportements au travail est (habituellement) explicite et perçue comme un élément admis des échanges entre les travailleurs et la direction. Il y a certes des cas où la surveillance au travail ne répond pas à ces critères, mais ils demeurent relativement rares. Leur existence explique peut-être les 36 p. cent de préoccupation extrême.

2.5

COMPROMIS CONCRETS : FAIRE LA PART DES CHOSES DANS LA RÉALITÉ QUOTIDIENNE

L'étude fait ressortir une distinction marquée entre les réactions aux questions de respect de la vie privée, sur le plan théorique, et les réactions à des cas précis ou concrets. De manière générale, *le niveau de préoccupation est modulé lorsqu'il s'agit de problèmes plus précis et courants*. Le sentiment général ressortant du sondage est que les préoccupations « extrêmes » suscitées par les notions abstraites et les principes sont considérablement atténuées lorsqu'elles sont resituées dans la réalité quotidienne.

L'une des tendances clés révélée par le sondage est que *chacun se sent d'autant plus à l'aise en matière de respect de la vie privée qu'il sent qu'il exerce un contrôle et comprend ce qui se passe*. Lorsque le répondant connaît l'objet et la nature de la demande de renseignements ou lorsqu'il sent qu'il détient un certain contrôle sur le processus, il éprouve moins d'inquiétude. Les constatations suivantes semblent corroborer ce principe :

- quatre Canadiens sur cinq (81 p. cent) sont profondément convaincus qu'on doit les prévenir lorsqu'on a l'intention de recueillir des renseignements à leur sujet;
- 83 p. cent des Canadiens sont profondément convaincus qu'un organisme doit obtenir leur consentement avant de transmettre à un autre organisme des renseignements à leur sujet;
- près de 9 Canadiens sur 10 (87 p. cent) sont tout à fait d'accord pour dire que, lorsque de l'information est recueillie à leur sujet, il faut leur dire à quelle fin cette information sera utilisée;
- 72 p. cent des répondants estiment qu'ils est extrêmement important de pouvoir *contrôler* l'identité des destinataires de l'information qui les concerne;
- 67 p. cent estiment qu'il est extrêmement important de pouvoir *contrôler le contenu* des renseignements recueillis à leur sujet;
- seulement 15 p. cent des Canadiens disent n'éprouver aucune réticence à donner des renseignements personnels à quiconque en demande. Quand ils savent ce qu'on veut faire de ces renseignements et peuvent mettre fin à leur diffusion (par ex., « je n'ai aucune objection à ce que certaines entreprises utilisent des informations à mon sujet *en autant que l'on m'en avise et que je sois en mesure d'y mettre fin* », le niveau d'approbation passe à son plus haut niveau, 49 p. cent.

Toutes les indications qui précèdent tendent vers la conclusion suivante : *il est beaucoup plus acceptable de fournir de l'information sur soi lorsqu'il y a consentement éclairé*.

Lorsque les méthodes sont explicites et qu'il semble y avoir un avantage, les préoccupations s'atténuent. Parlons d'abord du caractère plus ou moins explicite des méthodes. Les préoccupations sont les plus vives lorsque l'intrusion est secrète, inconnue, cachée. Ainsi, le fait d'être observé ou surveillé *sans consentement* est considéré comme une atteinte à l'essentiel de ce qu'est la vie privée; 75 p. cent des

répondants ont dit que c'était là un aspect extrêmement important de la vie privée. La même activité est beaucoup plus acceptable lorsqu'elle est ouverte (par ex., lorsqu'il s'agit de la surveillance au travail, qui, d'habitude, se fait ouvertement); 36 p. cent ont dit que cela était extrêmement important.

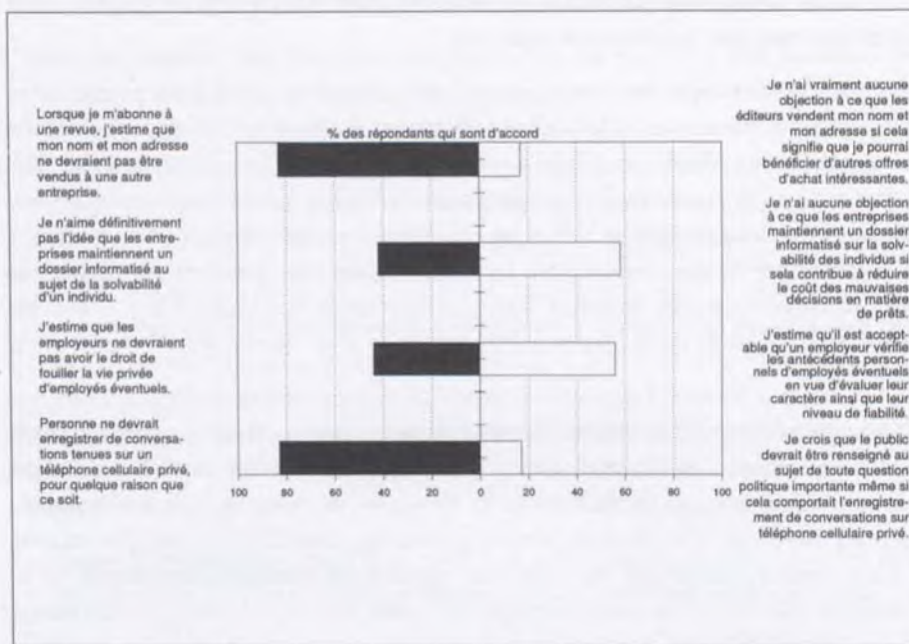
Il faut aussi tenir compte des avantages et de la justification. Lorsque les avantages et la justification sont clairs, la collaboration est meilleure. L'enregistrement de conversations par téléphone cellulaire semble peut-être plus acceptable pour un plus grand nombre de personnes s'il semble y aller de l'intérêt public. Cela explique peut-être pourquoi un pourcentage beaucoup plus élevé des répondants sont favorables à l'enregistrement de ces conversations lorsque d'importantes questions politiques sont ainsi révélées au public (question 14) que ce n'est le cas lorsqu'il n'y a aucune justification (question 10.e) : les taux d'approbation sont respectivement de 17 et de 12 p. cent²².

Comme le tableau 2.6 le révèle, de nombreuses intrusions dans la vie privée sont plus acceptables, relativement, lorsqu'il y a une justification ou des avantages concrets. Ainsi, la tenue de dossiers sur la solvabilité est mieux tolérée si elle semble avoir un avantage. Une plus forte proportion des répondants (58 p. cent par rapport à 42 p. cent) acceptent que les entreprises tiennent des dossiers informatiques sur la solvabilité des clients lorsque l'avantage de cette mesure est expliqué clairement (réduction du coût des mauvaises décisions en matière de crédit). De la même manière, le public est plus disposé à accepter la vérification des antécédents des employés éventuels (56 p. cent par rapport à 44 p. cent) lorsque la justification de cette mesure est clairement énoncée (par ex., évaluer leur fiabilité et leur personnalité).

Les compromis pratiques ou les justifications ne font pas toujours contrepoids au principe fondamental. Dans le cas de l'enregistrement des conversations par téléphone cellulaire, la divulgation de renseignements importants pour le public pèse moins lourd que le principe voulant qu'il n'y ait jamais interception de ces conversations (malgré le léger avantage accordé à l'interception pour des motifs politiques par rapport à l'interception par simple curiosité). De même, l'avantage que constituent les possibilités d'achat intéressantes ne convainc pas la plupart des Canadiens que la vente sans permission, de renseignements personnels, soit acceptable.

22 Dans le même ordre d'idées, il faut signaler que, dans la foulée de l'affaire Wilhelmy (enregistrement et diffusion dans les médias d'une conversation d'une sous-ministre québécoise par téléphone cellulaire), les Québécois sont beaucoup plus favorables à l'enregistrement des conversations par téléphone cellulaire lorsqu'il s'agit de mieux informer le public. Cette tolérance a de quoi étonner, compte tenu de leur attitude généralement plus stricte à l'égard des intrusions dans la vie privée, et elle tient peut-être au fait qu'ils ont l'impression que l'intérêt public a été bien servi dans ce cas.

TABLEAU 2.6
COMPROMIS



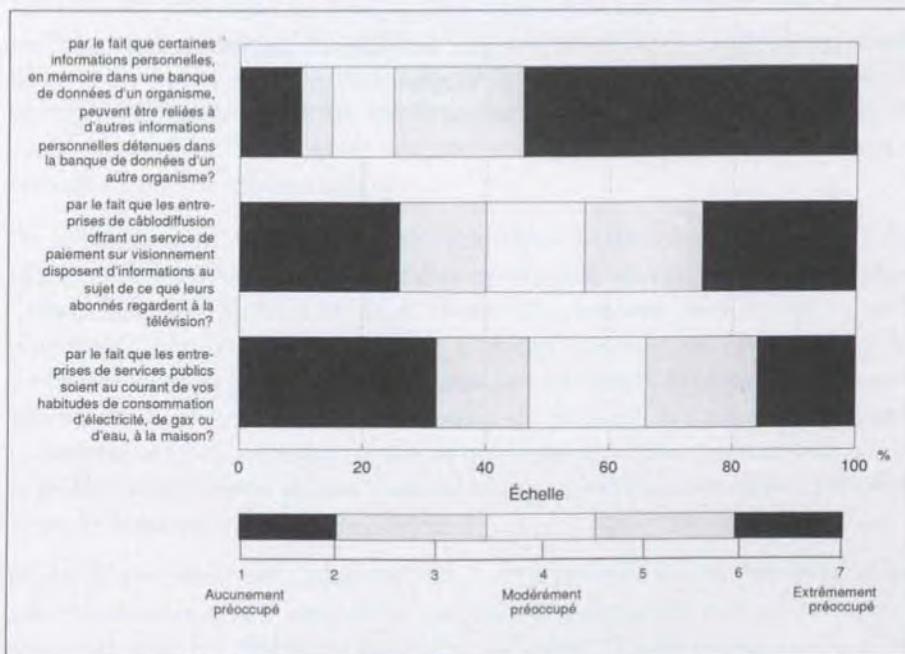
2.6

TECHNOLOGIE ET PRÉOCCUPATIONS AU SUJET DU RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

Certaines préoccupations particulières portent sur les répercussions de la technologie de l'information sur la vie privée. On estime généralement que *les nouvelles technologies, notamment l'informatique, constituent une menace de plus en plus grande à la vie privée*. Quatre répondants sur cinq (81 p. cent) croient que les ordinateurs diminuent le respect de la vie privée au Canada, de nos jours. On se préoccupe peu de la surveillance de la consommation des services publics et modérément de la surveillance des habitudes d'écoute de la télévision. Il y a, par contre, de grandes préoccupations au sujet des liens qui peuvent être établis entre divers renseignements personnels. La proportion des répondants « extrêmement » préoccupés est trois fois plus élevée à l'égard du processus relativement mystérieux et caché qu'est la mise en relation de banques de données (54 p. cent) que pour la surveillance plus directe de la consommation d'électricité (16 p. cent). Le tableau 2.7 illustre cette constatation.

La familiarisation avec la technologie peut être un facteur utile permettant de comprendre la perception des menaces. Les personnes qui utilisent des ordinateurs sont moins portées à croire que ces appareils rétrécissent le domaine de la vie privée : 54 p. cent des utilisateurs d'ordinateurs sont profondément convaincus qu'ils ont cet effet, par rapport à 63 p. cent chez ceux qui ne les utilisent pas. Lorsque l'on connaît l'informatique, on a davantage confiance et on est plus à l'aise face aux problèmes posés par la technologie de pointe. La crainte et l'ignorance de la technologie contribuent à faire naître l'anxiété au sujet des menaces qui pèsent sur la vie privée. Plus les membres d'une société sont instruits et sont au fait de la technologie, moins ils éprouvent de craintes vagues et plus ils sont attentifs à des menaces précises (par ex., l'établissement de liens entre banques de données).

TABLEAU 2.7
DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS PRÉOCCUPÉ...



RÉSUMÉ

- Les préoccupations au sujet du respect de la vie privée sont profondes et généralisées au sein de la société canadienne.
 - Il existe un sentiment selon lequel le domaine de la vie privée se rétrécit et est soumis à des pressions croissantes.
 - Canadiens et Américains se font une idée différente de ce qui constitue une atteinte à la vie privée; les Canadiens perçoivent davantage de menaces à la vie privée que les Américains.
 - Les préoccupations générales sont plus troublantes que les cas spécifiques et les expériences concrètes.
 - Les préoccupations sont plus profonde chez ceux qui ont moins de pouvoir d'action.
 - Les préoccupations sont mises en équilibre et pesées en tant que compromis inhérents à la vie quotidienne.
-



3

CHAMP DE L'EXPÉRIENCE

3.1

SÉRIEUSES ATTEINTES À LA VIE PRIVÉE

Le sondage n'a pas porté uniquement sur les attitudes et les opinions. Les répondants ont aussi été interrogés au sujet de leur expérience personnelle²³. Une question cruciale a été posée aux répondants : « avez-vous déjà fait l'objet d'une atteinte sérieuse à votre vie privée et, dans l'affirmative, de quoi s'agissait-il? » La valeur de ces réponses réside dans le fait que la gravité de l'intrusion est définie du point de vue du répondant. Elles donnent aussi des exemples concrets de ce que le public considère comme « atteintes sérieuses ».

De nombreux types d'intrusions qui sont des éléments clés dans les discussions sur le respect de la vie privée risquent fort d'être absents dans les réponses à cette question. Celle-ci fait plutôt appel à la notion d'intrusion seulement dans la mesure où le répondant est au courant des intrusions. Il est peu probable que soient signalés les problèmes relatifs à la protection des renseignements personnels (par ex., un dossier inexact des cotisations versées à un régime de pension), car ces problèmes sont souvent cachés. Tout en tenant compte de cette réserve, on peut aussi soutenir que, si le problème est vraiment sérieux, il devrait finir par avoir des effets observables dans la vie de la personne en cause.

Moins du cinquième des Canadiens (18 p. cent) prétendent avoir fait l'objet d'une atteinte sérieuse à leur vie privée. Les intrusions signalées sont un peu moins courantes chez les personnes les moins scolarisées, les personnes âgées et les francophones. Le tableau 3.1 illustre ces constatations. Comme on l'a déjà signalé (voir pièce 2.2), certains groupes pour lesquels la fréquence des intrusions est la plus faible sont ceux où les préoccupations générales sont les plus vives.

Pour la plupart des Canadiens, les préoccupations ne reposent pas sur une expérience concrète d'intrusion sérieuse. Elles sont donc fondées sur d'autres facteurs, qui peuvent comprendre des questions de principe, des situations hypothétiques, la crainte que ces problèmes ne se posent aux répondants ou à leur famille à l'avenir, les expériences vécues par des amis ou des membres de la famille.

23 Ne pas oublier les réserves portant sur le phénomène expression/faits citées à la page 5.

TABLEAU 3.1

AVEZ-VOUS DÉJÀ FAIT L'OBJET D'UNE SÉRIEUSE ATTEINTE À VOTRE VIE PRIVÉE?

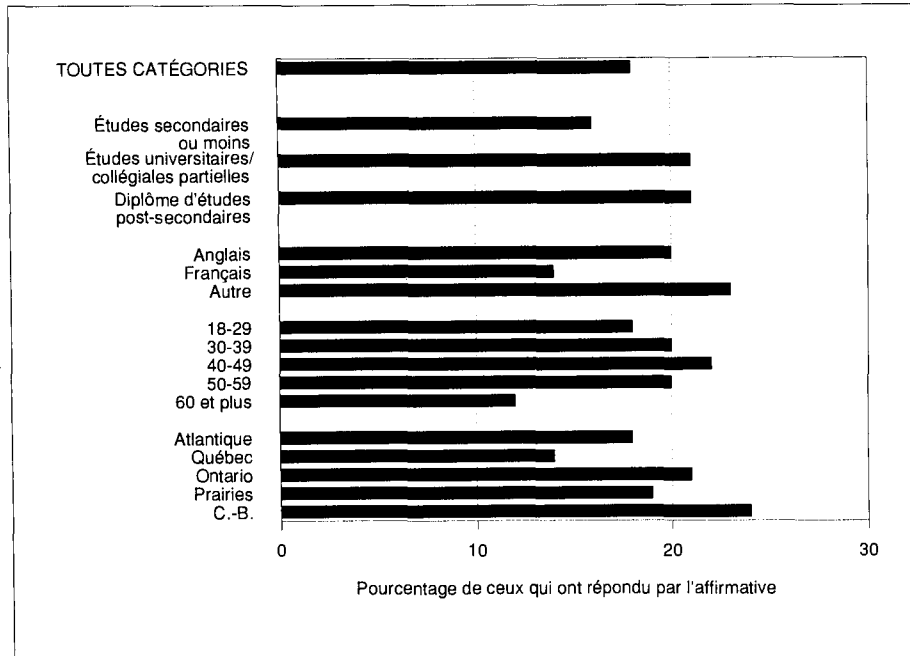
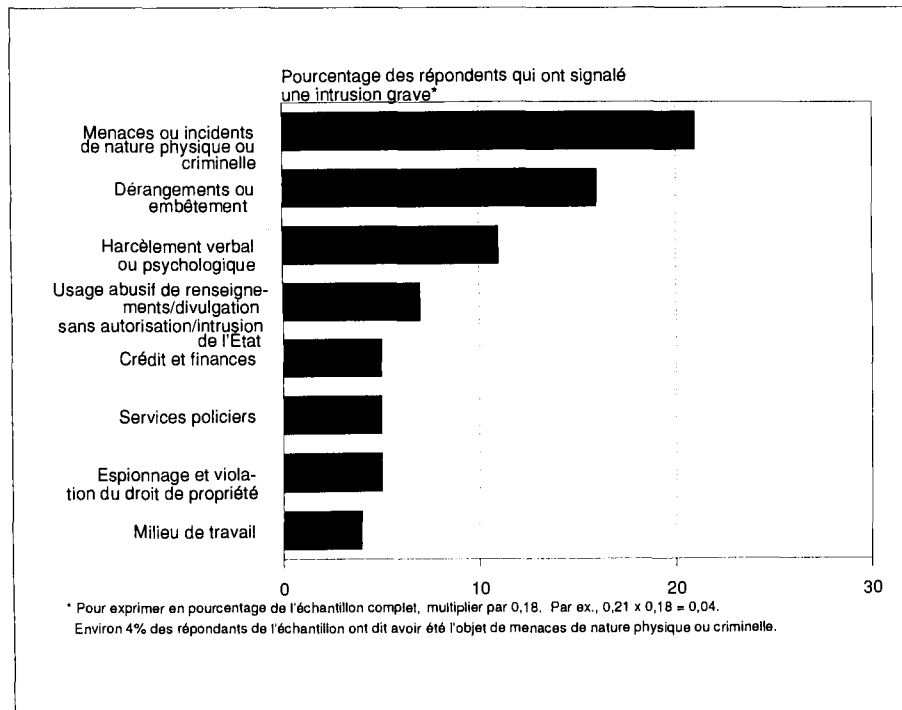


TABLEAU 3.2

TYPES D'ATTEINTES SÉRIEUSES À LA VIE PRIVÉE



Quels types d'incidents constituent une intrusion grave, selon les Canadiens? Parmi les près de 600 personnes qui disent en avoir été victimes, 400 ont décrit les faits. Le résumé de ces descriptions est révélateur. Les réponses peuvent se regrouper en huit grandes catégories. Le tableau 3.2 présente ces catégories par ordre décroissant de fréquence. L'objet du résumé n'est pas d'établir un profil quantitatif précis, mais plutôt d'esquisser les tendances générales.

