

# **Impact des réseaux sociaux sur la sociabilité : le cas de Facebook**

Godefroy DANG NGUYEN, Telecom Bretagne, ICI, Marsouin  
Virginie LETHIAIS, Telecom Bretagne, ICI, Marsouin

## **Introduction**

Facebook, comme archétype des réseaux sociaux en ligne, est devenu en très peu de temps un phénomène d'une ampleur inouïe. Censé permettre aux inscrits de rester en contact les uns avec les autres et d'échanger des informations, des photos, et des actualités de tous ordres, bref d'interagir, ce réseau social a induit une pratique d'usage qui est devenue un authentique fait social. La recherche s'est emparée de cette question et les travaux se sont multipliés, mais il est difficile de savoir qui fait quoi exactement sur ce réseau social en ligne. En effet, la plupart des échantillons construits par les chercheurs sont des groupes de convenance. Les études sur un échantillon représentatif d'une population donnée sont relativement peu nombreuses et sont rarement le fait de programmes de recherche académique, mais plutôt d'instituts de sondage ou de programmes institutionnels publics.

Ce papier se propose de tirer parti d'une collecte de données par sondage commanditée par le GIS Marsouin dans un objectif académique. Il s'agit de répondre à la question suivante : Facebook, conçu comme un outil permettant aux individus de pratiquer une forme de sociabilité « en ligne » avec leurs « amis », comme les appelle Facebook, favorise-t-il la sociabilité, telle que nous pratiquons en dehors des dispositifs électroniques de médiation ?

Pour donner une réponse, nous procédons en trois étapes. Dans une première partie, l'analyse de la littérature existante nous permet de définir la sociabilité, et en particulier en quoi elle se distingue d'un concept théorique assez voisin mais plus utilisé aux USA, le capital social. Nous rendons compte des travaux existants qui s'attachent à analyser le rôle des technologies, et plus précisément des réseaux sociaux dans l'évolution de la sociabilité. Dans un second temps nous présentons les données que nous avons récoltées et la méthodologie que nous utilisons pour répondre à notre question de recherche. La troisième partie fournit les résultats et les analyse. En conclusion nous montrons les limites de ce travail et dégageons quelques perspectives de recherche nouvelle.

## **1- Le cadre d'analyse**

Cette première partie pose le cadre d'analyse : en nous appuyant sur les travaux existants, nous définissons la sociabilité (section 1-1) et analysons le rôle des nouvelles technologies sur l'évolution de cette sociabilité (section 1-2).

### **1.1- La sociabilité : définition et évolution**

#### **1.1.1- La problématique de la sociabilité**

La notion de sociabilité est pour ainsi dire consubstantielle à la sociologie puisqu'elle traite des relations que les individus entretiennent entre eux : comme le dit Bigot (2001) en se référant notamment à Norbert Elias, « le tissu des relations entre chaque individu constitue le fondement de la société ». Selon Forsé pour analyser la sociabilité, « il ne s'agit pas de mettre

en évidence la sociabilité comme qualité intrinsèque des individus ... [mais] de montrer que les relations qu'un individu entretient avec autrui, varient en grande partie selon des facteurs sociaux, économiques ou démographiques »<sup>1</sup>. Mercklé parle de la sociabilité comme de « la forme la plus pure de l'action réciproque »<sup>2</sup>.

Dans cet esprit s'est développé, notamment en France, tout un courant de recherche empirique cherchant à établir les liens entre les structures sociales et la sociabilité. Des enquêtes de l'INSEE (enquête « Contacts » en 1983 et enquête « Relations de vie quotidienne » en 1997) ont tenté de la mesurer par le nombre de contacts en face à face développés par une personne durant une semaine<sup>3</sup>. La méthode utilisée était celle des carnets : les individus ont noté pendant une semaine les contacts qu'ils ont eu avec les autres ainsi que leur durée.

En différenciant les réponses, non seulement par le volume de ces contacts, mais aussi par leur structure (parents, amis, voisins, collègues de travail, fournisseurs de services marchands (commerçants) ou non (assistantes sociales, médecins), simples connaissances ou inconnus) et en les reliant à des caractéristiques classiques socio-économiques (CSP, niveau d'éducation...) ou démographiques (âge, sexe, vie familiale...), les enquêtes de l'INSEE ont pu mettre en évidence des profils mais aussi des trajectoires de sociabilité. Nous renvoyons aux travaux cités pour les résultats, notre propos n'étant pas d'explicitier les déterminants sociaux et démographiques de la sociabilité.

Néanmoins « les relations vont aux relations »<sup>4</sup>. Ceux qui ont le plus de contacts avec leur famille en ont aussi plus avec leurs amis, ou participent plus à des activités de sociabilité (associations...). Et si les catégories socio-professionnelles se distinguent par la structure de leur contact, il s'établit une « hiérarchie » de la pratique de sociabilité, liée en partie au revenu mais plus au diplôme, donc au capital culturel, ce qui fait dire à Héran que la sociabilité est une « pratique culturelle »<sup>5</sup>.

### 1.1.2- Sociabilité et capital social

La sociabilité est un fait social constaté et mesuré, qui renvoie cependant à un concept plus théorique, celui de capital social. Ce dernier est l'objet de débats et sa définition n'est pas universelle, comme beaucoup de concepts de sciences humaines. Cependant, il est souvent utilisé dans la littérature empirique notamment nord-américaine, comme synonyme de sociabilité, terme plutôt employé dans la recherche empirique française. Mercklé<sup>6</sup> montre bien le lien entre les deux notions, voisines mais pas tout à fait identiques. La sociabilité est l'ensemble des interactions sociales qu'un individu développe au quotidien : La finalité n'est pas de contenue dans le terme « sociabilité ». Mais ce faisant, l'individu produit un « effort » qui peut bénéficier à ceux avec qui il interagit : par exemple aller voir un ami malade, ou simplement discuter avec lui, peut contribuer au bien-être de celui-ci. Or la sociabilité établit un lien symétrique fondée sur la « relation réciproque » comme dit Mercklé : l'individu s'attend donc à ce que cet effort engendre, en retour, un effort équivalent. Ainsi, en multipliant les interactions sociales, un individu accumule des « créances sociales » auprès de ses amis, qui peuvent lui être d'une grande valeur, comme par exemple une information sur

---

<sup>1</sup> FORSE (1981), p 39

<sup>2</sup> MERCKLE 2011, p 37

<sup>3</sup> HERAN, 1988 ; BLANPAIN & PAN KE HON, 1999

<sup>4</sup> HERAN, cité p 15

<sup>5</sup> Ibid. p 3.

<sup>6</sup> MERCKLE, 2011.

une offre d'emploi. Le capital social est ainsi la somme de ces « créances sociales » qu'accumule un individu au cours de ses interactions et qu'il pourra valoriser plus tard.

Mais comme, dans le même instant, les amis développent aussi des créances vis à vis de l'individu, le capital social apparaît comme un *bien collectif*, au sens économique du terme, qui bénéficie à tous ceux qui sont liés entre eux. Le capital social est facteur de cohésion sociale : plus les gens multiplient leurs interactions, plus ils se font confiance, car ils accumulent des « crédits » les uns vis-à-vis des autres, ce qui au niveau global peut favoriser la paix sociale. Dans la suite de ce papier néanmoins, nous nous limitons au capital social perçu du point de vue individuel et non de ce point de vue de bien collectif. Dans ce contexte, le capital social devient un sous-ensemble de la sociabilité : celle réservées aux amis et connaissances, et pas celle « instrumentale », qui consiste à rencontrer des commerçants ou du personnel administratif par exemple.

Cela nous conduit à distinguer assez classiquement entre « liens forts » et « liens faibles »<sup>7</sup> entre *bridging* et *bonding*<sup>8</sup>. Les liens forts sont ceux que l'on tisse avec ses proches, ils s'appuient sur une confiance réciproque forte, fondée sur le respect de normes de comportement tacitement admises, et induisent des relations affectives plus ou moins étendues. Ils sont le support de l'amitié<sup>9</sup> qui lie les personnes entre elles (*bonding*). Les liens faibles ont une fonction différente. Noués entre personnes qui sont de simples « connaissances », ils n'exigent pas systématiquement le même niveau d'engagement notamment sur le plan affectif, mais ils mettent souvent en relation des personnes culturellement ou socialement éloignées (*bridging*). Ce faisant, ils donnent accès par exemple à des informations que l'on n'aurait pas eu autrement<sup>10</sup>.

