

**CRÉDOC**

# CAHIER DE RECHERCHE

## VEUX-TU ÊTRE MON AMI ?

L'ÉVOLUTION DU LIEN SOCIAL À L'HEURE  
NUMÉRIQUE

Régis BIGOT  
Patricia CROUTTE  
Sandra HOIBIAN  
Jörg MÜLLER

■ DÉCEMBRE 2014



# Sommaire

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>4</b>
<b>NOTE DE SYNTHÈSE</b> .....	<b>5</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>13</b>
1. Contexte .....	13
2. Objectifs et sources mobilisées .....	15
3. Le « réseau social », une vieille histoire .....	16
4. Le lien social – unité élémentaire des réseaux sociaux .....	17
5. Les réseaux individuels : un « tout petit monde » .....	19
<b>I. LES RESEAUX SOCIAUX SE METTENT AU NUMERIQUE</b> .....	<b>21</b>
1. Les réseaux sociaux en ligne : une galaxie de « petits mondes » visibles .....	21
2. Les réseaux sociaux – un « produit » dont personne ne voulait au départ... ..	24
3. ... mais qui fait désormais partie du quotidien de nos concitoyens – aujourd’hui, un Français sur deux est présent sur un réseau social .....	26
4. Les réseaux en ligne se démocratisent .....	28
5. Même si les membres des réseaux sociaux sur internet sont plus jeunes, plus diplômés et technophiles .....	31
6. Production de soi, contrôle identitaire et protection de la vie privée sur les réseaux sociaux .....	36
a. <i>Les membres de réseaux sociaux sont un peu plus experts par rapport à la protection des données personnelles</i> .....	38
b. <i>Et plus souvent gênés par la publication d’éléments de leur vie privée</i> .....	41
7. Une citoyenneté et un rapport au collectif revisité .....	42
<b>II. PRATIQUES ET PROFILS DES UTILISATEURS DES RESEAUX SOCIAUX</b> .....	<b>45</b>
1. L’utilité principale des réseaux sociaux est de « créer du lien » .....	45
2. Les réseaux en ligne élargit le cercle de contact à des liens faibles .....	51
3. Au final, quatre comportements se dessinent sur les réseaux .....	55
4. Les réseaux sociaux : un véritable couteau suisse .....	59
<b>III- PANORAMA DES LIENS SOCIAUX A L’HEURE DU NUMERIQUE</b> .....	<b>61</b>
1. Le réseau social sur internet par rapport aux autres pratiques numériques génératrices de lien social .....	61
2. Les effets des pratiques numériques sociales sur le réseau classique .....	69
3. L’articulation entre les pratiques sociales numériques et le réseau classique .....	70
<b>ANNEXES</b> .....	<b>83</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	<b>92</b>

## REMERCIEMENTS

Le CREDOC remercie vivement le Conseil Général de l'Economie, de l'Industrie, de l'Energie et des Technologies (CGE) et l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP), qui ont donné leur autorisation pour ré-exploiter les données de l'enquête menée par le CRÉDOC sur la diffusion des technologies de l'information dans la société française.

La méthodologie utilisée ainsi que les résultats obtenus sont de la seule responsabilité du CREDOC, ils n'engagent ni le CGE, ni l'ARCEP.

## Abstract

---

En 2014, près d'un Français sur deux est inscrit sur un réseau social en ligne. Restés longtemps l'apanage des jeunes et des catégories aisées, les réseaux sociaux sont aujourd'hui investis par les catégories modestes et les seniors. Ces nouveaux utilisateurs n'hésitent pas à poster des contributions et sont plus nombreux que les autres à faire figurer dans leur carnet d'adresse digital de nouvelles personnes, qu'elles n'ont jamais rencontré « dans la vie réelle ». Les catégories aisées, quant à elles, utilisent davantage les réseaux sociaux pour y puiser des contenus et consolider des « liens faibles » en réactivant des relations avec des personnes perdues de vue depuis longtemps ou éloignées géographiquement. L'exposition de soi est la principale technique de communication sur ces nouveaux médias. Les tentations d'enjoliver la réalité se heurtent à un souci de cohérence dans le temps et au fait qu'une bonne partie des amis de toujours et des proches figurent également parmi les « contacts » ou les « amis numériques ». En définitive, les réseaux sociaux en ligne renouvellent les formes de sociabilité et favorisent des liens moins engageants que des liens traditionnels, sans réussir nécessairement à combler un sentiment de solitude présent chez ceux qui y sont les plus actifs. Mais dans une société où le capital social est visible aux yeux de tous et valorisé socialement, comment ne pas avoir envie d'élargir à l'infini son cercle relationnel ?

In 2014, nearly half of French people are on social networks. For a long time younger people and socially the most fortunate ones have been their main users. Nowadays seniors and employees become a more and more important stakeholder. Those new users mainly post contributions and are more likely to integrate all new contacts in their profile even if they do not really know the persons they are adding to their directory. Historically the socially more fortunate persons make quite a different use of social networks. They use them for downloading contents and information but also to consolidate "loose ties" or try to reach people with whom they have lost contact. Producing "itself" or the "exhibition of the self" are the most common means of communication on social networks. However, trimmed or euphemistic versions of one's identity have a very short life expectancy, because they ought to be controlled by other members. One may call this mutual control the "googelisation effect". Altogether, social networks renew traditional social ties and promote the creation of "loose ties" which are less engaging than their traditional version. However social networks are not capable to meet with the expectations of those people who are suffering a profound feeling of solitude. But in a society where the social capital is visible for everyone and approved by the society, how not to understand the personal aspiration of enlarging one's own relational circle?

## Note de synthèse

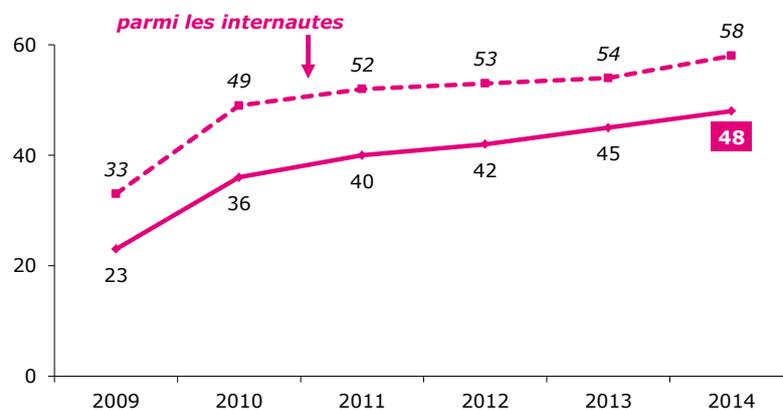
---

### Près d'un Français sur deux est membre d'au moins un réseau social

« Ami », « follower », « visiteur », « contact » : les terminologies pour désigner les contacts sur les réseaux sociaux fleurissent tous les jours, signe de la vivacité des nouvelles formes de sociabilité qui, année après année, séduisent un public toujours plus grand. En 2014, près d'un Français sur deux a utilisé un réseau social au cours des 12 derniers mois (48%, contre 33% en 2009). Cela représente 58% des internautes, soit, en 2014, **26 millions de personnes** qui déclarent participer à **des réseaux sociaux**.

#### Près d'un Français sur deux est sur un réseau social

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP

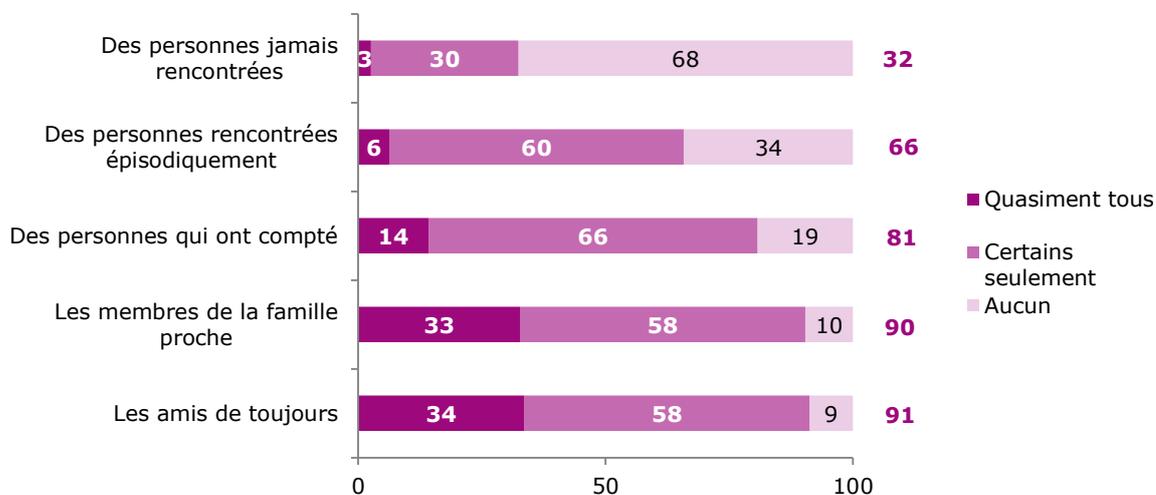
### Consolider ses relations et élargir son cercle

Le succès des réseaux sociaux se mesure aussi au fait qu'ils **cannibalisent et structurent de plus en plus la toile**, en offrant une multitude de services à leurs utilisateurs (partage, jeu, consommation, recherche d'informations, etc.) avec toujours pour dénominateur commun d'être de véritables machines à produire et à entretenir des liens. **Entretenir, d'abord, les liens existants**, avec le cercle d'amis de toujours (dans 91% des cas) ou les membres de la famille proche (90% des membres de réseaux sociaux). Mais ces réseaux sont aussi mobilisés **pour amorcer de nouvelles rencontres** ou renouer avec des personnes perdues de vue. **66% y intègrent des personnes rencontrées épisodiquement et pas moins d'un tiers** des membres des réseaux sociaux **intègrent dans leur cercle de relations des personnes jamais rencontrées** auparavant mais dont le profil leur semble intéressant.

## Un tiers des membres de réseaux sociaux intègrent dans leurs contacts des personnes jamais rencontrées par ailleurs

Diriez-vous que dans votre cercle de de relations dans les réseaux sociaux en ligne il y a ... ?

- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, en % -



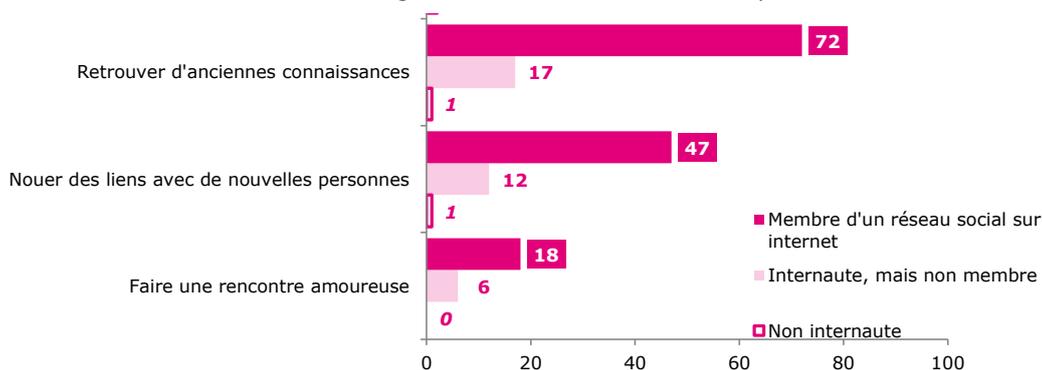
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » juin 2014.

Les outils digitaux servent donc **à réactiver des liens** dits « faibles »<sup>1</sup> ou « dormants », d'anciennes connaissances qu'on avait perdues de vue, et avec qui le lien peut être, grâce à ces nouveaux outils, maintenu, voire renforcé. Mais ils permettent également **d'élargir les frontières du cercle relationnel traditionnel** : 47% des membres des réseaux sociaux ont noué des liens avec de nouvelles personnes, 18% ont même fait une rencontre amoureuse.

## Les médias sociaux au cœur des retrouvailles et de la création de nouveaux liens

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus -

Internet et les technologies de l'information vous ont-ils permis de ?



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations », sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

<sup>1</sup> GRANOVETTER Mark « The Strength of Weak Ties », American Journal of Sociology, vol. 78, n° 6 (mai 1973), 1973

## Quatre types d'utilisateurs fréquentent les réseaux sociaux

On peut distinguer quatre types de comportements sur les réseaux sociaux, selon les habitudes de gestion de leur carnet d'adresse et l'intensité des relations qu'ils établissent via la toile et selon le rapport à la publication des données personnelles et le souhait de protection de sa vie privée.

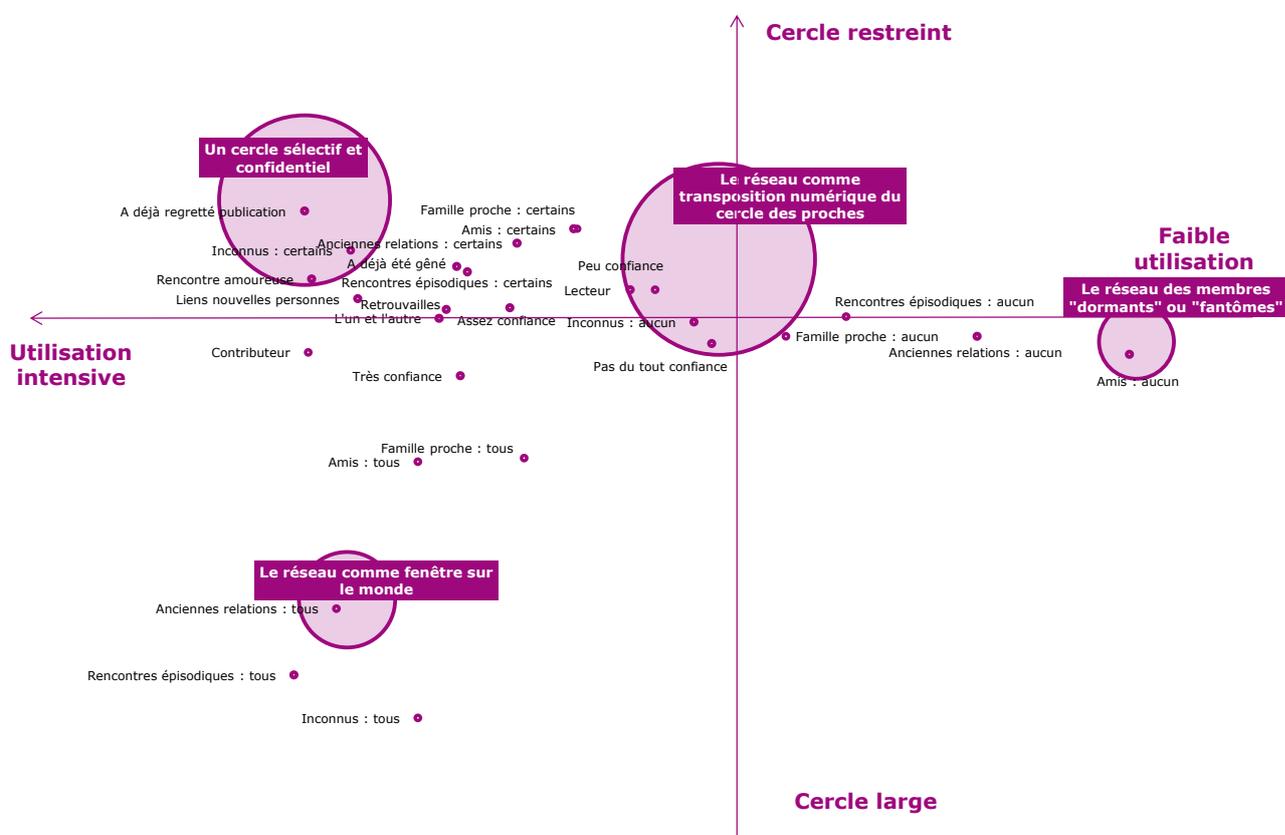
Pour **le plus grand groupe** (36% des utilisateurs des réseaux sociaux, plus souvent des femmes), le numérique est une **transposition** quasi à l'identique du cercle de relations nouées dans « la vie réelle », de proches qu'on pourrait, par exemple, convier à **une fête d'anniversaire**. Le réseau numérique recouvre les membres de famille proche ou des amis qui comptent mais il exclut de manière plus ou moins systématique les personnes inconnues. Ce groupe se contente plus souvent de **lire les commentaires et avis des autres**, tandis que les contributions se font plus rares dans leurs rangs. S'exposant moins, ce groupe signale moins souvent que les autres de la gêne ou de l'embarras face à la divulgation de détails de leur vie privée sur internet. Ce sont plus souvent des personnes déjà en couple, qui disent rarement éprouver un sentiment de solitude.

33%, plus souvent des hommes, voient le réseau social comme un **espace intime où la vie privée doit être préservée**. 37% d'entre eux font état d'une **gêne** car certains éléments de leur vie personnelle figurent sur internet **et 26% regrettent d'avoir publié** ou écrit des choses sur la toile. Leurs cercles relationnels numériques reposent sur des contacts **sélectionnés**, limités à « certains seulement » des amis de toujours (74%, + 14 points par rapport à la moyenne), certains des membres de leur famille proche (73%, + 14 points), certaines des personnes qui ont compté et qui sont perdues de vue (87%, + 20 points), etc. Leur vigilance ne les empêche pas de profiter des possibilités des médias sociaux : 88% ont noué des liens de nouvelles personnes (88%, + 38 points par rapport à la moyenne), 40% ont même fait une **rencontre amoureuse** (40%, + 22 points par rapport à la moyenne des personnes fréquentant les réseaux sociaux).

Pour le troisième groupe, de taille plus réduite (17%), les réseaux sociaux ont vocation à **faciliter les contacts avec le plus grand nombre possible d'individus**. L'intention affichée est de créer un carnet d'adresse le plus complet possible via internet. Famille, proches, anciens de l'école, tous y figurent. L'ouverture de ce réseau à de personnes inconnues est ainsi beaucoup plus prononcée. Les moins de 25 ans sont surreprésentés dans ce groupe (33% contre 21% en moyenne). **Le réseau social revêt ici la fonction que l'on pourrait qualifier de « fenêtre sur le monde ».**

Un dernier groupe, à peine plus petit (15% des membres des réseaux sociaux), annonce faire partie d'un réseau social en ligne mais, après examen, on constate que leurs contacts sont **extrêmement réduits**. Dans leur réseau, on ne compte pour la plupart « aucun ami », « aucune personne qui a compté dans leur vie » et aucun membre de la famille proche. Dans une majorité de cas (61%, contre 19% en moyenne), **aucun nouveau lien n'a été créé grâce à internet** et aux nouvelles technologies. Les 60 ans et plus sont surreprésentés. Bref, si ces personnes sont inscrites, elles ne semblent pas très actives. **On pourrait les qualifier de membres « dormants » ou « fantômes ».**

### Typologie des réseaux sociaux et de leurs utilisateurs Selon une analyse factorielle



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » juin 2014.