Les catégories englobent la totalité des réponses, mais il peut y avoir un certain chevauchement dans les cas où l'intrusion peut raisonnablement se rattacher à plus d'une catégorie. Ainsi, les appels téléphoniques non sollicités dans des foyers dont le numéro n'est pas publié peuvent être classés dans deux catégories : dérangements et embêtements ou divulgation non autorisée de renseignements. On ne sait pas trop si la gravité de l'intrusion tient au fait qu'il y a eu un appel indésirable ou au fait que le numéro, confidentiel, ait été communiqué sans permission à un tiers.

Les exemples cités couvrent des situations très diverses. Certaines intrusions se rattachent à des questions normalement considérées comme pouvant faire l'objet de politiques ou de mesures législatives et qui, les spécialistes en conviennent, sont centrales dans le débat sur le respect de la vie privée. D'autres ne sont évidemment pas de cette nature. Parmi les questions de la première catégorie, notons les suivantes :

- Utilisation abusive d'informations qui tient à la divulgation de renseignements personnels sans que la personne en cause en soit au courant et ait donné son consentement; par ex., la vente de renseignements personnels à des entreprises de commerce au détail et, de manière générale, les systèmes de repérage par ordinateur.
- Problèmes de solvabilité ou problèmes financiers pour lesquels les institutions peuvent avoir accès au dossier personnel d'un individu en matière financière.
- Espionnage. L'exemple le plus courant qui est donné est celui des « voyeurs ». Un certain nombre de répondants ont aussi mentionné l'écoute électronique comme exemple d'intrusion dans la vie privée.
- Problèmes en milieu de travail. La surveillance non autorisée et l'utilisation abusive du pouvoir sur des subalternes ont été citées comme exemples.

Ces types d'intrusions ont été mentionnés par un peu plus d'une centaine de répondants. Dans un échantillon d'environ 3 000 cas, cela veut dire qu'environ 3 p. cent de la population a, à sa connaissance, éprouvé ce type de problèmes (et les a considérés comme sérieux).

Par ailleurs, certains des exemples les plus fréquemment cités ne sont pas des incidents auxquels songent la plupart des spécialistes lorsqu'ils parlent de respect de la vie privée. Les crimes comme le vol, le cambriolage, l'extorsion ainsi que le harcèlement verbal et psychologique par des étrangers, des amis ou des parents représentent 168 réponses. Ce sont là des intrusions graves, certes, mais sans rapport avec le débat actuel sur le respect des renseignements personnels.

Les répondants ont aussi parlé du télémarketing, de la vente à domicile et des représentants de groupes religieux comme d'exemples fréquents de dérangement (22 p. cent de tous les exemples). Chose certaine, les ébauches de dispositions législatives sur le respect de la vie privée traitent de ces problèmes, *mais* la plupart des gens considèrent ces intrusions comme des nuisances qui dérangent peu. Les Canadiens se préoccupent nettement moins des appels non souhaités et du publipostage que des liens établis entre les banques de données. Moins du tiers des répondants se disent extrêmement préoccupés par la réception de ces appels et de courrier, tandis que la proportion passe à 54 p. cent lorsqu'il s'agit des liens entre banques de données. Les nuisances et les dérangements, même s'ils sont ennuyeux, ne sont pas rangés au nombre des problèmes les plus sérieux et les plus pressants en matière de respect de la vie privée, d'après les évaluations faites par les répondants et présentées ailleurs. Globalement, ces types d'intrusions constituent environ les deux tiers des exemples mentionnés.

3.2

EXEMPLES PRÉCIS ET RÉACTIONS INDIVIDUELLES

Le présent chapitre porte sur les préoccupations au sujet de deux types d'intrusions et sur la fréquence de ces incidents : (1) sollicitation à domicile ou téléphonique et (2) demandes directes, par divers organismes, de différents types de renseignements personnels.

Sollicitations et publipostage

Fort peu de Canadiens échappent à la croissance rapide de la commercialisation directe. Presque tous les répondants (95 p. cent) ont déclaré avoir reçu du courrier publicitaire au cours du dernier mois; environ les trois quarts (70 p. cent) ont dit avoir reçu des appels téléphoniques inattendus de vendeurs ou de personnes sollicitant des dons; et environ la moitié (48 p. cent) ont dit avoir eu à domicile des visites importunes.

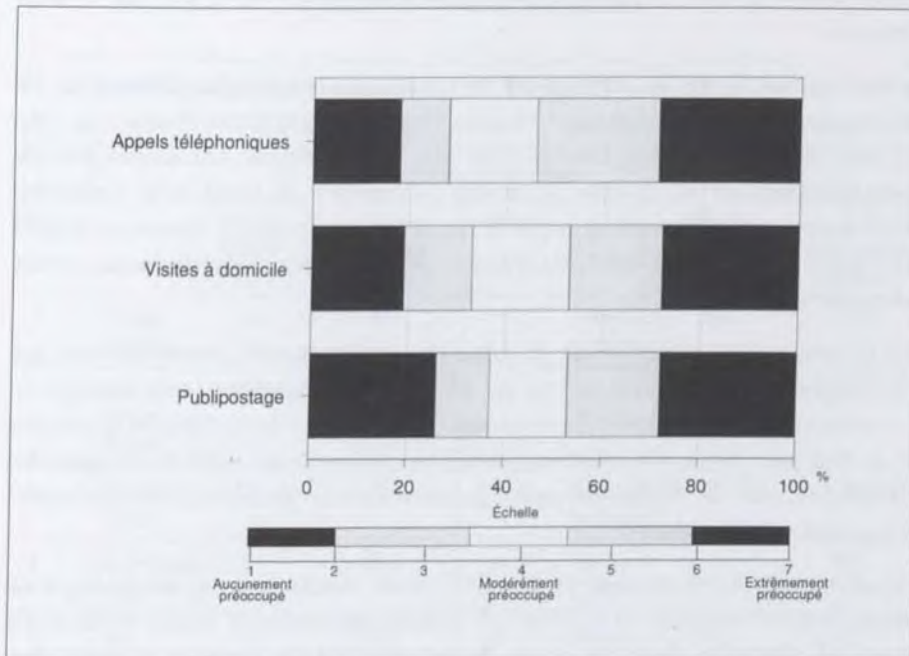
En moyenne, les répondants ont dit avoir reçu 22 pièces de courrier publicitaire au cours du mois précédent, cinq appels téléphoniques importuns et trois visites à domicile. La fréquence des sollicitations au téléphone et à domicile ainsi que de la publicité postale est étroitement liée au statut socio-économique : études, profession et revenu, ce qui s'explique probablement par le fait que les personnes les plus à l'aise sont une cible de marketing plus intéressante, en raison de leur revenu disponible plus important.

Les répondants ont été invités à évaluer le degré de préoccupation que ces méthodes leur inspirent. Les réponses sont résumées au tableau 3.3. Les inquiétudes à l'égard du publipostage et des appels non sollicités sont beaucoup moins vives que pour d'autres aspects du respect de la vie privée, par exemple les liens entre bases de données. Dans l'ensemble, ces pratiques sont considérées comme importunes, et environ trois Canadiens sur dix en sont extrêmement préoccupés.

Le degré de préoccupation ne varie guère selon le type d'intrusions, mais c'est le publipostage qui inquiète le moins, car 26 p. cent ont dit n'être aucunement préoccupés; 28 p. cent sont extrêmement préoccupés. Environ le cinquième des répondants disent ne s'inquiéter aucunement des intrusions (18 p. cent dans le cas des appels téléphoniques et 19 p. cent pour les visites à domicile).

TABLEAU 3.3

PRÉOCCUPATIONS AU SUJET DES APPELS NON SOLLICITÉS ET DU PUBLIPOSTAGE



Les préoccupations au sujet des appels téléphoniques ou des visites à domicile sont les plus vives chez les femmes, les Québécois et les personnes âgées. Au sujet du publipostage, ce sont les femmes, les personnes les moins scolarisées et les personnes âgées qui sont les plus inquiètes. Au Québec et dans les provinces de l'Atlantique, on se préoccupe beaucoup moins du publipostage que dans les autres provinces.

Les technologies nouvelles sont considérées par beaucoup comme une menace à la vie privée, mais les Canadiens adoptent aussi des technologies nouvelles pour protéger leur vie privée. Ainsi, 43 p. cent des répondants ont à domicile un répondeur ou un service de réponse téléphonique; de ce nombre, environ la moitié (48 p. cent) s'en servent pour filtrer leurs appels. Les nouveaux services de gestion des appels sont moins courants, mais prennent toutefois une place importante (14 p. cent). La tendance à employer ces technologies pour filtrer les appels croît avec le statut socio-économique et diminue avec l'âge. Environ le cinquième des répondants (22 p. cent) ont un numéro de téléphone confidentiel; la proportion est plus élevée (32 p. cent) chez ceux qui disent avoir été victimes d'une intrusion dans leur vie privée. Ces données indiquent que plusieurs Canadiens prennent des initiatives personnelles en vue de protéger leur vie privée.

Demandes de renseignements personnels

Quiconque veut participer pleinement à la vie de notre société postindustrielle doit préalablement fournir des renseignements personnels. Mais toutes les demandes de renseignements ne sont pas accueillies avec le même degré de préoccupation. Dans le cadre du sondage, les Canadiens ont été invités à préciser dans quelle mesure ils étaient préoccupés par une série de demandes hypothétiques de renseignements personnels et quelle était leur expérience à cet égard. Il faut noter qu'un certain

nombre des situations proposées sont purement hypothétiques et ne se présentent que rarement, voire jamais, dans le monde réel (par ex., les services d'informations financières n'exigent pas de renseignements financiers de la part de simples citoyens).

Le tableau 3.4 illustre le degré relatif de préoccupation selon les divers types de renseignements demandés et selon l'origine de la demande. Dans chaque cas, c'est l'ordre décroissant de préoccupation qui a été adopté. Les demandes de renseignements sur la situation financière personnelle, la santé et les habitudes d'achat sont celles qui suscitent le plus d'inquiétude tandis que les demandes portant sur l'âge, l'adresse, et les habitudes d'écoute de la télévision sont considérées comme les moins menaçantes.

Les préoccupations dépendent de la nature des renseignements demandés ainsi que de l'origine de la demande. Pour ce qui est du type de renseignements, le degré de préoccupation passe de 45 p. cent pour les données financières à seulement 9 p. cent pour l'âge. Un étalement semblable s'observe au sujet de l'origine des demandes, soit de 49 p. cent pour la commercialisation directe à seulement 14 p. cent pour les médecins.

Les demandes de renseignements de provenances diverses provoquent un degré de préoccupation variable. Le tableau 3.4 indique également le degré d'inquiétude selon les catégories d'organismes ou de personnes de qui émanent les demandes. Les préoccupations les plus vives sont suscitées par les entreprises de vente directe, les maisons de sondage et les compagnies de téléphone²⁴. Les demandes formulées par les médecins et les hôpitaux, par l'employeur ou Statistique Canada provoquent le moins de méfiance.

24 La forte résistance aux maisons de sondage peut s'expliquer en partie par la lassitude qu'a provoqué le nombre sans précédent de sondages qui ont accompagné le référendum. Un autre élément d'explication est l'image quelque peu douteuse des sondeurs et le recours considérable à des pseudo-sondages comme outil de commercialisation.

TABLEAU 3.4
PRÉOCCUPATIONS AU SUJET DES DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS
(CLASSEMENT PAR SCORE MOYEN)

Types de renseignements personnels demandés				Types d'organismes exigeant des renseignements personnels			
Préoccupation la plus vive							
Rang		Moyenne (échelle de 1 à 7)	% de préoccupation « extrême »	Rang		Moyenne (échelle de 1 à 7)	% de préoccupation « extrême »
1	Situation financière	5,0	44,6	1	Entreprises de vente directe	5,1	49,0
2	Antécédents en matière de santé	4,5	37,6	2	Entreprises de sondage	4,7	40,1
3	Habitudes d'achat	4,3	30,5	3	Compagnies de téléphone	4,5	39,6
4	No d'assurance sociale	4,2	35,9	4	Commerces de détail	4,2	30,8
5	Nom	3,6	23,8	5	Services d'informations financières	4,2	32,8
6	Antécédents professionnels	3,6	21,4	6	Entreprises de câblodiffusion	4,0	32,9
7	No de téléphone à la maison	3,6	24,0	7	Sociétés d'assurance	3,7	25,0
8	Adresse	3,3	19,5	8	Banques	3,4	19,6
9	Habitudes d'écoute de la télévision	3,2	15,6	9	Gouvernement	3,3	16,9
10	Âge	2,4	8,5	10	Police	3,0	17,0
				11	Statistique Canada	3,0	13,2
				12	Employeur	2,9	14,7
				13	Médecin ou hôpitaux	2,8	14,3

Préoccupation la plus faible

Si on cherche à expliquer ces fluctuations, on peut songer à divers facteurs auxquels semble obéir la hiérarchie des préoccupations :

- L'existence d'un avantage personnel ou collectif a généralement pour effet de rendre plus acceptables les demandes de renseignements. Les avantages personnels ressortent clairement lorsqu'il s'agit de fournir de l'information aux médecins ou aux hôpitaux ou encore aux employeurs. On considère généralement que l'administration fédérale, notamment Statistique Canada, travaille dans l'intérêt public (alors que, souvent, les maisons de sondage ne sont pas perçues de cette manière). L'application de la loi et le respect du public sont des avantages évidents de l'information fournie à la police.

Les avantages purement privés du demandeur (la personne ou l'organisme qui fait la demande) sont une raison de coopération moins convaincante que ne le sont les avantages personnels ou sociaux. C'est lorsqu'il s'agit de fournir des renseignements aux types suivants d'organismes que les préoccupations sont les plus fortes : entreprises de vente directe, maisons de sondage, compagnies de téléphone et commerces de détail.

- Les demandes provenant d'institutions qui exercent une plus grande autorité et ont une plus grande légitimité provoquent le moins d'inquiétude. C'est ainsi que les milieux de la médecine, le gouvernement et la police s'en tirent beaucoup mieux que les entreprises de télémarketing et de sondage.
- Une distinction nette s'observe entre les recherches du secteur privé et celles du secteur public. Ainsi, les demandes de renseignements personnels des maisons de sondage provoquent plus de méfiance que celles de Statistique Canada (ou de l'administration fédérale). Cela diffère quelque peu des données américaines, qui donnent à croire que les administrations sont des demandeurs d'information moins inoffensifs (bien que toujours préférables aux maisons privées de sondage). Il ne faut pas négliger non plus le rôle de la Loi fédérale sur la statistique, qui rend obligatoire la participation à certaines enquêtes du gouvernement.

Autre fait intéressant, les préoccupations à l'égard des divers types de renseignements peuvent varier selon l'origine de la demande. Par exemple, les préoccupations sont beaucoup plus vives lorsque les maisons de sondage demandent des renseignements qui permettent d'identifier le répondant (par ex., le NAS). Comme les maisons de sondage ne demandent généralement pas ce genre de renseignements, les perceptions à leur endroit peuvent être trompeuses.

Il est bien clair que les préoccupations au sujet de la communication de renseignements personnels ne peuvent s'expliquer adéquatement au moyen d'un modèle unidimensionnel. En effet, c'est l'interaction entre le contexte, l'objet, l'origine et le type de renseignements qui, dans une situation concrète, détermine l'acceptabilité d'une demande. Les gens sont plus disposés à fournir des renseignements de nature délicate (par ex. sur les revenus) à une banque ou à l'administration qu'à une entreprise de télémarketing ou à une maison de sondage. En outre, on a vu que la présence d'une incitation matérielle accroît la participation, même dans le cas des interlocuteurs auxquels on fait le moins confiance, comme les maisons de sondage.