### 1.1.3- L'évolution de la sociabilité

Depuis David Riesman<sup>11</sup> de nombreux auteurs ont souligné l'évolution des sociétés modernes vers un plus grand isolement des individus. La multiplication des divorces, les mobilités professionnelles et géographiques, le manque de contact de voisinage dans les grandes métropoles, conduisent à cet isolement, c'est-à-dire à une baisse de la sociabilité. Cette « doxa » a fait l'objet de vérifications statistiques. Ainsi en comparant les résultats d'une enquête réalisée en 1997 à ceux de Héran<sup>12</sup> obtenus à partir d'une enquête réalisée en 1983, Blanpain et Pan Ké Shon<sup>13</sup> montrent une baisse de la sociabilité en face à face des français sur la période. Cette affirmation est aussi au cœur de la thèse de Putnam pour qui la sociabilité des américains s'est dégradée sur les cinquante dernières années. McPherson, Smith-Lovin et Brashears<sup>14</sup> suggèrent à partir des enquêtes « General Social Survey » effectuées en 1985 et en 2004 que, durant ce laps de temps, les américains ont de moins en moins discuté de choses importantes avec leurs amis, tandis qu'inversement Hampton, Sessions, Her et Rainie<sup>15</sup> indiquent que l'isolement social n'a guère changé depuis 1985, mettant en avant les interactions via les nouvelles technologies. Cela nous amène à discuter le rôle de celles-ci.

---

<sup>7</sup> GRANOVETTER, 1973

<sup>8</sup> PUTNAM, 2000

<sup>9</sup> BIDART, 1997

<sup>10</sup> GRANOVETTER, cité

<sup>11</sup> RIESMAN, 1950

<sup>12</sup> HERAN, cité

<sup>13</sup> BLANPAIN & PAN KHE SHON, cité

<sup>14</sup> MCPHERSON, SMITH-LOVIS, BRASHEARS, 2005

<sup>15</sup> HAMPTON, SESSIONS, HER, RAINIE, 2009

## 1.2- De la sociabilité « hors ligne » à la sociabilité « en ligne » : le rôle des technologies

### 1.2.1- Du téléphone à Internet

Parmi les travaux menés sur l'évolution de la sociabilité, plusieurs auteurs s'interrogent sur la manière dont les technologies, parce qu'elles permettent aux individus de communiquer et sont donc le support d'une forme de sociabilité, peuvent modifier la sociabilité<sup>16</sup>. Rivière (2001) montre que les contacts par téléphone complètent et en partie compensent la perte de sociabilité en face à face, tout en étant plus centrés sur les amis proches et les parents. Mais ces contacts contribuent aussi à renforcer les inégalités de sociabilité, les personnes disposant d'une grande sociabilité de face à face ayant également une plus grande sociabilité téléphonique. Cela conduit à affirmer que les nouvelles technologies permettent de créer un « entrelacement » entre les diverses pratiques de sociabilité en face à face et « médiatisées » par les technologies de l'information : non seulement le téléphone, mais aussi les divers modes d'usage de l'Internet (SMS, courriel, chats et forums de discussion, réseaux sociaux...). Toutes ces pratiques se complètent ou se substituent si c'est nécessaire, en raison de ce que Beaudouin appelle la « désynchronisation des temps et l'éclatement de l'espace » : les individus plus mobiles, moins maîtres de leur agenda ont du mal à se coordonner pour des rendez-vous en face à face, ce qui est en partie compensé par le recours aux technologies de l'information.

Pour certains auteurs, c'est l'effet de substitution qui domine. C'est le point de vue de Wellman et al.<sup>17</sup> pour qui « les interactions en ligne comblent des vides de communication entre des rencontres en face à face ... beaucoup de liens sociaux deviennent non locaux, connectés par des voitures des avions, des téléphones et maintenant des réseaux d'ordinateurs ». On retrouve la thèse de Hampton et al. (2009) citée plus haut.

C'est également la thèse défendue par Merckle<sup>18</sup> pour qui il n'y aurait pas globalement de baisse de la sociabilité en tout cas en France, mais un remplacement de la sociabilité « directe », en face à face, par une sociabilité « médiatisée » par des dispositifs techniques, le téléphone hier, Internet et en particulier les réseaux sociaux aujourd'hui.

Plusieurs travaux empiriques ne contribuent pourtant pas à vérifier cette affirmation. En effet, l'utilisation d'Internet peut aussi apporter un supplément de sociabilité. Lethiais et Roudaut, à partir d'une enquête réalisée en 2008 auprès plus de 2000 ménages bretons complétée par une douzaine d'entretiens semi-directifs et Pénard et Poussing, à partir d'une enquête menée au Luxembourg en 2002 auprès de 1554 ménages, montrent qu'Internet ne se traduit pas nécessairement pas une substitution de la sociabilité « en ligne » à la sociabilité « hors ligne », mais apparaît plutôt comme un moyen de renforcer la vie sociale<sup>19</sup>.

Dans le même esprit, Wang et Wellman<sup>20</sup> ont montré qu'une forme de sociabilité semble avoir augmenté entre 2002 et 2007 : celle du nombre d'amis à qui on parle au moins une fois par semaine hors ligne. Les auteurs montrent aussi que ce surcroît de sociabilité croît avec l'utilisation d'Internet.

---

<sup>16</sup>LICOPPE & SMOREDA 2000 ; LICOPPE, 2002

<sup>17</sup>WELLMAN, QUAN HAASE, WITTE, HAMPTON, 2010

<sup>18</sup>MERCKLE, cité.

<sup>19</sup>LETHIAIS & ROUDAUT, 2010 ; PENARD & POUSSING, 2010

<sup>20</sup>WANG & WELLMAN, 2010

### 1.2.2- Le rôle spécifique des réseaux sociaux

Facebook est le réseau social en ligne le plus répandu, notamment en France. Ses caractéristiques en ont fait un instrument extrêmement efficace pour la sociabilité. Conçu et installé à Harvard par un de ses étudiants pour que ses congénères connaissent qui était qui, mais mesurent aussi leur popularité au sein du campus, il fut d'emblée élaboré dans l'esprit d'un club, auquel tout le monde n'a pas accès. Il s'est rapidement diffusé dans les autres grandes universités américaines, puis plus largement, dans le monde des collèges (premier cycle universitaire) et finalement du grand public, mais a plus ou moins gardé ce parfum d'exclusivité qui était sa marque de fabrique à l'origine. De fait, durant toute son extraordinaire croissance, Facebook a su proposer à ses membres de façon évolutive, un arbitrage permanent entre deux tendances contradictoires. D'une part, Facebook incite ses membres à diffuser sous forme numérique des témoignages de leur vie pour consolider leur popularité et accroître éventuellement leur réseau social ou tout au moins développer leurs interactions en ligne ; cela a pour effet indirect d'enrichir le stock global d'informations disponibles sur le site, le rendant ainsi plus attractif non seulement pour les autres membres mais aussi pour les entreprises qui achètent les données à Facebook. Mais d'autre part Facebook tente avec plus ou moins de bonne volonté d'offrir à ses membres des moyens pour qu'ils gardent un certain contrôle sur les informations publiées, ce qui en restreint forcément la circulation.

Quoi qu'il en soit, pour Cardon les réseaux sociaux en ligne dont Facebook est le meilleur exemple, conduisent les individus à interagir à partir de la mise en scène de soi, exposée par les informations de toute nature que l'on dépose sur le site. Il considère que Facebook est une plateforme qui privilégie les interactions « entre individus qui se connaissent ou appartiennent à des cercles sociaux de proximité »<sup>21</sup>. Il indique cependant que ce ne sont ni « les contacts aventureux avec les inconnus, ni l'échange intime avec les proches » qui sont privilégiés, mais plutôt « des liens faibles... intermédiaires de la vie sociale : copains de toujours ou d'occasion, collègues, partenaires d'activité, amis d'amis, connaissances lointaines ». Selon cet auteur c'est une forme particulière de liens (« faibles ») qui serait en cause.

La littérature semble reconnaître que l'usage de Facebook a pour effet de renforcer la sociabilité non « instrumentale » ou son synonyme nord-américain, le capital social. Mais l'impact semble modeste<sup>22</sup>. Cependant l'usage de Facebook est positivement corrélé, selon ces auteurs, avec la satisfaction personnelle, une plus grande confiance dans les autres, et un plus grand engagement dans des actions sociales et collectives.