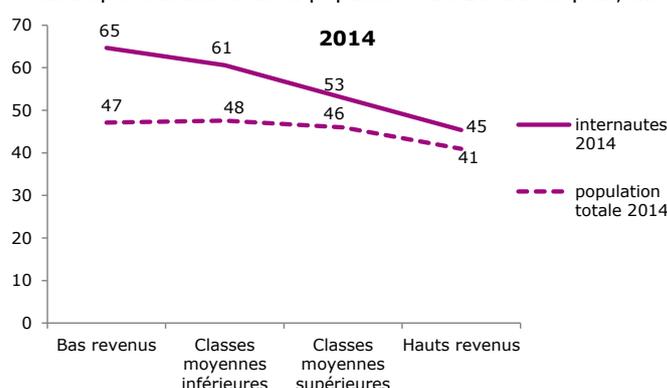
### Les catégories modestes et les seniors se saisissent de ces nouvelles possibilités

En termes de revenus, le profil des membres de réseaux sociaux a évolué. En 2009, toutes les catégories de revenu participaient, peu ou prou, dans les mêmes proportions à des réseaux sociaux. Mais en 2014, les **hauts revenus sont un peu moins présents** sur les réseaux sociaux que les autres catégories. Lorsqu'on met de côté la question de l'accès à internet, en se focalisant uniquement sur les internautes et non pas sur

l'ensemble de la population, on se rend compte que les internautes sont d'autant plus présents sur les réseaux sociaux qu'ils font partie des **catégories modestes**. Et finalement, les employés sont aujourd'hui les plus présents sur les réseaux : 62% des employés en France sont membres d'un réseau, quel qu'il soit, soit un taux supérieur à celui de toutes les autres catégories et professions.

### Évolution de l'influence du revenu sur la participation aux réseaux sociaux sur internet

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



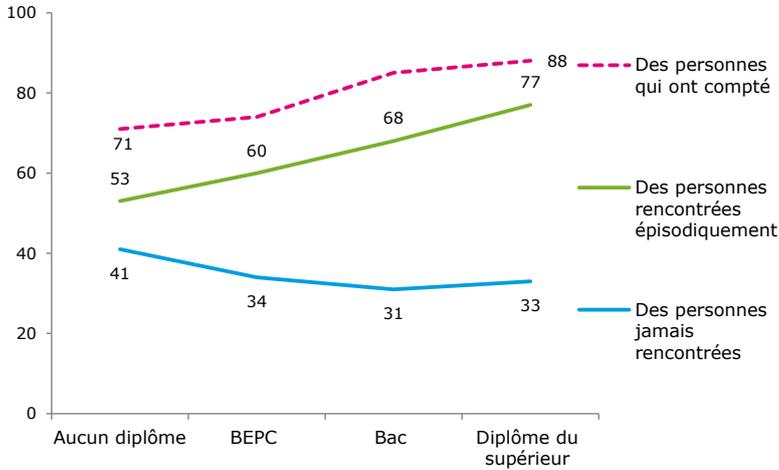
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » juin 2014.

Lecture : 47% des bas revenus mais 65% des bas revenus qui ont internet sont présents sur les réseaux sociaux,

Les **catégories modestes** (bas revenus et non-diplômés) sont plus enclins à faire figurer dans leurs cercles relationnels **des personnes jamais rencontrées par ailleurs**. Elles investissent davantage les réseaux sociaux pour compenser une sociabilité un peu plus étroite par ailleurs. Elles **contribuent davantage à la production de contenus** sur les réseaux que les diplômés du supérieur ou encore que les hauts revenus, probablement à la fois pour nourrir ces nouvelles formes de liens, mais aussi pour des questions de sensibilité à l'exposition de la vie privée, qui inquiètent davantage les **diplômés**. Notons que ces inquiétudes n'empêchent pas ses derniers de se nourrir de tout le contenu disponible sur les medias sociaux : ils en sont d'ailleurs les plus friands. Disposant d'un tissu de relations traditionnelles dense (amis, relations, engagement associatif, sorties culturelles, etc.) les catégories aisées se montrent plus sélectives et exigeantes dans le choix de leurs contacts numériques et utilisent davantage les réseaux sociaux pour **réactiver et renforcer des liens** avec des personnes perdues de vue.

### Les catégories modestes contribuent plus que les catégories aisées et font davantage figurer des personnes qu'elles ne connaissent pas

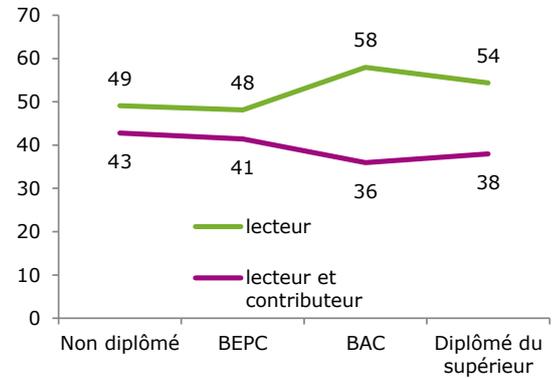
- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, % fait figurer quasiment tous et certains seulement des ...



- Champ : individus de 18 ans et plus participant à des réseaux sociaux, en % -

Sur les forums de discussion, les réseaux sociaux, les chats, les blogs, êtes-vous plutôt... un lecteur de ce que les autres disent ou écrivent, un contributeur, autant l'un que l'autre, ou ni l'un ni l'autre

% seulement lecteur, % contributeur ou autant contributeur de lecteur

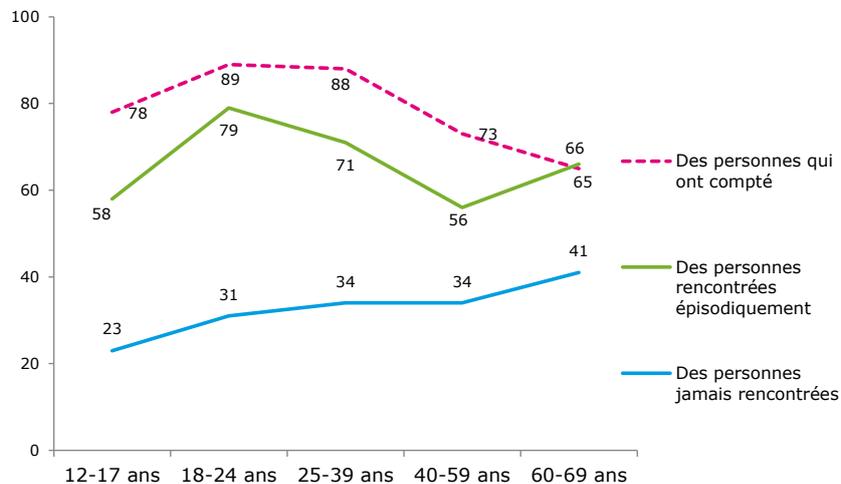


Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations », juin 2014.

Les **jeunes restent les plus fervents utilisateurs de ces médias** (88% des 18-24 ans en sont membres), mais une analyse plus fine montre **une baisse de l'enthousiasme des 12-17 ans** depuis 2012 alors qu'ils s'étaient rapidement engagés sur les réseaux sociaux à la fin des années 2000. A l'inverse, les **« jeunes seniors »** (entre 60 et 69 ans) sont de plus en plus présents sur les réseaux digitaux : une personne sur quatre dans cette tranche d'âge est dorénavant membre d'un réseau social. Et les 60-69 ans, à l'instar des bas revenus, se saisissent de ces nouveaux moyens pour dynamiser leur vie relationnelle : ils sont notamment les plus enclins à faire figurer dans leur cercle relationnel des **personnes jamais rencontrées par ailleurs.**

### Les jeunes seniors profitent de ces nouveaux médias pour élargir leur cercle relationnel

- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, % fait figurer quasiment tous et certains seulement des ...



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations », juin 2014.

## Des liens de nature différente

Nos travaux convergent donc avec ceux synthétisés par Michel Grossetti<sup>2</sup>, pour montrer que l'essor des réseaux sociaux conduit à un **élargissement du cercle relationnel à des « liens faibles »**, en l'occurrence sur les réseaux en ligne, des personnes qu'on voit de loin en loin et qui ne font pas partie du cercle des proches, ou de nouvelles personnes avec lesquelles les échanges se limitent à de premières interactions. Contrairement à l'idée communément répandue que ces liens seraient futiles, Pierre Mercklé<sup>3</sup> explique que la production de liens « faibles » aurait paradoxalement **un effet bénéfique sur la cohésion sociale**. La démultiplication des liens distants permet d'établir des rapports « exogames », c'est-à-dire entre des groupes de personnes qui ne sont pas habitués à se côtoyer, et favorise par ricochet la formation de cohésion sociale entre un nombre plus grand d'individus.

Au-delà de cet effet, ces médias de communication produisent des changements sur la **nature** des liens relationnels. Une des principales spécificités tient probablement au fait de **rendre visible** les liens sociaux. **L'exposition de soi y est la principale technique communicationnelle**. Les liens entre individus y sont **plus légers et moins engageants**, Antonio Casilli<sup>4</sup> parle ainsi de « **toilettage social** ». L'idée d'une mise en valeur de soi permanente et un peu narcissique sur les réseaux est tempérée par le fait que les « vrais amis et membres de la famille » sont aussi présents sur les réseaux, et que les tentatives d'embellissement trop prononcé de la réalité se heurtent à la fois aux **regards parfois critiques** des autres internautes, et à un besoin de cohérence dans le temps, face à la mémoire quasi infinie de l'internet. Finalement, les réseaux numériques donneraient finalement simplement **plus d'ampleur à des évolutions du lien social** plus globales : relations plus « choisies » en fonction des **affinités, accélération du temps, sophistication** de la gestion des relations et des formes d'engagement, **diversification** des expériences relationnelles.

## Les liens sociaux en ligne ne limitent pas le sentiment de solitude

Des travaux précédents menés par le CREDOC sur le bien-être de la population ont montré que **la situation affective et notamment les liens affectifs forts** (être en couple, avoir des enfants, etc.) sont les plus constitutifs du sentiment de bonheur. En comparaison, **les liens numériques, aussi riches qu'ils soient, semblent moins combler les individus**. En effet, les personnes ayant une sociabilité traditionnelle très forte et qui disposent d'un tissu social et familial dense – mais qui, en même temps, ont

---

<sup>2</sup> GROSSETTI Michel, « Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux ? » Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication, Réseaux, 2014

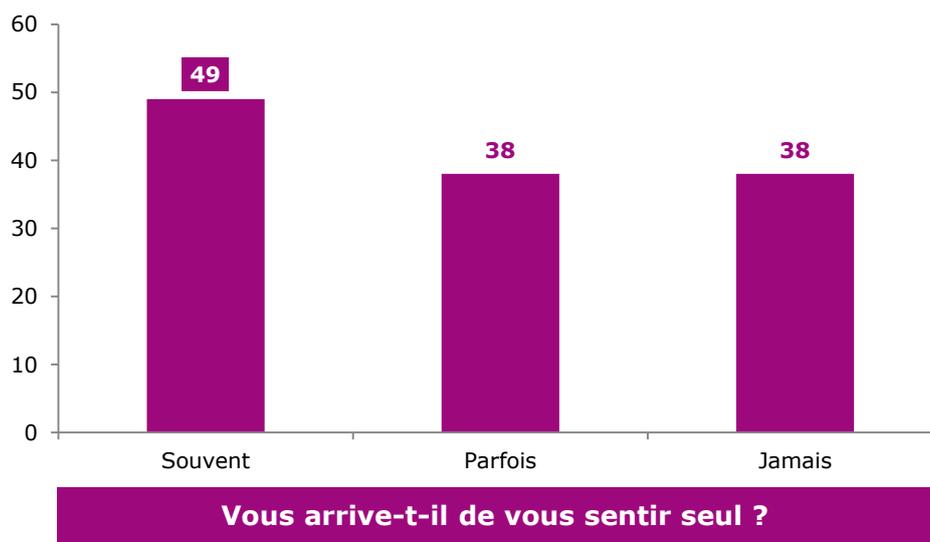
<sup>3</sup> MERCKLE Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, 2004

<sup>4</sup> CASILLI Antonio, *Les liaisons numériques – vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris, 2010

une activité relationnelle digitale limitée se sentent beaucoup moins souvent seuls ou malheureux que les technophiles férus de médias sociaux. Si l'on compare les deux groupes qui privilégient **une seule forme de sociabilité**, les fans de numérique se disent moins heureux et plus isolés que les personnes âgées qui ont conservé une forte sociabilité traditionnelle mais qui sont peu connectés. Et finalement, le **lien est même probablement inverse** : les plus grands contributeurs aux réseaux sociaux sont aussi ceux qui se sentent le plus souvent seuls (49% des personnes qui utilisent souvent les réseaux sociaux se sentent seuls, contre 38% des personnes qui ne les utilisent jamais). Mais dans une société où le **capital social est visible** aux yeux de tous, où chacun peut désormais mesurer « quantitativement » l'écart qui le sépare des personnes qui disposent d'un réseau social étendu, où avoir des amis, un réseau relationnel étendu est **valorisé socialement**, comment ne pas avoir envie d'élargir son cercle « d'amis » à l'infini ?

### Les personnes qui se sentent seules sont plus investies que les autres dans les réseaux sociaux

- Champ : individus de 18 ans et plus participant à des réseaux sociaux, en % -



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Exemple de lecture : 49% des membres des réseaux sociaux qui se sentent souvent seuls contribuent aux forums de discussion, réseaux sociaux, chats, blogs, etc. contre 38% de ceux qui se sentent « parfois » ou « jamais » seuls.

# Introduction

---

## 1. Contexte

En un peu moins d'une décennie les réseaux sociaux ont conquis une place centrale au sein des différents usages d'internet. En 2010, on dénombrait par exemple 608 millions d'utilisateurs actifs au moins une fois par mois de Facebook dans le monde, ce chiffre passait à 1,228 milliards à la fin 2013<sup>5</sup>. Dans le monde, les internautes passent aujourd'hui environ 4,8 heures par jour sur internet dont un peu moins de la moitié sur des réseaux sociaux (2 heures en moyenne dans le monde)<sup>6</sup>. En outre, alors qu'à la fin des années 1990 et au début des années 2000 des sites commerciaux tels que eBay, Amazon, Microsoft ou AOL enregistraient de fortes audiences, ceux-ci sont, aujourd'hui, passés à l'arrière-plan au profit de YouTube ou Facebook<sup>7</sup>. Ce changement dans les pratiques numériques marque probablement un tournant qualitatif dans le rôle social que jouent les nouvelles technologies pour le vivre ensemble. L'image d'une société de plus en plus individualiste où les individus, coupés les uns des autres, sont tout entiers mobilisés par les écrans, est très présente. Et pourtant de nombreux travaux montrent que les supports de communication numérique entretiennent et décuplent les liens sociaux plutôt qu'ils ne s'y substituent<sup>8</sup>. Les personnes très présentes sur les réseaux sociaux, les plus grands utilisateurs de SMS, les accros du mail ou du *tweet*, bref, ceux que l'on considère parfois comme des « *geeks* » passent beaucoup de temps à rencontrer leurs amis, leur famille ou leur entourage. Les événements de la vie constituant même un « *un support nécessaire à la mise en récit de soi sur le Réseau* »<sup>9</sup>.

Dominique Cardon rappelle que toutes les révolutions industrielles et les bouleversements générés par le progrès technique dans les modes de vie ont suscité des controverses qui, parfois, ont pris la forme de véritables « *paniques morales* »<sup>10</sup>. L'invention du téléphone, de la télévision, de l'automobile, de la radio, du rail etc. ont ainsi été souvent associés à un déclin de la civilisation et une mise en péril de la stabilité

---

<sup>5</sup> Facebook, rapport annuel 2013, [http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/3809926500x0x741493/EDBA9462-3E5E-4711-B0B4-1DFE9B541222/FB\\_AR\\_33501\\_FINAL.pdf](http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/3809926500x0x741493/EDBA9462-3E5E-4711-B0B4-1DFE9B541222/FB_AR_33501_FINAL.pdf)

<sup>6</sup> Cf. WEEB chiffres clefs, ici US Census Bureau, [http://www.weeb.fr/Medias-sociaux-chiffres-cles-2014\\_a27.html](http://www.weeb.fr/Medias-sociaux-chiffres-cles-2014_a27.html)

<sup>7</sup> Cf. Morgan Stanley – Investment Bank, *Technology Trends*, 20 mai 2013, <http://www.morganstanley.com/>

<sup>8</sup> Voir par exemple DONNAT Olivier, *Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, Paris, La Découverte, 2009, ou HOIBIAN Sandra *Les jeunes et les technologies de l'information et de la communication*, in CRÉDOC, *Les jeunes d'aujourd'hui, quelle société pour demain*, Cahier de recherche du CRÉDOC n°292, décembre 2012, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C292.pdf>

<sup>9</sup> CARDON Dominique, « Réseaux sociaux de l'Internet » in *Communications*, n° 88, Paris, 2011/1, p.141-148.

<sup>10</sup> CARDON, *op.cit.*

morale de la société<sup>11</sup>, par exemple avec la disparition de la vie privée au profit d'une surveillance généralisée et totalitaire<sup>12</sup>. Ces débats ont une généalogie très ancienne et ils renvoient aux questionnements philosophiques mettant en garde contre **l'asservissement de l'homme à la technique**<sup>13</sup>. On pense notamment à la critique de Heidegger dénonçant une société où la technique devient sa propre fin et met en péril l'homme lui-même « *la technique dans son être est quelque chose que l'homme lui-même ne maîtrise pas [ ...] L'essence de la technique, je la vois dans ce que j'appelle le Ge-stell [ ...] le règne du Ge-stell signifie ceci : l'homme subit le contrôle, la demande et l'injonction d'une puissance qui se manifeste dans l'essence de la technique et qu'il ne domine pas lui-même [ ...] il faut entendre que l'homme ne s'accomplit pas au travers de la domination technique mais contribue, au contraire, à sa propre deshumanisation* »<sup>14</sup>. Habermas également alerte sur « *la puissance libératrice de la technologie – l'instrumentalisation des choses – (qui) se convertit en obstacle à la libération, (et) tourne à l'instrumentalisation de l'homme* »<sup>15</sup>. Hannah Arendt établit aussi une distinction au sein de la technique entre les outils « *serviteurs de la main* » et les machines qui « *exigent que le travailleur les serve* »<sup>16</sup>.

L'essor d'Internet et le succès accéléré des **réseaux sociaux en ligne** fait naître le même type d'interrogations. D'un côté, certains y voient la promesse d'échanges horizontaux entre les individus, un gain de qualité démocratique dans les rapports entre institutions et individus, une ouverture des barrières catégorielles (riches et pauvres se trouveraient sur un pied d'égalité) et une pulvérisation des frontières de l'État-Nation qui n'aurait plus de place dans un monde virtuel incarnant l'idéal du cosmopolitisme politique et culturel. De l'autre, certains craignent la disparition de la vie privée, le manque de pudeur et la mise en scène des individus, une forme de futilité et de superficialité des liens créés entre individus, la remise en cause des différences de légitimité de la parole entre amateurs et professionnels, etc.

Internet en général et les réseaux en particulier rendent-ils nos concitoyens plus asociaux, davantage misanthropes ou plus pauvres en sentiments et en affects envers autrui ? La révolution numérique joue-t-elle le rôle de frein pour nos relations sociales, ou celui d'un accélérateur ? **Modifie-t-elle la nature des liens sociaux** ? Au-delà des indicateurs quantitatifs de fréquence des rencontres, quelle est la nature des différents types de relations ? Que se cache-t-il derrière la notion « d'ami » sur Facebook ?

---

<sup>11</sup> Ibid., p. 145.

<sup>12</sup> Cf. WAJCMAN Gérard, *L'œil absolu*, Paris, Denoël, 2010.

<sup>13</sup> Sur ce sujet, l'opinion publique elle-même est partagée. Voir Régis Bigot et Sandra Hoibian, *Les technosciences, amélioration ou perversion de l'humanité ?*, Collection des rapports du CREDOC, n°313, octobre 2014, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R313.pdf>

<sup>14</sup> « Gestell » est traduit par l'arraisonement. Voir HEIDEGGER Martin, *Sein und Zeit*, Tübingen, 1967.