En dépit de ces vives préoccupations au sujet de la communication de renseignements à différents organismes, les répondants fournissent souvent l'information demandée. Ceux qui se sont dits les plus préoccupés à cet égard (cote 6 ou 7 sur une échelle de 1 à 7) ont été invités à indiquer comment ils avaient répondu à la demande et quelle mesure ils avaient prise ensuite, le cas échéant. Dans un peu plus de la moitié des cas, ils ont accepté de fournir l'information. Un peu moins de la moitié des répondants ont refusé. Dans certains cas, ils ont porté plainte. Une faible minorité des répondants ont pris d'autres mesures, par ex., déménager, demander un numéro confidentiel, prévenir la police, communiquer avec un avocat. Les tableaux 3.5 et 3.6 présentent des ventilations distinctes des réactions aux demandes de divers types de renseignements demandés par différents interlocuteurs.

La pertinence perçue de la demande et la crédibilité de l'interlocuteur sont des facteurs clés dans la décision d'accepter ou de refuser de fournir les renseignements demandés. Ainsi, ceux à qui on demande des détails sur leur situation financière sont plus portés à les fournir à un service d'informations financières ou à une banque qu'à des maisons de sondage ou à des entreprises de vente directe à domicile. Le refus de donner des renseignements à certains interlocuteurs est toujours plus fréquent pour certains types d'organismes : compagnies de téléphone, entreprises de vente directe à domicile et maisons de sondage. On fait généralement moins confiance à ces organismes. Par contre, les répondants sont beaucoup plus enclins à accéder aux demandes des banques, de Statistique Canada, des médecins et des hôpitaux, de leur employeur ou de l'administration.

TABLEAU 3.5
**RÉPONSES À DES DEMANDES DE DIVERS TYPES DE
 RENSEIGNEMENTS PERSONNELS***

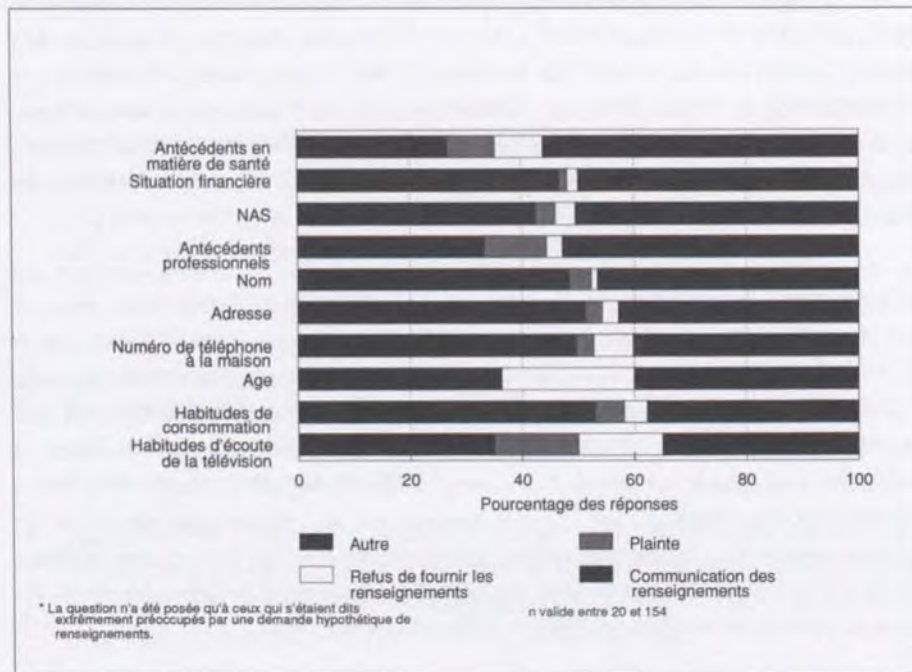
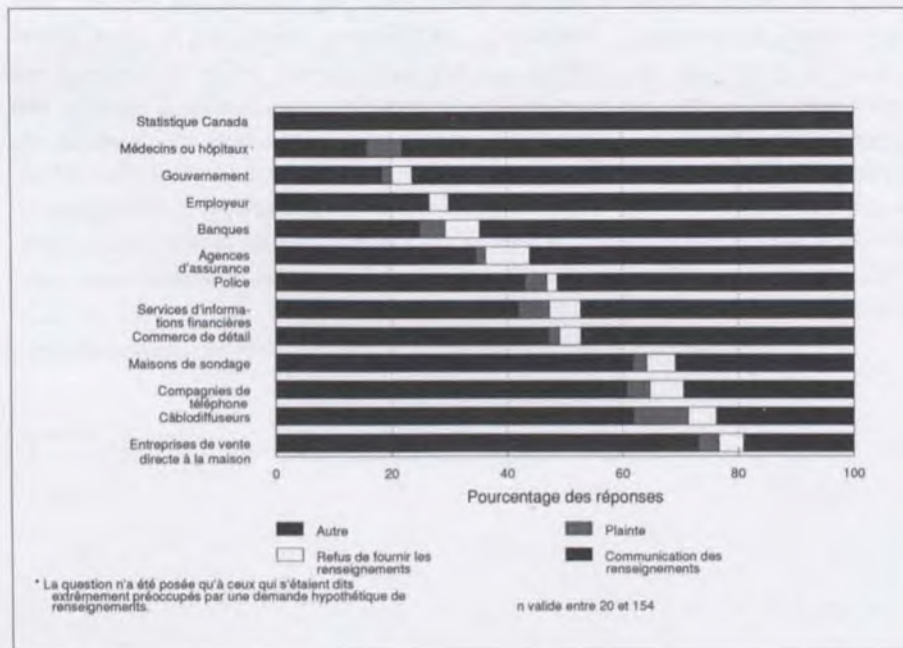


TABLEAU 3.6
**RÉPONSES À DES DEMANDES HYPOTHÉTIQUES FORMULÉES PAR
 DIVERS TYPES D'INTERLOCUTEURS***



RÉSUMÉ

- Moins d'un Canadien sur cinq mentionne avoir été victime d'une grave atteinte à sa vie privée.
 - Types les plus courants d'intrusion : vol/cambriolage, dérangements par téléphone, utilisation abusive de renseignements.
 - Les personnes moins scolarisées, les francophones et les personnes âgées sont celles qui déclarent le moins d'intrusions.
 - Ceux qui demandent le plus souvent des renseignements sont les médecins et les hôpitaux, les commerces de détail et les banques.
 - Les renseignements les plus souvent demandés sont : adresse, numéro de téléphone à la maison, nom.
 - Les requérants les moins acceptés sont les entreprises de télémarketing, les maisons de sondage, les compagnies de téléphone.
 - Les requérants les plus acceptés sont les médecins et les hôpitaux, les employeurs, Statistique Canada.
 - Les renseignements les plus acceptables sont : l'âge, l'adresse, et les habitudes d'écoute de la télévision.
 - Le degré de préoccupation varie selon les connaissances, le contrôle, la légitimité des demandes et les avantages associés à la communication des renseignements.
 - Les répondants sont étonnamment dociles : même les plus préoccupés sont peu enclins à porter plainte.
 - Environ un cinquième des Canadiens font appel à la technologie en vue de se protéger.
-



4

PRISE DE CONSCIENCE, CONNAISSANCE DU PROBLÈME ET VOLONTÉ D'ACTION

Prise de conscience et connaissance

La majorité des Canadiens n'ont pas l'impression d'être bien équipés pour faire face aux problèmes d'intrusion dans la vie privée. Les réponses aux questions sur la mesure où ils se sentent à l'aise en ce qui concerne le respect de la vie privée et sur l'identité des responsables en la matière révèlent une grande ambiguïté.

Les Canadiens conviennent dans une proportion de 61 p. cent qu'ils ne savent pas vraiment à qui s'adresser s'ils veulent réagir à une atteinte à leur vie privée. Moins du cinquième (19 p. cent) sont complètement satisfaits de leurs connaissances à cet égard. Le tableau 4.1 fait état de ces constatations.

Les Canadiens les plus âgés se distinguent par une bipolarisation marquée : 47 p. cent des personnes de 60 ans et plus ne savent vraiment pas à qui s'adresser (septième échelon), tandis que 25 p. cent le savent avec une grande certitude (premier échelon). Les jeunes sont moins souvent bien renseignés : seulement 13 p. cent des 18-29 ans par rapport à 25 p. cent chez les 60 ans et plus savent exactement à qui s'adresser. Les francophones sont un peu mieux renseignés; 22 p. cent d'entre eux disent qu'ils sauraient à qui s'adresser, par rapport à 17 p. cent des anglophones et des allophones²⁵. Le tableau 4.1 illustre ces tendances sociodémographiques.

Les Canadiens semblent plus satisfaits de leur niveau de connaissance des répercussions des technologies nouvelles sur le respect de leur vie privée (voir tableau 4.2). Les répondants se partagent néanmoins en deux camps : 23 p. cent sont profondément convaincus de disposer d'assez d'information pour connaître l'effet des technologies sur leur vie privée, tandis que 24 p. cent sont d'avis contraire. Les francophones, les hommes et les personnes les moins scolarisées sont ceux qui ont le plus confiance en leurs connaissances, mais les différences sont modestes.

Le sondage a aussi porté sur l'information au sujet des recours *officiels*. Seulement le cinquième des répondants (18 p. cent) disent savoir quelle loi invoquer ou à quel organisme faire appel s'il y a atteinte à leur vie privée. Les plus instruits (14 p. cent de ceux qui ont fait des études secondaires ou moins par rapport à 26 p. cent de ceux qui ont un diplôme d'études post-secondaires) et les répondants qui ont été eux-

25 Parlant une langue non protégée par la Charte des droits et libertés.

TABLEAU 4.1

**JE NE SAURAI PAS VRAIMENT À QUI M'ADRESSER SI JE VOULAIS RÉAGIR
À UNE INTRUSION DANS MA VIE PRIVÉE**

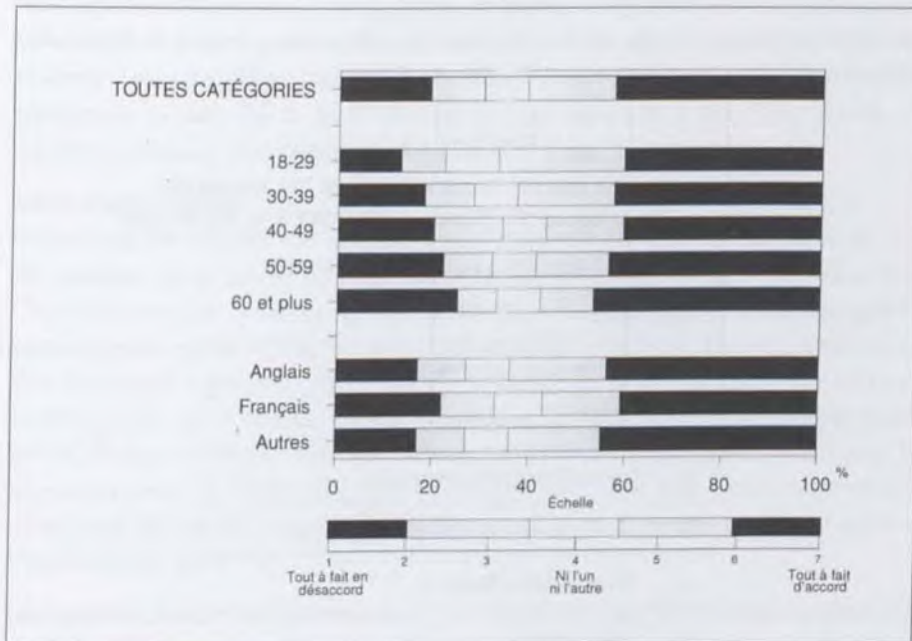
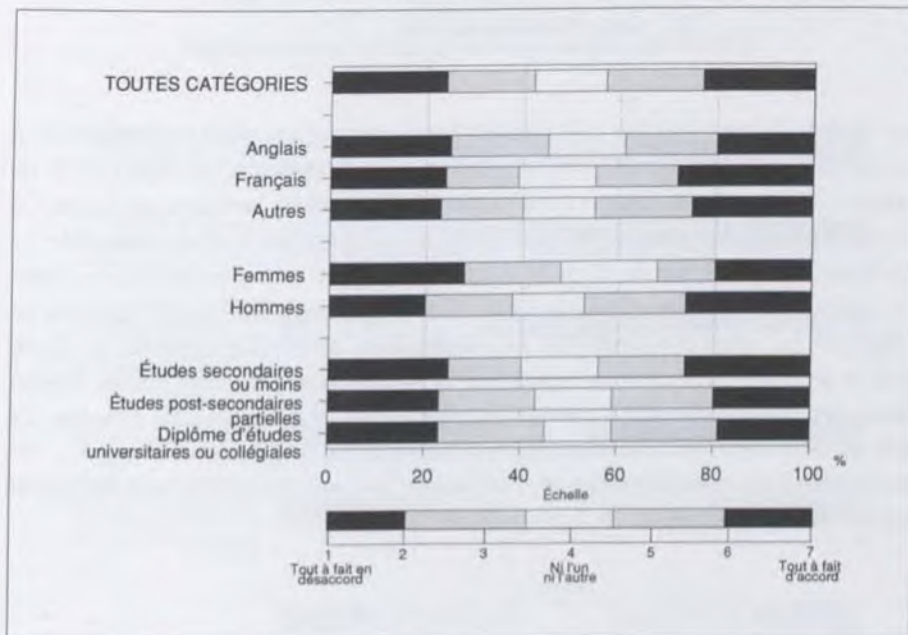


TABLEAU 4.2

**JE CROIS QUE J'AI ASSEZ D'INFORMATION POUR SAVOIR COMMENT LES NOUVELLES
TECHNOLOGIES PEUVENT PORTER ATTEINTE À MA VIE PRIVÉE.**



mêmes victimes d'intrusion (23 p. cent par rapport à 18 p. cent) sont plus enclins à se dire informés. Le tableau 4.3 énumère les organismes ou les lois les plus fréquemment mentionnés. La fréquence des réponses varie entre un maximum de 53 mentions de la législation sur les droits de la personne (moins de 2 p. cent de l'échantillon) et 9 mentions seulement pour les services d'informations financières (moins de 0,5 p. cent de l'échantillon).

TABLEAU 4.3
**CONNAISSEZ-VOUS UNE LOI OU UN ORGANISME QUI AIDENT LES
 CANADIENS À RÉSOUDRE LES PROBLÈMES D'ATTEINTE À LA VIE PRIVÉE?**

LES DIX RÉPONSES LES PLUS FRÉQUENTES

Dans l'ordre	
1.	Législation sur les droits de la personne
2.	Loi sur l'accès à l'information
3.	Loi sur la liberté d'accès à l'information
4.	Loi sur la protection des renseignements personnels
5.	Charte des droits et libertés
6.	Gouvernement
7.	Ombudsman
8.	Loi sur la protection du consommateur
9.	Commissaire à la protection de la vie privée
10.	Services d'informations financières

Les Québécois sont deux fois plus susceptibles que les citoyens des autres provinces à se dire renseignés sur les lois et les organismes dans le domaine du respect de la vie privée : 33 p. cent par rapport à moins de 15 p. cent dans les autres provinces. Ce résultat tient peut-être au fait qu'il existe une protection législative plus solide au Québec : la Charte des droits de 1975 garantit le droit au respect de la vie privée; la Loi, très complète, sur la protection des renseignements personnels, adoptée en 1982, un an avant la loi fédérale; les modifications récemment apportées au Code civil et garantissant le droit au respect de la vie privée et l'attention que les médias accordent en ce moment à l'amélioration des lois sur la protection des données. Ce niveau plus élevé de connaissances est peut-être lié également à la vigueur des associations de consommateurs et d'utilisateurs des services publics et à la priorité qu'ils accordent au respect de la vie privée²⁶.

26 Cet exposé, notamment sur le dernier point, repose sur des communications personnelles avec Pierrôt Péladeau.

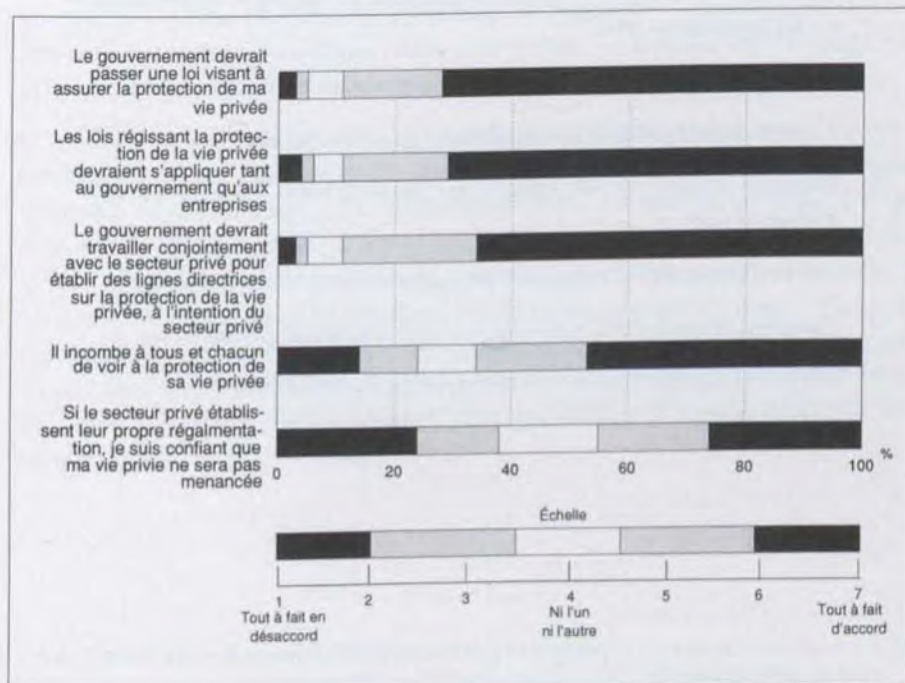
Les comportements cités par les répondants sont aussi un important indicateur du niveau d'information et de connaissance. Au moyen de certaines questions, on a cherché à savoir si les répondants avaient déjà demandé à voir ou à corriger des renseignements personnels enregistrés à leur sujet par le gouvernement, des entreprises ou encore par d'autres institutions comme les écoles ou les hôpitaux. Un répondant sur cinq (21 p. cent de l'échantillon) dit avoir demandé à voir des dossiers personnels. Le tiers (35 p. cent) de ceux qui ont demandé à voir l'information ont également tenté de faire apporter des corrections à ces renseignements.