Donath et Boyd<sup>23</sup> avaient parmi les premières émis l'hypothèse que les réseaux sociaux devaient augmenter le capital social des individus. Or les études empiriques initiales se référaient aux étudiants, puisque Facebook s'était d'abord développé sur les campus. Des chercheurs de l'Université du Michigan notamment, ont bien documenté le lien entre la pratique intensive de Facebook et l'existence d'un capital social plus important dans le cas particulier des campus<sup>24</sup>. En distinguant *bridging* et *bonding*, ils ont montré que Facebook favorisait plutôt les liens intermédiaires, confirmant ainsi l'affirmation de Cardon et les

---

<sup>21</sup> CARDON, 2013, p 3

<sup>22</sup> VALENZUELA *et al.*, 2009

<sup>23</sup> DONATH & BOYD, 2004

<sup>24</sup> ELLISON *et all.*, 2007

résultats de Valenzuela *et al.* Dans un papier plus récent, Vitak, Ellison et Steinfeld montrent que le *bonding* se développe également grâce à Facebook<sup>25</sup>.

Ces premiers travaux posent donc les bases de notre compréhension de l'impact social de Facebook, mais ils souffrent, pour la plupart d'entre eux, de la limitation impliquée par un échantillon de circonstance, celui des étudiants d'universités pour la plupart américaines. Ces études ont cependant été complétées aux USA par une enquête du Pew Internet Project effectuée en novembre 2010 auprès de 2255 Américains sur les sites de réseaux sociaux<sup>26</sup>. Cette étude montre que Facebook réveille des « liens dormants » : 31% des « amis Facebook » ne sont ni des collègues de travail, ni des camarades d'étude de lycée ou d'université, ni des membres de la famille proche ou étendue, ni des voisins, ni des membres d'associations fréquentées par les interviewés. Or parmi ces 31%, seuls 7% n'ont jamais été rencontrés. Les « amis Facebook » sont donc majoritairement des amis d'amis et des connaissances avec lesquelles on n'a pas de lien social actif. Mais l'intérêt des réseaux sociaux est, selon l'enquête de Pew Internet Project, qu'ils entretiennent aussi les liens forts : les utilisateurs de Facebook ont plus confiance dans les autres (leurs amis notamment) que les non utilisateurs, ils ont plus d'interactions sociales et obtiennent plus de soutien moral de la part de leurs amis.

Dans ce contexte, nous nous proposons de déterminer de quelle manière la pratique des réseaux sociaux en ligne, et singulièrement de Facebook, qui a pris une ampleur considérable en France ces dernières années, contribue à modifier la sociabilité de ses usagers.

## 2- Données et méthodologie

### 2.1- Les données d'enquête

En novembre 2013 le GIS (Groupement d'intérêt scientifique) Marsouin a conduit une enquête déclarative sur les utilisateurs de Facebook. Un échantillon de 2000 internautes représentatif de la population française<sup>27</sup> inscrite sur Internet et qui avaient un compte Facebook, a été interrogé. Parmi les questions posées certaines rendent compte des pratiques sociales que nous qualifions de « sociabilité hors ligne » : la fréquence des rencontres avec des amis proches et des membres de la famille proche d'une part et de simples connaissances d'autre part, la fréquence de pratique d'une activité sportive ou artistique avec des amis ou en groupe (comité d'entreprise, club, association), la fréquence de sorties culturelles avec des amis ou en groupe, la participation aux activités d'une ou plusieurs associations et l'exercice de responsabilité d'organisation dans ces associations.

Une grande partie du questionnaire était néanmoins consacrée aux usages de Facebook. Parmi les questions posées dans l'enquête que nous utiliserons dans cette étude, les usages de Facebook sont passés en revue : le temps passé sur Facebook, le nombre d' « amis »<sup>28</sup>, les différentes pratiques (consultation de murs ou fil d'actualité, interaction sur les murs / fils d'actualités, discussion via le chat, création d'évènements, la mise en ligne de photos ou

---

<sup>25</sup> VITAK, ELLISON et STEINFELD (2011)

<sup>26</sup> HAMPTON *et al.*, 2011

<sup>27</sup> L'échantillon a été construit selon la méthode des quotas en fonction de l'âge, du genre, de la localisation géographique et de la catégorie socioprofessionnelle.

<sup>28</sup> Afin que les répondants puissent clairement distinguer les amis sur Facebook, des « vrais » amis, les amis sur Facebook ont été nommés « amis » avec des guillemets dans le questionnaire.

vidéos, ...). Enfin, un volet de l'enquête interrogeait les usagers sur la manière dont Facebook a modifié leur sociabilité.

## 2.2- La méthodologie

L'objectif de cet article est double. Dans un premier temps, nous cherchons à faire le lien entre les pratiques de sociabilité « en ligne » et « hors ligne », sans nous interroger sur l'existence d'une causalité entre ces deux formes de sociabilité. Ces deux types de pratiques se substituent-elles l'une à l'autre ou à l'inverse sont-elles complémentaires ? Pour cela, nous utilisons les outils de l'analyse de donnée et calculons en particulier les coefficients de corrélation entre différentes mesures de la sociabilité en ligne et hors ligne.

Nous utilisons comme indicateur de la sociabilité hors ligne les mesures suivantes : la fréquence des rencontres, avec des proches ou des membres de la famille proche d'une part, avec de simples connaissances d'autre part ; la pratique d'activités sportives ou artistiques, avec des amis d'une part, en groupe d'autre part ; la fréquence de sorties culturelles, avec des amis d'une part, en groupe d'autre part. Chacune de ces variables peut prendre 5 modalités : quotidienne ou presque, une ou quelques fois par semaine, une ou quelques fois par mois, moins souvent, jamais. La distinction entre proches et connaissances ou entre amis et groupe peut ici être assimilée à la différenciation entre « liens forts » et « liens faibles », entre *bridging* et *bonding*.

Les mesures de la sociabilité en ligne retenues sont les suivantes : la fréquence de connexion à Facebook (moins d'une fois par semaine, quelques fois par semaine, une fois par jour, plusieurs fois par jour, connexion en continu), la durée des connexions (moins de 30 minutes, entre 30 minute et une heure, plus d'une heure), le nombre d' « amis » sur Facebook (moins de 20, de 20 à 100, de 100 à 200, plus de 200) et le nombre de photos ou vidéos personnelles déposées (aucune, entre 1 et 20, entre 21 et 50, entre 51 et 200, plus de 200).

Nous construisons pour chacune de ces deux formes de sociabilité un indicateur (agrégé) qui résume l'une et l'autre :

- Sociabilité hors ligne = fréquence des rencontres avec des proches + fréquence des rencontres avec des connaissances + fréquence de pratique d'une activité sportive ou artistique (avec des amis ou en groupe) + fréquence des sorties culturelles (avec des amis ou en groupe)
- Sociabilité en ligne = fréquence de consultation du mur des amis + fréquence d'interaction sur son propre mur + fréquence d'interaction sur le mur des amis et groupes + fréquence de discussion via le Chat + fréquence de recherche active de nouveaux amis + fréquence de création d'évènement

Le calcul de cet indice de sociabilité est un exercice qui comporte une certaine part d'arbitraire. La mesure de l'alpha de Crombach montre notamment que les variables retenues pour le calcul de cet indice, n'indiquent pas une forte corrélation entre elles, ce qui est le signe que l'on devrait procéder, en toute rigueur, à une analyse factorielle des correspondances et retenir le premier axe factoriel comme indicateur synthétique de la sociabilité en ligne. Cependant, des analyses alternatives effectuées en remplaçant l'indicateur calculé par un seul item représentatif (le nombre « d'amis » sur Facebook) montrent que les résultats ne sont pas globalement changés. On peut donc utiliser la forme indiquée plus haut comme un bon résumé de l'information sur la sociabilité en ligne dont on dispose à partir de l'enquête.