<sup>15</sup> HABERMAS, *La technique et la science comme idéologie*, 1968

<sup>16</sup> ARENDT Hannah, *Condition de l'homme moderne*, 1958

Qu'attend-on des réseaux sociaux en ligne ? Quels changements opèrent l'apparition de ces nouveaux modes de relation et de communication sur les liens sociaux, les relations avec les différents cercles de sociabilité ? Comment s'articulent et se recomposent les liens sociaux à l'ère des réseaux sociaux ?

## 2. Objectifs et sources mobilisées

Pour répondre à ces questions nous nous sommes appuyés sur **plusieurs sources** : à la fois une synthèse de la littérature concernant les réseaux de sociabilité, en particulier dans le champ numérique, mais aussi et surtout les données de l'enquête « Conditions de vie et Aspirations » du CREDOC, laquelle mesure la diffusion des technologies de l'information et de la communication chez nos concitoyens depuis près de 15 ans. À titre de comparaison sont également mobilisées des données d'autres enquêtes nationales et internationales telles que l'Eurobaromètre.

Quelques précisions au sujet **de l'enquête « Conditions de vie et aspirations » du CREDOC** qui constitue le principal matériau de cette recherche. Elle est réalisée en « face à face », en janvier et en juin de chaque année depuis 1978, auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 personnes, âgées de 18 ans et plus, sélectionnées selon la méthode des quotas. Ces quotas (région, taille d'agglomération, âge - sexe, PCS) sont calculés d'après les résultats du dernier recensement général de la population et mis à jour grâce à l'enquête emploi et au bilan démographique de l'INSEE. Un redressement final est effectué pour assurer la représentativité par rapport à la population nationale de 18 ans et plus. Indiquons également que certains résultats présentés dans ce cahier de recherche sont issus des vagues de juin de l'enquête « Conditions de vie et aspirations » réalisée auprès d'un sur-échantillon de jeunes âgés de 12 ans et plus, interrogés également « en face à face » à leur domicile. L'observation des comportements des adolescents en matière de communication électronique semble en effet indispensable pour comprendre les changements qui sont à l'œuvre aujourd'hui dans notre société, et cela d'autant plus qu'ils constituent une génération très particulière, immergée dès le plus jeune âge dans le bain culturel des nouveaux médias (certains commentateurs parlent des « *digital natives* »).

### 3. Le « réseau social », une vieille histoire

Comme le note le sociologue français Pierre Mercklé dans son ouvrage sur les réseaux sociaux, la notion de « social network » ne date pas d'hier<sup>17</sup>. Depuis sa première apparition dans un article de John A. Barnes – anthropologue britannique – en 1954<sup>18</sup>, le recours à cette expression s'est largement répandu en sciences sociales. A l'origine la notion désigne « des ensembles de relations entre personnes ou entre groupes sociaux ». Notamment la littérature sociologique en management des années 1960 et 1970 portant un regard particulièrement intéressé sur les liens entre les individus dans le monde de l'entreprise agit comme un accélérateur et contribue à la notoriété de la notion<sup>19</sup>. La nouvelle définition de « social network » se distingue nettement de la signification que recouvrait l'expression au XIXe siècle. Longtemps le réseau social s'accompagne d'une **connotation péjorative** : le réseau comme société secrète, organisation clandestine, groupe clanique, pouvoir occulte. Y sont associés le manque de transparence sur ses rouages et fonctionnements et l'absence de contrôle social. L'usage de la notion en sciences sociales à partir des années 1960 est tout différente et fait référence aux : « *relations que ces unités sociales entretiennent les unes avec les autres, directement, ou indirectement, à travers des chaînes de longueurs variables. Ces unités sociales peuvent être des individus, des groupes informels d'individus ou bien des organisations plus formelles, comme des associations, des entreprises, voire des pays* »<sup>20</sup> L'accent est donc mis sur la **nature et la qualité des liens** reliant les différentes « unités sociales ». Les interactions sociales sont aussi protéiformes que les unités sociales : « *il peut s'agir de transactions monétaires, de transferts de biens ou d'échanges de services, de transmissions d'informations, de perceptions ou d'évaluations interindividuelles, d'ordres, de contacts physiques (de la poignée de main à la relation sexuelle) et plus généralement de toutes sortes d'interactions verbales ou gestuelles, ou encore de la participation commune à un même événement etc.* »<sup>21</sup>

Pour toute une partie de la sociologie – notamment anglo-saxonne – l'étude des réseaux sociaux ne débiterait pas avec Georg Simmel, dont nous évoquerons les travaux plus loin, mais avec Jacob Moreno, aux États-Unis. Moreno propose – au cours des années 1930 – une nouvelle méthode pour récolter des données sur des réseaux complexes : la « sociométrie ». Cette méthode permet de dessiner une carte des relations sociales à la lumière des **attractions et des répulsions** qui se sont manifestées au sein d'un groupe.

---

<sup>17</sup> MERCKLE Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, Éditions La Découverte, 2004.

<sup>18</sup> BARNES John A. "Class and Committees in a Norwegian Island Parish", *Human Relations*, n° 7, 1954, p. 39-58.

<sup>19</sup> Cf. BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève, *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

<sup>20</sup> MERCKLE Pierre, *op. cit.*, 2004, p. 4.

<sup>21</sup> Ibid.

Le résultat, le « sociogramme » est à la fois un instrument méthodologique et de présentation des exploitations sociométriques permettant de figurer la position qu'occupe chaque individu dans le groupe. Cette méthode est d'une grande utilité pour toute recherche visant à déterminer les centres névralgiques des réseaux sociaux, à savoir l'identification des groupes d'individus concentrant un nombre particulièrement élevé de liens et communications sociaux. Cependant, la sociométrie ne permet pas de saisir la nature des échanges ou encore la qualité des relations sociales. Elle ne mesure que la **quantité** et ne se prononce que sur la fréquence et l'intensité des liens.

La notion a ensuite été approchée par l'anthropologie britannique des années 1950, approfondie et formalisée dans les années 1960 par des chercheurs en sciences sociales formés aux mathématiques Harrison White<sup>22</sup> ou Mark Granovetter<sup>23</sup> qui met notamment en évidence la distinction entre liens forts et liens faibles.

Au cours des quinze dernières années se développent des **usages plus contemporains**, pour la plupart étroitement liés au développement d'Internet et des réseaux mobiles. Désormais, les « réseaux sociaux » désignent avant tout des voies de circulation virtuelles permettant de dématérialiser les liens sociaux.

La réflexion sur les usages des réseaux sociaux numériques et leur impact sur les liens sociaux comporte un double volet. D'une part, les mécanismes les plus « microscopiques » de l'appréhension des réseaux – à savoir les unités élémentaires qui constituent les réseaux, leurs particularités et leurs modes de fonctionnement, d'autre part les fonctionnements les plus « macroscopiques », à savoir l'étendue générale du réseau et la nature, ou plutôt, la texture du tissage de la toile.

#### 4. Le lien social – unité élémentaire des réseaux sociaux

Comme le rappelle la maxime de Georg Simmel – un des deux pères fondateurs de la sociologie moderne avec Emile Durkheim : « *la forme sociologique la plus simple du point de vue méthodologique est la relation entre deux éléments* »<sup>24</sup>. Cette relation s'appelle « **dyade** ». Les deux éléments peuvent être des individus, des familles, des organisations. Les relations peuvent être ponctuelles ou plus durables. La dyade présente une caractéristique spécifique, elle rend impossible la conception d'un « atome » des réseaux sociaux, c'est-à-dire une entité auto-suffisante et fermée sur elle-même. La

---

<sup>22</sup> LORRAIN François, WHITE Harrison C., « Structural Equivalence of Individual in Social Networks », *Journal of Mathematical Sociology*, 1971

<sup>23</sup> GRANOVETTER Mark « The Strength of Weak Ties », *American Journal of Sociology*, vol. 78, n° 6 (mai 1973), 1973

<sup>24</sup> SIMMEL Georg, *Sociologie – Essai sur les formes de la socialisation*, Paris, PUF, 1999 [1908], p. 116.

dyade constitue une sorte de mini-système potentiellement ouvert et susceptible d'être modifié. Autrement dit, si l'un des deux individus disparaît, le lien entre les deux cesse d'exister. Deuxième particularité de cette définition fondamentale en sociologie : la nature de ce lien élémentaire dépend de la pure individualité de chacun de ses membres ce qui implique le caractère « intime » des relations à deux. Si l'on extrapole cette logique sur un réseau plus grand et plus étendu, on obtient un système qui est composé par une **multiplicité de relations intimes** portant la touche d'individualité de chacun de ses membres. Facebook, LinkedIn, Twitter, Snapchat, Instagram et consorts sont de bonnes illustrations de cette logique. Ils sont composés d'une multiplicité de « dyades » (de relations à deux). La totalité des combinaisons des relations individuelles et intimes entre un membre et ses « *followers* », « *friends* » ou « *visitors* » forment le réseau dans sa globalité qui est plus ou moins étendu en fonction de l'intensité de l'activité de ses membres. On notera que la logique n'est pas additive, mais combinatoire, ouvrant ainsi la possibilité d'étudier les stratégies de coalitions, de médiations, les intensités des affinités, etc. Les liens entre les différents acteurs se nouent et se dénouent en fonction de l'activité et l'investissement de chaque participant sans que dans l'ensemble les réseaux ressemblent à ce que la sociologie appelle par ailleurs « société » ayant pour principale caractéristique un imaginaire commun. Ainsi, les échanges sur les réseaux sociaux forment davantage des **« communautés spontanées »** plutôt que des « sociétés pérennes ». Michel Grossetti souligne par exemple que *« Un réseau social désigne simplement l'agrégation de ces relations sans impliquer l'existence d'une conscience collective, de frontières ou de dénominations. La notion de réseau permet donc de conceptualiser et d'analyser une forme sociale qui se différencie clairement des groupes, des organisations, ou des classes sociales qui sont plus traditionnellement mises en scène par les sciences sociales et qui se définissent plus par le partage de ressources ou la similarité de caractéristiques. »*<sup>25</sup>

Malgré l'accent mis sur le caractère intimiste et purement individuel de ces relations interpersonnelles, la dimension **impersonnelle** n'est pas complètement dénuée de sens. L'ensemble de ces interactions ont souvent des termes en commun. Il s'agit en particulier des **codes, des langages, des signes ou encore des symboles utilisés pour communiquer**. Il va de même pour le support de communication, c'est-à-dire la plateforme d'échange, même si celui-ci reste immatériel comme c'est le cas pour la plupart des réseaux sociaux sur Internet. Pour Alexis Ferrand, un autre facteur entre en jeu<sup>26</sup>, qui permet de transformer la dyade en triade. Ce troisième élément est celui de **l'influence qu'exerce un réseau social** indirectement sur un individu qui souhaite

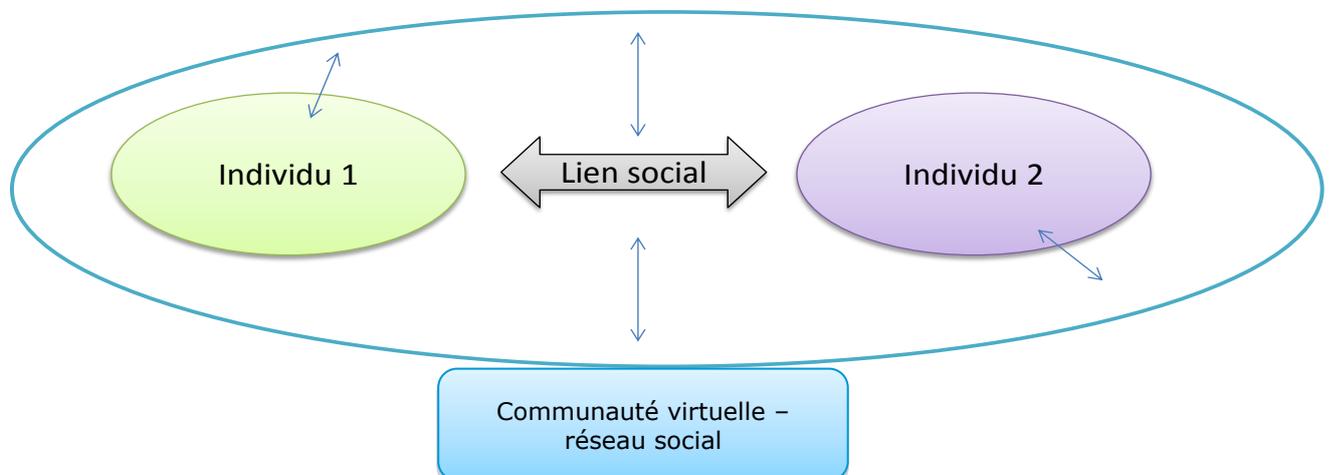
---

<sup>25</sup> GROSSETTI Michel, « Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux ? » Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication, Réseaux, 2014

<sup>26</sup> Cf. FERRAND Alexis, « La structure des systèmes des relations », In *L'année sociologique*, vol. 47, n° 1, 1997, p.37-54, ici p. 44-45.

engager un lien social. Selon Ferrand, « *chaque fois qu'il souhaite établir un lien, un acteur prend en compte une portion plus ou moins étendue du réseau autour de lui* »<sup>27</sup>. Autrement dit, le réseau fixe des barrières « sémantiques et cognitives » à ceux qui veulent y participer et intervient ainsi comme régulateur des flux. Par conséquent, c'est le réseau même qui élargit la dyade en la transformant en une position triangulaire. Le réseau englobe les relations entre les individus tout en déterminant la nature que celles-ci vont prendre. À l'interaction horizontale entre les individus se rajoute une interaction verticale avec le réseau.

**Figure 1 – Représentation des relations horizontales et verticales entre les unités élémentaires d'un réseau social**



Lecture : Les flèches symbolisent le sens et l'intensité des interactions. Le lien social entre deux individus (leur échange communicationnel) est à la fois influencé par le contexte (réseau social) et producteur de celui-ci (communauté virtuelle)

## 5. Les réseaux individuels : un « tout petit monde »

Basé sur un protocole expérimental, le sociologue américain Stanley Milgram, lance au cours des années 1960 une étude pour quantifier l'étendue des réseaux sociaux. Il tente, en effet, résoudre par une expérimentation ce qu'il appelle « *le problème du petit monde* »<sup>28</sup>. Pierre Mercklé résume l'idée de Milgram comme suit : « *Il [Milgram] prend pour point de départ le sentiment qu'éprouvent des connaissances quand elles se découvrent des amis communs insoupçonnés, qui les conduit généralement à s'exclamer : « Comme le monde est petit ! »* »<sup>29</sup>. Autrement dit, Milgram s'intéresse à la question de la longueur des chaînes de relation entre les individus quelconques au sein d'une société complexe donnée. Les conclusions de l'expérience de Milgram montrent que dans une société de masse, pratiquement tous les individus sont reliés les uns aux autres

<sup>27</sup> Ibid. p. 45.

<sup>28</sup> Cf. MILGRAM Stanley, « The small world problem » In *Psychology today*, 1, 1967, p. 62-67.

<sup>29</sup> MERCKLE, *op. cit.*, 2004, p. 13.

dans un vaste réseau, et que la distance moyenne entre deux individus quelconques devrait être de 5 à 6 intermédiaires en moyenne. À ce propos Milgram utilise l'expression « **six degrés de séparation** »<sup>30</sup>. Il convient de préciser que l'expérimentation de Milgram était menée au niveau des États-Unis. Des simulations à l'échelle de la planète entière ont montré qu'il ne faut pas plus de 10 ou 12 liens de connaissances<sup>31</sup> intermédiaires pour mettre en rapport n'importe quel individu avec n'importe quel autre<sup>32</sup>. Indépendamment du nombre de chaînons intermédiaires et de la taille du réseau, le mérite de l'expérience de Milgram est de démontrer à la fois **l'absence de clôture des réseaux et l'existence de voies relativement courtes pour mettre en relation deux individus distants et inconnus l'un de l'autre**<sup>33</sup>. Autrement dit, le paradoxe des réseaux sociaux est qu'en principe ils n'ont pas de frontières (parce que n'importe quel individu peut entrer en contact avec n'importe quel autre individu) mais qu'ils s'auto-limitent mécaniquement par le nombre d'intermédiaires nécessaires pour une mise en relation. Un réseau social est **potentiellement infini mais concrètement circonscrit**.

Tous ces échanges sociaux, ces liens qui se tissent, ces informations qui circulent, ces services qui sont rendus viennent construire ce que Pierre Bourdieu appelle le « **capital social** », c'est à dire la faculté d'un individu de tisser des liens avec d'autres, de se constituer un réseau d'amis ou de connaissances, et d'entretenir ce réseau. Plus les réseaux dont dispose un individu sont étendus et riches, plus son capital social est élevé<sup>34</sup>. L'existence de canaux de communication, le degré de confiance entre les individus et l'existence de normes encadrant la fabrication des liens sociaux constituent les trois éléments qui nourrissent la production du capital social dans la société<sup>35</sup>.

---

<sup>30</sup> Cf. TRAVERS Jeffrey, MILGRAM Stanley, « An Experimental Study of the Small World Problem » In *Sociometry*, vol. 32, n° 4, décembre 1969, p. 425-443.  
<http://www.uvm.edu/~pdodds/teaching/courses/2009-08UVM-300/docs/others/1969/travers1969.pdf>

<sup>31</sup> Note : la sociologie des réseaux utilise le terme « connaissance » dans la signification suivante : « connaître et être connu de vue ou de nom ».

<sup>32</sup> MERCKLE, *op. cit.* 2004.

<sup>33</sup> Cf. RAPOPORT Anatol, YUAN Yufei, « Some Experimental Aspects of Epidemics and Social Nets », In KOCHEN M. (dir.), *The Small World*, Norwood, Ablex Publishing Company, 1989, p. 327-348

<sup>34</sup> Cf. BOURDIEU Pierre, *Les formes de capital*, Paris, 1986.

<sup>35</sup> Ibid.

# I. Les réseaux sociaux se mettent au numérique

---

## 1. Les réseaux sociaux en ligne : une galaxie de « petits mondes » visibles

Quelles nouveautés apportent les réseaux sociaux en ligne ? Pour certains, les échanges via des outils numériques seraient plus superficiels et distants que les « vrais amis » rencontrés en chair et en os. Sherry Turkle<sup>36</sup> dépeint ainsi des nouvelles technologies sources de liens aseptisés, rassurants, mais en réalité tellement fugaces qu'ils seraient nécessairement plus pauvres, moins intenses : « *Dans le silence de la connexion, les gens sont rassurés en étant en contact avec un grand nombre de personnes – soigneusement tenues à distance. Nous n'en avons jamais assez de l'autre, tant que nous pouvons utiliser la technologie pour garder l'autre à une distance que nous pouvons contrôler : pas trop près, pas trop loin, juste comme il faut.* »<sup>37</sup> Qu'en est-il réellement ? Quelles sont les caractéristiques des réseaux en ligne ? et leurs interactions avec les liens sociaux hors ligne ?