Désir d'intervention

Le sondage fait ressortir des opinions très diverses sur les mesures à prendre en vue de protéger la vie privée (voir tableau 4.1). Il y a un très fort désir d'intervention. C'est l'intervention active du gouvernement qui recueille le plus d'appuis, que le gouvernement agisse seul ou en collaboration avec l'entreprise. Une importante part des répondants estiment toutefois que l'individu lui-même doit assumer une certaine responsabilité. Les Canadiens croient que l'État et les individus doivent protéger la vie privée. Plusieurs estiment aussi que l'entreprise a un rôle à jouer, de concert avec le gouvernement. Ils s'entendent généralement pour dire que certaines mesures s'imposent, et que les règles doivent s'appliquer dans le secteur public et comme dans le secteur privé.

Les opinions portant sur les mesures à prendre témoignent d'un certain scepticisme quant au degré de respect assurée par la seule discipline que s'imposent l'entreprise et l'industrie (26 p. cent sont tout à fait en faveur de l'autoréglementation de l'entreprise). S'il est clair que l'autoréglementation n'est pas l'option privilégiée, les répondants ne font pas un choix net entre le partenariat (le gouvernement collaborant

TABLEAU 4.4
PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DES RÔLES ET RESPONSABILITÉS



avec l'entreprise) ou l'intervention purement législative (le gouvernement devant veiller au respect de la vie privée)²⁷. Le fait que les deux possibilités soient envisagées de façon très favorable reflète l'impression très générale que quelque chose doit être fait, bien que, à l'évidence, on ne perçoive pas clairement la nature des mesures à prendre. Chose certaine, les Canadiens insistent pour que le gouvernement intervienne à l'avenir.

Les personnes qui ont été victimes d'une intrusion grave dans leur vie privée sont les moins disposées à confier la protection de la vie privée uniquement à l'entreprise et à l'industrie. Elles croient moins souvent que c'est aux individus qu'il incombe de protéger leur vie privée. Elles sont aussi beaucoup plus portées à penser qu'une intervention législative s'impose. C'est peut-être la conséquence du sentiment d'impuissance qu'elles ont éprouvé face à une sérieuse atteinte à leur vie privée.

Le sondage trahit quelques incohérences internes et des paradoxes. Prenons l'exemple des constatations qui suivent. Les groupes les plus préoccupés du respect de la vie privée, soit les personnes les moins scolarisées et les femmes, sont surreprésentés parmi ceux qui sont le plus portés à croire qu'une réglementation gouvernementale s'impose. Les mêmes groupes sont aussi ceux qui font le plus confiance à l'autoréglementation de l'entreprise et de l'industrie. Les personnes peu scolarisées sont moins portées à croire que les règles sur le respect de la vie privée doivent s'appliquer non seulement au secteur public, mais aussi au secteur privé. Les personnes moins scolarisées et les femmes sont les groupes les plus enclins à croire que chacun doit assumer la responsabilité de la protection de sa vie privée.

RÉSUMÉ

- Malaise généralisé au sujet du niveau de connaissance.
 - Faible connaissance des solutions alternatives; manque d'information sur les organismes clés.
 - Désir d'intervention; préférence pour l'intervention de l'État.
 - Sentiment que l'individu doit également jouer un rôle clé.
 - Excellent accueil du modèle de partenariat entre l'entreprise et le gouvernement.
 - Les diverses options ne semblent pas s'exclure mutuellement.
 - Certaines constatations incohérentes, capricieuses ou paradoxales.
 - Approche double ou mixte — partage des responsabilités.
-

²⁷ Il y a un léger avantage au modèle faisant intervenir l'État seul, mais il n'est pas statistiquement significatif.



5

TYOLOGIE DE L'OPINION CANADIENNE

La recherche d'une compréhension plus approfondie des attitudes des Canadiens à l'égard du respect de la vie privée est un parcours semé d'embûches. En raison de la nature complexe et souvent contradictoire des convictions et des perceptions, il est difficile de dégager les tendances fondamentale. Il n'est pas facile non plus d'établir des relations simples entre les attitudes et les caractéristiques des antécédents et de dresser un tableau d'ensemble cohérent. Compte tenu de ces contraintes, nous avons bâti une typologie multidimensionnelle du public canadien. Elle constitue un outil plus conforme à la réalité et plus direct pour regrouper les différentes grappes d'attitudes, de convictions, de comportements et de préférences au sujet du respect de la vie privée.

La typologie présente deux grands avantages. Elle permet d'abord de résoudre certaines des contradictions apparentes entre les données. Ainsi, elle démontre comment des caractéristiques démographiques et des expériences très différentes se conjuguent pour produire les niveaux de préoccupation les plus élevés. Les tendances générales aident à expliquer pourquoi certains types de Canadiens ont telle ou telle opinion ou impression au sujet de la vie privée. Deuxièmement, elle fournit un outil beaucoup plus significatif et pratique pour l'élaboration de politiques qui conviennent au caractère propre de différents Canadiens. La population canadienne ne doit pas être perçue comme monolithique. Toute intervention qui suppose cette homogénéité est vouée à l'échec.

La typologie a été établie en trois étapes. Dans un premier temps, les « facteurs » fondamentaux²⁸ ont été extraits des divers facteurs relevés dans toutes les attitudes observées dans le sondage. La deuxième étape a été une analyse typologique visant à cerner les divers groupes d'après leur similitude générale du point de vue des facteurs d'attitude. Plusieurs solutions ont été évaluées, et un modèle donnant cinq types distincts a été retenu. La troisième et dernière étape a été la création d'un profil des types. Ceux-ci se fondent sur les similitudes et les différences générales par rapport aux diverses attitudes. L'objectif visé dans l'établissement du profil est de découvrir les caractéristiques sociales, démographiques et comportementales des types d'attitude.

28 Établis au moyen d'une approche statistique appelée analyse des facteurs.

5.1 DIMENSIONS SCHÉMATIQUES DE LA VIE PRIVÉE

En plus de demander aux répondants quels aspects de la vie privée sont les plus importants pour eux, il est possible (statistiquement) d'analyser par induction les tendances sous-jacentes des attitudes à l'égard de la vie privée. C'est là une autre façon de discerner l'image mentale à partir de laquelle les Canadiens organisent leurs perceptions et leurs représentations de la vie privée. Les résultats de cette analyse dimensionnelle corroborent et complètent nos connaissances sur la conception que le public se fait de la vie privée. Ces dimensions schématiques servent de base à la segmentation de l'opinion.

Les variantes individuelles tendent à se regrouper pour former des dimensions schématiques ou « facteurs ». Des indices sommaires simples des dimensions sous-jacentes ont été créés pour aider à extraire la signification essentielle du sondage. Ces dimensions schématiques fournissent des mesures fiables et valides des notions sous-jacentes que le sondage devait jauger. Les facteurs sont aussi une façon beaucoup plus simple d'analyser toute la variété contenue dans la série originale de données.

Vingt-sept variables de l'attitude ont été analysées pour dégager 10 facteurs schématiques. Ces dimensions ou facteurs sous-jacents tendent à rendre compte de presque toute la variété des réponses aux 27 questions. Ils donnent aussi une image plus stable des vraies tendances sous-jacentes dans la manière dont les Canadiens organisent leurs attitudes à l'égard de la vie privée²⁹. Un bref résumé des facteurs est présenté au tableau 5.1. Voici leur signification, avec les éléments principaux des corrélations clés entre les dimensions et les autres variables sociales et démographiques.

1. *Préoccupation au sujet des intrusions « directes »*. Ce facteur tient compte des préoccupations au sujet des visites et des appels téléphoniques non sollicités de la part de vendeurs et de sollicitateurs. Les femmes, les Québécois et les personnes d'âge moyen (de 30 à 59 ans) sont ceux qui ont fait état des niveaux les plus élevés de préoccupation à ce sujet.
2. *Consentement éclairé*. Cet indice illustre la volonté de pouvoir donner un consentement éclairé — celle d'être prévenu lorsque des renseignements personnels sont recueillis, de recevoir d'un organisme, avant qu'il ne communique ces renseignements, une demande d'autorisation et d'être informé de leur utilisation ultime. Certains des groupes les plus préoccupés sont très profondément convaincus des principes du consentement éclairé : les Québécois, les personnes âgées, les femmes, les Canadiens dont le statut socio-économique est faible.

29 La composition exacte des facteurs et les coefficients de fiabilité sont présentés dans un rapport technique d'accompagnement.

3. *Crainte.* Cet important facteur regroupe tout un ensemble d'éléments reflétant la peur, le scepticisme et la méfiance à l'égard des institutions. Il mesure la conviction qu'il n'y a pas de vie vraiment privée parce que le gouvernement et les entreprises peuvent apprendre tout ce qu'ils veulent sur les citoyens et que les consommateurs ont perdu tout contrôle sur l'utilisation des renseignements personnels. Rares sont ceux qui conviendraient que, dans leur forme extrême, ces énoncés reflètent la réalité objective. Même si le gouvernement et les entreprises *peuvent* apprendre beaucoup de choses, ils ne sont pas au courant de *tout*. Par exemple, les renseignements au sujet de l'impôt sur le revenu des particuliers et sur l'assurance-chômage sont encore relativement bien protégés contre les inquisitions des entreprises. Le gouvernement ne pose pas de questions et *ne tient pas* de dossier sur l'orientation sexuelle. Il n'est pas vrai non plus que les consommateurs ont perdu *tout* contrôle sur l'utilisation des renseignements personnels.

Les impressions de crainte s'accompagnent de la solide conviction que la situation s'aggrave. La ventilation sociodémographique de cette variable est analogue à celle des degrés de préoccupation : les personnes peu scolarisées, les personnes âgées, les francophones et les femmes sont ceux qui expriment les craintes les plus vives. Ceux qui croient savoir à qui s'adresser en cas d'atteinte à leur vie privée sont ceux qui sont les moins craintifs.

4. *Préoccupation au sujet des observations.* Ce facteur résume bien les préoccupations au sujet des observations qui sont faites sur les habitudes ou les comportements des consommateurs (notamment pour ce qui est de la télévision et de l'utilisation de services publics) pour établir le profil des consommateurs et cibler le marketing. Les Québécois et les femmes sont ceux qui s'inquiètent le plus de ces observations.
5. *Nécessité de réglementation.* Il s'agit d'une mesure du besoin ressenti d'intervention pour résoudre les problèmes d'atteintes à la vie privée. Elle reflète l'impression générale qu'il n'y a pas de mesures adéquates en place pour protéger la vie privée contre les intrusions. Ce facteur englobe la conviction qu'une réglementation formelle doit être appliquée dans le secteur public et dans le secteur privé. Les personnes peu scolarisées et les femmes sont celles qui se préoccupent le plus de cette question. Ceux qui savent clairement à qui s'adresser en cas d'intrusion sont moins convaincus de la nécessité de cette réglementation.
6. *Négation du problème.* Par opposition au facteur « réglementation », cette dimension est la négation de la gravité des menaces à la vie privée — en somme, « il ne faut pas s'en faire ». Cela reflète une impression d'immunité personnelle contre les problèmes d'atteintes à la vie privée et la conviction que ces atteintes sont sans conséquences graves. Il y a relation inverse entre ce facteur et les facteurs de crainte. Il s'agit d'une conception différente de celles qui insistent sur la nécessité d'une réglementation et d'un consentement éclairé. Les personnes peu scolarisées et les jeunes hommes qui n'ont pas une expérience personnelle des atteintes à la vie privée sont les plus portés à nier la gravité des préoccupations au sujet du respect de la vie privée.

Il y a ici des paradoxes. Par exemple, les personnes peu scolarisées sont souvent celles qui sont les plus craintives et ressentent le plus vivement la nécessité d'une intervention, mais ce sont elles aussi qui sont les plus enclines à nier la gravité des préoccupations en matière de respect de la vie privée. Ce type de contradictions internes peut trahir des lacunes sur le plan de la compréhension des problèmes.

7. *Ouverture et confiance.* Cette variable cruciale allie la volonté de divulguer des renseignements personnels avec la sociabilité et la confiance. Cette confiance reflète l'assurance de posséder des connaissances permettant d'être pleinement conscient des menaces que les nouvelles technologies peuvent présenter pour la vie privée. Même si les Québécois et les personnes moins scolarisées sont très inquiets des atteintes à la vie privée, ils se disent les plus disposés à communiquer des renseignements personnels. Ils semblent aussi avoir confiance dans leur capacité de comprendre les répercussions des nouvelles technologies sur leur vie privée. Les jeunes et les hommes sont portés à se montrer très ouverts et confiants.
8. *Rejet de la responsabilité sur les autres et absence de contrôle.* Cet indice reflète une attitude légèrement fataliste et une impression de confusion : la vie privée est battue en brèche, et les individus ont perdu tout contrôle. Cette attitude s'allie à la conviction que ce n'est pas à l'individu qu'il incombe de trouver des solutions. Les Québécois sont les moins fatalistes et les moins portés à s'en remettre aux autres pour prévenir de nouvelles atteintes à la vie privée. Ceux chez qui on note les plus hauts résultats pour cet indice, sont les Canadiens d'âge moyen et dont le statut socio-économique est élevé.
9. *Curiosité gratuite.* Ce facteur de l'« esprit inquisiteur » résume de façon nette une curiosité plus ou moins saine à l'égard des personnalités publiques et des célébrités. Il associe le droit de connaître la vie personnelle des candidats à des postes publics à une curiosité pour les vedettes et d'autres personnalités publiques. Les personnes âgées, les allophones, les femmes et les habitants des Maritimes sont les plus curieux. Ce sont les Québécois qui s'intéressent le moins à la vie privée des personnalités publiques.
10. *Extraversion.* Cette dimension porte sur le degré de grégarisme que déclarent les répondants, c'est-à-dire le degré de sociabilité, la mesure dans laquelle ils préfèrent traiter avec les autres face à face. Ceux qui se disent les plus extravertis sont les Canadiens de niveau socio-économique peu élevé, les Québécois et les femmes³⁰.

Le tableau 5.1 présente les questions dont le regroupement permet de dégager les dimensions schématiques.

30 La psychométrie clinique fait intervenir des douzaines, voire des centaines d'indicateurs. Cela dépasse largement la portée de ce projet. Le facteur d'extraversion est une approximation qui mesure la sociabilité et le grégarisme, non l'extraversion fondamentale.

TABLEAU 5.1
COMPOSITION DES DIMENSIONS SCHÉMATIQUES

Numéro de la question	
1. Intrusions directes	
6bi	Préoccupation au sujet des appels téléphoniques importuns de la part de vendeurs ou de sollicitateurs.
6bi	Préoccupation au sujet des visites importunes à domicile de la part de vendeurs ou de sollicitateurs.
2. Consentement éclairé	
13p	Je crois que je devrais être averti d'avance lorsque de l'information est recueillie à mon sujet.
13s	Avant qu'un organisme puisse transmettre de l'information à mon sujet à d'autres, j'estime que je devrais d'abord leur avoir accordé ma permission.
13x	Lorsque l'on recueille des renseignements à mon sujet, je devrais être averti de l'usage qui en sera fait.
3. Craintes	
13a	La vraie « vie privée » n'existe pas réellement puisque le gouvernement peut obtenir tous les renseignements qu'il désire à votre sujet.
13b	De nos jours, les ordinateurs réduisent la protection de la vie privée au Canada.
13d	La vraie « vie privée » n'existe pas réellement puisque toute entreprise peut obtenir les renseignements qu'elle désire à votre sujet.
13j	Les consommateurs n'ont plus aucun contrôle sur la façon dont les informations personnelles à leur sujet sont transmises à d'autres entreprises et utilisées par celles-ci.
4. Observation de la vie privée	
2a	Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé par le fait que les entreprises de câblodiffusion offrant un service de paiement sur visionnement disposent d'informations au sujet de ce que leurs abonnés regardent à la télévision?
2b	Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé par le fait que les entreprises de services publics soient au courant de vos habitudes de consommation d'électricité, de gaz ou d'eau à la maison?
5. Nécessité d'une réglementation	
18b	Le gouvernement devrait légiférer pour assurer la protection de la vie privée.
18c	Les lois régissant la protection de la vie privée devraient s'appliquer tant au gouvernement qu'aux entreprises.
18e	Le gouvernement devrait travailler conjointement avec le secteur privé pour établir des lignes directrices sur la protection de la vie privée, à l'intention du secteur privé.