Dans un second temps, nous nous interrogeons sur la manière dont Facebook a modifié la sociabilité de ses usagers. Plus précisément, nous cherchons à identifier les profils des usagers de Facebook qui déclarent que le réseau social a eu un effet sur leur vie sociale. Nous disposons dans le questionnaire de plusieurs mesures de l'évolution de la sociabilité engendrée par Facebook via les réponses aux quatre questions suivantes :

- avez-vous élargi votre cercle de connaissances grâce à Facebook : oui / non
- avez-vous plus d'amis depuis que vous utilisez Facebook : oui / non, Facebook n'a aucun effet / non, c'est même le contraire / ne sait pas
- voyez-vous plus souvent vos amis depuis que vous utilisez Facebook : oui / non, Facebook n'a aucun effet / non, c'est même le contraire / ne sait pas
- sortez-vous plus souvent depuis que vous utilisez Facebook : oui / non, Facebook n'a aucun effet / non, c'est même le contraire / ne sait pas.

Nous construisons donc quatre modèles, chacun lié à un aspect de cette évolution de la sociabilité, afin de mesurer les déterminants des évolutions liées à Facebook. Le modèle 1 mesure la probabilité d'avoir élargi son cercle de connaissance grâce à un Logit binomial. Les suivants sont trois modèles Logit multinomiaux qui nous permettent de déterminer les facteurs influençant la probabilité que Facebook ait un effet de renforcement sur la vie sociale (avoir plus d'amis, voir plus souvent ses amis, sortir plus souvent. ), et les facteurs qui jouent dans le sens contraire (avoir moins d'amis, voir moins souvent ses amis, sortir moins souvent). Le modèle 2 mesure les probabilités d'avoir plus et moins d'amis, le modèle 3 la probabilité de voir plus et moins souvent ses amis et enfin le modèle 4 la probabilité de sortir plus et moins souvent par rapport, pour chacun des modèles, à une absence d'effet de Facebook sur cette mesure de la sociabilité.

Chacune de ces variables sera expliquée en fonction de :

- la part de l'entourage du répondant présente sur Facebook
- la sociabilité en ligne du répondant, que nous mesurerons alternativement par : le nombre d'amis sur Facebook ou la mesure de sociabilité en ligne agrégée construite ci-dessus
- la sociabilité hors ligne du répondant mesurée par la participation aux activités d'une ou plusieurs associations (participation passive) et l'exercice de responsabilité d'organisation dans ces associations (participation active)
- la distance du domicile du répondant aux lieux de sorties habituels, censée freiner la rencontre avec les amis dans les lieux publics
- les caractéristiques sociodémographiques du répondant : le sexe, l'âge, la CSP et le niveau d'études.

Les statistiques descriptives pour l'ensemble des variables explicatives sont présentées en Annexe 1.

### **3- Résultats et analyse**

#### **3.1- Le lien entre les pratiques de sociabilité hors ligne et en ligne**

Dans un premier temps le lien entre les pratiques de sociabilité hors ligne et en ligne est mesuré par les coefficients de corrélation de Spearman entre les différentes mesures retenues. Les résultats sont présentés dans le tableau 1 :

Tableau 1 : Coefficients de corrélation de Spearman entre sociabilités hors ligne et en ligne

	Fréquence rencontres proches	Fréquence rencontres connaissances	Fréquence activités avec des amis	Fréquence activités groupe	Fréquence sorties culturelles avec des amis	Fréquence sorties culturelles en groupe
<b>Fréquence connexion à FB</b>	0.15862*** <.0001	0.00105 0.9625	0.06629** 0.0030	0.00216 0.9232	0.11735*** <.0001	-0.06197** 0.0056
<b>Temps passé sur FB</b>	0.04478* 0.0453	-0.00095 0.9662	0.01400 0.5314	-0.00694 0.7564	0.04732* 0.0343	-0.03294 0.1409
<b>Nombre d'« amis » sur FB</b>	0.22849*** <.0001	0.04975 0.0261	0.15928*** <.0001	0.03690 0.0990	0.23083*** <.0001	-0.02521 0.2597
<b>Nombre de photos publiées sur FB</b>	0.17793*** <.0001	0.01734 0.4382	0.12398*** <.0001	0.02623 0.2411	0.18416*** <.0001	-0.03162 0.1575

On note qu'aucun item de sociabilité en ligne n'est corrélé avec la fréquence des activités ou sorties en groupe (sportives, artistiques ou culturelles), ni avec la fréquence de rencontres avec de simples connaissances. Or celles-ci témoignent d'une volonté de socialisation au-delà du cercle restreint des amis et des proches (*bridging*). La sociabilité en ligne ne semble donc pas avoir un impact sur le bridging.

A l'inverse on observe une corrélation positive et significative entre la sociabilité en ligne et plusieurs items de sociabilité hors ligne de type *bonding* (rencontres ou activités avec des proches ou des amis). La sociabilité en ligne est donc positivement liée aux pratiques hors ligne qui contribuent à renforcer des liens « forts » mais pas avec celles qui permettent de développer des liens « faibles ».

Une autre façon de mesurer l'impact de l'usage de Facebook est de regarder les pratiques de manière plus globale. En effet, le fait d'avoir de nombreux amis sur Facebook ou de déposer des photos ou vidéo sont deux manières d'utiliser le réseau social qui ne sont pas nécessairement partagée par tous. La variable agrégée que nous avons construite en sommant la fréquence des différentes pratiques sur le réseau social nous donne un indice agrégé de la sociabilité en ligne qui peut répondre à des comportements divers mais caractérise tous les types de sociabilité sur Facebook. Il en est de même pour la mesure agrégée de la sociabilité hors ligne qui inclut la sociabilité de type *bridging* et de type *bonding*, les rencontres et les sorties et prend donc en compte toutes les formes possibles de la sociabilité.

Les deux variables (indices de sociabilité en ligne et hors ligne) ont une corrélation faible (coefficient de corrélation de Spearman égal à 0,23) mais significative et positive, ce qui tend plutôt à indiquer que le lien entre les deux formes de sociabilité prendrait plus la forme d'un effet de renforcement que d'un effet de substitution.

### 3.2- L'impact de Facebook sur la sociabilité: effet de substitution ou de renforcement ?

Le premier résultat intéressant issu de notre enquête est que Facebook ne semble avoir un effet sur la sociabilité hors ligne que d'une minorité de ses membres. Cela ressort du tableau 2, qui présente les fréquences de réponses aux questions portant sur la modification induite par l'utilisation de Facebook sur la sociabilité et sur les pratiques de sociabilité hors ligne.

Tableau 2 : statistiques descriptives : impact de Facebook sur la sociabilité et sur les pratiques de sociabilité hors ligne.

Questions	Modalités de réponses et pourcentage			
	Oui	Non		
Avez-vous élargi votre cercle de connaissances grâce à Facebook ?	38 %	62%		
Depuis que vous utilisez Facebook ...				
	Oui	Non, Facebook n'a aucun effet	Non, c'est même le contraire	Vous ne savez pas
... vous avez plus d'amis	12 %	78 %	4 %	6 %
... vous voyez plus souvent vos amis	8 %	81 %	6 %	4 %
... vous sortez plus souvent	7 %	83 %	6 %	5 %
... vous communiquez plus facilement avec vos amis	42 %	50 %	3 %	4 %
... vous avez repris contact avec certaines personnes	63 %	31 %	3 %	4 %

En examinant en détail les résultats présentés dans le tableau 2, on observe que si Facebook ne révolutionne pas les pratiques de ses membres en terme de sociabilité (81% déclare ne pas voir plus souvent leurs amis, 83% qu'ils ne sortent pas plus souvent), et ne débouche que rarement sur la création de liens forts (78% des déclarants affirme n'avoir pas plus d'amis depuis qu'ils utilisent le réseau social en ligne), il permet en revanche de renforcer des liens forts existants (42% des interviewés déclare qu'ils communiquent plus facilement avec leurs amis). Le seul effet de Facebook sur la sociabilité qui semble plébiscité est que cela permet de reprendre contact avec certaines personnes (pour 63%). Enfin, Facebook apparaît aussi comme un outil de *bridging* efficace pour presque la moitié des interviewés puisque 48% déclarent avoir élargi leur cercle de connaissances grâce au réseau social. Ces premiers résultats contribuent de plus à faire apparaître la coexistence de deux effets contraires de Facebook sur la sociabilité : un effet amplificateur, Facebook contribuant pour une part des individus à une sociabilité accrue (plus d'amis, de sorties, de communication, ...) et un effet de substitution, l'utilisation du réseau social contribuant pour d'autres à réduire la sociabilité. Enfin, on observe que si l'impact de Facebook sur la sociabilité est plus souvent positif que négatif, l'écart reste faible.