La définition que donnent Nicole Ellison et Danah Boyd des réseaux sociaux numériques est la suivante : « *des services Web qui permettent aux individus de 1/ construire un **profil public ou semi-public** dans le cadre d'un système délimité, 2/ **articuler une liste d'autres utilisateurs** avec lesquels ils partagent des relations ainsi que 3/ **voir** et de croiser leurs listes de relations et celles faites par d'autres à travers la plateforme* »<sup>38</sup> Pour les deux auteures, les réseaux sociaux en ligne ont ainsi pour spécificité **la valorisation des liens sociaux** en rendant « visible » les liens d'interconnexion individuels. Le but est de montrer son réseau aux autres ou encore inviter le plus grand nombre de personnes à y participer. Ainsi notent Boyd et Ellison : « *Ce qui caractérise les sites de réseaux sociaux n'est pas qu'ils permettent à leurs membres de rencontrer des étrangers, mais plutôt de permettre aux utilisateurs de **rendre visible** leurs réseaux sociaux. Ces utilisateurs communiquent avec des personnes qui font déjà partie de leur*

---

<sup>36</sup> TURKLE Sherry, *Alone Together: Why We Expect More From Technology and Less From Each Other* (« Etre seuls ensemble, ou pourquoi nous en attendons davantage de la technologie... et moins les uns des autres »<sup>o</sup>), Ed. Basic Books, 2011

<sup>37</sup> Sherry Turkle, *The Flight From Conversation*, *The New York times*, [http://www.nytimes.com/2012/04/22/opinion/sunday/the-flight-from-conversation.html?\\_r=3&pagewanted=1&ref=opinion&pagewanted=all](http://www.nytimes.com/2012/04/22/opinion/sunday/the-flight-from-conversation.html?_r=3&pagewanted=1&ref=opinion&pagewanted=all)

<sup>38</sup> BOYD Danah, ELLISON Nicole, « Social Network Sites: Definition, History and Scholarship » In *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n°1, 2007. <file:///Y:/Biblioth%C3%A8que/Cahiers%20de%20recherche/2014/Liens%20num%C3%A9riques/Documentation/JCMCIntro.pdf>

*réseau social élargi* »<sup>39</sup>. Grossetti voit, plus globalement dans les médias sociaux, un effet de « **réflexivité accrue sur les liens et sur le réseau social** : les personnes développent une certaine représentation de leur réseau et de leur popularité à partir de leur répertoire et de la fréquence de leurs appels »<sup>40</sup>. Dominique Cardon explique par cette question de la visibilité l'importance prise par la fonctionnalité « contacts/amis/friends/followers » comme outil de navigation dans le succès des réseaux sociaux virtuels. Alors que les premiers réseaux « Classmates » (1995) et « SixDegrees » (1996) ne disposaient pas de cette fonction, les réseaux rencontrant rapidement un grand succès auprès des utilisateurs l'ont tous intégrée dès leur fondation : *LinkedIn*, *Hi5*, *Friendster*, *Myspace*, *Cyworld* (tous 2003), *Facebook* (2004). Dans ses excellents travaux, Cardon recense plusieurs autres spécificités : **l'exposition de soi y est la principale technique relationnelle**<sup>41</sup>, les réseaux en ligne développent une logique **opportuniste** en « mêlant de plus en plus les «vrais» amis aux amis «utiles» ou aux amis «intéressants» », l'ouverture du réseau social vers « la nébuleuse des proches ou vers des inconnus ayant des intérêts communs favorise une **exploration curieuse du monde** ». Casilli pointe d'autres différences entre liens numériques et traditionnels<sup>42</sup> : alors que l'amitié « réelle » serait basée sur la sincérité des sentiments et une relation désintéressée, le « friending » des réseaux en ligne s'apparenterait davantage à « une espèce de « **toiletage social** » que l'auteur désigne par le « grooming » s'appuyant des relations basées sur l'autorisation **d'accéder aux contenus**.

Les médias sociaux numériques auraient aussi pour effet de **diminuer les degrés de séparation** entre individus<sup>43</sup>, sans que l'on sache s'il ne s'agit pas en réalité d'un effet de profil social (les premiers membres de médias sociaux ont un profil socio-culturel plus élevé, corrélé à un réseau social « réel » plus étendu que les autres groupes, ce qui pourrait favoriser la mise en relation rapide avec peu d'intermédiaires entre deux individus). Grossetti<sup>44</sup> à partir de sa très complète et intéressante synthèse de différentes études conclut à « **une baisse du nombre de liens forts** [sur les réseaux en ligne...] dans un contexte de légère régression générale des liens forts » conjugué à **un renforcement « des liens « faibles »** qui auparavant pouvaient facilement

---

<sup>39</sup> Ibid., p. 2.

<sup>40</sup> GROSSETTI Michel, « Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux ? » Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication, Réseaux, 2014

<sup>41</sup> GRANJON Fabien et DENOÛËL Julie, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », Sociologie, n° 1, 2010

<sup>42</sup> Antonio Casilli, *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*, Le Seuil, 2010, ainsi que son blog [www.bodyspacesociety.eu](http://www.bodyspacesociety.eu)

<sup>43</sup> FORSE Michel, « Les réseaux sociaux d'aujourd'hui. Un monde décidément bien petit », Revue de l'OFCE, 125, 2012, <http://www.ofce.sciences-po.fr/blog/les-reseaux-sociaux-daujourd'hui-un-monde-decidement-bien-petit/>

<sup>44</sup> GROSSETTI *op.cit.*

«s'endormir » et sont davantage entretenus par le jeu d'interactions de loin en loin. Citons pour l'illustrer les travaux de Nicole Ellison, Charles Steinfield et Cliff Lampe<sup>45</sup> qui considèrent ainsi que les sites de réseaux sociaux permettent de renouveler la manière d'entretenir son capital social en maintenant notamment le contact avec les connexions les plus précieuses (par exemple des vieux amis), et ce malgré les aléas de la vie et les éventuelles ruptures biographiques ou géographiques<sup>46</sup>. Pour Daniel Kaplan également, les nouvelles formes de sociabilité encouragent davantage la formation de liens « faibles » (nombreuses mais peu affectives) que de liens « forts » (peu nombreux mais chargés en affectivité)<sup>47</sup>.

Cette multiplication des liens faibles au détriment des liens forts ne doit pas pour autant être interprétée comme le signe d'une société fragmentée où les individus seraient isolés les uns des autres. Le sociologue français Pierre Mercklé explique que la production de liens faibles aurait paradoxalement **un effet bénéfique sur la cohésion sociale**<sup>48</sup>. Mercklé reprend et remodèle une idée de Granovetter selon laquelle « *la densité des échanges au sein d'un milieu ne repose pas sur la densité des réseaux interpersonnels, mais, tout au contraire, sur leur dilatation* »<sup>49</sup>. Autrement dit, plus les liens sociaux sont denses et étroits, plus les individus ont tendance à se cloisonner et à se contenter du cercle des amis proches ou de la famille. A l'inverse, une **démultiplication des liens distants permet d'établir des rapports « exogames »** et favorise par ricochet la formation de cohésion sociale entre un nombre plus grand d'individus. Les travaux d'Olivier Donnat vont dans le même sens : avec les réseaux en ligne, les individus se présentent de manière spécifique, leur permettant de tisser une **nouvelle toile de relations humaines**<sup>50</sup>.

Pour Grossetti, les réseaux numériques donneraient finalement simplement **plus d'ampleur à des évolutions du lien social** plus globales : relations plus « choisies » en fonction des **affinités, accélération du temps, sophistication** de la gestion des relations et des formes d'engagement, **diversification** des expériences relationnelles. Parmi les effets négatifs les réseaux en ligne pourraient favoriser l'entre soi et la ségrégation sociale et un **accroissement des inégalités relationnelles** dans la mesure où les catégories modestes, en moyenne moins équipées, seraient plus isolées. Sur ce point, les avis divergent. Certains avançant au contraire l'idée que les outils numériques

---

<sup>45</sup> ELLISON Nicole, STEINFELD Charles et LAMPE Cliff, « The Benefits of Facebook "friends": Social capital and College Students' Use of Online Social Network Sites », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 12, n° 4, 2007. <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>

<sup>46</sup> Cf. GRANJON Fabien, « Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites de réseaux sociaux », *Hermès, La Revue*, 2011

<sup>47</sup> KAPLAN Daniel, *Informatiques, Libertés, identités*, Paris, FYP, 2010.

<sup>48</sup> MERCKLE Pierre, *op. cit.* 2004, p. 72 et suiv.

<sup>49</sup> GRANOVETTER Mark, art. cit, 1973, traduction de Pierre Mercklé.

<sup>50</sup> DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : Enquête 2008*, Paris, La Découverte 2009.

permettraient de renforcer le cercle relationnel y compris de catégories sociales habituellement moins dotées en capital social<sup>51</sup>.

Notre enquête montre, nous y reviendrons, des résultats nuancés : les catégories diplômées et les jeunes (qui disposent depuis longtemps des réseaux sociaux les plus actifs et étendus) mobilisent le plus les réseaux digitaux pour **étendre ou renforcer encore l'intensité des liens avec leur cercle relationnel** : ces groupes se saisissent des réseaux en ligne pour nouer des rencontres avec de nouvelles personnes, faire des rencontres amoureuses, ou y retrouver d'anciennes connaissances. Rappelons que ce sont aussi les catégories, qui en règle générale, ont le plus confiance dans leurs pairs<sup>52</sup>. Mais les diplômés ont également une approche plus sélective et restrictive des personnes qu'ils font entrer dans leur cercle « d'amis » numériques que **les bas revenus et les seniors, plus enclins à intégrer des connaissances plus éloignées.**

## 2. Les réseaux sociaux – un « produit » dont personne ne voulait au départ...

Le premier réseau en ligne est créé en 1997 : *SixDegrees.com*<sup>53</sup> permet aux inscrits de créer un profil et d'établir des listes de leurs « amis ». À partir de 1998, il est possible sur SixDegrees de visiter les profils de ses amis ainsi que de rechercher des connaissances par échange de carnets d'adresses entre membres interconnectés. Certes, des listes d'amis et de connaissances existaient déjà sur des sites de rencontres et la plupart des sites communautaires (tels que *AsianAvenue*, *BlackPlanet*, *MiGente* ou encore le site de *AryanNations*<sup>54</sup>) mais elles n'étaient pas visibles pour de simples visiteurs. D'autres sites encore ne permettaient qu'un lien indirect entre les individus. *Classmates.com* par exemple proposait la création d'un profil mais imposait obligatoirement l'affiliation à une école/université spécifique et les individus ne pouvaient se contacter que par l'intermédiaire d'un établissement scolaire. Bien que *SixDegrees.com* ait attiré plusieurs millions d'utilisateurs outre atlantique (3,5 millions d'utilisateurs)<sup>55</sup>, il **n'a pas survécu économiquement**. Le site a été fermé en 2000, trois ans après sa création. Que reste-t-il de l'expérience *SixDegrees.com* ? D'abord l'idée de sa recette. Andrew Weinreich, son fondateur, déposa le premier brevet fixant la définition juridique des réseaux sociaux comme une « *méthode et l'appareil pour*

---

<sup>51</sup>GRANOVETTER Mark *Strength of weak ties*, 1973

<sup>52</sup>HOIBIAN Sandra, Les Français en quête de lien social, Baromètre de la cohésion sociale 2013, Collection des Rapports du CRÉDOC, juin 2013, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R292.pdf>

<sup>53</sup>NB. Le nom fait allusion au six degrés de séparation de Stanley Milgram (cf. ci-dessus)

<sup>54</sup>Cf. FLATZ Christian et al., *Rassismus im virtuellen Raum*, Argument Verlag, Berlin, 1998.

<sup>55</sup>Cf. KIRKPATRICK David, *The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World*, New York, 2010.

construire un système et une base de données de réseau »<sup>56</sup> L'objectif est de proposer un service qui permet aux utilisateurs d'établir des liens avec des personnes qu'ils connaissent pour ensuite aller à la recherche de personnes qu'ils ne connaissent pas encore mais qui figurent dans le carnet d'adresse de leurs connaissances. Autrement dit, « **la mise en relation** » constitue l'idée de départ. Weinreich explique la disparition de son réseau par **le taux d'utilisateurs fréquentant la toile**<sup>57</sup>. Lorsque *SixDegrees.com* a été créé, il y avait déjà un grand nombre d'utilisateurs d'Internet, mais les internautes avaient encore trop peu d'amis ou de connaissances se servant régulièrement d'internet pour que les conditions de l'essor d'un media social en ligne soient réunies.

Délaissé par les internautes à la fin des années 1990, les **sites communautaires** réapparaissent quelques années plus tard. Selon Danah Boyd et Nicole Ellison, une modification apportée à leur offre de service serait à l'origine de ce retour inattendu de sites qu'on a cru mourants<sup>58</sup>. Outre la mise en valeur du carnet d'adresse de ses membres, la plupart des sites communautaires valorisent **la fonction « Journal »** proposée à leurs souscripteurs. Les membres pouvaient développer leurs profils sans avoir pour but le tissage de liens sociaux. Il s'agissait dans un premier temps de « se faire une place » au sein de la communauté, de se produire et d'attirer le plus grand nombre de visiteurs. C'est donc la composante de la **production de soi et de l'élaboration des profils** qui connaît son essor en ce début de millénaire. La **mise en ligne de grandes quantités de contenus privés** dans le style de *diaries* ou journaux intimes soulève déjà le débat des limites et de la préservation de la vie intime<sup>59</sup>, nous y reviendrons. En parallèle de sites comme *LiveJournal*, *Cyworld* ou encore *LunarStorm* qui mettaient tous en valeur la vie privée de leurs membres se sont développés – également au début des années 2000 – des sites de réseaux professionnels tel que *Ryze.com*, fondé en 2001. Inspiré par les réseaux communautaires, *Ryze.com* propose aux membres de la « communauté économique et technologique » de San Francisco une plateforme de mise en relation où chaque membre pouvait exposer son profil, son parcours, son projet **professionnel** personnel ou celui de son entreprise<sup>60</sup>. Le réseau ciblait au départ notamment les entrepreneurs et les investisseurs régionaux ce qui le différencie *LinkedIn* ayant contribué à la démocratisation des réseaux professionnels en recrutant leur

---

<sup>56</sup> Cf. RIORDAN Teresa, "Idea for Online Networking Brings Two Entrepreneurs Together", In *The New York Times*, 12 janvier 2003, <http://www.nytimes.com/2003/12/01/technology/technology-media-patents-idea-for-online-networking-brings-two-entrepreneurs.html>

<sup>57</sup> Cf. BARKER Melissa, "10". *Social Media Marketing: A Strategic Approach*, Boston, Cengage Learning, 2012.

<sup>58</sup> Cf. BOYD Danah, ELLISON Nicole, art. cit. 2007.

<sup>59</sup> Cf. ACQUISTI Alessandro, GROSS Ralph, "Imagined Communities: Awareness, Information Sharing and Privacy on the Facebook", Pre-proceedings version, Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET), 2006, <http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/acquisti-gross-facebook-privacy-PET-final.pdf>

<sup>60</sup> Cf. ANGIN Julia, *Stealing MySpace: The Battle to Control the Most Popular Website in America*. Random House. New York, 2009.

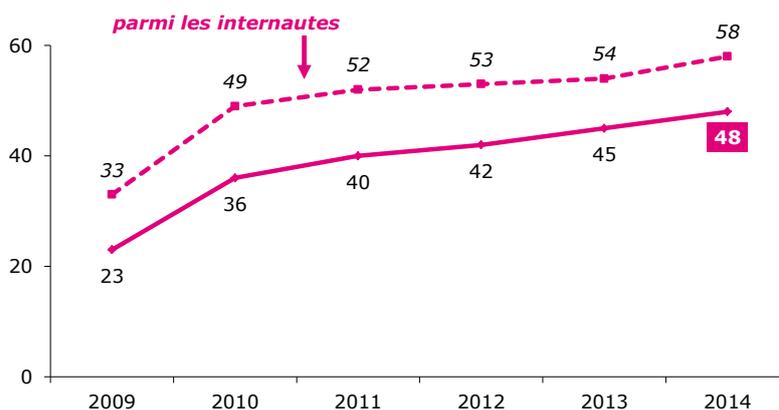
clientèle notamment parmi les employés, les cadres moyens et moins parmi les entrepreneurs ou les grands patrons<sup>61</sup>.

A partir de 2004/05 les réseaux sociaux entrent dans un âge doré ou le **mainstream** de la société se tourne vers ces plateformes jusqu'alors avant-gardistes. S'impose alors **l'impératif de la gratuité** et le développement d'un modèle économique bâti sur le **financement indirect** condamnant à disparaître tous les sites où l'inscription est payante. Le cas de *MySpace* en est la parfaite illustration. Lors de sa fondation en 2003, *MySpace* commençait à concurrencer des sites déjà établis tels que *Friendster*, *Xanga* ou *AsianAvenue* et doit son ascension rapide aux rumeurs qui circulaient à l'époque prétendant que ses principaux concurrents étaient sur le point d'introduire des honoraires de souscription<sup>62</sup>. Pour être viables, les modèles économiques s'orientent vers une **valorisation et marchandisation des informations** délivrées par leurs utilisateurs.

### 3. ... mais qui fait désormais partie du quotidien de nos concitoyens – aujourd'hui, un Français sur deux est présent sur un réseau social

Les réseaux sociaux sur internet attirent aujourd'hui un large public : en France, près d'une personne sur deux en fait partie en 2014 (48 %, +3 points en un an, +6 points en deux ans, Graphique 1), contre moins d'une sur quatre en 2009. Cela représente 58% des internautes, soit, en 2014, environ **26 millions de personnes**.

**Graphique 1**  
**Proportion d'individus ayant participé, au cours des 12 derniers mois, à des réseaux sociaux (de type Facebook, Myspace, LinkedIn, etc.)**  
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP

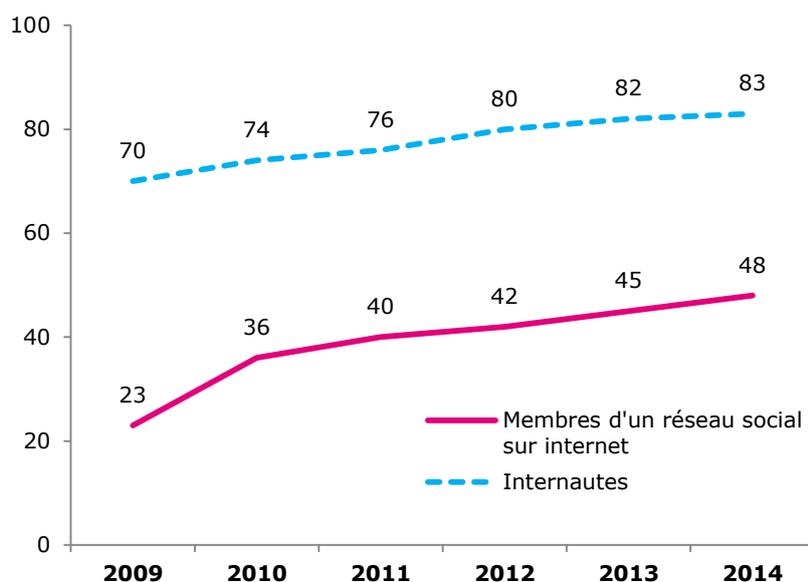
Cette évolution est à mettre en regard **avec la progression, dans l'ensemble de la population, des taux d'équipement en nouvelles technologies** (internet,

<sup>61</sup> Ibid.

<sup>62</sup> Ibid.

téléphones mobiles et smartphones) et de la proportion d'internautes (Graphique 2). Dans l'ensemble, la proportion de personnes présentes sur les réseaux sociaux progresse symétriquement à la proportion d'internautes. A l'exception des années 2009 et 2010 où les taux de progression des réseaux sociaux ont été plus rapides que ceux d'Internet dans la population.