6. Négation du problème

- 13c** Je ne crois pas que le Canadien moyen subisse de sérieuses conséquences défavorables à cause des soi-disant « atteintes à la vie privée ».
- 13e** Personnellement, je n'ai aucune objection à l'utilisation de décodeurs électroniques permettant d'écouter les conversations tenues par téléphone cellulaire.
- 13f** En tant que consommateur, je crois que les informations portant sur ma situation de crédit sont protégées de manière adéquate par les lois existantes et sur les pratiques qui prévalent au sein des entreprises.
-

7. Ouverture et confiance

- 13k** Je n'ai aucune objection à fournir des renseignements sur moi-même à quiconque désire en obtenir.
- 13l** Je crois que j'ai assez d'information pour savoir comment les nouvelles technologies peuvent porter atteinte à ma vie privée.
- 13m** Je n'ai aucune objection à ce que certaines entreprises utilisent des informations à mon sujet en autant que l'on m'en avise et que je sois en mesure d'y mettre fin.
- 13q** Fondamentalement, je suis une personne qui aime avoir une vie sociale et qui a besoin de contacts humains.
-

8. Les autres sont responsables/il n'y a plus aucun contrôle

- 13h** Je sens que j'ai moins d'intimité personnelle aujourd'hui dans ma vie de tous les jours qu'il y a dix ans.
- 13i** Sous aucun prétexte, quiconque ne devrait avoir à payer pour prendre connaissance des renseignements recueillis à son sujet ou les corriger.
- 13j** Les consommateurs n'ont plus aucun contrôle sur la façon dont les informations personnelles à leur sujet sont transmises à d'autres entreprises et utilisées par celles-ci.
- 18d** Il n'appartient pas à l'individu de protéger sa vie privée.
-

9. Pure curiosité

- 13g** J'estime qu'il est important de connaître la vie privée de tout candidat à un poste public.
- 13r** J'adore suivre la vie de la famille royale, des vedettes et d'autres personnalités intéressantes.
-

10. Extraversion

- 13n** Je dirais que je préfère avoir affaire à un individu en personne plutôt que par téléphone, par la poste ou par télécopieur.
- 13q** Fondamentalement, je suis une personne qui aime avoir une vie sociale et qui a besoin de contacts humains.
-

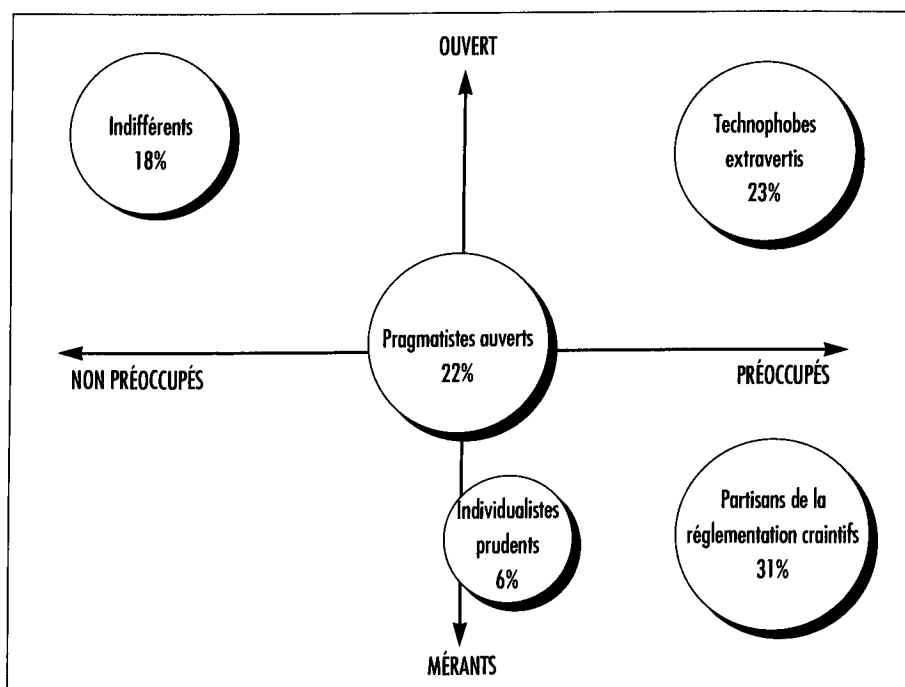
5.2

RÉPARTITION DE LA POPULATION PAR TYPES DISTINCTS

Le tableau 5.2 présente cinq « grappes » ou types d'attitudes qu'il est possible de classer en fonction du degré décroissant de préoccupation (ce qui correspondrait aux préoccupations générales au sujet du respect de la vie privée). Il est utile d'effectuer un recoupement entre le degré de préoccupation et le degré d'ouverture ou de méfiance. Par ouverture, il faut entendre une disposition à communiquer des renseignements personnels.

Les types sont définis d'après leur similitude générale avec les facteurs schématiques présentés en 5.1. Il est possible d'établir un profil statistique pour chaque type en étudiant ses résultats pour chacune des dimensions schématiques (voir 5.3, en fin de chapitre). On peut aussi pousser l'analyse en tenant compte de la composition sociodémographique de chaque groupe (annexe D).

TABLEAU 5.2



TYPE 1

Partisans de la réglementation craintifs

Le groupe le plus important (31 p. cent) représente la concentration la plus importante d'anxiété et de mécontentement au sujet du respect de la vie privée. L'expression des préoccupations au sujet de la vie privée varie énormément d'un cadre social à l'autre, et ce groupe présente un caractère particulier. Si on tient compte à la fois de sa taille, de son niveau d'instruction et de préoccupation, on peut supposer qu'il est très probable que ce segment sera la force principale qui modèlera les réactions du secteur public et du secteur privé aux problèmes d'intrusion dans la vie privée. C'est pourquoi ce groupe est probablement le plus important, du point de vue stratégique.

Les partisans de la réglementation ont une *crainte extrême* des menaces que présente l'interaction des changements technologiques et de la soif d'information du nouvel ordre postindustriel. Leurs inquiétudes ne sont pas simplement les peurs irrationnelles que suscitent l'inconnu et le sentiment d'impuissance. Elles sont un mélange de craintes fondées et de peurs exagérées. Ce groupe obtient les plus hauts scores pour les questions « orwelliennes » d'attitude tirées d'un sondage Gallup national mené en 1984. Comme on l'a déjà dit, ces questions mesurent l'impression qu'« il n'y a plus aucune contrôle », que l'entreprise et le gouvernement peuvent obtenir sur eux tous les renseignements qu'ils veulent et qu'« il n'y a plus de vraie vie privée ». Ainsi, 69 p. cent des partisans de la réglementation sont tout à fait d'accord pour dire qu'il n'y a *pas* de vraie vie privée parce que le gouvernement peut apprendre tout ce qu'il veut sur eux, et 53 p. cent sont tout à fait d'accord pour dire qu'il n'y a pas de vraie vie privée parce que les entreprises peuvent obtenir tous les renseignements qu'elles désirent. Les deux tiers du groupe (66 p. cent) sont tout à fait d'accord pour dire que les consommateurs ont perdu tout contrôle sur la diffusion et l'utilisation des renseignements personnels par les sociétés.

Les partisans de la réglementation sont *instruits, ont un certain âge et appartiennent à la génération du baby-boom*. Ces personnes accèdent maintenant à des postes de commande dans la société ou les occupent déjà. Ayant grandi dans le climat de peur de la guerre froide et ayant été exposés aux influences culturelles de 1984 d'Orwell et de l'imagerie que ce roman a suscitée, ils expriment *des préoccupations profondément ancrées au sujet de la surveillance, du contrôle et de la manipulation*.

Comme beaucoup d'autres Canadiens, *ce groupe veut exercer un contrôle et faire appliquer une réglementation pour gérer ses préoccupations* au sujet des menaces à la vie privée. Il fait une distinction claire entre les intrusions ennuyeuses (téléphone, visites, courrier) et les formes plus insidieuses et secrètes de manipulation de données et d'échanges entre banques de données. Il comprend le grand pouvoir des nouvelles technologies de l'information, capables de relier diverses sources de données pour servir des intérêts fort éloignés du motif initial de la collecte de renseignements. Les personnes de ce groupe estiment donc que *le consentement informé et une réglementation sont la base nécessaire pour se sentir de nouveau à l'aise* à l'égard du respect de la vie privée.

Ces personnes *n'ont pas l'impression qu'il existe des contrôles adéquats en ce moment*. Elles sont plus portées à penser que leur vie privée a été battue en brèche au cours des dix dernières années, et l'avenir leur inspire les plus grandes craintes. Les solutions à ces problèmes ne leur semblent pas relever de l'individu; d'après elles, ce sont des organismes - surtout le gouvernement - qui doivent agir pour rétablir le contrôle sur le plan des menaces à la vie privée.

Ce segment de la population est *davantage scolarisé* que la moyenne. *Les femmes, les Québécois et les cols blancs bien rémunérés* y sont surreprésentés. C'est chez ce groupe que l'on retrouve *la plus grande proportion de personnes qui estiment avoir été victimes d'une grave atteinte* à leur vie privée. Tout bien considéré, ce segment pourrait fort bien avoir plus d'influence que tous les autres pour donner le ton et l'orientation du débat de notre société sur le respect de la vie privée. Il ne fait pas de doute que ce débat occupera une place centrale et que ses enjeux seront considérables.

TYPE 2

Technophobes extravertis

Les technophobes extravertis (23 p. cent) ont aussi des préoccupations urgentes au sujet de la vie privée. Leur niveau général de préoccupation se compare à celui des partisans de la réglementation, mais il est le résultat d'une dynamique tout à fait différente. Les technophobes ne sont pas à l'aise avec la technologie, et ils la redoutent. Si le premier groupe s'inquiète parce qu'il connaît le potentiel théorique des nouvelles menaces technologiques et commerciales contre la vie privée, *les technophobes éprouvent des craintes, mais sans saisir clairement* la nature des menaces. En fait, ce sont la nouveauté et l'étrangeté même de ces menaces qui avivent leurs inquiétudes.

Les technophobes présentent un *mélange assez confus d'attitudes et de convictions*. Tout en étant très préoccupés, ils prétendent être ouverts et confiants et ils sont plus portés que d'autres à croire que les préoccupations au sujet de la vie privée ne sont pas très sérieuses. Ils sont de loin *les plus inquiets des menaces que présente la nouvelle technologie*, mais ils sont moins aptes que d'autres groupes à distinguer les menaces relativement bénignes de celles qui sont plus sérieuses. Les technophobes prétendent être *les plus extravertis* de tous les groupes et aussi *les plus curieux* de la vie des autres. Il est très paradoxal que coexistent une grande curiosité malsaine à l'égard des personnalités publiques et une profonde indignation devant les atteintes à la vie privée. Comme les personnes du groupe précédent, les technophobes extravertis estiment que les solutions résident dans un contrôle accru et préfèrent que d'autres (notamment le gouvernement) prennent l'initiative des réformes.

Les technophobes se recrutent plutôt dans les *secteurs de la société qui sont marginaux et sans pouvoir sur le plan économique*. Les probabilités sont très fortes qu'ils soient *des personnes peu instruites, des femmes ou des personnes âgées*. Ils occupent des emplois de *niveau socio-économique peu élevé*, et il est plus probable que *leur revenu soit faible*. Par contre, il est moins probable *qu'ils aient été victimes d'atteintes graves* à leur vie privée. Cela est assez étonnant, car il s'agit du segment le plus âgé, et donc de celui qui a eu le plus de temps pour connaître ce genre d'expériences. Cela peut expliquer le grand nombre de réponses niant la gravité des problèmes d'intrusion dans la vie privée. Leur degré *d'initiation à la technologie* et d'utilisation de la technologie est beaucoup plus *faible*. C'est peut-être la crainte de l'inconnu qui est la source de leurs appréhensions.

TYPE 3

Individualistes prudents : autonomes

Ce segment est *le plus petit* de tous, comptant 6 p. cent seulement des répondants. Il s'agit d'un groupe très intéressant, caractérisé par une série très différente de réactions et de convictions. Sur le plan de la stratégie, il a peut-être une importance sans mesure commune avec la faiblesse de son effectif. C'est que la proportion de *jeunes* y est particulièrement forte. Il annonce peut-être les tendances de l'avenir.

Les individualistes sont très *autonomes*. Ils manifestent des *préoccupations modérées*, mais ils n'estiment pas que les solutions se trouvent du côté des gouvernements ou d'autres organismes ou institutions. Cela reflète peut-être un net contraste avec les

Canadiens d'âge moyen ou plus âgés, qui ont toujours attendu du gouvernement qu'il intervienne pour résoudre les problèmes sociaux. Ce peut aussi être une conséquence du fait d'avoir grandi avec la technologie.

Les individualistes ont tendance à être *prudents* dans leur façon de considérer la *divulgence d'informations*. Ils ne sont *pas convaincus de la nécessité d'une réglementation* et se sentent moins menacés par la nouvelle technologie. En général, les personnes de ce groupe sont prudentes, mais elles ont confiance dans leur capacité individuelle de repousser les menaces qui pèsent sur leur vie privée.

Les personnes de ce segment sont jeunes, mais elles sont aussi celles qui *ont le plus de chance d'utiliser la technologie informatique*. Cela peut expliquer leur degré de confiance supérieur et le fait qu'elles soient plus disposées à accepter que les entreprises tiennent des banques de données pour fins commerciales. Les individualistes se situent dans la moyenne sur le plan de la réussite socio-économique; il est probable qu'ils se retrouveront éventuellement à un niveau supérieur, car ils sont encore très jeunes. Les *anglophones masculins* sont particulièrement nombreux dans ce groupe. Leurs qualités de détermination, d'autonomie et d'intraversion annoncent peut-être une évolution de l'idéologie par rapport aux cohortes démographiques plus âgées.

TYPE 4

Pragmatistes ouverts

Les pragmatistes ouverts sont un *groupe du centre*. Environ le cinquième (22 p. cent) des Canadiens s'y retrouvent. Outre le fait qu'ils affichent des *valeurs moyennes pour la plupart des attitudes*, ces modérés ont quelques caractéristiques uniques. Ce groupe est *fort peu préoccupé par les menaces provenant de la nouvelle technologie*. Ce type de qualités propres aux technophiles cadre bien avec l'attitude généralement *ouverte, confiante, curieuse et extravertie* de ce groupe.

Malgré ces qualités, les pragmatistes *avouent des préoccupations*, notamment dans le domaine des *liens qui peuvent s'établir entre les bases de données*. Ils insistent fortement sur la *nécessité d'un consentement éclairé* et estiment qu'une certaine *réglementation s'impose* pour protéger les intérêts des citoyens concernant la vie privée.

Les pragmatistes, qui se situent au centre par leurs attitudes, sont aussi *dans la moyenne par leurs caractéristiques démographiques et comportementales*. Les *femmes, les anglophones et les personnes âgées* y sont un peu plus nombreux. Ce type est aussi un peu plus important en *Ontario*.

TYPE 5

Indifférents

Les indifférents, qui représentent 18 p. cent, se situent dans la moyenne pour beaucoup de facteurs d'attitude. Ils ont tendance à reconnaître que les menaces à la vie privée sont réelles, mais leur attitude à cet égard est modérée. Ce qui est propre à ce groupe, c'est son *absence de préoccupation personnelle*. Les indifférents ne nient pas le problème; ils estiment simplement que cela ne les intéresse pas.

Cette absence de préoccupation personnelle s'explique probablement par une *attitude ouverte et confiante* à l'égard de la communication de renseignements. Les personnes de ce groupe ne se sentent tout *simplement pas concernées* par ces questions. Sur la plupart des questions de compromis, les indifférents sont *les moins inquiets* au sujet d'intrusions hypothétiques. Ce sont aussi eux qui sont les plus disposés à ce que leur nom et les renseignements recueillis à leur sujet soient divulgués dans le présent rapport³¹.

Un examen des caractéristiques sociales et de l'expérience des indifférents aide à expliquer la tiédeur de leurs réactions aux questions de vie privée. Premièrement, ce sont ceux qui, parmi tous les types, sont les moins nombreux à *déclarer avoir été victimes d'atteintes graves à leur vie privée*. Le groupe est aussi relativement jeune et à prédominance *masculine* - ces deux caractéristiques sont propices à un relèvement du degré de confiance. Autre aspect révélateur, le *niveau relativement faible des études*. Les indifférents sont aussi plus nombreux parmi les *francophones* - ce qui reflète la bipolarisation relative des Québécois entre les très préoccupés et les indifférents.

Le tableau 5.3 résume les scores relatifs des différents segments pour les facteurs d'attitude. L'annexe D dresse le profil démographique de chaque segment.

31 En réponse à une question hypothétique.

TABLEAU 5.3
FACTEURS D'ATTITUDE - SCORES RELATIFS DES DIFFÉRENTS SEGMENTS

Facteurs d'attitude	Segment					
	Ensemble	Indifférents	Partisans de la réglementation craintifs	Pragmatistes ouverts	Individualistes prudents	Techrophobes extravertis
2 ¹	6,63	faible	le plus élevé	élevé	le plus faible	élevé
3	5,74	faible	le plus élevé	élevé	le plus faible	le plus élevé
4	3,75	faible	élevé	le plus faible	faible	le plus élevé
5	6,31	faible	le plus élevé	moyen	le plus faible	moyen
6	3,02	élevé	le plus faible	moyen	élevé	le plus élevé
7	4,55	élevé	faible	moyen	le plus faible	le plus élevé
8	3,50	faible	le plus faible	élevé	faible	le plus élevé
9	5,96	moyen	moyen	élevé	le plus faible	le plus élevé
10	4,97	faible	le plus élevé	moyen	le plus faible	moyen
Liens entre bases de données²	5,62	le plus faible	le plus élevé	élevé	moyen	élevé
Préoccupation³	4,05	le plus faible	le plus élevé	faible	faible	élevé

¹ Le facteur 1, celui des préoccupations au sujet des intrusions téléphoniques ou en personne, a été laissé de côté parce qu'il ne permettait pas d'établir des différences nettes entre les cas dans l'analyse de segmentation.

² Cet indicateur unique (question 3 : préoccupations au sujet des liens établis entre bases de données) a été pris en considération dans l'analyse par segmentation parce qu'il permettait d'établir une différenciation significative.

³ Ce facteur constitue un indice de préoccupation qui allie les inquiétudes générales au sujet de la vie privée (question 1b) et celles qui concernent divers types de demandes de renseignements (question 9a).