Nous nous intéressons maintenant à ces internautes minoritaires pour qui Facebook a changé la sociabilité et cherchons à identifier les déterminants de la probabilité que Facebook la renforce ou qu'à l'inverse se substitue à elle. Les résultats complets des quatre modèles utilisés sont présentés en Annexe 2 ; ils sont synthétisés et analysés dans la suite de cette section.

## Modèle 1 : probabilité d'avoir élargi son cercle de connaissances grâce à Facebook.

Les variables significatives dans la régression logistique ont l'impact suivant :

- Avoir une partie voire tout son entourage sur Facebook diminue la probabilité d'avoir élargi son cercle de connaissance par rapport à la situation où personne dans son entourage n'est sur Facebook. Dit autrement on a plus de chances d'avoir augmenté son cercle de connaissances grâce à Facebook si on était le seul dans son entourage à y être inscrit.
- Avoir une forte sociabilité en ligne (qu'elle soit mesurée par le nombre d' « amis » sur Facebook ou par l'indice agrégé) augmente la probabilité d'avoir plus de connaissances.
- Etre une femme diminue cette probabilité. Les femmes ont en probabilité moins « d'amis Facebook » que les hommes.
- Etre jeune (15-24 ans) ou dans sa maturité (35-49 ans) augmente la probabilité d'avoir élargi son cercle de connaissances par rapport aux personnes de plus de 50 ans<sup>29</sup>.
- Un niveau d'études au-delà de Bac + 3 diminue la probabilité d'avoir élargi son cercle de connaissances par rapport aux simples bacheliers.
- Appartenir à la catégorie socioprofessionnelle « cadre, profession intellectuelle supérieure, profession libérale » diminue aussi cette probabilité.

La participation à des associations et la distance du domicile aux lieux de sorties habituels n'influent pas sur la probabilité d'avoir accru son cercle de connaissance grâce à Facebook. Au total si l'on considère qu'avoir un large cercle de connaissances est un indicateur de la sociabilité de type *bridging*, on peut dire que Facebook contribue à amplifier cette forme de sociabilité pour certains, mais pas pour tous. Ce sont les plutôt les jeunes ou les personnes de 35-49 ans, et ceux qui sont très actifs sur Facebook, qui vont voir leur sociabilité de type *bridging* accru par le réseau social. A l'inverse, pour ceux qui ont tout ou presque tout leur entourage sur Facebook, les femmes, les personnes de capital culturel élevé (bac + 3 et au-delà) et la catégorie socioprofessionnelle « cadre, profession intellectuelle supérieure, profession libérale » Facebook contribuera moins à élargir leur cercle de connaissances.

Notre revue de la littérature sur la sociabilité nous a indiqué que ce sont les individus à capital culturel (niveau de diplôme) le plus élevé, qui ont la sociabilité la plus grande, les relations les plus nombreuses. Facebook semble jouer ici un rôle un peu compensateur, car ce sont les personnes à capital culturel plus faible (niveau d'études inférieur à Bac + 3) qui accroissent leur possibilité de faire de nouvelles connaissances. Les personnes de haut capital culturel ne semblent pas passer par un réseau social en ligne pour développer leur cercle de connaissances.

On sait également par la littérature que les hommes ont une sociabilité plus tournée vers l'extérieur que les femmes, et ceci n'est pas infirmé dans l'usage de Facebook, au contraire. Enfin la sociabilité sur Facebook a quand même une incidence positive sur la probabilité

---

<sup>29</sup> La variable âge n'est significative que dans le modèle 1-A (avec la variable agrégée de sociabilité en ligne). Dans le modèle 1-B (avec le nombre d'amis sur Facebook), l'âge n'est pas significatif. Cela est dû au fait que le nombre d' « amis » sur Facebook est (faiblement mais significativement) corrélé à l'âge. L'effet de l'âge est donc « écrasé » par le nombre d' « amis » sur Facebook dans le modèle 1-B.

d'accroître son cercle de connaissances : la plateforme joue donc bien son rôle de support de la sociabilité, ce qui confirme ce que dit la littérature sur les gains de sociabilité provoqués par l'usage de Facebook.

Enfin, l'effet négatif de la présence de l'entourage sur Facebook sur la probabilité d'avoir élargi son cercle de connaissances traduit le fait que Facebook est aussi un moyen de renforcer ses liens forts avec son entourage proche, en particulier quand ces proches sont eux aussi présents sur le réseau social. Ce renforcement des liens forts semble ici se faire au détriment d'une utilisation de Facebook pour créer des liens faibles.

Car ainsi qu'on l'a vu plus haut, la sociabilité a, de façon très grossière et en dehors des contacts avec la famille et les professions de service à la personne (commerçants, médecins...), deux composantes : liens forts avec les amis, liens faibles avec les connaissances. En ce qui concerne les relations avec les amis on peut analyser cette sociabilité de deux façons différentes : avoir plus d'amis d'une part, voir plus souvent ses amis d'autre part.

## **Modèle 2 : probabilité d'avoir plus (ou moins) d'amis depuis qu'on utilise Facebook.**

La probabilité d'avoir augmenté son nombre d'amis grâce à Facebook est plus faible pour certaines catégories socioprofessionnelles que pour la catégorie « ouvriers » : c'est le cas des cadres, professions intellectuelles supérieures, et professions libérales, mais aussi des professions intermédiaires, des retraités et des étudiants dans le modèle 2B (à nombre d'amis sur Facebook équivalent). Elle est en revanche plus forte si les pratiques de sociabilité sur Facebook sont développées et est d'autant plus importante que les « amis » sur Facebook sont nombreux. Ces résultats vont dans le sens d'un renforcement de la sociabilité par l'usage des réseaux sociaux en ligne, mais qui semble réservé à certaines catégories socioprofessionnelles (les moins élevées). Or on sait<sup>30</sup> que les ouvriers et CSP moins favorisées ont plus de difficultés à accroître leur cercle d'amis que les personnes à capital culturel ou à revenu plus élevés. Sur Facebook cette tendance est inversée. La plupart des autres variables (genre, niveau d'études, âge) n'a aucune influence sur la probabilité d'avoir augmenté son nombre d'amis.

La probabilité d'avoir *diminué* son nombre d'amis depuis qu'on utilise Facebook est plus faible si tout ou partie de l'entourage est également inscrit (par rapport aux individus dont l'entourage n'est pas inscrit). Si l'entourage est présent sur Facebook, l'utilisation du réseau social permettra d'échanger avec cet entourage et n'a donc aucune raison de conduire à la perte de ses amis. Cette présence ne permet cependant pas non plus de se faire de nouveaux amis, une grande partie des échanges sur le réseau social se faisant dans le cercle limité des amis proches.

Enfin, pour les individus « géographiquement » éloignés des lieux de sorties, l'utilisation de Facebook peut contribuer à réduire le nombre d'amis et donc à diminuer la sociabilité. On voit donc ici apparaître un premier effet de substitution des pratiques de sociabilité en ligne sur la sociabilité.

---

<sup>30</sup> BIDARD, 1997

### **Modèle 3 : Voir plus (ou moins) souvent ses amis depuis que l'on utilise Facebook.**

En ce qui concerne la probabilité de voir plus souvent ses amis, elle est augmentée si tout son entourage est aussi présent sur Facebook : la plate-forme permet de mieux coordonner des rencontres et d'organiser des événements collectifs. On note d'ailleurs que seule la modalité « tous » est significative, ce qui implique que la probabilité de voir plus souvent ses amis n'est pas augmentée si une partie seulement des proches est présente sur le réseau. Une interprétation possible est que si seulement une partie des proches sont présents, les rencontres avec ces derniers vont se substituer à des rencontres avec des proches qui eux ne sont pas inscrits sur le réseau, et donc avec lesquels les échanges deviennent moins fréquents et avec lesquels l'organisation d'évènements est plus complexe : cela ne contribue donc pas à augmenter de manière globale les rencontres avec les proches.