**Graphique 2**  
**Proportion d'internautes et de membres de réseaux sociaux sur internet depuis 2009**  
 - Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

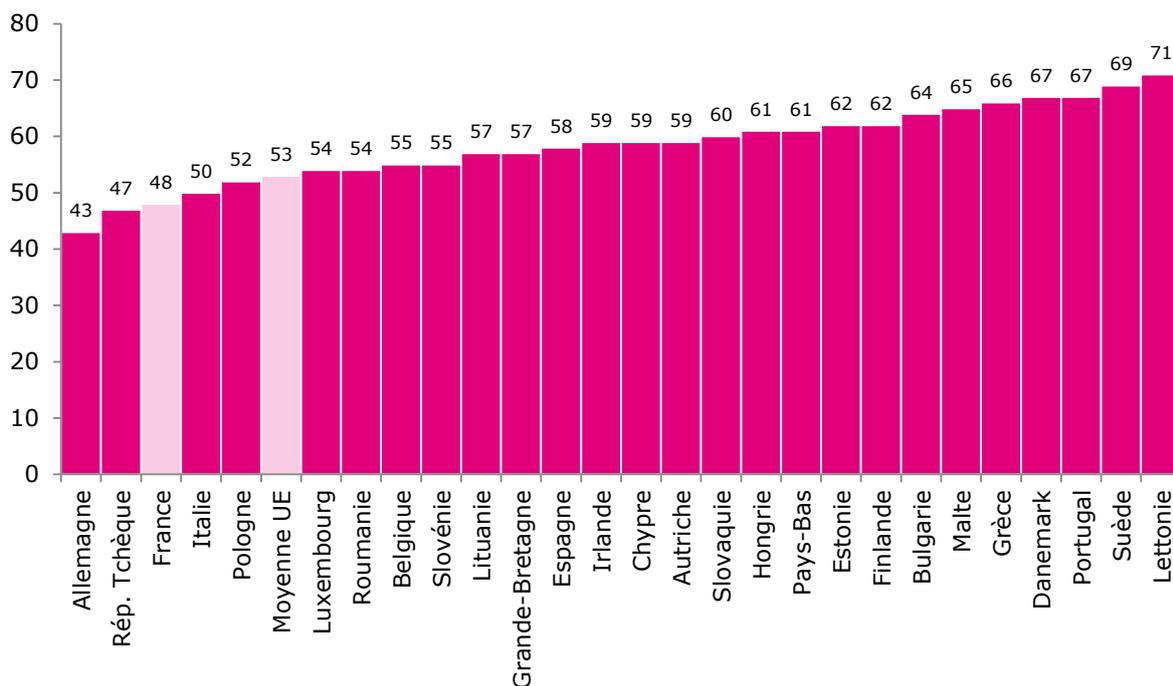


Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP

Comparés à d'autres pays européens, les **Français sont un peu moins présents sur les réseaux sociaux**. L'Eurobaromètre spécial consacré aux TIC réalisé en novembre 2013 montre que la proportion d'internautes connectés sur ces réseaux est inférieure de 5 points à la moyenne européenne, (Graphique 3) alors que les Français sont plutôt bien équipés d'Internet à domicile. Cela s'explique, nous le verrons plus tard, peut-être par l'attention très forte portée à la protection des données en France.

**Graphique 3 - La participation aux réseaux sociaux :  
les internautes français moins concernés que la moyenne européenne (en %)**

- Champ : ensemble des internautes de 15 ans et plus -



Source : Commission européenne, Eurobaromètre spécial n°404, novembre 2013.

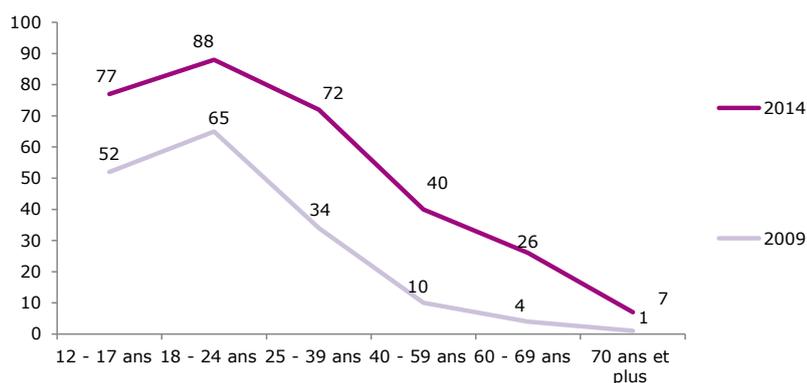
#### 4. Les réseaux en ligne se démocratisent

Les différentes catégories sociales sont inégalement représentées sur les réseaux sociaux. Être membre des réseaux sociaux s'explique avant tout par **l'âge**. Avant 40 ans, une large majorité des personnes interrogées en sont membres ; après 40 ans, la participation chute (Graphique 4). Au sein des internautes aussi, c'est encore l'âge qui explique le mieux le fait qu'une personne soit membre d'un réseau social ou pas. Les 40-69 ans sont, certes, familiers d'internet mais ils en font un usage excluant le recours aux réseaux sociaux numériques<sup>63</sup>. Cette caractéristique n'est pas nouvelle. En 2009, les plus jeunes étaient déjà les plus moteurs.

<sup>63</sup> BIGOT Régis et CROUTTE Patricia, La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française (2014), Collection des rapports du CRÉDOC n°317, novembre 2014 <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R317.pdf>

#### Graphique 4 - Influence de l'âge sur la participation aux réseaux sociaux

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



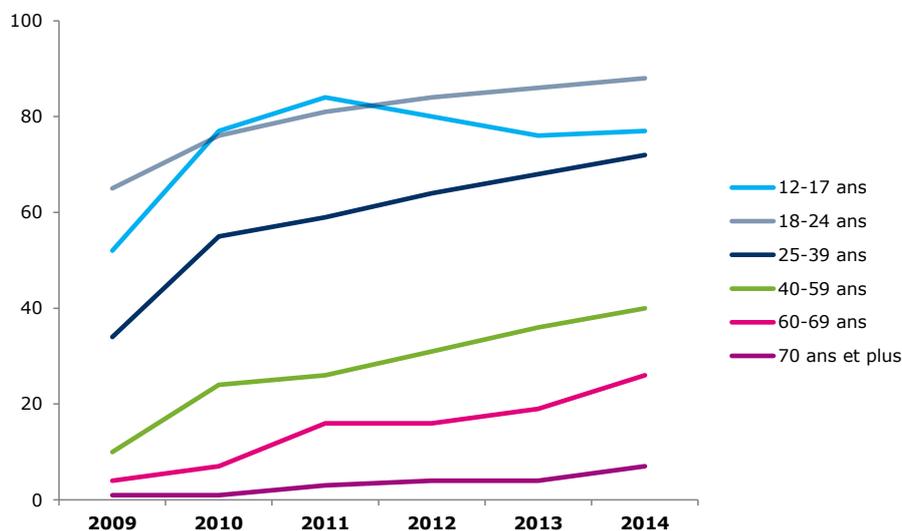
Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP

Mais une analyse plus fine montre **une baisse de l'enthousiasme des 12-17 ans** depuis 2012 (Graphique 5) après s'être emparés particulièrement rapidement de ces outils. Alors que dans le même temps, les autres tranches d'âge sont de plus présentes sur les réseaux. Et en particulier les 60-69 ans : une personne sur quatre dans cette tranche d'âge est dorénavant membre d'un réseau social. Les plus âgés (70 ans et plus) restent à l'écart.

#### Graphique 5

#### Évolution de l'influence de l'âge sur la participation aux réseaux sociaux sur internet

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



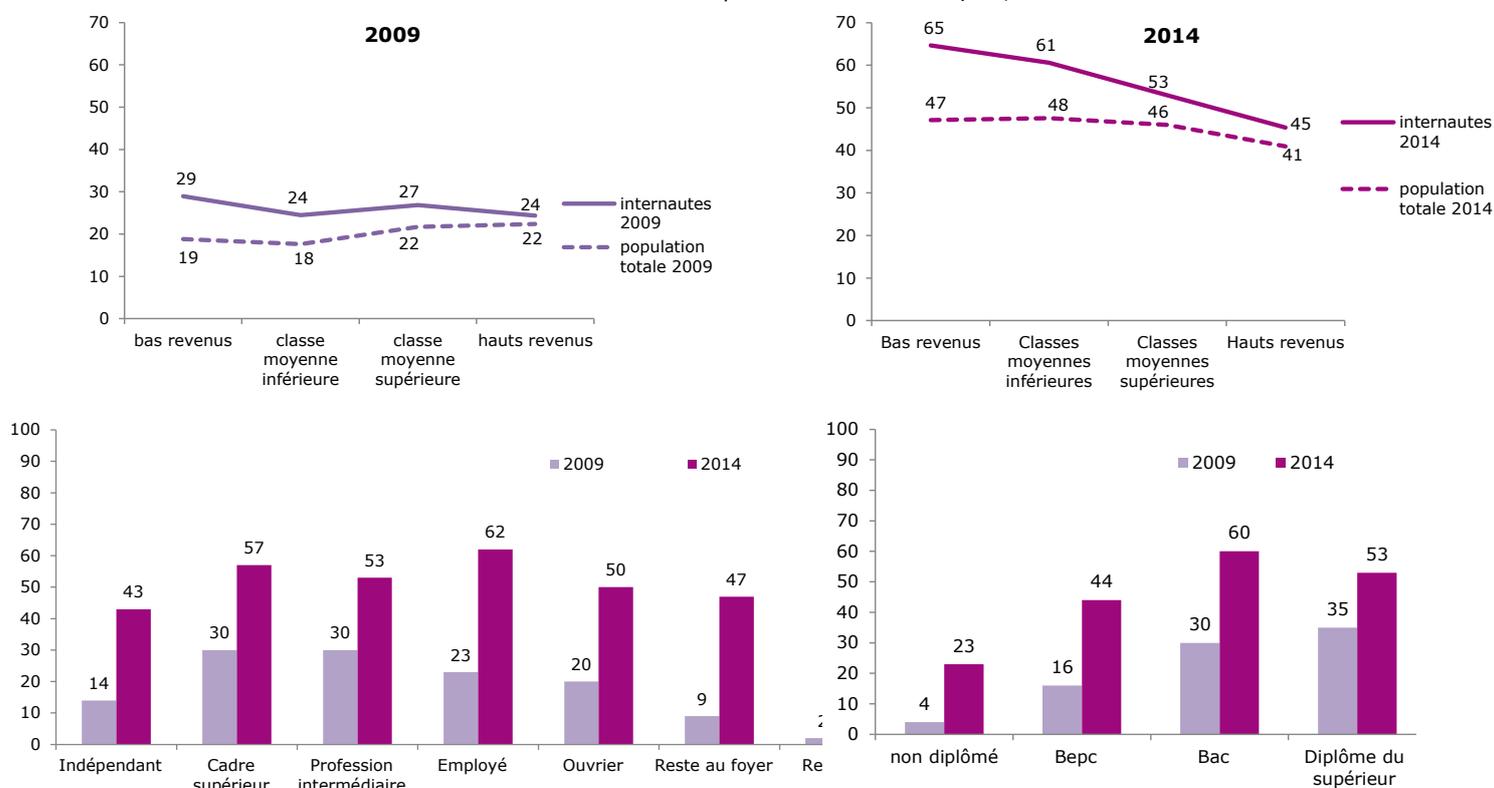
Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP

En termes de revenus, le profil des membres de réseaux sociaux a lui aussi évolué. En 2009, toutes les catégories de revenu participaient, peu ou prou, dans les mêmes proportions à des réseaux sociaux. En 2014, les **hauts revenus sont un peu moins**

**présents** sur les réseaux sociaux que les autres catégories. Lorsqu'on met de côté la question de l'accès à internet, en se focalisant uniquement sur les internautes et non pas sur l'ensemble de la population, on se rend compte que les **internautes sont d'autant plus présents sur les réseaux sociaux qu'ils font partie des catégories modestes**. Les **employés** sont aujourd'hui les plus présents sur les réseaux : 62% des employés en France sont membres d'un réseau, quel qu'il soit, soit un taux supérieur à celui de toutes les autres catégories et professions. Un effet de démocratisation que l'on constate à nouveau lorsque l'on regarde la pénétration des pratiques selon le diplôme (chez les 18 ans et plus) : les diplômés du baccalauréat sont aujourd'hui les plus fervents utilisateurs des réseaux, lorsqu'en 2009, les diplômés étaient les plus moteurs.

**Graphique 6**  
**Évolution de l'influence du revenu sur la participation aux réseaux sociaux sur internet**

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP

La participation aux réseaux sociaux progresse également avec la **taille du foyer** (de 32 % chez les personnes seules à 69 % chez les foyers avec cinq personnes et plus) ainsi qu'avec le niveau d'urbanisation (de 43 % dans les zones rurales à 58 % chez les habitants de l'agglomération parisienne).

## 5. Même si les membres des réseaux sociaux sur internet sont plus jeunes, plus diplômés et technophiles

Jeunes, membres des classes moyennes, urbains : les membres des réseaux sociaux ont-ils d'autres caractéristiques ? Nous raisonnons ici uniquement sur les individus de 18 ans et plus, pour profiter des questions généralistes du système d'enquête du CRÉDOC qui aborde de très nombreuses facettes de la vie de nos concitoyens.

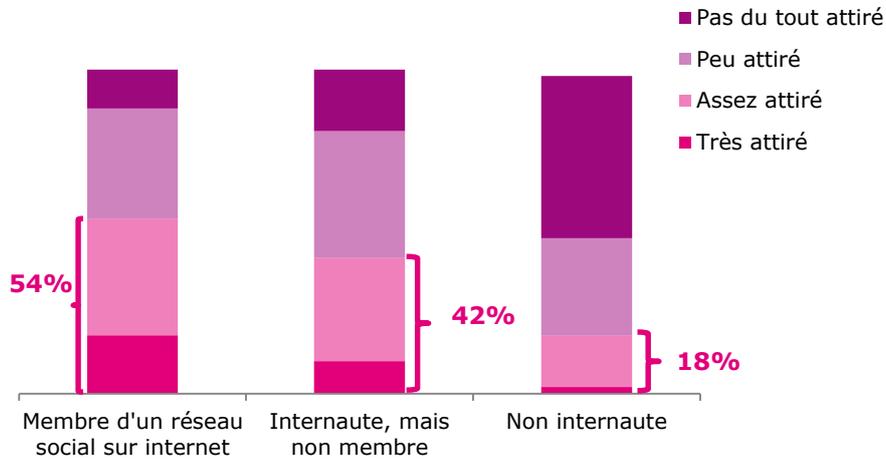
Être membre d'un réseau social sur internet est tout d'abord très corrélé à des attitudes et comportements **technophiles** :

- Plus de la moitié des membres des réseaux sociaux avouent leur **attirance** pour les produits affichant une innovation technologique (12 points de plus que les internautes non membres et une proportion trois fois plus élevée que chez les non internautes, Graphique 7).
- Ils sont plus souvent **équipés en smartphones et tablettes** que les internautes qui ne fréquentent pas les réseaux sociaux en ligne (respectivement + 34 points et + 11 points). S'agissant d'équipement en téléphone mobile, en internet ou ordinateur à domicile, il n'y a que très peu d'écarts, au sein des internautes, entre les membres des réseaux sociaux en ligne et les autres.
- Les membres de réseaux sociaux sont plus **actifs sur la toile**, qu'il s'agisse par exemple de rechercher un emploi (41% des membres des réseaux sociaux ont cherché une offre d'emploi sur internet, contre 20% des non membres), de regarder des vidéos en ligne ou regarder la télévision (20 points d'écarts environ), mais aussi réaliser des démarches administratives (75% vs 58%) ou acheter en ligne (79% vs 57%, Graphique 10). Ils sont en particulier de gros consommateurs de **musique** en ligne : 67% en écoutent contre 36% des internautes non membres. Ils y consacrent près de deux fois et demie plus de temps sur la toile que les autres internautes : 22 heures par semaine contre 9 heures pour les internautes non-membre d'un réseau social (Graphique 8).
- Parce qu'ils sont mieux équipés en smartphones, les membres des réseaux sociaux en ligne ont également, par rapport aux internautes qui ne participent pas à de tels réseaux, des **usages sur téléphone mobile** beaucoup plus développés (Graphique 11). C'est déjà vrai pour l'envoi de SMS (93% vs 74%, 18% pour les non internautes) mais ça l'est plus encore pour tous les usages liés à internet et en particulier les plus récents, comme par exemple ceux que permet la géolocalisation (près d'une personne sur deux parmi les membres des réseaux

sociaux en ligne utilisent une application de ce type, contre moins d'une sur cinq chez les internautes non membres).

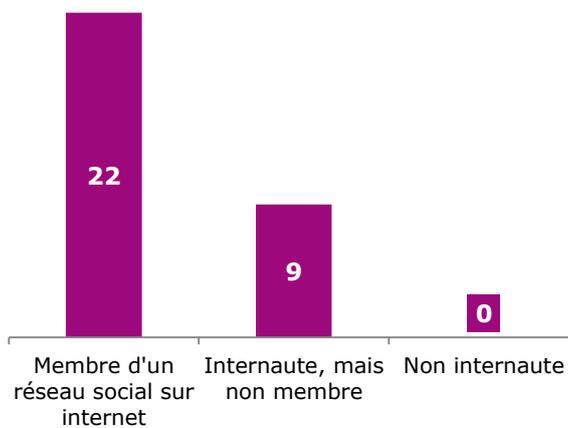
**Graphique 7 - Les membres des réseaux sociaux sur internet témoignent d'une plus grande attirance pour les produits comportant une innovation technologique**

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

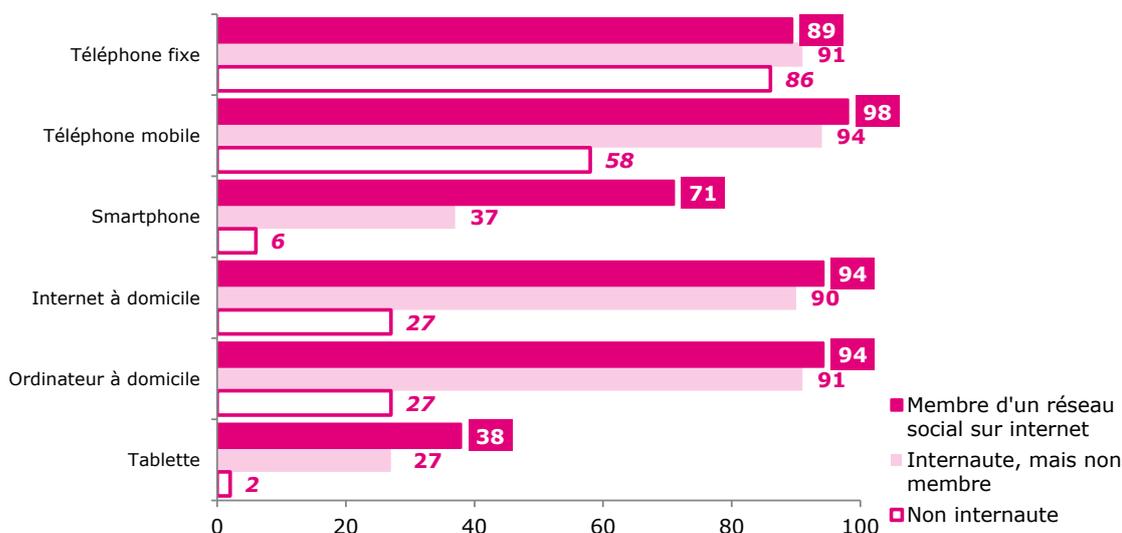
**Graphique 8 - Les membres d'un réseau social passent deux fois et demie plus de temps sur internet que les autres internautes (en nombre d'heures par semaine)**