Légende : 2 Consentement informé
3 Crainte
4 Préoccupation au sujet des observations
5 Nécessité de réglementation
6 Négation du problème

7 Ouverture et confiance
8 Rejet de la responsabilité sur les autres et absence de contrôle
9 Curiosité gratuite
10 Extraversion



6

CONCLUSIONS

6.1

VIE PRIVÉE ET TRANSFORMATION DU PAYSAGE SOCIAL

Le respect de la vie privée figure parmi les grandes questions de l'heure préoccupant le plus l'opinion publique actuellement. La proportion des gens « extrêmement préoccupés » par la protection de la vie privée est plus forte qu'elle ne l'est dans le cas de l'unité nationale, par exemple, et à peu près aussi forte qu'à l'égard de l'économie et de l'écologie. Dans la société canadienne, on relève partout *l'impression que la vie privée est assiégée*, que toute une série de menaces d'ordre technologique, commercial et social pèsent sur elle. En outre, la plupart des gens croient que le territoire de leur vie privée s'est rétréci de façon notable au cours des dix dernières années. Cette profonde inquiétude hante tous les segments de la société et englobe une vaste gamme de problèmes.

Pourquoi le respect de la vie privée est-elle une question aussi cruciale de nos jours? Nombreux sont ceux qui évoquent le caractère impersonnel du réseau complexe qu'est la société urbaine moderne. Le phénomène étant renforcé par des changements technologiques et socio-économiques rapides (notamment dans les domaines de la technologie des communications électroniques et de l'information), les citoyens du monde post-moderne sont de plus en plus exposés à une multiplicité de transactions qui leur fait perdre pied. Ces transactions et les demandes de renseignements qui s'y rattachent produisent une masse impondérable de données. Qu'il s'agisse de l'utilisation d'un guichet automatique, de la participation à un sondage du gouvernement, de l'abonnement à une revue ou d'achats dans un magasin du centre-ville, le comportement et les caractéristiques de chacun sont observés, notés, analysés à un rythme sans précédent dans l'histoire de l'humanité. Près d'une décennie après 1984, année choisie par Orwell pour son roman, la perte d'intimité dans la société est une source d'angoisse de plus en plus intense.

6.2

QU'EST-CE QU'UNE ATTEINTE À LA VIE PRIVÉE? EXPÉRIENCES ET CONCEPTIONS DES CANADIENS

L'expression « vie privée » recouvre toute une gamme de préoccupations et d'activités. Il existe certes une conception commune des paramètres généraux de la vie privée, mais on relève une grande variété au niveau de l'utilisation et de l'interprétation de l'expression, et ces usages diffèrent souvent de la manière dont les experts et les décideurs traitent de cette question.

La présente étude dresse le portrait de la vie privée telle qu'elle est vécue et comprise dans la réalité quotidienne. Le tableau qui ressort des réponses fournies par un important échantillon représentatif de la population canadienne est une description simple qui est très précieuse. Comme c'est le cas pour les questions d'intérêt public les plus complexes, il existe des incohérences et des contradictions dans la perception que le public peut avoir de la vie privée. Au-delà d'un consensus sur l'importance de cette dernière, la notion même de vie privée est multidimensionnelle.

Dans le cadre de cette étude, les répondants ont été interrogés au sujet des atteintes « sérieuses » (selon la définition du répondant et non de l'enquêteur) à leur vie privée. Dix-huit pour cent des Canadiens ont dit qu'ils avaient fait l'objet d'une atteinte de ce genre. Certains trouvent cette proportion étonnamment élevée, tandis que d'autres estiment qu'elle est plutôt faible³². Le fait est que la vaste majorité des Canadiens (82 p. cent) ont mentionné n'avoir jamais été victimes d'intrusions graves. Seulement 3 p. cent environ disent avoir éprouvé le genre de problèmes d'intrusion dans la vie privée les plus couramment discutés sous la rubrique de la vie privée dans les débats publics récents. Étant donné que plus de neuf Canadiens sur dix sont préoccupés par la question, il est tout à fait clair que, dans la plupart des cas, les inquiétudes ne reposent pas sur des expériences personnelles. Cela ne veut pas dire que les inquiétudes ne sont pas justifiées ou raisonnables, mais elles sont fondées sur d'autres facteurs (par ex., questions de principe, expériences relatées par d'autres ou souci de l'avenir).

Quelles sont les incidents considérés comme des « atteintes sérieuses » à la vie privée? La catégorie la plus importante, dans les réponses, est sans doute celle des actes criminels ou menaçants comme le vol, les entrées par effraction, les voies de fait et les agressions sexuelles. Vient ensuite la catégorie des dérangements, qui comprend notamment les demandes de renseignements et les démarches non sollicitées de vendeurs de divers produits. Le sondage révèle que pour la plupart des Canadiens, les intrusions ne suscitent que de légères préoccupations, mais, indéniablement, une minorité estime qu'il s'agit d'un problème grave. D'autres catégories sont importantes, notamment celle du harcèlement psychologique et verbal. Les exemples de problèmes qui font le plus souvent l'objet des études des spécialistes en matière de protection de la vie privée et des débats publics sur la réglementation sont un peu plus rares. Notons par exemple l'utilisation abusive de

32 Les spécialistes et les partisans de la protection de la vie privée nous ont dit que ce chiffre était étonnamment élevé. Les représentants du secteur privé estiment qu'il est bas.

renseignements (par ex., divulgation de données sans permission), les problèmes de crédit et de données financières (par ex., renseignements inexacts en matière de solvabilité) et la surveillance en milieu de travail. Dans l'ensemble, environ 3 p. cent des Canadiens ont vécu (et noté) à un moment de leur vie des problèmes qui sont les plus fréquemment abordés dans la littérature sur le respect de la vie privée.

Les spécialistes font remarquer avec raison qu'un grand nombre des formes les plus insidieuses d'atteinte à la vie privée échappent au Canadien moyen. On doit se demander malgré tout pendant combien de temps une atteinte vraiment sérieuse peut n'avoir aucun effet notable dans la vie quotidienne de la victime. Une fois de plus, on peut aussi se demander si une proportion de 3 p. cent est élevée ou faible. Sans prétendre répondre à cette question de norme, il est important de reconnaître l'écart notable qui sépare la conception que se font les experts et les profanes de ce qui constitue une atteinte grave à la vie privée. Il ne fait pas de doute que les classements analytiques soignés des atteintes à la vie privée et de leur conséquences produits par les experts constituent un progrès considérable par rapport à la catégorisation qu'on peut tenter de tirer des perceptions peu cohérentes du public. Les responsables de l'élaboration des politiques ne doivent toutefois pas perdre de vue, en tentant de préparer l'avenir, les idées du commun des mortels.

Outre ces renseignements sur les expériences signalées par les répondants, l'étude livre aussi un aperçu de la conception et de la perception de la vie privée que se font les simples citoyens. Il a été demandé aux répondants d'évaluer l'importance relative des divers aspects de la vie privée, selon leur propre conception. Il ressort que les plus importants sont le fait d'être espionné et le contrôle de la collecte de renseignements (par qui et pour quoi). L'analyse statistique ultérieure des données du sondage (voir 5.1) a révélé une distinction claire entre les notions fondamentales comme les craintes généralisées au sujet de la surveillance et la perte de contrôle sur sa vie privée, l'inquiétude au sujet des intrusions au foyer, la confiance et l'ouverture à l'égard de la divulgation de renseignements, le désir d'ordre et de contrôle (réglementation gouvernementale comprise), le désir d'un consentement éclairé et des notions analogues. La vigueur de l'engagement à l'égard de ces principes ou notions varie considérablement d'une personne à l'autre.

6.3

CLASSEMENT HIÉRARCHIQUE DES PRÉOCCUPATIONS : DU DÉRANGEMENT À LA CRAINTE

La plupart des Canadiens sont profondément troublés par les questions de respect de la vie privée. En analysant les relations entre différents types de problèmes et les degrés de préoccupation, il est possible d'établir un classement par ordre de priorité.

La large gamme des incidents et des aspects qui portent sur le respect de la vie privée ne constitue pas un ensemble monolithique. Le degré de préoccupation varie énormément. Quels sont les éléments les plus troublants? Dans l'ensemble, les préoccupations sont plus vives lorsque le problème se présente en termes abstraits et généraux et lorsque la personne manque de connaissances et de contrôle sur la situation. Par conséquent, les préoccupations théoriques, par exemple le processus relativement peu connu des liens qu'on peut établir entre banques de données ainsi

que le fait d'être observé ou écouté sans en être au courant et sans en avoir donné la permission donnent lieu plus fréquemment à des préoccupations extrêmes que les intrusions plus banales du télémarketing. Les intrusions plus concrètes et familières, lorsque l'objet et la nature de l'intrusion sont connus, semblent plus acceptées.

De fortes variations du degré d'acceptabilité ressortent également dans l'évaluation des différents types d'information : 45 p. cent expriment un degré de préoccupation « extrême » lorsqu'il s'agit de renseignements financiers, mais la proportion tombe à 8 p. cent lorsqu'il s'agit des renseignements sur l'âge. Les organismes ou les personnes qui demandent des renseignements sont également accueillis avec un degré de méfiance très variable : 49 p. cent sont extrêmement préoccupés lorsqu'il s'agit de vente directe, par rapport à 14 p. cent lorsqu'il s'agit de médecins ou d'hôpitaux.

S'il existe quelques personnes qui sont extrêmement préoccupées par toutes les intrusions dans la vie privée, il est manifeste que le niveau général de tolérance est très variable selon le cadre et le contexte. La présente étude ne peut proposer une théorie bien arrêtée pour expliquer le phénomène, mais une analyse préliminaire permet de dégager les hypothèses suivantes, qui ne sont pas sans liens entre elles :

- (i) *Le degré de connaissance et de familiarité* a tendance à atténuer les préoccupations. Celles-ci sont généralement moins profondes lorsque l'auteur, la raison d'être et la nature de l'intrusion sont connus ou familiers. Les craintes tendent à être les plus vives lorsque la personne n'est au courant ni du processus ni de l'objet.
- (ii) *Transparence* - aspect lié au premier thème. Il est clair que la plupart des répondants sont plus à l'aise dans les situations où le processus est explicite. Divers indicateurs permettent de croire que les Canadiens sont plus profondément troublés par les intrusions secrètes (par ex., espionnage, écoute de communications par téléphone cellulaire, établissement de liens, sans autorisation et sans que cela soit connu, entre des bases de données).
- (iii) *Consentement, contrôle et réglementation* - Il semble que les Canadiens trouvent les intrusions dans la vie privée, notamment lorsque des renseignements personnels sont en cause, beaucoup plus acceptables lorsqu'ils ont l'impression d'avoir un certain contrôle sur le processus. Les Canadiens sont donc beaucoup plus disposés à fournir des renseignements s'ils estiment exercer un contrôle personnel. Ce principe peut être illustré par une échelle allant d'une connaissance élémentaire au consentement sur le contrôle et la possession de renseignements personnels. Le sondage montre que les Canadiens veulent avoir davantage l'assurance que quelqu'un s'occupe de leurs intérêts.
- (iv) *Justification/avantages* - Les intrusions sont relativement plus acceptables lorsqu'elles ont une justification claire et légitime. Lorsque l'individu a un avantage personnel évident à retirer (par ex., fournir des données en matière de santé pour faciliter un diagnostic) ou un avantage d'ordre social (par ex., un recensement fait par l'État), les intrusions sont beaucoup plus acceptables que lorsque les avantages sont essentiellement ou exclusivement accaparés par des intérêts privés (par ex., une entreprise).

- (v) *Légitimité/confiance* - Les institutions qui jouissent de la plus grande légitimité ou de la plus grande confiance dans l'opinion font l'objet de préoccupations bien moins grandes que celles à qui ont fait moins confiance. Ainsi, les médecins et l'administration suscitent beaucoup moins d'inquiétude que les entreprises de télémarketing (et que les maisons de sondage).

Une façon plus simple d'envisager la question est de dire que les gens distinguent deux types de préoccupations, (1) les nuisances et (2) les craintes. Les nuisances sont les simples dérangements ou les intrusions. Ce sont des intrusions banales, courantes comme d'être dérangé à la maison par des télévendeurs ou de recevoir du courrier publicitaire. Il est évident que les gens ne prisent pas ces intrusions, mais ils ont tendance à les percevoir comme de simples dérangements plutôt que comme des motifs de crainte.

Les craintes découlent de menaces plus graves à la vie privée. Il y a, par exemple, des menaces concrètes comme d'être épié, harcelé ou de voir des renseignements personnels utilisés contre soi, mais aussi des inquiétudes plus vagues au sujet de menaces inconnues liées à l'utilisation abusive de renseignements, à des fins que l'intéressé n'a pas approuvées. Notons l'établissement de liens entre des bases de données pour des fins autres que celles pour lesquelles les renseignements ont été recueillis. Les préoccupations font alors place à la peur et à l'anxiété. Il importe cependant de souligner que ces intrusions graves sont relativement rares. La vaste majorité (97 p. cent) des Canadiens n'ont *jamais* rencontré pareils problèmes. Il n'est pas question de nier que beaucoup de ces problèmes resteront inconnus des victimes ou que les citoyens peuvent fort bien avoir des préoccupations légitimes à l'égard de problèmes dont ils ne feront jamais personnellement l'expérience (par ex., déversements pétroliers ou agressions sexuelles). Il reste qu'il y a certainement un élément irrationnel dans la perception des menaces à la vie privée.

Cet élément irrationnel est conforme aux prévisions faites à partir des recherches sur la perception des dangers (par ex., Ekos Research, *Risky Business*, 1988). Ces recherches démontrent que les craintes sont à leur plus haut niveau lorsque l'individu n'exerce pas de contrôle et que la source des craintes lui est peu connue ou qu'elle est étrangère. Ainsi, on craint davantage l'énergie nucléaire que le tabac ou la conduite automobile. Pourtant, le risque objectif de la première est bien plus faible que celui d'autres choses plus courantes relevant de l'initiative personnelle. Cela est également vrai de certains problèmes d'intrusion dans la vie privée, et plusieurs indicateurs et vérifications confirment l'importance de ce phénomène. Nous constatons que la tolérance à l'égard des menaces qui pèsent sur la vie privée augmente de façon significative si l'individu a l'impression de pouvoir exercer un certain contrôle. En fait, ce sont les intrusions subreptices et incontrôlées qui sont, de loin, les plus menaçantes et les moins acceptables. Il est évident que les Canadiens font la part des choses entre leurs préoccupations et les exigences pragmatiques de la vie quotidienne.

Les connaissances sont liées à la peur de deux manières fort différentes. En effet, deux causes principales mènent aux niveaux de préoccupation les plus élevés dans la société. Cela tient un peu du paradoxe, mais ces niveaux découlent soit de l'ignorance, soit de la connaissance. Certains des citoyens les plus informés craignent les atteintes à la vie privée *parce qu'ils* connaissent la grande puissance de la

technologie de l'information, allée aux intérêts publics et privés en contradiction avec leurs propres intérêts (ce sont les partisans de la réglementation craintifs). D'autres éprouvent des craintes pour des raisons opposées : elles n'ont aucune idée des conséquences véritables ni de la technologie, mais elles ont le vague sentiment d'être menacées. Nous avons désigné ce groupe plus démuni par le vocable « technophobe ».

Les nuisances et les craintes sont placées à des niveaux nettement distincts, dans le domaine plus large des préoccupations à propos du respect de la vie privée. Mais les répondants, lorsqu'ils expriment leurs préoccupations et leurs souhaits de mesures correctives, brouillent parfois cette distinction cruciale. Pour la plupart des gens, les intrusions et les dérangements sont des nuisances ou des irritants. C'est ce que confirme le niveau modéré de préoccupation mentionné à l'égard de ces incidents. D'autres données sur le comportement indiquent que la vaste majorité des Canadiens semblent raisonnablement à l'aise face aux intrusions. Ils jettent ou lisent la publicité postale, ils raccrochent ou écoutent le message de télémarketing, ils acceptent ou refusent de participer aux sondages. Il n'y a que très peu de gens qui soient préoccupés au point de prendre d'autres mesures. Ces dérangements sont considérés comme n'étant guère plus importants que les taches de sel sur les vêtements pendant l'hiver canadien. Personne ne prise tellement cet ennui, et tous seraient heureux de le voir éliminé, mais ils estiment qu'il s'agit d'un inconvénient normal, d'une conséquence secondaire de la vie urbaine moderne et non d'un problème urgent.

Les intrusions graves — vécues ou hypothétiques — sont ce qui trouble vraiment les Canadiens. Ces problèmes sont d'une urgente priorité. Les Canadiens estiment que le système n'offre pas d'assurances adéquates permettant à chacun de se sentir suffisamment protégé. Ils veulent avoir l'impression d'exercer un plus grand contrôle, de pouvoir donner ou refuser leur consentement et d'être protégés, mais ils ne voient pas très bien par quel moyen obtenir ces résultats. Il importe aussi de se rappeler le fossé qui sépare les préoccupations et l'expérience concrète lorsqu'il s'agit des problèmes portant d'atteinte à la vie privée qui préoccupent vraiment les Canadiens.

6.4

LA VIE PRIVÉE SELON LES DIVERS GROUPES SOCIAUX

La vie privée a des significations et des conséquences diverses selon différents membres de la société canadienne. Lorsqu'on essaie de comprendre ces différences, il importe de tenir compte des explications sociologiques. Si nous considérons la place de la personne dans la structure sociale, et plus particulièrement sa classe sociale, les différences deviennent beaucoup plus intelligibles.

Il semble y avoir un clivage entre classes sociales quant à la nature et à l'impact des problèmes d'intrusion dans la vie privée. Pour les classes les moins influentes et les moins privilégiées, les menaces à la vie privée sont vagues mais tout de même inquiétantes. Ces classes sont coupées des processus économiques et politiques qui déterminent les problèmes d'intrusion dans la vie privée. Leur impuissance, allée à une désillusion de plus en plus profonde à l'égard du gouvernement et d'autres institutions, contribue à faire naître une crainte généralisée du problème.

Parallèlement, leur marginalisation économique les rend incapables d'identifier les problèmes et d'y réagir. Par exemple, ces personnes sont les moins en mesure d'acquiescer certaines des nouvelles technologies conçues pour réduire au minimum les menaces qui pèsent sur la vie privée.