Autres variables qui influent positivement sur l'accroissement du nombre des rencontres avec les amis : le fait d'être âgé de 15 à 24 ans, et d'avoir un usage intensif de Facebook (mesuré par l'indice de sociabilité, ou par le nombre « d'amis » Facebook). On sait que les jeunes voient plus souvent leurs amis, que leur sociabilité est plus élevée que celle des personnes plus âgées. On sait aussi qu'ils sont de grands utilisateurs de Facebook. C'est d'ailleurs à propos des adolescents que Judith Donath a mobilisé la notion élaborée par Dunbar (1996) « d'épouillage social »<sup>31</sup>. Mais ce que le résultat de notre enquête nous indique, c'est que grâce à Facebook, les 15-24 ans voient encore plus souvent leurs amis, même parmi ceux qui ont un usage plus modéré de Facebook.

Globalement on retrouve donc une influence positive de la sociabilité en ligne sur une forme de socialisation (« voir plus souvent ses amis »). Elle semble être plus l'apanage des classes sociales soit moins favorisées soit plus indépendantes (ouvriers, employés, artisans, commerçants). De même, l'impact de la l'utilisation de Facebook sur les pratiques de sociabilité est moins fort chez les personnes à capital culturel important : on a un effet négatif d'un niveau de diplôme au-delà de Bac + 3 sur la probabilité de voir plus souvent ses amis, mais aussi sur la probabilité de voir moins souvent ses amis : pour ces personnes, Facebook ne modifie pas les pratiques de sorties avec les amis, que ce soit positivement ou négativement.

Enfin, cet impact positif de Facebook sur la sociabilité semble conditionné à une localisation à proximité des lieux de sorties : la probabilité de voir plus souvent ses amis diminue avec la distance du domicile aux principaux lieux de sorties.

### **Modèle 4 : probabilité de sortir plus ou moins souvent depuis qu'on utilise Facebook**

Enfin nous avons testé une troisième forme d'impact de Facebook sur les relations amicales, celle liée à un plus grand nombre des sorties. Même si « sortie » ne veut pas nécessairement dire « rencontres », et donc si cela ne correspond pas toujours à un acte de socialisation, nous avons jugé intéressant de mesurer l'impact de Facebook sur cette probabilité car elle contribue à nous informer sur l'impact des modalités d'usage de Facebook sur l'évolution de la sociabilité. Là encore cet impact peut être soit de sortir plus souvent, soit de sortir moins souvent.

---

<sup>31</sup> DONATH, 2007 ; DUNBAR, 1996 ; Dunbar avait observé qu'à l'instar des singes qui ne pouvant pas s'épouiller eux-mêmes, s'épouillent mutuellement ce qui renforce la confiance dans le groupe, les individus prennent (et perdent) le temps d'échanger des propos banals qui ne les intéressent pas pour solidifier la cohésion du groupe.

La probabilité de sortir plus souvent est positivement influencée par une plus grande pratique de sociabilité en ligne, par un âge compris entre 15 et 24 ans où l'impact est le plus fort, mais aussi pour les autres classes d'âge où l'impact reste plus important que pour les 50 ans et plus. En revanche, le capital culturel élevé (bac +5) influe négativement sur la probabilité de sortir plus souvent depuis son inscription à Facebook, de même que le fait d'être une femme.

En ce qui concerne la probabilité de sortir moins souvent depuis l'inscription à Facebook, elle est moins grande si l'individu a son entourage (tout ou une grande partie) également présent sur la plateforme, ce qui confirme l'hypothèse d'une plus grande facilité de coordination permise par celle-ci. Elle est également moins grande si la personne a une profession de cadre ou intellectuelle supérieure ou si elle a un niveau d'étude bac +3-4.

On voit de plus apparaître un effet « désociabilisant » de Facebook, la probabilité que l'utilisation du réseau social se traduise par une diminution des sorties étant plus importante pour les personnes sans activité (et donc déjà potentiellement isolées).

### 3.3- Discussion générale

Tout d'abord il faut noter que les variables mesurant la sociabilité en ligne (l'indice agrégé de sociabilité en ligne ou le nombre d'amis sur Facebook) ressortent toujours comme un facteur déterminant de la probabilité que Facebook ait un effet positif sur la sociabilité. Le rôle positif de Facebook sur la sociabilité, qui confirme l'idée évoquée plus haut d'un « entrelacement » entre les interactions directes et celles qui passent par l'intermédiaire d'un système électronique, est donc d'autant plus important que les usages du réseau social en ligne sont intenses.

Un autre résultat est que Facebook semble plus faciliter le *bridging* que le *bonding* : on y trouve plus d'opportunités de faire de nouvelles connaissances que d'occasions de se faire de nouveaux amis. Ceci confirme ce qui a été trouvé dans la littérature, notamment les papiers de Ellison et al<sup>32</sup>, qui travaillaient sur des échantillons d'étudiants nord-américains.

Facebook exerce également un effet compensateur : ce sont les individus disposant d'un moindre réseau de connaissances car bénéficiant d'un capital culturel (mesuré par le diplôme) moindre, qui trouvent sur Facebook plus d'opportunités de se créer de nouvelles connaissances. Ce résultat est relativement inattendu car on avait tendance à penser que les dispositifs techniques renforçaient les inégalités sociales et notamment les inégalités de capital social<sup>33</sup>.

Il y a aussi substitution entre des usages de Facebook liés au *bridging* (accroître le nombre de ses connaissances) et usages liés au *bonding* (interagir avec ses amis proches) : on le voit notamment dans le modèle 1, par le fait que si l'entourage est sur Facebook, la probabilité de faire de nouvelles connaissances est plus faible, comme si l'on réservait l'usage du réseau social en ligne à l'entretien des relations avec ses proches. Le réseau social, semble donc contribuer, soit à la création de liens faibles, soit au renforcement de liens forts déjà existants, avec des membres de l'entourage qui y sont aussi présents.

---

<sup>32</sup> ELLISON *et al.* , cité

<sup>33</sup> RIVIERE 2001

Par ailleurs, on trouve une autre trace de l'effet compensateur de Facebook sur le réseau social à propos des nouveaux amis : les professions libérales et intellectuelles supérieures ont une probabilité plus faible de se créer de nouveaux amis (modèle 2), alors que dans le monde réel, ces professions sont généralement pourvues d'un fort réseau d'amis. De même, Facebook permet pour certains de voir plus souvent ses amis, mais cela concerne surtout les CSP les moins favorisées (ouvriers, employés) ou plus indépendantes (artisans, commerçants chefs d'entreprise) et les personnes à capital culturel moins élevé (en dessous de Bac + 3).

Enfin, les modèles 2 et 4 font ressortir un autre effet de Facebook : son utilisation peut contribuer à amplifier l'isolement de certaines catégories de personnes : ceux qui sont déjà isolés géographiquement (dont le domicile est situé à plus de 1 heure des lieux de sorties habituels) pour lesquels la probabilité que Facebook contribue à réduire le nombre d'amis est plus importante, et ceux qui sont sans activité, qui sont caractérisés par une probabilité plus importante de sortir moins depuis qu'ils utilisent le réseau social.

Un autre résultat important est l'impact générationnel : nous avons noté que ce sont les jeunes qui pratiquent le plus la sociabilité en ligne, ce qui ne surprend guère, et que l'effet âge la fait décroître. Cependant, quand on contrôle le niveau de cette sociabilité en ligne, on s'aperçoit quand même que les jeunes accroissent plus facilement leur cercle de connaissances que les personnes plus âgées, ce qui tendrait à prouver qu'ils acceptent plus souvent d'être amis d'inconnus. De même, pour les jeunes plus que pour les plus âgés, l'usage de Facebook (encore une fois en contrôlant la plus grande sociabilité en ligne des jeunes) les induit à sortir plus souvent, ce qui est sans doute dû à leur plus grande facilité à organiser des événements grâce à Facebook. En revanche, il n'y a pas plus d'effet sur leur nombre d'amis que pour d'autres catégories d'âge. De même, toutes choses égales par ailleurs, les jeunes voient plus souvent leurs amis depuis qu'ils sont inscrits sur Facebook que les personnes plus âgées.

## Conclusion

L'enquête du GIS Marsouin a permis de montrer que l'influence de l'utilisation de Facebook sur la sociabilité n'est pas systématique et est fortement dépendante du contexte social et générationnel. Le réseau social permet à des individus dotés d'un capital culturel moindre ou de statut social moins élevé d'augmenter le cercle de leurs connaissances et de bénéficier ainsi du *bridging*, tandis que la sociabilité des personnes à diplôme plus élevé semble moins impactée. En ce sens, on peut dire que Facebook remplit une fonction d'égalisation sociale, rendant moins inégaux les réseaux sociaux réels des uns et des autres. Cet effet est assez inattendu et constitue le principal apport de nos travaux.