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

### Graphique 9 - Les membres des réseaux sociaux sur internet sont mieux équipés en produits technologiques

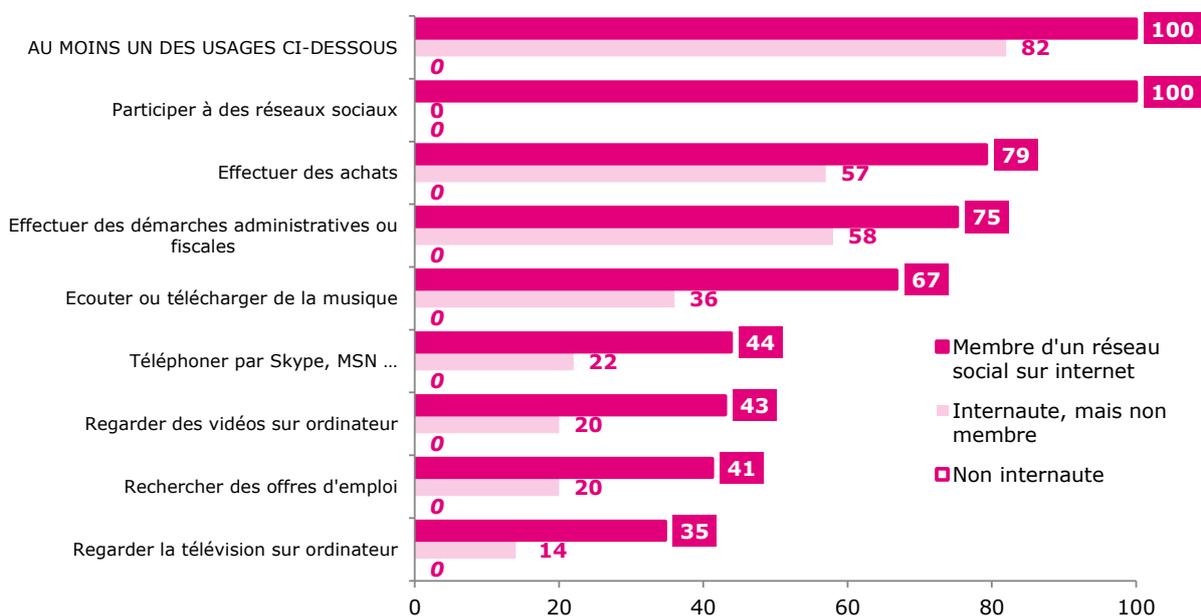
- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

### Graphique 10 - Les membres des réseaux sociaux sur internet ont des pratiques numériques plus denses et plus variées

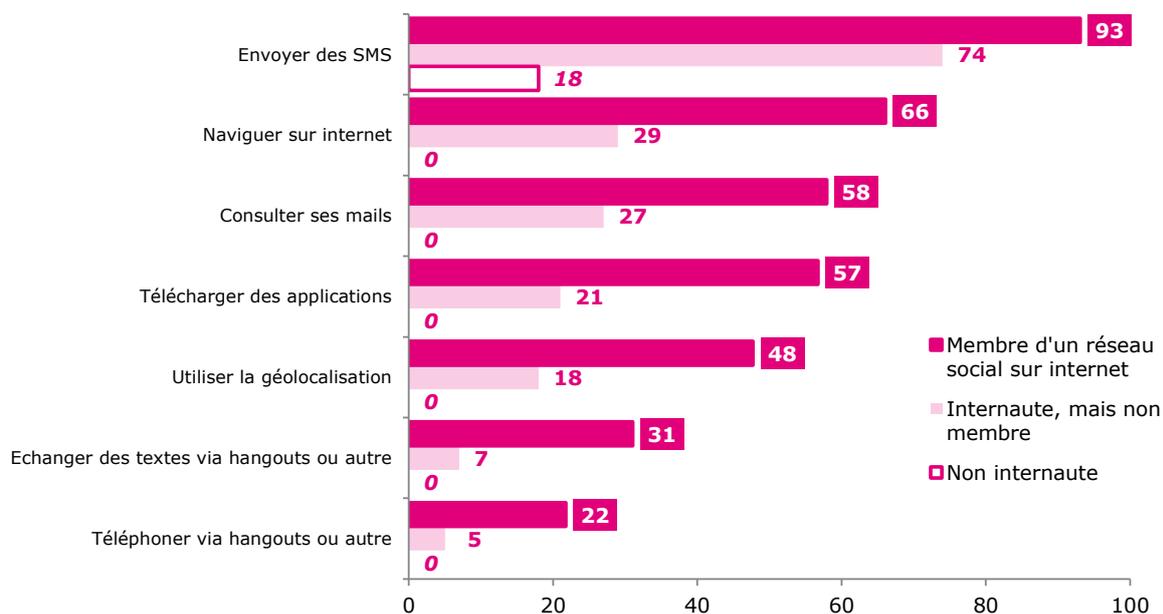
- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

### Graphique 11 - Les membres des réseaux sociaux sur internet utilisent davantage les fonctions offertes par les téléphones mobiles

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

C'est donc dans le domaine des nouvelles technologies que **les différences sont les plus sensibles**.

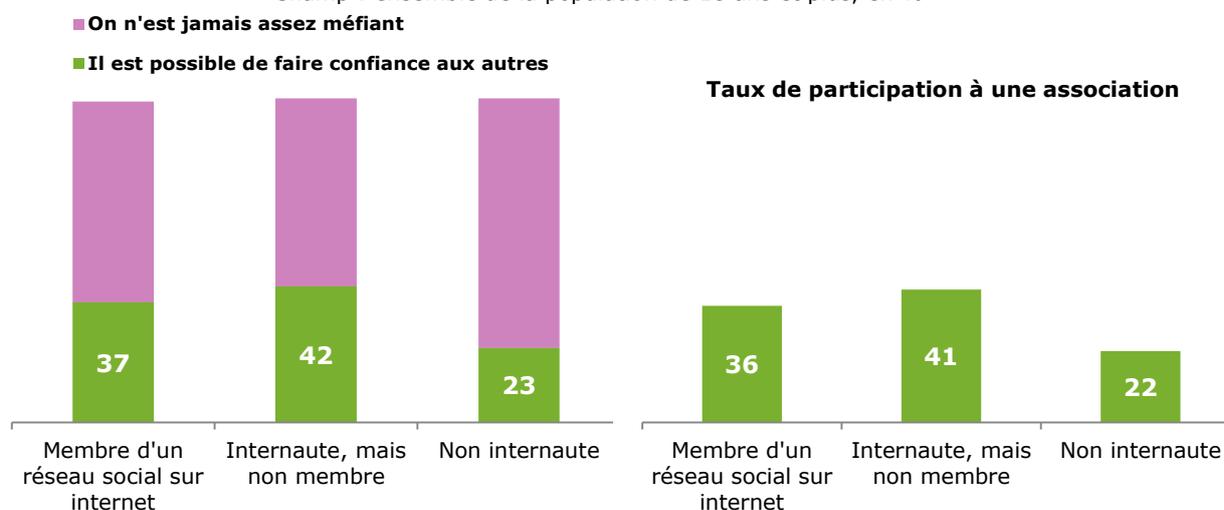
Deuxième différence moins marquée, les membres des réseaux sociaux témoignent **d'une sociabilité amicale plus intense**. Ils ont une plus grande propension à recevoir, chez eux, des amis ou des relations : 46% le font au moins une fois par semaine, contre 36% des internautes qui ne font pas partie de tels réseaux et 37% des non internautes.

Mais lorsqu'on étudie d'autres critères de lien social, les résultats sont plus nuancés. Qu'on soit membre d'un réseau social ou pas, on rencontre aussi souvent des membres de sa famille proche (84% pour les membres des réseaux sociaux en ligne, 86% pour les internautes non membres et 82% pour les non internautes).

Les internautes non membres semblent un peu plus impliqués dans le tissu associatif (41%) et confiants dans autrui (42%) que les membres des réseaux sociaux en ligne. Les différences entre internautes membres et non membres sont toutefois, très limitées. Ce sont surtout les non internautes, plus âgés, qui sont très en retrait (Graphique 12).

**Graphique 12 - Confiance en autrui et participation associative en fonction du fait d'être membre d'un réseau social en ligne ou pas**

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % -



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Nous étudierons plus en détail plus tard, l'impact de la participation à un réseau social en ligne sur les relations dans la vie réelle (voir chapitre 3).

Autre résultat intéressant de notre analyse statistique portant sur plus d'une centaine de variables abordant aussi bien sur les **opinions** à l'égard de la justice, des politiques

sociales, de la sensibilité environnementale, de l'importance accordée à différents domaines de la vie, que les **modes de vie** (type d'habitat, équipement possédé, modes de transports utilisés, santé ressentie, etc.) **les écarts restent mineurs entre ceux qui font partie d'un réseau social sur internet et les autres.**

## 6. Production de soi, contrôle identitaire et protection de la vie privée sur les réseaux sociaux

Les liens sur les réseaux sociaux sont-ils plus francs ? Marquent-ils la fin de la vie privée et de l'intimité et la généralisation de l'idée du « tout public » ou de la « vie transparente » ? Qu'en est-il des identités cultivées sur les réseaux, de ces fameux « profils » d'utilisateurs. Sont-elles factices, artificielles, servent-elles uniquement à « se produire », à stimuler un besoin narcissique ou ont-elles une quelconque correspondance avec la réalité ? Sans pouvoir discuter en détail l'ensemble de ces problématiques nous proposons un focus sur deux thématiques particulièrement débattues dans la littérature spécialisée : 1) la question identitaire ou de la production de soi et 2) la problématique des frontières entre vie privée et vie publique et – dans un sens plus large mais toujours connexe celle de la « cyber-sécurité ».

Les réseaux sociaux sont souvent imaginés comme un espace où tout est possible, où les identités imaginaires et complètement fictives peuvent prendre corps et se répandre à toute vitesse. Antonio Casilli parle à cet égard d'un « *paradis immatériel* »<sup>64</sup> propice à la **réalisation de phantasmes personnels**. Dominique Cardon nuance cette hypothèse. Contrairement à l'idée reçue selon laquelle Internet serait l'incarnation de la maxime postmoderne du « *anything goes* », la mise en valeur de sa propre personne sur les réseaux n'échappe pas à l'épreuve de la « *googelisation* » immédiate<sup>65</sup> et impose plutôt aux participants un certain **réalisme** en exposant les différentes facettes de leur personnalité à la confrontation avec un réseau très largement constitué de liens sociaux qui préexistent souvent déjà dans le réel<sup>66</sup>. Les individus sont souvent inscrits sous leur vrai nom, et indiquent quelques éléments biographiques également tangibles. Mes amis du quotidien, mes connaissances, ma famille ou encore mes proches vont être mes premiers amis/followers de mon profil virtuel et comme dans le « monde matériel », l'énoncé d'un internaute ou le contenu qu'il met en ligne sont aussitôt vérifiés par

---

<sup>64</sup> Cf. CASILLI Antonio, Les liaisons numériques – vers une nouvelle sociabilité ?, Paris, 2010.

<sup>65</sup> Cf. HAYTHORNTHWAITE Caroline, « Social networks and Internet connectivity effects » In *Information, Communication & Society*, 8 (2), 2005, p. 125-147.

<sup>66</sup> CARDON Dominique, *op.cit.*

d'autres participants du réseau<sup>67</sup>. La production de soi sur les réseaux sociaux se fait sous **le regard « critique »** des autres. Selon les travaux de Fabien Granjon<sup>68</sup>, Julie Denouël<sup>69</sup> ce contrôle par autrui ne met pas fin à la construction de représentations illusoires de soi mais **les encadre** en leur fixant des limites. La fixation d'un périmètre au sein duquel la production de soi est autorisée contribuerait à rendre ses fictions plus cohérentes et stables. Autrement dit, la conscience que chaque énoncé – même mensonger – est potentiellement sujet à vérification rendrait les utilisateurs des réseaux sociaux plus prudents mais pas moins affabulateurs. Si toute réalisation de soi sur les réseaux sociaux aspire à la reconnaissance sociale des singularités exposées et rendues visibles, il est impératif que ces traits de caractère soient **cohérents dans le temps**. Or, toute la difficulté réside dans le maintien de cette cohérence sur un **média qui a la mémoire longue**, voire qui ne connaît pas l'oubli. La traçabilité dans le temps et l'archivage automatique de chaque profil et de chaque contenu peut facilement produire des conflits de contenus incohérents ou mener à des identités numériques contradictoires ce qui nuit, par ricochet, à leur crédibilité. Or, une identité qui n'est pas crédible – c'est-à-dire qui est difficilement reconnue par les autres utilisateurs comme vraie et recevable – n'a que peu de valeur fonctionnelle. C'est dans l'optique d'une surproduction du soi risquant d'engendrer des effets d'incohérence de l'ensemble du profil, où la question de la *privacy* se pose<sup>70</sup>. Ainsi, selon Saadi Lahlou, la protection de la vie privée se comprend comme moyen de **maintien de la face**<sup>71</sup> et de la protection de l'intégrité personnelle. Au début des années 80, Sherry Turkle, propose une analyse qui semble finalement, toujours d'actualité. En étudiant le rapport de jeunes enfants, d'étudiants et d'adultes aux ordinateurs, l'auteur montre que les identités virtuelles fonctionnent comme des **prolongements de soi**<sup>72</sup>. Les réseaux sociaux en ligne pourraient être appréhendés, si l'on poursuit les conclusions de Turkle, comme autant **d'occasions de réfléchir et préciser son identité** : préciser son réseau relationnel, ses goûts, les sujets d'actualité dignes d'intérêt, voire d'indignation, prendre conscience de son désir de contrôler son image, etc.

---

<sup>67</sup> Cf. CARDON Dominique, *op.cit.*

<sup>68</sup> Cf. GRANJON Fabien, « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique : Exposition de soi et autoréification sur les sites de réseaux sociaux », In *Réseaux*, Paris, La Découverte, n° 167, 2011/3, p. 75-103.

<sup>69</sup> GRANJON Fabien, DENOUEL Julie, « Exposition de soi et reconnaissance de *singularités subjectives* sur les sites de réseaux sociaux » In *Sociologie*, PUF, Paris, vol. 1, 2010/1, p. 25-43.

<sup>70</sup> GRANJON Fabien, « Du (dé)contrôle de l'exposition de soi sur les sites de réseaux sociaux » In *Les cahiers du numérique*, Paris, vol. 10, 2014, p. 19-44.

<sup>71</sup> LAHLOU Saadi, « Identity, social status, privacy and face-keeping in digital society » In *Social Science Information*, vol. 47, n° 3, 2008, p. 299-330.

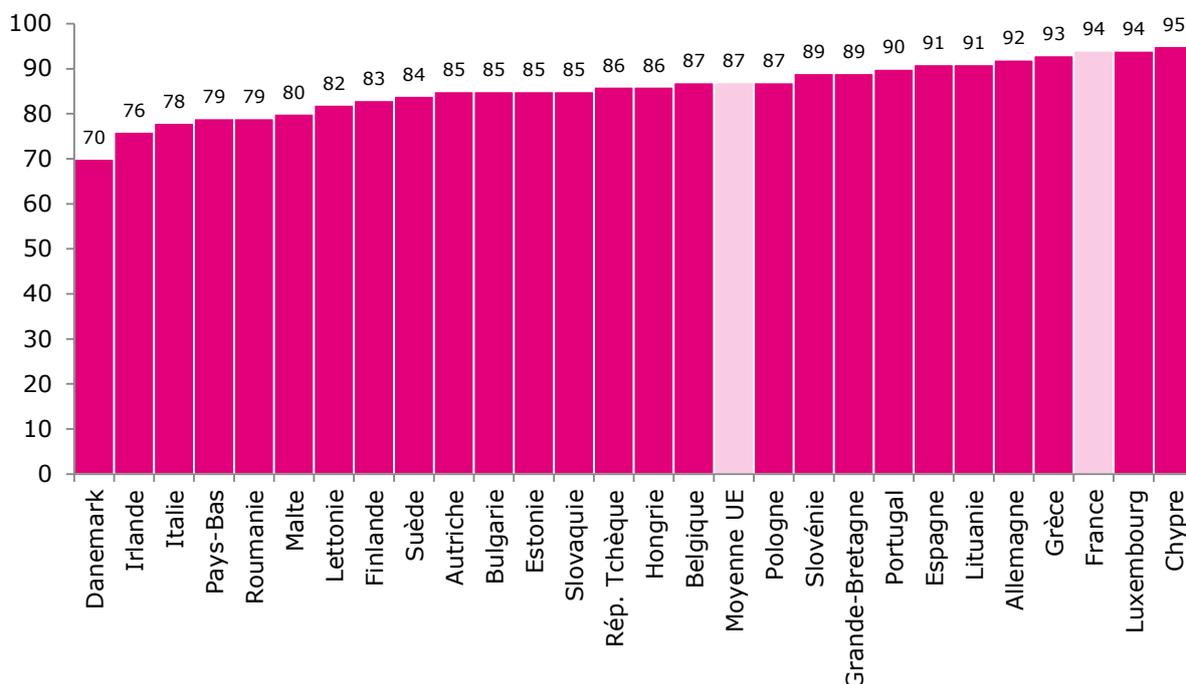
<sup>72</sup> Cf. TURKLE Sherry, *The Second Self : Computers and the human spirit*, New York, 1983.

a. *Les membres de réseaux sociaux sont un peu plus experts par rapport à la protection des données personnelles*

La question de la sécurité du Web en général et de la « e-privacy » en particulier, semble constituer une **préoccupation importante** pour nos concitoyens. Les internautes français se révèlent plutôt plus prudents que l'ensemble des européens quand il s'agit de divulguer, en ligne, des informations personnelles (94 % évitent de le faire, vs 87 % en moyenne en Europe).

**Graphique 13 – Proportion de personnes évitant de divulguer en ligne des informations personnelles**

- Champ : ensemble des internautes de 15 ans et plus -



Source : Commission européenne, Eurobaromètre spécial n°404, novembre 2013.

Nombre de nos concitoyens voient aussi dans le manque de protection des données personnelles **le principal frein** à l'utilisation d'internet : en 2014, comme en 2012, 33 % des Français le citent comme premier obstacle, (Tableau 1), loin devant la complexité d'internet ou le manque d'utilité dans la vie quotidienne. Rappelons que d'autres freins (coût, complexité) étaient beaucoup plus mis en avant il y a quelques années.