Il y a d'autres faits paradoxaux dans les clivages de classes. Les classes défavorisées sont les moins exposées aux ennuis des intrusions des vendeurs, puisqu'elles ne sont pas des cibles intéressantes pour le marketing. Elles sont aussi les plus laxistes dans l'attitude personnelle à l'égard des atteintes à la vie privée. Ainsi, les Canadiens les moins favorisés sont plus portés à approuver l'utilisation de récepteurs à balayage et les moins préoccupés par le fait qu'on observe la vie personnelle des personnalités connues. Ils sont les plus disposés à accepter le statu quo sur le plan législatif.

Les classes sociales les plus privilégiées et les plus influentes comprennent et vivent les problèmes d'intrusion dans la vie privée de façon fondamentalement différente. Elles sont les cibles les plus probables de l'explosion de nouvelles technologies qui touchent la vie privée et la gestion de l'information. Comme elles ont un revenu disponible plus important, elles sont victimes de la majorité des intrusions de télémarketing et des organismes de charité. Elles sont aussi les plus intéressées par les nouvelles technologies de respect de la vie privée et elles ont les moyens de se les procurer. Leurs préoccupations sont celles de personnes initiées à la technologie qui occupent des positions dominantes dans la société.

Notre segmentation fait ressortir des divisions plus complètes et elle tient compte d'importantes variations démographiques et sociales (voir chapitre 5).

6.5

L'INDIVIDU DANS LE SYSTÈME

Ce serait une erreur que de voir tous les Canadiens comme de malheureux pions dans le grand jeu de l'électronique moderne qui a sacrifié leur vie privée sur l'autel de l'efficacité de l'administration, de la vitalité de l'économie de consommation, de la productivité des entreprises et de la réduction des risques du crédit commercial. Malgré de hauts niveaux de préoccupation, beaucoup de Canadiens ne se sentent pas impuissants devant ce qui leur apparaît comme des menaces naissantes contre leur vie privée. Il y a de nets clivages au sein de la population quant au rôle de l'individu dans la lutte contre les intrusions.

La plupart des Canadiens disent ne pas se sentir assez sûrs de leur aptitude à protéger leur vie privée, mais une importante minorité s'estime capable de faire face à ce défi. Même si 60 p. cent ne savent que faire en cas de problème d'intrusion, il n'en demeure pas moins qu'une forte minorité de personnes ont une idée assez précise de la marche à suivre dans pareils cas. Nous notons également un partage assez équilibré, fondé sur la connaissance des répercussions des nouvelles technologies. Les personnes plus instruites et au fait de la technologie se sentent beaucoup plus à l'aise en ce qui a trait à cette question.

Cette scission, de l'ordre du pouvoir et du confort, révèle que beaucoup de Canadiens estiment que l'individu a un rôle important à jouer pour résoudre les problèmes d'intrusion dans la vie privée. Selon un autre indicateur, la majorité des Canadiens croient qu'il incombe à l'individu de régler ces problèmes. Par ailleurs, un

nombre encore plus grand de Canadiens voudraient que le gouvernement, seul ou avec le concours des entreprises, s'y attaquât. Ces réactions ne sont pas incohérentes. La plupart des Canadiens optent pour une double approche, souhaitant que la responsabilité soit partagée entre l'individu, le gouvernement, l'entreprise et d'autres institutions.

La plupart des gens semblent bien se débrouiller dans la vie quotidienne. Ils raccrochent le récepteur ou refusent l'intrusion ou, avec une fréquence étonnante, cèdent aux demandes. Une minorité non négligeable (de 20 à 35 p. cent) de citoyens ont vérifié et (ou) corrigé des dossiers personnels dans des banques de données, ont fait retirer leur numéro de téléphone de l'annuaire, ont eu recours à la gestion des appels ou à d'autres services en vue de contrer ces intrusions. C'est pour faire face à des problèmes plus graves ou plus insidieux que nombre de Canadiens souhaitent l'intervention de l'État.

Tel que mentionné plus haut (5.2), la catégorie des autonomes (individualistes prudents) représente peut-être une nouvelle tendance chez les jeunes Canadiens, qui ne se contentent pas de recourir au modèle traditionnel voulant qu'il appartienne au gouvernement de régler ce genre de problèmes. Même si la confiance générale envers le gouvernement est indéniablement à la baisse, la plupart des Canadiens préfèrent encore avoir deux recours en matière de la protection de la vie privée : la responsabilité individuelle et intervention de l'État.

6.6

ET MAINTENANT?

L'objet de la présente étude n'a jamais été d'établir des lignes directrices particulières ou des recommandations de politiques. Par contre, elle constitue un apport d'importance cruciale dans ces travaux. Si nous ne pouvons proposer un plan précis pour l'élaboration de mesures à venir, nous esquissons des paramètres importants à partir de l'opinion publique. Une liste préliminaire comporterait les points suivants :

- Nous observons des niveaux de préoccupation très élevés et une profonde conviction que des mesures s'imposent en vue de contrer les menaces de plus en plus fréquentes portant atteinte à la vie privée.
- Il n'existe pas de consensus clair, encore moins de programme, sur les mesures à prendre, en raison d'un grand nombre d'éléments capricieux, voire contradictoires, quant aux solutions qui sont privilégiées.
- Ce qui anime clairement la volonté d'intervention est la recherche d'un plus grand contrôle. Les Canadiens veulent être assurés que quelqu'un contrôle la situation et défend leurs intérêts.
- Les Canadiens préfèrent très nettement une intervention législative à une autoréglementation purement volontaire de l'entreprise.
- Par ailleurs, les Canadiens n'expriment pas de préférence nette entre le modèle de partenariat, de collaboration entre le gouvernement et l'entreprise et de l'intervention purement législative. Le sondage permet de supposer que la participation du gouvernement est obligatoire - qu'il agisse seul ou de concert avec le secteur privé.

- Les Canadiens estiment avoir, comme individus, une importante responsabilité en matière de respect de leur vie privée.

Il ne faut utiliser qu'avec prudence les données des sondages en raison des ambiguïtés et des caprices observés dans ce domaine. Il importe de noter particulièrement l'écart entre ce que disent les experts et les décisionnaires, en matière de vie privée, et la façon dont ce langage est interprété par le simple citoyen. Malgré ces difficultés, il faudrait tenir compte avec soin de ces constatations dans le cadre de l'élaboration de toute nouvelle politique.



ANNEXES

ANNEXE A

BIBLIOGRAPHIE

Bennett, Colin, *Regulating Privacy: Data Protection and Public Policy in Europe and the United States*, Ithica (New York), Cornell University Press, 1992.

Bok, Sissela, *Secrets: On the Ethics of Concealment and Revelation*, New York, Random House Inc., 1984.

Les Associés de recherche Ekos Inc., *Risky Business: Rethinking the Federal Communications Role in Light of Public Perceptions of the Transportation of Dangerous Goods*, rapport final rédigé pour Transports Canada, 1987.

Harris, Louis and Associates et Alan F. Westin, *The Equifax Canada Report on Consumers and Privacy in the Information Age*, sondage réalisé pour le compte d'Equifax Canada Inc., 1992.

Harris, Louis and Associates et Alan F. Westin, *Harris-Equifax Consumer Privacy Survey*, sondage réalisé pour le compte d'Equifax Inc., 1991.

Péladeau, Pierrôt, « The Informational Privacy Challenge: The Technological Rule of Law » **in** *Human Rights in Canada: Into the 1990s and Beyond*, recueil rédigé par Ryszard I. Cholewinski, Ottawa, Université d'Ottawa, 1990.

ANNEXE B
ÉQUIPE CHARGÉE DU PROJET

Frank Graves.....	Directeur du projet et rechercheur en chef
Nancy Porteous.....	Gestionnaire de projet
Benoît Gauthier.....	Conseiller principal aux fins de cette étude
Bruce Anderson (Anderson Strategic Research).....	Principal conseiller en matière d'opinion publique
Susan Galley.....	Conseillère spéciale
Mark Anderson.....	Gestionnaire du sondage
Patrick Beauchamp.....	Analyste de recherche/ comparaison internationale
Elna Brennan.....	Administratrice du projet
Heather Chang.....	Gestionnaire de la base de données
Robin Eckford-Brown.....	Gestionnaire de la base de données
Karin Lacey.....	Traitement de texte et graphisme informatique
Sharon Alward.....	Traitement de texte

**TRADUIT PAR
LE SECRETARIAT D'ÉTAT**

ANNEXE C
VALEURS MARGINALES DU SONDAGE

**SONDAGE NATIONAL SUR LA PROTECTION
DE LA VIE PRIVÉE**

Bonjour\Bonsoir, ici...(votre nom)... de la maison de recherche Ekos. Nous menons présentement une étude nationale, en vue de recueillir les opinions de la population au sujet de la protection de la vie privée, pour le compte du gouvernement et du secteur privé.

Votre ménage a été sélectionné au hasard. Vos réponses demeureront strictement confidentielles et votre participation à ce sondage est entièrement volontaire.

Puis-je commencer?

Êtes-vous âgé, d'au moins 18 ans et résidez-vous au Canada?

Oui 1

Non 2 -> **DEMANDER À PARLER À UNE
PERSONNE ADMISSIBLE**

NSP/PDR..... 9

1. Ces temps-ci, de nombreuses questions préoccupent les Canadiens. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) par chacune des questions suivantes?

	AUCUNEMENT PRÉOCCUPÉ(E)		MODÉRÉMENT PRÉOCCUPÉ(E)			EXTRÊMEMENT PRÉOCCUPÉ(E)		x	emq	n
	1	2	3	4	5	6	7			
a. L'unité nationale	1	2	3	4	5	6	7	4.8	2.0	2951
	8	7	10	17	15	11	31			
b. Le droit à l'intimité ou au respect de la vie privée	1	2	3	4	5	6	7	5.8	1.6	2975
	3	2	3	13	14	13	52			
c. L'écologie	1	2	3	4	5	6	7	6.0	1.3	2975
	1	1	2	10	16	17	52			
d. Le chômage	1	2	3	4	5	6	7	6.1	1.4	2984
	2	1	2	8	14	17	56			
e. L'éducation	1	2	3	4	5	6	7	6.0	1.4	2989
	2	1	1	10	13	17	55			

2.a Grâce aux technologies de pointe, certaines entreprises privées peuvent se renseigner sur le comportement et les habitudes des gens en accédant aux informations portant sur les achats qu'ils font ou sur les services auxquels ils sont abonnés. Ainsi, ces entreprises sont en mesure de vendre ces informations à d'autres entreprises, qui, à leur tour, peuvent les utiliser en vue de la vente de produits et services. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) par le fait que les entreprises de câblodiffusion offrant un service de paiement sur visionnement, disposent d'informations au sujet de ce que leurs abonnés regardent à la télévision?

AUCUNEMENT PRÉOCCUPÉ(E)		MODÉRÉMENT PRÉOCCUPÉ(E)			EXTRÊMEMENT PRÉOCCUPÉ(E)		
1	2	3	4	5	6	7	
26	7	7	16	11	8	26	$\bar{x} = 4.1$ emq = 2.3 n = 2941

b. Maintenant, dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) par le fait que les entreprises de services publics soient au courant de vos habitudes de consommation d'électricité, de gaz ou d'eau, à la maison?

AUCUNEMENT PRÉOCCUPÉ(E)		MODÉRÉMENT PRÉOCCUPÉ(E)			EXTRÊMEMENT PRÉOCCUPÉ(E)		
1	2	3	4	5	6	7	
32	7	8	19	12	7	16	$\bar{x} = 3.6$ emq = 2.2 n = 2983

3. Dans quelle mesure le fait que certaines informations personnelles, en mémoire dans une banque de données d'un organisme peuvent être reliées à d'autres informations personnelles détenues dans la banque de données d'un autre organisme, vous préoccupe-t-il?

AUCUNEMENT PRÉOCCUPÉ(E)		MODÉRÉMENT PRÉOCCUPÉ(E)			EXTRÊMEMENT PRÉOCCUPÉ(E)		
1	2	3	4	5	6	7	
9	2	3	10	10	11	54	$\bar{x} = 5.6$ emq = 1.9 n = 2949

4. La notion du "respect de la vie privé" ou du "droit à l'intimité" revêt un sens différent selon chacun. Je vais vous lire une liste de divers aspects de la vie privée et j'aimerais que vous me disiez quelle est l'importance de chacun, pour vous.

	AUCUNE IMPORTANCE		IMPORTANCE QUELCONQUE			EXTRÊME IMPORTANCE		\bar{x}	emp	n
a. Ne pas être dérangé(e) à la maison	1	2	3	4	5	6	7			
	4	2	4	17	17	14	41	5.5	1.7	3000
b. Ne pas être surveillé(e) au travail	1	2	3	4	5	6	7			
	10	3	4	19	15	14	36	5.1	1.9	2843
c. Contrôler qui peut obtenir des informations à votre sujet	1	2	3	4	5	6	7			
	3	1	2	6	7	11	72	6.3	1.4	2990
d. Ne pas être surveillé(e) ou écouté(e) sans que vous ayez accordé votre permission	1	2	3	4	5	6	7			
	3	1	1	6	6	8	75	6.4	1.4	2990
e. Contrôler les données qui sont recueillies à votre sujet	1	2	3	4	5	6	7			
	3	1	1	7	9	12	67	6.2	1.4	2988
f. Y-a-t-il d'autres aspects du «respect de la vie privée» que nous n'avons pas mentionnés?										
Oui.....1										10
Non.....2										90 n = 2981
5a. Avez-vous déjà fait l'objet d'une sérieuse atteinte à votre vie privée?										
Oui.....1										18
Non.....2										82 n = 2996
b. DANS L’AFFIRMATIVE : Pourriez-vous décrire la situation qui a porté atteinte à votre vie privée?										

6a. **Au cours des derniers mois, avez-vous reçu....**

b. **Dans quelle mesure ceci vous préoccupe-t-il?**
 Situez votre niveau de préoccupation sur une échelle de 1 à 7, où le 1 signifie que vous n'êtes aucunement préoccupé(e) par ce genre d'événements, le 4, plus ou moins préoccupé(e), et le 7, extrêmement préoccupé(e).

	Oui		Non			Aucunement préoccupé(e)			Plus ou moins préoccupé(e)					Extrêmement préoccupé(e)		
	1	2	n	\bar{x}	emq	n	1	2	3	4	5	6	7	\bar{x}	emq	n
i. des appels téléphoniques inattendus de la part de vendeurs	70	30	3004	4.5	6.3	2046	18	4	6	18	14	11	29	4.5	2.2	2042
ii. des visites importunes à votre domicile de la part de vendeurs	48	52	3003	3.0	10.6	1379	19	7	7	20	10	9	28	4.4	2.2	1376
iii. du courrier publicitaire	95	5	3002	21.9	29.4	2855	26	6	5	16	10	9	28	4.2	2.4	2848

7a. **Avez-vous déjà demandé d'avoir accès à des renseignements que le gouvernement, une entreprise ou des établissements tels les écoles ou les hôpitaux détiennent à votre sujet?**

	Nombre de fois		
	\bar{x}	emq	n
Oui	1	20	2.3 3.0 604
Non	2	80	n = 3003

b. **DANS L’AFFIRMATIVE : Avez-vous déjà tenté de rectifier certains renseignements détenus à votre sujet?**

Oui	1	35
Non	2	65 n = 615

8. **Êtes-vous au courant de l'existence de lois ou d'agences d'aide aux Canadiens en matière du respect de la vie privée?**

Oui	1	18
Non	2	82 n = 2998

9a. Dans quelle mesure le fait de fournir les informations suivantes aux organismes que je vais maintenant vous nommer, vous préoccupe-t-il?

[ALTERNEZ]

AUCUNEMENT PRÉOCCUPÉ(E)	MODÉRÉMENT PRÉOCCUPÉ(E)	EXTRÊMEMENT PRÉOCCUPÉ(E)	NSP/ PDR
1	2	3	4
5	6	7	9

V_A

- i. Votre situation financière
- ii. Votre âge
- iii. Votre histoire médicale
- iv. Votre nom
- v. Votre adresse
- vi. Votre numéro de téléphone
- vii. Votre numéro d'assurance sociale
- viii. Vos habitudes d'achat
- ix. Vos habitudes d'écoute de la télévision
- x. Votre historique d'emploi

V_B

- i. À Statistique Canada
- ii. Aux compagnies de téléphone
- iii. À une agence de crédit
- iv. Aux entreprises de vente à domicile
- v. À la police
- vi. Aux banques
- vii. Aux compagnies d'assurance
- viii. Aux maisons de sondage
- ix. Aux hôpitaux ou aux médecins
- x. Aux magasins de vente au détail
- xi. Aux entreprises de câblodiffusion
- xii. Au gouvernement

(Pour chaque combinaison :)

b. Environ combien de fois vous êtes-vous retrouvé dans cette situation au cours de l'année qui vient de s'écouler?

NOMBRE DE FOIS

c. (SI COTES 6-7 AUX Q.9 ET 9.b SONT SUPÉRIEURES À 0) Qu'est-ce que vous avez fait à ce sujet? (Encerchez toutes les réponses pertinentes.)