L'autre résultat majeur, plus attendu celui-là, est que les jeunes savent mieux capter les opportunités qu'offre la technologie pour voir plus souvent leurs amis ou sortir plus souvent, même lorsqu'ils ne sont pas des utilisateurs intensifs de Facebook. Pour eux, l'usage du réseau en ligne «s'entrelace» pour reprendre l'expression de Baudouin, avec la sociabilité hors ligne<sup>34</sup>.

Il reste que, pour apprécier à sa juste valeur l'impact des réseaux sociaux en ligne sur la sociabilité, il faudrait savoir avec qui et comment s'établissent les interactions : les amis, la famille, les voisins, les collègues de travail, les personnels de service ou commerçants, les

---

<sup>34</sup> BAUDOUIN, 2009

anciennes connaissances ou anciens amis. Cela permettrait de voir si l'utilisation des réseaux sociaux en ligne fait évoluer le profil de la sociabilité.

Autre point qui mériterait d'être creusé : la nature du réseau de connaissances que Facebook a permis de mobiliser. En tant que réseau social généraliste il peut aussi assumer les fonctions de réseaux plus spécialisés comme LinkedIn ou Viadeo, et permettre ainsi de valoriser des liens faibles, de transformer du capital social en capital économique, pour parler comme Bourdieu. Par ailleurs le *bridging* qu'occasionne Facebook peut être du type Olson, c'est-à-dire orienté vers la défense des intérêts personnels de l'individu, ou de type Putnam c'est-à-dire tourné vers la défense de l'intérêt général, l'entraide, bref être « prosocial ». Ces points n'ont pas pu être abordés car l'information n'était pas disponible dans le questionnaire. Cela pourrait faire l'objet d'une prochaine enquête.

## Bibliographie

BAUDOIN V. (2009) Les dynamiques de sociabilité, dans C. Licoppe *L'évolution des cultures numériques. De la mutation du lien social à l'organisation du travail*, Editions FYP, Paris, p 21-28.

BIGOT R. (2001), Quelques aspects de la sociabilité des Français, Cahier de Recherche du Credoc N° 169, Décembre.

BLANPAIN N. & PAN KE SHON J.L. (1998), 1983-1997 : les Français se parlent de moins en moins, INSEE-Première n° 571, Mars.

CARDON D. (2013) « Liens faibles et liens forts sur les réseaux sociaux » *Les Cahiers français*, n° 372, Janvier-Février, p 61- 66,

DONATH J. (2007) Signals in Social Supernets, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, Issue 1, p. 231–251.

DONATH J. & BOYD D. (2004) Public Display of Connection *BT Technology Journal* Vol. 22 n°4, p 71-82.

ELLISON N., STEINFELD C., LAMPE C. (2007) The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites *Journal of Computer Mediated Communications*, Vol. 12 n° 4.

FORSE M. (1981) : La sociabilité *Economie et Statistique*, n°132, Avril, p 39-48

HAMPTON K.N., SESSIONS GOULET L., RAINIE L., PURCELL K. (2011) Social networking sites and our live disponible à [http://pewinternet.org/ Reports/ 2011/ Technology-and-social-networks.aspx](http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx).

HAMPTON K.N., SESSIONS L., HER E.J., & RAINIE L. (2009) Social isolation and new technology : How the Internet and mobile phones impact Americans’ Social Networks, Pew Internet & American Life Project , disponible à

[http://pewinternet.org/Reports/2009/18\\_Social-Isolation\\_And\\_New-Technology/Executive-Summary.aspx?r=1](http://pewinternet.org/Reports/2009/18_Social-Isolation_And_New-Technology/Executive-Summary.aspx?r=1)

HERAN F. (1988), La sociabilité, une pratique culturelle, *Economie et Statistique* n° 216, Décembre, p 3-22.

LETHIAIS V., ROUDAUT K. (2010), Les amitiés virtuelles dans la vie réelle : profils, motifs et modalités de construction, *Réseaux*, Vol. 28 n°164 p. 13-49.

LICOPPE C. (2002), Sociabilité et technologies de communications, *Réseaux*, Vol. 20, n°112-113, p. 171-201.

LICOPPE C., SMOREDA Z. (2005), Are social networks technologically embedded? How networks are changing today with changes in communication technology, *Social Networks*, 27 (4), 317-335.

McPHERSON M., SMITH-LOVIN L., BRASHERAS M. (2006) : Social Isolation in America : Changes in Core Discussion Networks over Two Decades, *American Sociological Review*, Vol. 71, June . p 353-375.

PAN KE SHON J.L. (1998), D'où sont mes amis venus ?..., *INSEE-Première* n° 613, Octobre.

PENARD T., POUSSING, N. (2010). Internet Use and Social Capital: The Strength of Virtual Ties. *Journal of Economic Issues* Vol. 44 n°3 p.569-595

RIVIERE C.A. (2001), Le téléphone : un facteur d'intégration sociale, *Economie et Statistique* n° 345, p. 3-32.

VALENZUELA S., PARK N., KEE K.F. (2009), Is There Social Capital in a Social Network Site? : Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation, *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 14, p. 875-901.

VITAK J., ELLISON N., STEINFELD C. (2011), The ties that bond: Re-Examining the Relationship between Facebook Use and Bonding Social Capital , Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Sciences.

WANG H. & WELLMAN B. (2010), Social Connectivity in America : Changes in Adult Friendship Network Size From 2002 to 2007, *American Behavioral Scientist*, Vol. 53, p.1148-1169.

WELLMAN B., QUAN HAASE A., WITTE J., HAMPTON K. (2010), Does the Internet Increase, Decrease or Supplement Social Capital ? : social Networks, Participation and Community Commitment , *American Behavioral Scientist*, Vol. 45 n° 3, p. 436-455.

Annexe 1 : Statistiques descriptives : fréquence des variables explicatives

<b>Variabiles</b>	<b>Modalités</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Présence de l'entourage sur FB (famille proche, amis proches)</b>	Tous	449	22.45 %
	La majorité	1125	56.25 %
	Une minorité	343	17.15 %
	Aucun	55	2.75 %
	Non réponse	28	1.40 %
<b>Nombre d' « amis » sur Facebook</b>	Plus de 200 amis	365	18.25 %
	Entre 100 et 200	458	22.90 %
	Entre 20 et 100	789	39.45 %
	Moins de 20	388	19.40 %
<b>Participation à une association</b>	Active	433	21.65 %
	Passive	257	12.85 %
	Aucune	1310	65.50 %
<b>Distance du domicile aux lieux de sorties habituels</b>	Plus d'une heure	43	2.15 %
	Entre 30 minutes et 1 heure	402	20.10 %
	Entre 10 et 30 minutes	1270	63.50 %
	Moins de 10 minutes	285	14.25 %
<b>Genre</b>	Femme	1005	50.25 %
<b>Age</b>	Entre 15 et 24 ans	567	28.35 %
	Entre 25 et 34 ans	479	23.95 %
	Entre 35 et 49 ans	520	26.0 %
	50 ans et plus	434	21.70 %
<b>Catégories socio-professionnelles</b>	Indépendant	47	2.35 %
	Cadre, profession intellectuelle supérieure, profession libérale	283	14.15
	Profession intermédiaire	373	18.65 %
	Employé	509	25.45 %
	Ouvrier	142	7.10 %
	Retraité	140	7.0 %
	Elève, étudiant	298	14.90 %
	Sans activité	208	10.40 %
<b>Niveau d'études</b>	Bac +5 ou plus	300	15.0 %
	Bac +3 ou Bac + 4	372	18.60 %
	Bac +1 ou Bac + 2	500	25.0 %
	Niveau Bac	389	19.45 %
	Sans diplôme, BEPC, BEP/CAP	419	20.95 %
	Non réponse	20	1.0 %
Nombre d'observations		2000	

Annexe 2 : Synthèse des résultats des modèles

Les résultats des tableaux doivent être lus de la manière suivante : pour les variables/modalités significatives, nous présentons le sens de la relation (+ pour positive, - pour négative), le niveau de significativité (+++ ou - - - pour 1%, ++ ou - - pour 5% et + ou -

pour 10%) et le rapport de côtes (odds ratio). Pour un modèle Logistique, le coefficient estimé d'une variable/modalité ne nous renseigne que sur le sens de la relation qui existe entre cette variable et la variable expliquée. Il est alors usuel et recommandé d'interpréter les rapports de côtes pour juger de l'influence de chaque variable explicative. Un rapport de cote égal à x implique que la probabilité d'avoir élargi son cercle de connaissances est multipliée par x pour la modalité considérée par rapport à la modalité de référence. « Ref. » indique la modalité de référence ; « n.s. » indique que la variable/modalité n'est pas significative.