**Tableau 1**  
**Parmi les éléments suivants, quel est celui qui vous paraît être aujourd'hui le principal frein à l'utilisation d'Internet ?**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

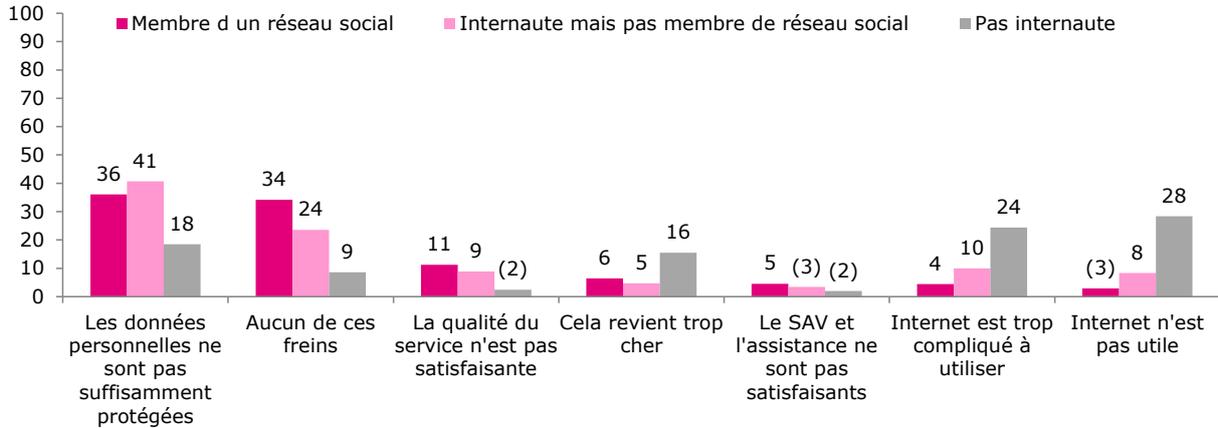
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2014
. Les données personnelles ne sont pas suffisamment protégées sur internet .....	20	23	20	23	29	34	33	<b>33</b>
. Internet est trop compliqué à utiliser .....	17	17	19	16	12	13	14	12
. Internet n'est pas utile pour la vie quotidienne .....	12	11	11	11	9	10	8	10
. La qualité du service (temps de réponse, interruptions ...) n'est pas satisfaisante .....	6	8	6	6	6	7	5	8
. Cela revient trop cher (équipement à acheter, abonnement ...) .....	10	14	10	9	10	13	8	7
. Le service après-vente et l'assistance ne sont pas satisfaisants .....	9	9	10	8	7	5	4	4
. Aucun de ces freins .....	23	18	23	27	26	17	27	25
. Ne sait pas .....	3	1	1	0	1	1	1	0
<b>Total.....</b>	<b>100</b>							

*Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.*

Les internautes insistent plus souvent sur les inconvénients liés au manque de protection des données personnelles (Graphique 14) que les non-internautes, davantage empêchés par la complexité d'internet et plus en difficulté pour projeter les bénéfices de l'utilisation de la toile. Mais, au sein des internautes, **la question des données personnelles est un peu moins fortement mise en avant par les membres de réseaux sociaux (36%)** que ceux qui n'y sont pas présents (41%). Les participants à des réseaux en ligne mettent davantage en avant la problématique de la qualité de service, et surtout, ils se révèlent des **utilisateurs enthousiastes du web**, moins enclins que les autres à percevoir un quelconque frein dans l'usage de la toile.

**Graphique 14 – Les freins à l'utilisation d'internet selon la participation à des réseaux sociaux numériques**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

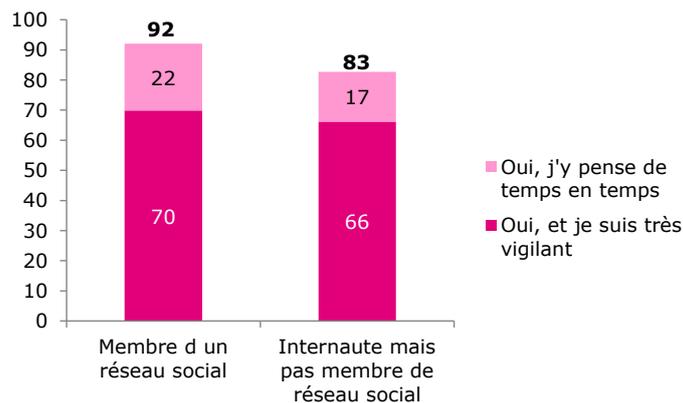


Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Il faut dire que les membres de réseaux sociaux semblent plus **experts** dans leurs pratiques. Dans un domaine connexe à la protection des données sur internet, ils sont par exemple plus nombreux que les autres internautes à déclarer protéger leurs données personnelles numériques en les rangeant en dehors de toute connexion à internet, en installant un pare-feu ou un logiciel de sécurité (92%, contre 83%, voir Graphique 15).

**Graphique 15 – Faites-vous attention à protéger vos données personnelles numériques, par exemple avec un mot de passe, en les rangeant en dehors de toute connexion à internet, en installant un pare-feu ou un logiciel de sécurité, etc. ?**

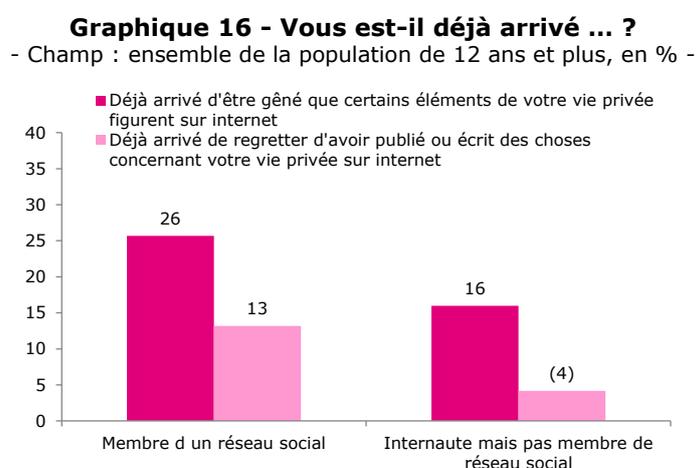
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

b. *Et plus souvent gênés par la publication d'éléments de leur vie privée*

Plus experts, les membres de réseaux sociaux sont aussi plus nombreux que les autres internautes à avoir déjà éprouvé un **certain malaise face à la présence, sur internet, d'éléments relevant de leur vie privée** (26% contre 13% des autres internautes). Fait symptomatique, les participants aux réseaux sociaux sont également plus nombreux **à regretter ce qu'ils ont eux-mêmes publié ou écrit** (Graphique 16), probablement d'une part car ils sont plus enclins que les autres à livrer une partie de leur intimité dans cet espace social, mais peut-être aussi car la durée de vie des informations, et leur possible transmission au-delà du cercle des proches a pu les mettre en difficulté.

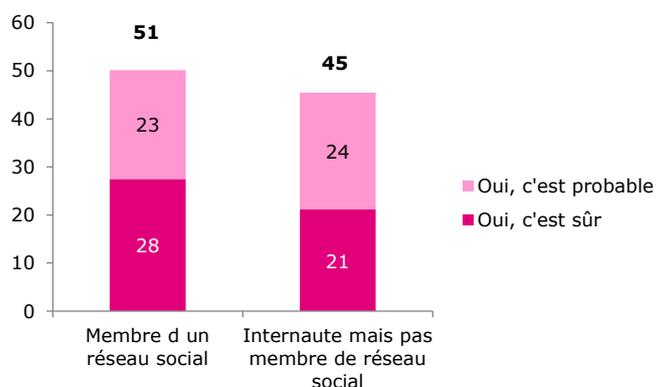


Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014

Les membres de réseaux sociaux se disent également plus souvent **victimes d'un accès indésirable à leurs données** via internet, tous supports confondus (ordinateur, tablette, smartphone) et que ce soit de façon directe ou indirecte (auprès d'entreprises disposant de données personnelles). 28% en sont persuadées, 23 % estiment cette éventualité probable (Graphique 17).

**Graphique 17 - Pensez-vous avoir déjà été victime d'un accès indésirable par internet à vos données personnelles, que ce soit par intrusion directe via internet de votre ordinateur, votre tablette ou votre smartphone ou indirectement auprès d'entreprises qui disposent de données sur vous (votre opérateur internet, un site internet marchand, etc.) ?**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014

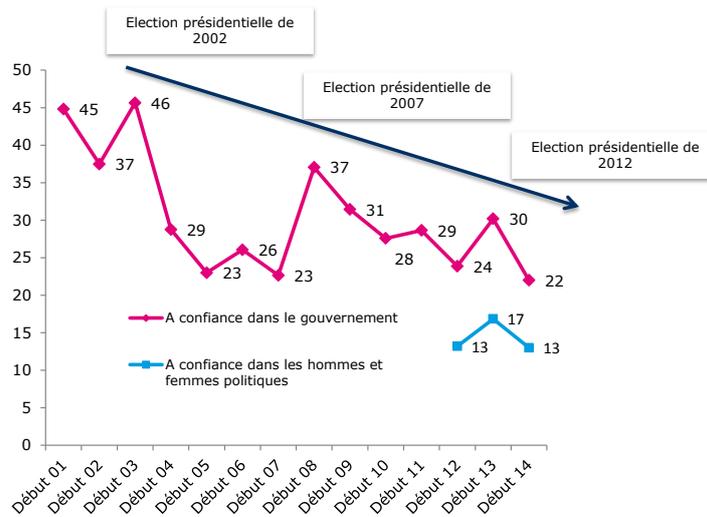
## 7. Une citoyenneté et un rapport au collectif revisité

Outre les changements qu'impriment les réseaux sociaux aux liens numériques, ces nouvelles pratiques viennent revisiter la question de l'insertion dans un collectif, et de l'engagement et de la participation citoyenne. Force est de constater que, d'une manière générale, nos concitoyens se sont engagés sur le chemin du désengagement politique par des voies conventionnelles. En effet, le militantisme recule, la confiance dans les institutions politiques faiblit<sup>73</sup>, les représentants politiques perdent en crédibilité et le soutien à l'État providence chancelle<sup>74</sup>.

<sup>73</sup> Cevipof, Baromètres de la confiance politique, <http://www.cevipof.com/fr/le-barometre-de-la-confiance-politique-du-cevipof/resultats2/>

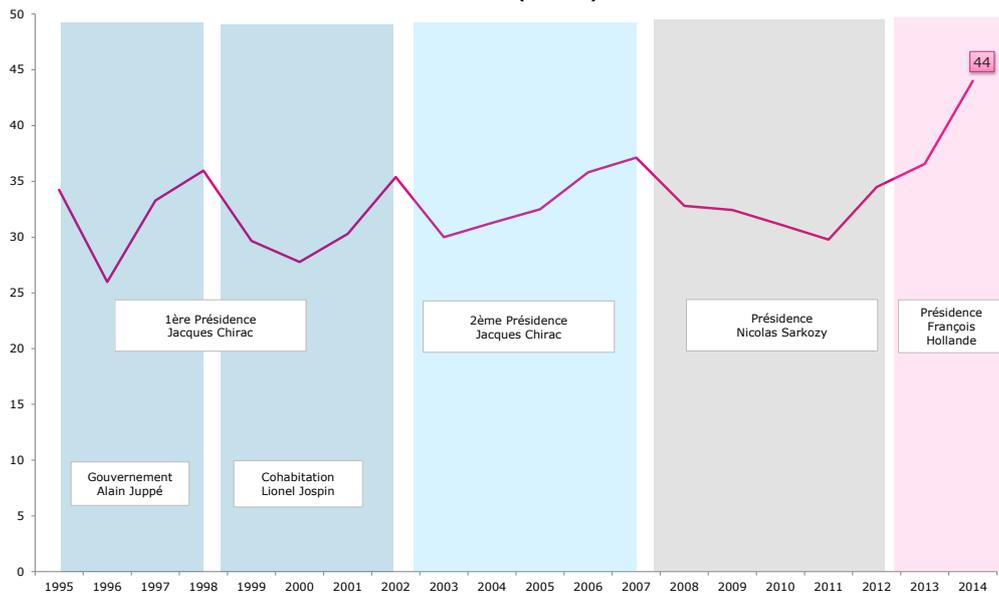
<sup>74</sup> HOIBIAN Sandra, Le modèle social à l'épreuve de la crise, Collection des rapports n°312, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R312.pdf>

**Graphique 18 – Proportion de personnes ayant confiance dans le gouvernement et dans les hommes et femmes politiques (en %)**



Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et aspirations ».

**Graphique 19 – Proportion de personnes qui souhaitent un changement radical de société (en %)**



Source : CREDOC, Enquêtes « Conditions de vie et aspirations ».

La défiance envers le politique atteignant un record historique explique peut-être le souhait de « changements radicaux » conjuguée à une réorientation de l'engagement politique. La place grandissante donnée à **l'individu** dans notre société se traduit également dans le champ politique et citoyen, notamment grâce à l'essor des nouveaux médias. Des actions individuelles, spontanées et décentralisées se transforment et aboutissent en mobilisation politique de masse, que l'on pense aux printemps arabes ou plus récemment à la mobilisation massive ayant fait suite aux attentats de janvier 2015. Lancé par un individu sans engagement politique ou légitimité particulière sur le sujet, le

#jesuischarlie en soutien aux caricaturistes assassinés de Charlie Hebdo s'est transformé, de partages en « likes », en slogan international du soutien à la liberté d'expression. La participation citoyenne issue des réseaux sociaux remet ainsi en cause le monopole de l'engagement partisan bâti sur une conviction idéologique forte<sup>75</sup>. Ce militantisme de situation encourage une nouvelle forme d'activisme politique. C'est tout d'abord la **finalité de la mobilisation** qui a changé. Celle-ci ne se fait plus au nom de la mise en place d'un « contre-pouvoir » ou d'une idéologie bien définie mais dans l'objectif de la **démultiplication de petits actes de prise de parole** ou de prise de position qui servent à restituer une part de liberté aux individus dans leur vie quotidienne.<sup>76</sup> C'est donc l'absence d'un modèle fédérateur qui caractérise ce nouveau type de mobilisation. Mobilisation qui se décline désormais au pluriel, nourrie d'une myriade d'inventions quotidiennes (manifestations, boycotts de produits, etc.). Les jeunes d'aujourd'hui ne sont plus des militants politiques mais des individus mobilisés en quête d'obtenir satisfaction dans des domaines spécifiques qui leur sont chers : par exemple les mobilisations contre le CPE, le mal-logement, la précarité professionnelle, ou plus récemment les manifestations de solidarité avec les victimes des attentats. En ce sens, **le militantisme digital correspond à un « engagement politique situationnel et ad-hoc »**.<sup>77</sup> Vu sous cet angle, Internet dispose d'un atout dont les structures conventionnelles de mobilisation font défaut. **Les réseaux sociaux rendent possible une valorisation de l'action politique individuelle**. La récompense pour l'individu est d'autant plus gratifiante sur Internet que son action individuelle est au service d'une cause solidaire et, surtout, qu'elle est visible. Il convient bien entendu de nuancer la portée de ce nouveau type de mobilisation. Le militantisme « presse bouton » n'est pas directement porteur d'un engagement politique structurant. Marqué par son caractère éphémère et ad-hoc, l'engagement se limite souvent à un comptage automatique de quelques adresses mail ou de signatures électroniques pour une pétition virtuelle. En outre, l'anonymat qui est souvent propre à cette pratique indique une certaine facilité. Plus la démarche est facile, plus la pérennité de l'engagement est éphémère. L'autre faiblesse des réseaux sociaux est qu'ils peinent à atteindre un consensus et à fixer des objectifs et à se concrétiser par des actions concrètes sur le long terme. Les réseaux sont donc certes une source de mobilisation et un moyen d'expression mais peut-être pas nécessairement une force de proposition.

---

<sup>75</sup> JANNEAU Laurent, LERNOULD Sébastien, *Les nouveaux militants : essai*, Paris, 2008.

<sup>76</sup> BENASAYAG Miguel, SZTULWARK Diego, *Du contre-pouvoir : de la subjectivité contestataire à la construction de contre-pouvoirs*. Paris, 2000.

<sup>77</sup> Pour une définition du terme "engagement situationnel" voir BAUDRILLARD Jean, *Cool memories* 4. Paris, 2000.

## II. Pratiques et profils des utilisateurs des réseaux sociaux

---

### 1. L'utilité principale des réseaux sociaux est de « créer du lien »

L'étude de la littérature spécialisée laisse penser que les usages sur un réseau social peuvent être très variés, au gré des besoins de leurs utilisateurs. Or, en réalité l'éventail des usages des réseaux sociaux n'est pas si large qu'attendue. Globalement, en 2012, quatre usages sont cités par plus de la moitié des utilisateurs de ces réseaux : l'entretien des liens sociaux, le divertissement, le partage de contenus et la recherche d'informations sur l'actualité (Graphique 20). Mais, même entre les principaux usages la hiérarchie est assez marquée.

- ✓ tout le monde ou presque (92%) utilise Facebook et consorts pour **entretenir les liens avec les proches** : tous les utilisateurs s'accordent sur cet usage, le premier revendiqué, quel que soit l'âge, le diplôme ou la profession.
- ✓ Le **divertissement** est le but avoué des trois-quarts des inscrits (77%). Les plus jeunes mettent davantage en avant cet objectif (+10 points par rapport à la moyenne), de même que les titulaires de bas revenus (86%).
- ✓ Le **partage de photos et de vidéos** est presque autant cité (74%). Les élèves et les étudiants (81%) sont les plus intéressés par cet aspect des réseaux sociaux.
- ✓ Pour plus de la moitié des membres des réseaux sociaux (54%), ces derniers servent à **s'informer sur l'actualité**. Les 18-24 ans citent davantage ce point (64%).
- ✓ Une personne sur quatre met en avant **la possibilité de faire de nouvelles rencontres**. Les hommes (33%) et les 12-17 ans (33%) sont les plus nombreux à voir dans les réseaux sociaux un moyen de faire des rencontres.
- ✓ Enfin, pour 15%, la présence dans un réseau social peut s'expliquer par un motif **d'ordre professionnel**. Les cadres sont 45% dans ce cas.

## Graphique 20 - Proportion d'individus qui utilisent les réseaux sociaux sur internet pour les activités suivantes

- Champ : individus de 12 ans et plus participant à des réseaux sociaux, en % -



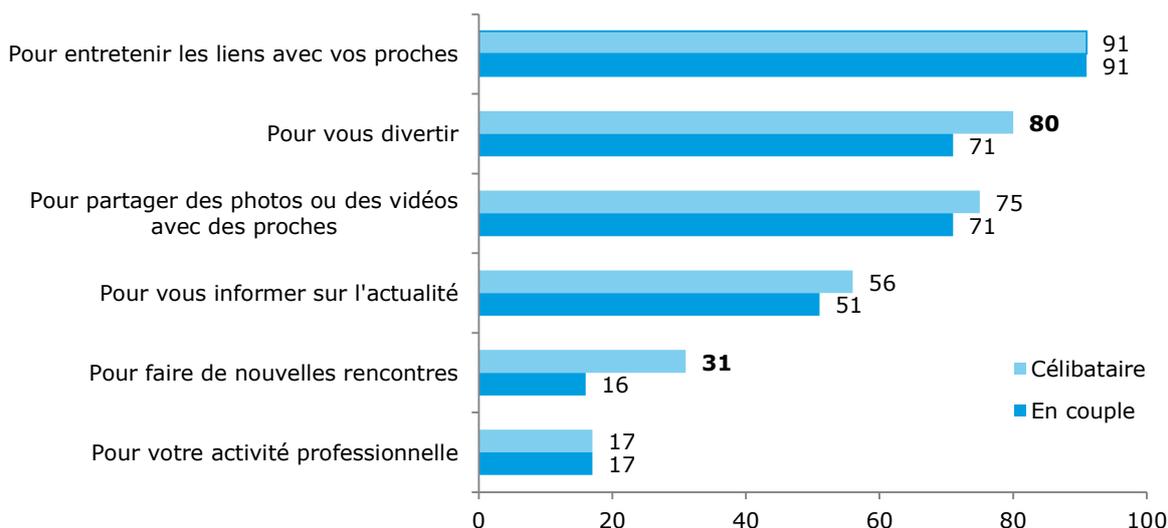
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2012.

Pour les adultes, le fait de vivre en couple ou pas donne à la présence sur les réseaux sociaux une tonalité particulière (Graphique 21), les célibataires les utilisant davantage pour faire de nouvelles rencontres (31%, contre 16% pour ceux qui vivent en couple).