A fourni l'information	01
A refusé de fournir les renseignements	02
S'est plaint au requérant ou à son supérieur	03
A prévenu la police	04
A prévenu les journaux	05
A communiqué avec un avocat	06
A prévenu une agence gouvernementale	07
A déménagé	08
A quitter son emploi	09
A obtenu un numéro de téléphone confidentiel	10
Autre	11
NSP/PDR	99

10. Dites-moi si vous êtes d'accord ou non avec chacun des énoncés suivants.

	TOUT À FAIT EN DÉSACCORD		NI L'UN NI L'AUTRE		TOUT À FAIT D'ACCORD		x	emq	n	
	1	2	3	4	5	6				7
a. La vraie «vie privée» n'existe pas réellement puisque le gouvernement peut obtenir tous les renseignements qu'il désire à votre sujet	6	2	2	8	8	10	63	5.9	1.8	2974
b. De nos jours, les ordinateurs réduisent le niveau de protection de la vie privée au Canada	5	2	2	10	10	12	59	5.9	1.7	2919
c. Je ne crois pas que le Canadien moyen subisse de sérieuses conséquences défavorables, attribuables aux soit disant «atteintes à la vie privée»	28	9	7	19	13	8	15	3.7	2.2	2867
d. La vraie «vie privée» n'existe pas réellement puisque toute entreprise peut obtenir les renseignements qu'elle désire à votre sujet	8	3	5	13	12	11	48	5.4	2.0	2949
e. Personnellement, je n'ai aucune objection à l'utilisation de décodeurs électroniques permettant d'écouter les conversations tenues par téléphones cellulaires	77	6	2	3	1	1	10	1.9	1.9	2970
f. En tant que consommateur, je crois que les informations portant sur ma situation de crédit sont protégées de manière adéquate par les lois existantes et par les pratiques qui prévalent au sein des entreprises	25	9	9	22	11	6	17	3.7	2.1	2729

10. Suite.

	TOUT À FAIT EN DÉSACCORD		NI L'UN NI L'AUTRE			TOUT À FAIT D'ACCORD				
	1	2	3	4	5	6	7	\bar{x}	emq	n
g. J'estime qu'il est important de connaître la vie privée de tout candidat à un poste public	23	7	7	17	12	8	27	4.2	2.3	2981
h. J'estime que j'ai moins d'intimité aujourd'hui dans ma vie de tous les jours qu'il y a dix ans	15	5	5	15	10	10	40	4.9	2.2	2937
i. Sous aucun prétexte, personne ne devrait avoir à payer pour prendre connaissance ou pour rectifier des renseignements recueillis à son sujet	6	1	2	5	5	7	75	6.2	1.6	2968
j. Les consommateurs n'ont plus aucun contrôle sur la façon dont les informations personnelles à leur sujet sont transmises à d'autres entreprises et utilisées par celles-ci	6	2	3	11	12	12	54	5.8	1.7	2890
k. Je n'ai aucune objection à fournir des renseignements personnels quiconque désire en obtenir	47	10	6	12	6	4	15	2.9	2.3	2988
l. Je crois que je dispose d'assez d'information pour savoir comment les nouvelles technologies peuvent porter atteinte à ma vie privée	24	9	9	15	12	8	23	4.0	2.3	2934
m. Je n'ai aucune objection à ce que certaines entreprises utilisent des informations à mon sujet en autant que l'on m'en avise et que je soit en mesure d'y mettre fin	14	4	3	9	9	13	49	5.3	2.2	2976

10. Suite.

	TOUT À FAIT EN DÉSACCORD		NI L'UN NI L'AUTRE			TOUT À FAIT D'ACCORD		\bar{x}	emq	n
	1	2	3	4	5	6	7			
n. Je dirais que je préfère avoir affaire à un individu en personne, plutôt que par téléphone, par la poste ou par télécopieur	1 5	2 2	3 2	4 13	5 7	6 10	7 62	5.9	1.7	2984
o. Je préférerais travailler à la maison plutôt que d'être obligé de travailler dans le bruit et le va et vient du milieu de travail	1 26	2 8	3 5	4 15	5 7	6 5	7 33	4.2	2.5	2892
p. Je crois que je devrais être averti d'avance lorsque de l'information est recueillie à mon sujet	1 2	2 0	3 1	4 4	5 3	6 8	7 81	6.5	1.2	2999
q. Fondamentalement, je suis une personne qui aime avoir une vie sociale et qui a besoin de contacts humains	1 3	2 2	3 2	4 13	5 11	6 14	7 55	5.9	1.6	2991
r. J'adore suivre la vie de la famille royale, des vedettes et d'autres personnalités intéressantes	1 41	2 11	3 8	4 16	5 8	6 4	7 12	3.0	2.1	2997
s. Avant qu'un organisme puisse transmettre de l'information à mon sujet à d'autres, j'estime que je devrais d'abord leur avoir accordé ma permission	1 2	2 1	3 1	4 3	5 3	6 7	7 83	6.6	1.2	2993
t. Je ne saurais vraiment pas à qui m'adresser si je désirais entreprendre des démarches en raison d'une atteinte à ma vie privée	1 19	2 6	3 5	4 9	5 9	6 9	7 43	4.8	2.4	2977

10. Suite.

	TOUT À FAIT EN DÉSACCORD		NI L'UN NI L'AUTRE		TOUT À FAIT D'ACCORD					
	1	2	3	4	5	6	7	\bar{x}	emq	n
u. Je préférerais répondre à un sondage du gouvernement au téléphone que d'avoir à remplir un questionnaire et à l'expédier par la poste	22	5	3	23	7	7	32	4.4	2.3	2989
v. Lorsque je fait affaires avec une entreprise, je m'attends à ce que celle-ci utilise les informations dont elle dispose à mon sujet en vue de m'avertir de l'arrivée ou de la disponibilité de nouveaux produits et services	15	4	4	18	13	9	36	4.8	2.1	2937
w. J'aime beaucoup utiliser le guichet automatique pour mes transactions bancaires	29	3	2	9	5	7	46	4.6	2.6	2958
x. Lorsque l'on recueille des renseignements à mon sujet, je devrais être averti de l'usage qui en sera fait	2	0	0	2	2	6	87	6.7	1.0	2999

Quel énoncé, parmi les suivants, se rapproche le plus de votre opinion?

[ALTERNEZ]

11. Lorsque je m'abonne à une revue, j'estime que mon nom et mon adresse ne devraient pas être vendus à une autre entreprise 1 83
OU
 Je n'ai vraiment aucune objection à ce que les éditeurs vendent mon nom et mon adresse si cela signifie que je pourrai bénéficier d'autres offres d'achat intéressantes 2 17 n = 2945
12. Je n'aime définitivement pas l'idée que les entreprises maintiennent un dossier informatisé au sujet de la solvabilité d'un individu 1 42
OU
 Je n'ai aucune objection à ce que les entreprises maintiennent un dossier informatisé sur la solvabilité des individus si cela contribue à réduire le coût des mauvaises décisions en matière de prêts 2 58 n = 2805
13. J'estime qu'il est acceptable qu'un employeur vérifie les antécédents personnels d'employés éventuels en vue d'évaluer leur caractère ainsi que leur niveau de fiabilité 1 56
OU
 J'estime que les employeurs ne devraient pas avoir le droit de fouiller la vie privée d'employés éventuels 2 44 n = 2803
14. Je crois que le public devrait être renseigné au sujet de toute question politique importante même si cela comportait l'enregistrement de conversations sur téléphone cellulaire privé..... 1 17
OU
 Personne ne devrait enregistrer de conversations tenue sur un téléphone cellulaire privé, pour quelque raison que ce soit..... 2 83 n = 2865
15. **Dites-moi si vous êtes d'accord ou non avec chacun des énoncés suivants.**

	TOUT À FAIT EN DÉSACCORD		NI L'UN NI L'AUTRE		TOUT À FAIT D'ACCORD					
	1	2	3	4	5	6	7	\bar{x}	emq	n
a. Si le secteur privé établissent leur propre réglementation, je suis confiant que ma vie privée ne sera pas menacée	24	8	6	17	12	8	25	4.1	2.3	2859
b. Le gouvernement devrait passer une loi visant à assurer la protection de ma vie privée	3	1	1	6	6	11	72	6.3	1.3	2967

15. Suite.

	TOUT À FAIT EN DÉSACCORD		NI L'UN NI L'AUTRE		TOUT À FAIT D'ACCORD					
	1	2	3	4	5	6	7	\bar{x}	emq	n
c. Les lois régissant la protection de la vie privée devraient s'appliquer tant au gouvernement qu'aux entreprises	1	2	3	4	5	6	7			
	4	1	1	5	6	11	71	6.2	1.5	2951
d. Il incombe à tous et chacun de voir à la protection de sa vie privée	1	2	3	4	5	6	7			
	14	6	4	10	11	9	45	5.1	2.2	2967
e. Le gouvernement devrait travailler conjointement avec le secteur privé pour établir des lignes directrices sur la protection de la vie privée, à l'intention du secteur privé	1	2	3	4	5	6	7			
	3	1	1	6	9	14	66	6.2	1.4	2943

16. Avez-vous un téléphone cellulaire?

Oui1 10
Non2 90 n = 3001

17. Disposez-vous d'un ordinateur au travail ou à la maison?

Oui1 53
Non2 47 n = 3001

Vous servez-vous d'un modem?
Oui1 35
Non2 65 n = 1582

18. Disposez-vous d'un service de gestion des appels téléphoniques à la maison, tel le service offrant un système d'affichage?

Oui1 14
Non2 86 n = 3000

19. Avez-vous déjà eu un numéro de téléphone confidentiel ou non-publié, à votre résidence?

Oui1 22
Non2 78 n = 2997

20a. Possédez-vous un répondeur ou bénéficiez-vous d'un service téléphonique à la maison?

Oui1 43
Non2 57 n = 2998

b. L'utilisez-vous parfois pour filtrer vos appels?

Oui1 48
Non2 52 n = 1279

21. Quelle est la première langue que vous avez apprise étant enfant et que vous comprenez toujours?

L'anglais.....1	63
Le français.....2	27
Autre.....3	10 n = 2999

22. Diriez-vous que vous êtes âgé(e) de...

18-24.....01	12
25-29.....02	12
30-34.....03	13
35-39.....04	15
40-44.....05	11
45-49.....06	8 n = 2920
50-54.....07	6
55-59.....08	6
60-64.....09	5
65 ans ou plus.....10	12

23. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint?

École primaire ou moins.....01	5
Quelques années d'études secondaires.....02	21
Diplôme d'études secondaires.....03	31
Quelques années d'études collégiales.....04	5
Quelques années d'études universitaires.....05	4 n = 2963
Diplômé(e) d'un collège au d'un CÉGEP.....06	10
Diplômé(e) d'une université.....07	23
Autre.....08	1

24. Quelle catégorie parmi les suivantes, décrit le mieux votre emploi actuel ou le plus récent, si vous êtes sans emploi?

Journalier ou ouvrier semi-spécialisé.....01	8
Ouvrier spécialisé.....02	11
Employé(e) de bureau ou des domaines vente ou services.....03	16
Employé(e) professionnel(le).....04	21
Gestionnaire ou administrateur(trice) de niveau junior.....05	5 n = 2970
Gestionnaire ou administrateur(trice) cadre.....06	5
Étudiant(e).....07	7
À la retraite.....08	14
Au foyer.....09	9
Autre.....10	6

25. Quel est le revenu annuel global de votre ménage avant impôts et taxes? Est-il de...

Moins de \$14,999.....	1	18
\$15,000 - \$29,999.....	2	19
\$30,000 - \$44,999.....	3	25
\$45,000 - \$59,999.....	4	14 n = 1895
\$60,000 - \$74,999.....	5	11
\$75,000 et plus.....	6	13

26. Accepteriez-vous que votre nom et vos réponses à ce sondage figurent à un rapport qui paraîtra sous peu et qui portera sur les attitudes des Canadiens à légard de la protection de la vie privée?

Oui.....	1	46
Non.....	2	54 n = 2206

MERCI BEAUCOUP D'AVOIR BIEN VOULU RÉPONDRE À NOS QUESTIONS.

NE PAS DEMANDER :

27. Répondant de sexe :

masculin.....	1	49
féminin.....	2	51 n = 2864

ANNEXE D

MÉTHODES D'ÉCHANTILLONNAGE ET DE PONDÉRATION

Mode d'échantillonnage

L'objectif du sondage était de prélever un échantillon scientifiquement représentatif de la population canadienne, fondé sur quelques 3 000 entrevues auprès de résidents canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus et n'étant pas institutionnalisés.

Les numéros de téléphone ont été choisis par des moyens électroniques (de façon aléatoire) à partir d'une base contenant les numéros inscrits (en service) de toutes les régions du pays ainsi que des numéros choisis à partir d'une série de numéros attribués par les compagnies de téléphone dans les diverses régions. Ce mode de sélection permettait d'accorder une chance égale aux personnes dont le numéro n'est pas publié ou qui se déplacent souvent (par exemple, ceux qui louent leur logement) d'être interviewés.

Chez les ménages qui ont été rejoints, la personne retenue pour l'entrevue était sélectionnée selon une méthode de contingentement. Les répondants ont donc été choisis en fonction de leur appartenance à un groupe démographique particulier selon l'ordre du « premier rejoint ». Autrement dit, l'échantillon comportait les premières personnes qui ont été rejointes, qui ont accepté de participer et qui appartenaient à un groupe démographique encore incomplet (sexe, région, langue).

Dans le pire cas (c.-à-d., partage 50/50), l'échantillon permet, à 95 p. cent, un intervalle de confiance de +/- 1,8.

Gestion du sondage

Nous avons placé jusqu'à trois rappels chez chaque répondant, lorsque les premières tentatives de communication avaient échoué. Dans chaque cas, un « répit » d'au moins trois heures a été accordé avant de procéder au deuxième appel. Les autres rappels avaient lieu un autre jour. Si un répondant ne pouvait participer à l'entrevue au premier contact, les préposés au sondage devaient fixer un autre moment. Dans le cas où le répondant ne pouvait toujours pas participer, un autre rendez-vous lui était proposé. Enfin, à la troisième tentative infructueuse, le répondant était retiré et classé dans la catégorie des « refus ». Tous les appels étaient consignés quotidiennement sur des fiches prévues à cette fin, que l'appel ait été fructueux ou non (entrevue menée ou rendez-vous fixé).

Afin d'estimer l'effet des refus sur les résultats, les auteurs de l'étude ont prévu un sondage de suivi auprès de ceux qui avaient refusé de participer, à l'origine. Sur 3 502 tentatives, 215 entrevues ont été réalisées avec ces répondants, il y a eu 1 337 répétitions de refus et l'équipe du sondage n'a pu rejoindre les 1 950 autres. Le groupe rejoint dans le cadre du sondage de suivi ne présentait pas de différences significatives par rapport à l'échantillon initial, sur le plan sociodémographique (langue maternelle, sexe, âge, province, revenu, études, profession) et des attitudes clés (questions 1.b, 15.a-e). Ce résultat, ainsi que le fait que les répondants étaient retirés suite à quatre appels sans succès, permet de conclure que les refus n'ont eu que peu d'effet sur les résultats du sondage.

Pondération

Il y a eu pondération afin de s'assurer que l'indicatif régional (et donc la province et la région), le sexe, la langue d'expression et le niveau de scolarisation soient ramenés à des valeurs représentatives de la population. Normalement, cette pondération à posteriori nécessite l'utilisation de chiffres sur la population de chaque cellule de la classification croisée de chaque variable de pondération. Dans le cas présent, il aurait fallu savoir par exemple, combien de femmes francophones n'ayant pas terminé leurs études secondaires habitent la région dont l'indicatif est le 807. Cette information n'est évidemment pas disponible. En pareille situation, la meilleure solution est de recourir à un algorithme récursif pour produire une série de pondérations de variance minimum qui donne des distributions marginales égales à la distribution de la population.

STAT XP, l'un des logiciels d'analyse statistique utilisés pour le projet, comporte une fonction statistique qui fait ce travail sur la base de distributions marginales de la population pour chaque variable devant figurer à la pondération. Essentiellement, cette fonction produit les pondérations de manière itérative de façon qu'à chaque cycle, l'écart soit réduit entre la valeur marginale pondérée et la valeur marginale de la population. Après un certain nombre de cycles, les distributions convergent sur toutes les variables critères. Il a été démontré mathématiquement que cet algorithme produit des pondérations avec variance minimum; les distorsions dans les estimations sont ainsi également réduites au minimum. Le tableau qui suit présente les valeurs marginales pondérées et non pondérées des variables critères.

TABLEAU 1
COMPOSITION DÉMOGRAPHIQUE DE L'ÉCHANTILLON

	Pourcentage non pondéré	Pourcentage pondéré
Région		
Atlantique	11	9
Québec	27	25
Ontario	34	36
Prairies	18	18
C.-B.	9	12
Langage d'expression		
Anglais	74	75
Français	26	25
Sexe		
Féminin	56	51
Masculin	44	49
Scolarisation		
Études secondaires élémentaires	48	58
Études post-secondaires partielles	21	9
Diplôme d'études post-secondaires	30	33
Autres	1	1

ANNEXE E
PROFIL DÉMOGRAPHIQUE DES SEGMENTS

PROFIL DES SEGMENTS

		1	2	3	4	5
	Toutes catégories	Indifférents	Partisans de la réglementation croisés	Pragmatistes ouverts	Individualistes prudents	Technophobes extrovertis
		18 %	31 %	22 %	6 %	23 %
Sexe						
Féminin	56	51	58	59	42	62
Masculin	44	49	42	41	58	38
Langage d'expression						
Anglais	63	57	60	68	71	65
Français	28	35	32	21	15	25
Autre	10	8	9	11	15	11
Âge						
18-29	25	32	20	22	39	24
30-59	59	53	67	60	52	54
60+	16	15	12	19	9	22
Scolarisation						
Études secondaires au moins	48	50	40	50	39	58
Études post-secondaires	21	23	22	20	29	18
Diplôme d'études post-secondaires	30	27	38	30	31	24
Profession						
Bas niveau	28	26	27	24	27	32
Niveau moyen	45	48	39	48	47	47
Niveau élevé	28	26	34	28	26	21
Revenu (en milliers de \$)						
15-30	36	40	33	32	40	40
30-60	39	39	41	40	32	38
60 +	25	21	27	29	28	22
Région						
Atlantique	11	10	9	11	11	14
Québec	27	33	31	23	18	25
Ontario	34	32	33	38	39	34
Prairies	18	17	19	19	22	18
C.-B.	9	8	9	10	11	9