Tableau 1 : résultats du modèle logistique de la probabilité d'avoir élargi son cercle de connaissances grâce à Facebook

Variables /modalités	Modèle 1-A	Modèle 1-B
<b>Présence de l'entourage sur FB</b>		
Tous	-- (0,452)	n.s.
La majorité	-- (0,440)	- (0,576)
Une minorité	--- (0,366)	--- (0,400)
Aucun	Ref.	
<b>Sociabilité en ligne</b>		
Indice de sociabilité en ligne	+++ (1,508)	/
Nombre d'amis sur Facebook		
Plus de 200 amis	/	+++ (10,033)
Entre 100 et 200	/	+++ (5,762)
Entre 20 et 100	/	+++ (3,141)
Moins de 20	/	Ref.
<b>Participation à une association</b>		
Active	n.s.	n.s.
Passive	n.s.	n.s.
Aucune	Ref.	
<b>Distance du domicile aux lieux de sorties habituels</b>		
Plus d'une heure	n.s.	n.s.
Entre 30 minutes et 1 heure	n.s.	n.s.
Entre 10 et 30 minutes	n.s.	n.s.
Moins de 10 minutes	Ref.	
<b>Genre</b>		
Femme	--- (0,677)	-- (0,805)
<b>Age</b>		
Entre 15 et 24 ans	+ (1,485)	n.s.
Entre 25 et 34 ans	n.s.	n.s.
Entre 35 et 49 ans	++ (1,412)	n.s.
50 ans et plus		
<b>Catégories socio-professionnelles</b>		
Indépendant	n.s.	n.s.
Cadre, profession intellectuelle supérieure, profession libérale	n.s.	-- (0,577)
Profession intermédiaire	n.s.	n.s.
Employé	n.s.	n.s.
Ouvrier	Ref.	
Retraité	n.s.	n.s.
Elève, étudiant	n.s.	n.s.
Sans activité	n.s.	n.s.

<b>Niveau d'études</b>		
Bac +5 ou plus	--- (0,615)	--- (0,574)
Bac +3 ou Bac + 4	--- (0,638)	--- (0,528)
Bac +1 ou Bac + 2	n.s.	n.s.
Niveau Bac	Ref.	
Sans diplôme, BEPC, BEP/CAP	n.s.	n.s.
Pourcentage de concordance	76,7	71,3
Nombre d'observations	2000	2000

Les informations contenues dans le tableau 2 sont identiques à celles du tableau précédent : le sens de la relation (+ pour positive, - pour négative), le niveau de significativité (\*\*\*) pour 1%, \*\* pour 5% et \* pour 10%) et le rapport de côte (odds ratio). « Ref. » indique la modalité de référence ; « n.s. » indique que la variable/modalité n'est pas significative. Pour chaque variable/modalité, la première ligne nous donne l'effet de la variable sur la probabilité de « plus » (avoir plus d'amis, voir plus souvent ses amis, sortir plus souvent) et la seconde ligne (grisée) l'effet de la même variable/modalité sur la probabilité de « moins » (avoir moins d'amis, voir moins souvent ses amis, sortir moins souvent).

Tableau 2 : résultats des modèles logistique multinomiaux des probabilités d'avoir plus/moins d'amis (modèles 2), de voir plus/moins souvent ses amis (modèles 3), de sortir plus/moins depuis qu'on utilise Facebook.

Variables / modalités	Avoir plus/moins d'amis		Voir plus/moins souvent ses amis		Sortir plus/moins souvent	
	Modèle 2-A	Modèle 2-B	Modèle 3-A	Modèle 3-B	Modèle 4-A	Modèle 4-B
<b>Présence de l'entourage sur FB</b>						
Tous	n.s.	n.s.	+ (1,724)	+++ (2,588)	n.s.	n.s.
	-- (0,302)	-- (0,331)	n.s.	n.s.	- (0,437)	n.s.
La majorité	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
	--- (0,257)	-- (0,292)	n.s.	n.s.	-- (0,352)	- (0,441)
Une minorité	n.s.	n.s.	Ref.		n.s.	n.s.
	- (0,374)	- (0,414)			n.s.	n.s.
Aucun	Ref.		Ref.		Ref.	
<b>Sociabilité en ligne</b>						
Indice de sociabilité en ligne	+++ (1,350)	/	+++ (1,481)	/	+++ (1,500)	/
	n.s.	/	n.s.	/	n.s.	/
<b>Nombre d'amis sur Facebook</b>						
Plus de 200 amis	/	+++ (6,833)	/	+++ (3,513)	/	+++ (5,958)
	/	n.s.	/	n.s.	/	n.s.
Entre 100 et 200	/	+++ (3,855)	/	++ (2,190)	/	+++ (3,827)
	/	n.s.	/	n.s.	/	n.s.
Entre 20 et 100	/	+++ (2,146)	/	n.s.	/	n.s.
	/	n.s.	/	n.s.	/	n.s.
Moins de 20	/	Ref.	/	Ref.	/	Ref.
<b>Participation à une association</b>						
Active	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Passive	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Aucune	Ref.					
<b>Distance du domicile aux lieux de sorties habituels</b>						
Plus d'une heure	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.

	++ (3,518)	++ (3,698)	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Entre 30 minutes et 1 heure	n.s.	n.s.	--- (0,395)	-- (0,494)	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Entre 10 et 30 minutes	n.s.	n.s.	--- (0,531)	-- (0,595)	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Moins de 10 minutes	Ref.					
<b>Genre</b>						
Femme	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	--- (0,590)	-- (0,652)
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
<b>Age</b>						
Entre 15 et 24 ans	n.s.	n.s.	+++ (2,989)	+++ (3,031)	+++ (8,531)	+++ (6,965)
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Entre 25 et 34 ans	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	++ (3,246)	+ (2,568)
	n.s.	n.s.	n.s.	+ (1,761)	n.s.	n.s.
Entre 35 et 49 ans	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	++ (3,197)	++ (3,069)
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
50 ans et plus	Ref.					
<b>Catégories socio-professionnelles</b>						
Indépendant	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	+ (2,924)	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Cadre, profession intellectuelle supérieure, profession libérale	--- (0,387)	--- (0,317)	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	- (0,313)	-- (0,295)
Profession intermédiaire	n.s.	- (0,606)	- (0,498)	- (0,479)	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Employé	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Ouvrier	Ref.					
Retraité	n.s.	-- (0,446)	-- (0,116)	-- (0,089)	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Elève, étudiant	n.s.	- (0,542)	n.s.	-- (0,427)	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Sans activité	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	++ (2,633)	++ (2,622)
<b>Niveau d'études</b>						
Bac +5 ou plus	n.s.	n.s.	n.s.	-- (0,490)	-- (0,363)	--- (0,327)
	n.s.	n.s.	- (0,523)	n.s.	n.s.	n.s.
Bac +3 ou Bac + 4	n.s.	n.s.	- (0,628)	- (0,590)	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	- (0,525)	- (0,525)	- (0,518)	- (0,519)
Bac +1 ou Bac + 2	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Niveau Bac	Ref.					
Sans diplôme, BEPC, BEP/CAP	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Nombre d'observations	1972	1972	1972	1972	2000	2000

Les modèles 2 et 3 réalisés sur l'échantillon complet (2000 individus) ne convergent pas en raison de l'absence d'une modalité de réponse de la variable expliquée pour certaines modalités de la variable « entourage sur Facebook ». Afin de faire converger le modèle, il a été nécessaire d'exclure de l'échantillon les non réponses à cette question (28 individus). Pour ces deux modèles, l'échantillon est donc de 1972 individus. Dans le modèle 3, il a de plus été nécessaire de fusionner les modalités de réponse : « une minorité » et « aucun » de la variable

« entourage sur Facebook ». Pour le modèle 3, la modalité de référence pour la variable « entourage sur Facebook » est donc « une minorité ou aucun ».