## Graphique 21

### Activités pour lesquelles on utilise les réseaux sociaux : pour les adultes, le fait de vivre en couple ou pas peut se révéler déterminant

- Champ : individus de 18 ans et plus participant à des réseaux sociaux, en % -



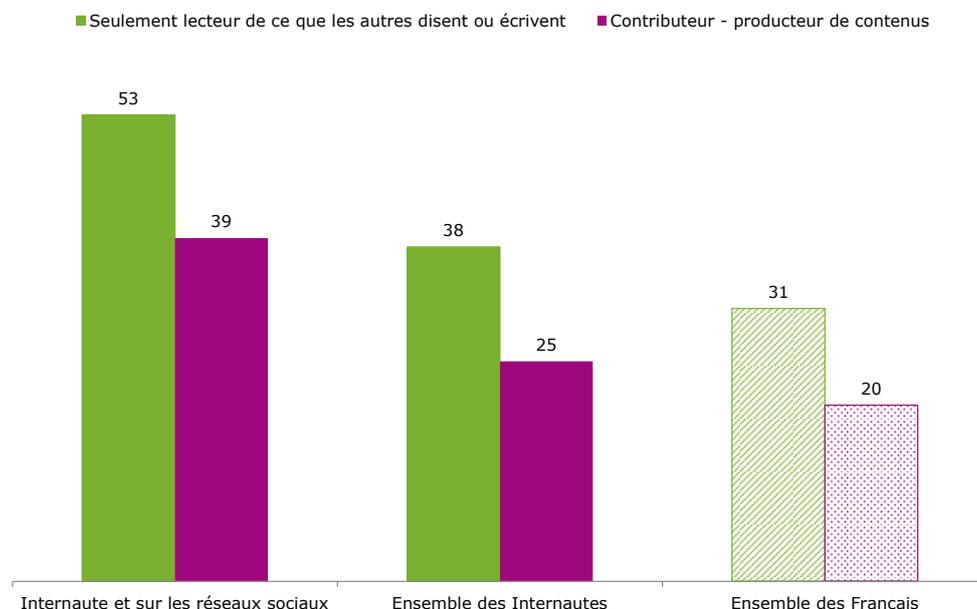
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2012.

Si l'on compare l'activité des personnes inscrites sur les réseaux à l'activité de l'ensemble des internautes (y compris ceux qui ne sont pas sur les réseaux sociaux en ligne), **les internautes inscrits sur les réseaux sociaux déclarent plus souvent être consommateurs de contenus** (53% sont lecteurs de ce que les autres disent ou écrivent sur des forums de discussions, blogs ou chats ou réseaux sociaux contre 38% des autres internautes). Ils **sont aussi plus souvent contributeurs** : 39% contribuent en postant des avis, discutant sur des chats, ou en publiant des contenus sur les réseaux sociaux contre 25% chez les internautes non présents sur les réseaux sociaux.

### Graphique 22 – Les membres des réseaux sociaux sont plus actifs sur les blogs, forums chats, réseaux

- Champ : individus de 18 ans et plus en % -

Sur les forums de discussion, les réseaux sociaux, les chats, les blogs, êtes-vous plutôt... un lecteur de ce que les autres disent ou écrivent, un contributeur, autant l'un que l'autre, ou ni l'un ni l'autre  
% seulement lecteur, % contributeur ou autant contributeur de lecteur



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Lecture : En 2014, 53% des utilisateurs des réseaux sociaux se disent lecteur de ce que les autres disent ou écrivent sur internet, 39% déclarent être autant contributeur que lecteur.

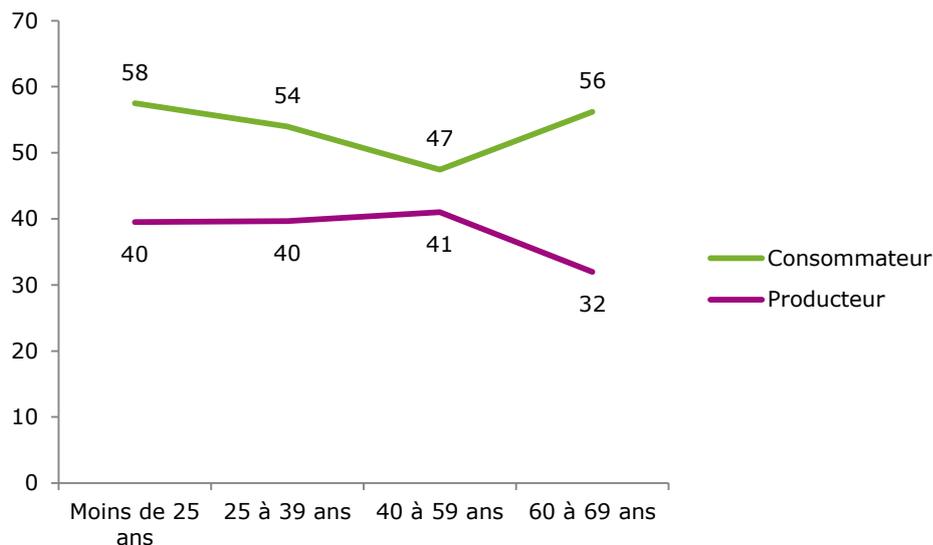
Quelles sont les caractéristiques des membres de réseaux sociaux qui sont lecteurs de ce que les autres disent ou écrivent ? Au sein des participants aux médias sociaux, qui est contributeur ?

- Les liens avec l'âge sont très nets : premier constat, jusqu'à 60 ans, et contrairement à ce qu'on aurait pu penser **les jeunes ne sont pas plus**

**contributeurs que les autres.** C'est finalement **après 60 ans** la proportion de membres de réseaux sociaux producteurs de contenu chute drastiquement (Graphique 23). Quant aux autres tranches d'âges. En revanche, **les moins de 25 ans et les seniors consomment davantage de contenus** sur internet que les autres tranches d'âge. Ceci est probablement lié au temps libre dont disposent ces deux groupes pour lire et chercher des informations sur le web.

**Graphique 23 - Après 60 ans, les contributions chutent**

- Champ : individus de 18 ans et plus participant à des réseaux sociaux, en % -

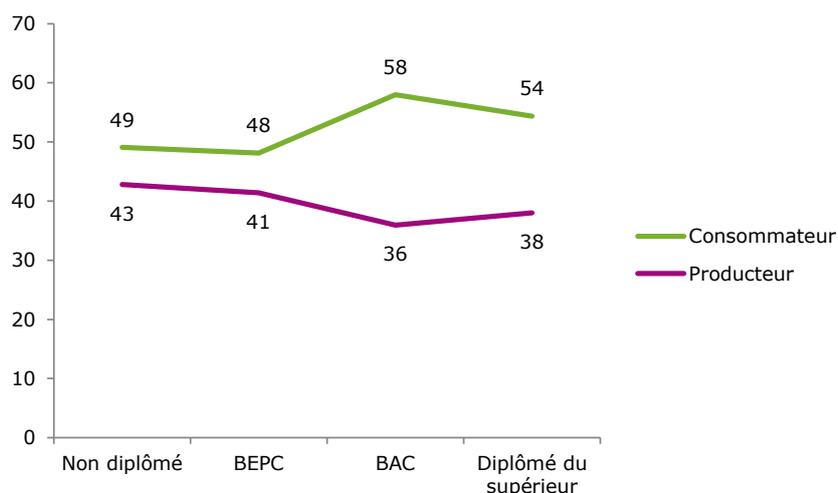


Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

- Des différences de comportement en fonction du niveau de **diplôme** de l'internaute ressortent : là aussi, si le diplôme a un effet sur l'accès à internet et la présence sur un réseau social, il est notable de constater qu'au sein des réseaux sociaux, les diplômés ne contribuent pas plus à produire du contenu que les non diplômés (Graphique 24). Environ un participant de réseau social sur quatre fait des contributions sur les blogs, forums et réseaux sociaux, quel que soit son niveau de diplôme. En revanche, les titulaires du bac et les diplômés du supérieur sont des **lecteurs plus assidus** de ce que les autres écrivent ou disent sur les blogs et autres réseaux sociaux.

### Graphique 24 - Les plus diplômés ne contribuent pas plus que les non diplômés

- Champ : individus de 18 ans et plus participant à des réseaux sociaux, en % -

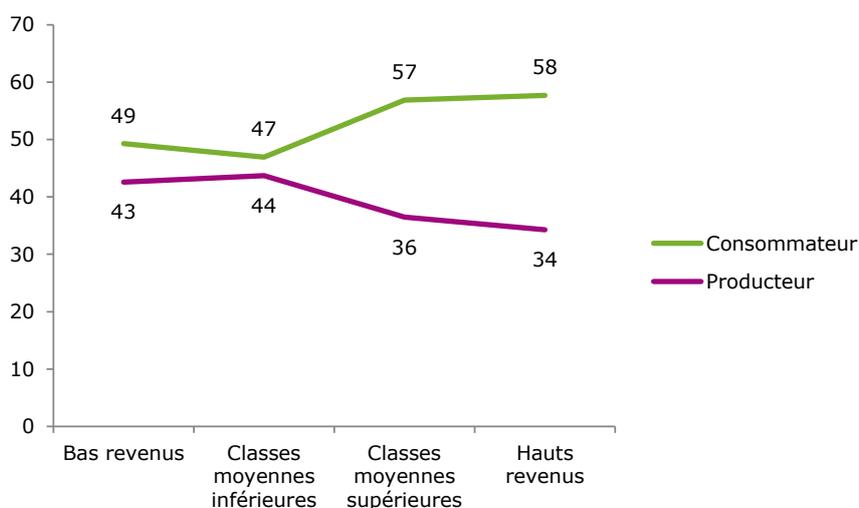


Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

- On note, enfin, que **les hauts revenus restent davantage à l'écart des contributions sur internet**. Ils écrivent moins souvent (34 %) des commentaires ou mettent en ligne des contenus que les bas revenus (43%) ou encore les classes moyennes inférieures (44%). En revanche, le niveau de revenu joue sur la propension des individus à consommer des contenus. Près de six sur dix personnes parmi les hauts revenus et les classes moyennes supérieures déclarent être lecteurs réguliers de ce que les autres écrivent ou disent sur le web, contre moins de la moitié des personnes parmi les classes moyennes inférieures et les bas revenus (Graphique 25).

### Graphique 25 - Les bas revenus et les classes moyennes inférieures s'exposent davantage en contribuant activement sur la toile

- Champ : individus de 18 ans et plus participant à des réseaux sociaux, en % -



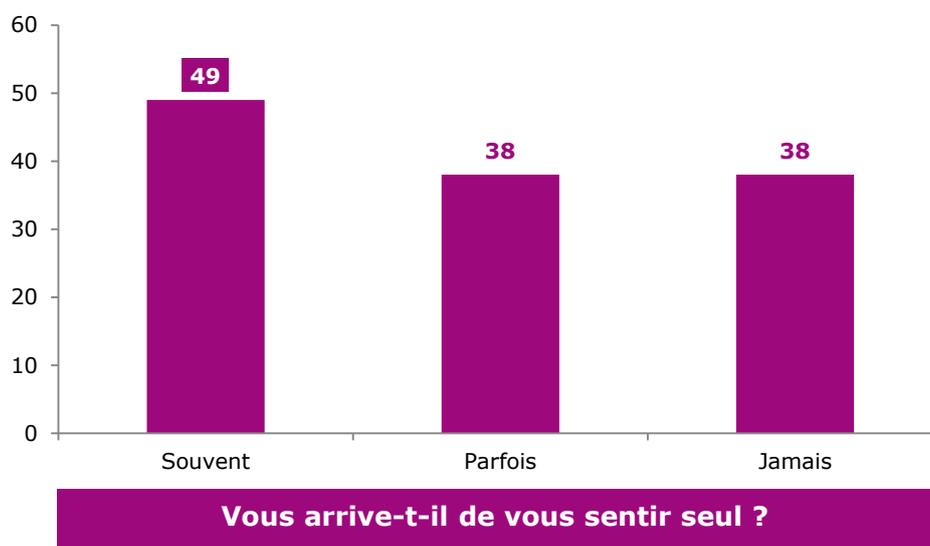
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Finalement ce sont les publics les plus experts : jeunes, diplômés, hauts revenus qui sont **à la fois le plus lecteurs et en même temps qui sont le plus vigilants** à ce qu'ils produisent, probablement en liaison avec la protection des données, et également comme nous allons le voir pour compenser une sociabilité un peu plus contrainte chez les seniors, les bas revenus.

En effet, plus un membre de réseau social **se sent souvent seul** et plus son niveau de contribution sur les forums, blogs et réseaux sociaux est élevé : il y a 11 points d'écart selon le niveau de solitude ressenti.

**Graphique 26 - Les contributions sur internet compensent un sentiment de solitude**

- Champ : individus de 18 ans et plus participant à des réseaux sociaux, en % -  
Proportion d'individus contribuant aux forums de discussion, réseaux sociaux, chats, blogs,



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

## 2. Les réseaux en ligne élargit le cercle de contact à des liens faibles

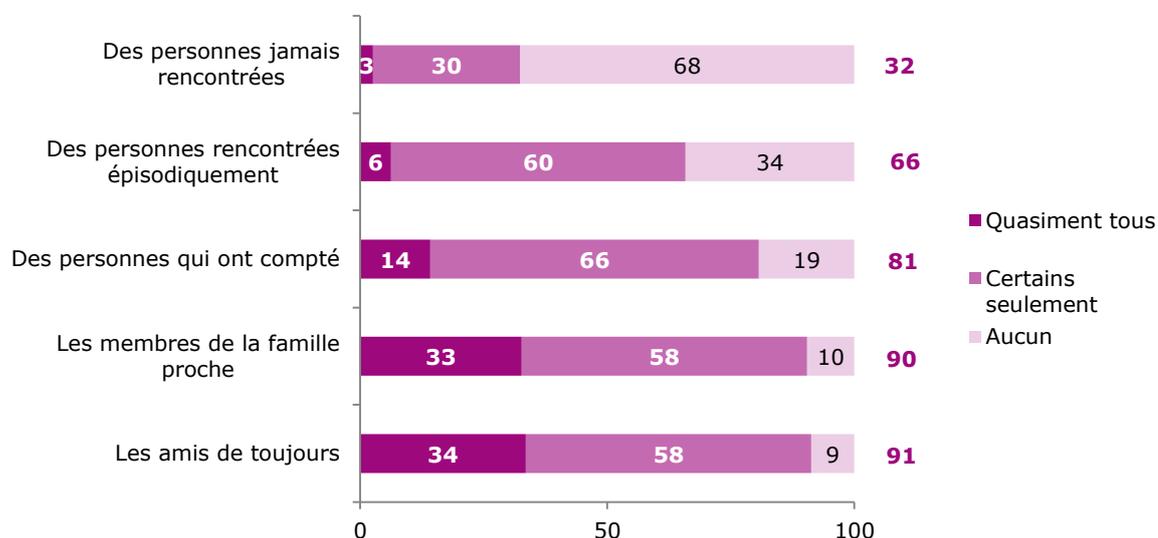
Quels contacts intègre-t-on dans son réseau social en ligne ? Les logiques opportunistes et calculatrices visant à accroître à tout prix son nombre « d'amis/contacts/followers » l'emportent-elles sur l'attention portée à la qualité et l'intensité des liens ? L'enquête « Conditions de vie et Aspirations » du CRÉDOC montre plutôt **l'image d'un réseau qui s'appuie sur le réseau relationnel existant** : plus une personne fait partie du cercle des proches et plus elle a de chances de figurer parmi le cercle de relations en ligne (Graphique 27). Par exemple, 91% y comptent des amis de toujours et 90% des membres de leur famille proche.

Toutefois, comme nous l'évoquions plus haut, le réseau en ligne élargit aussi le cercle de contacts à des « liens faibles » : 66% y intègrent des personnes rencontrées épisodiquement (6% intégrant systématiquement toutes les personnes rencontrées).

Et **pas moins d'un tiers des membres de réseaux sociaux intègrent dans leur cercle de relations des personnes jamais rencontrées** mais qui leur semblent intéressantes (dont 3% le font massivement).

**Graphique 27 - Diriez-vous que dans votre cercle de relations dans les réseaux sociaux en ligne il y a ... ?**

- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, en % -



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Qu'est-ce qui influence la composition du cercle relationnel sur internet (Tableau A 2 et Tableau A 3 en annexe) ? On repère des liens, essentiellement avec l'âge, le niveau de vie et le diplôme.

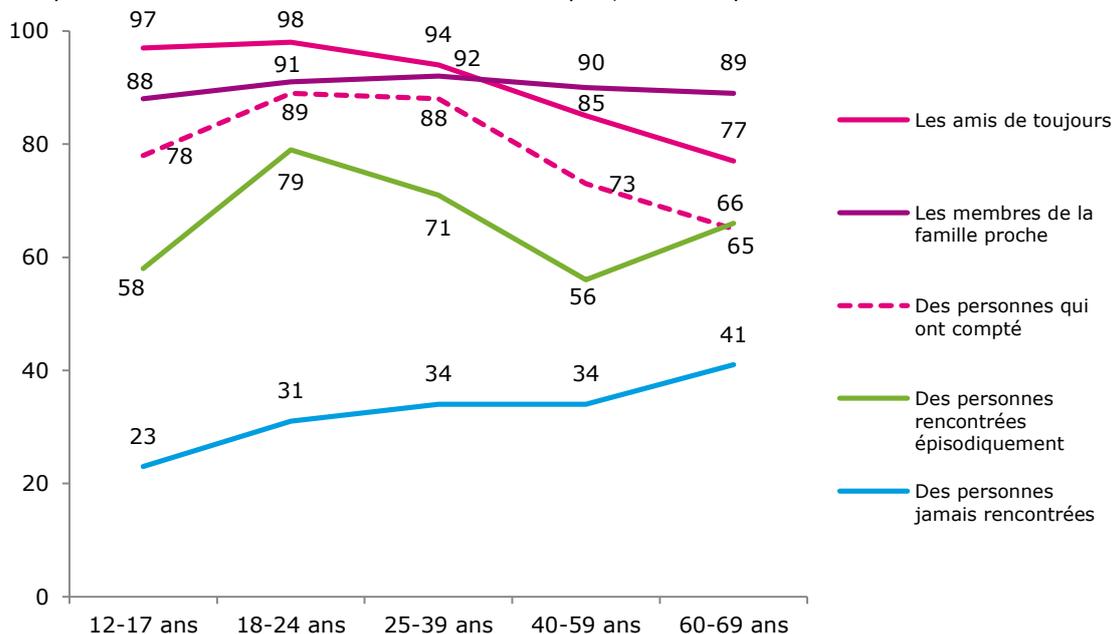
**Les moins de 25 ans intègrent massivement leurs amis** dans leur réseau relationnel numérique, ce que ne font que 77% des sexagénaires concernés (20 points de moins, Graphique 28). D'ailleurs, ce sont les plus jeunes qui incluent le plus facilement l'intégralité de leurs amis dans leur cercle de relations numériques (55% des adolescents disent les y mettre tous ; 49% des 18-24 ans font de même). Pour les 40-59 ans, la proportion tombe à 20%.

L'intégration de membres de la famille proche est **peu dépendante** de l'âge : elle oscille toujours entre 88% et 92%. S'agissant de la présence de personnes qui ont compté mais qu'on ne voit plus trop aujourd'hui, ce sont les 18-39 ans qui sont les plus enclins à les faire figurer dans leurs contacts (88-89%). Même chose s'agissant des personnes rencontrées de façon épisodique.

En revanche, **pour les inconnus, ce sont les 60-69 ans qui se montrent les plus ouverts à leur endroit** : à 41%, ils choisissent d'en faire figurer au moins certains dans le cercle relationnel, ce que les 12-17 ans ne sont que 23% à faire.

**Graphique 28 - Influence de l'âge sur la composition du cercle de relations dans les réseaux sociaux en ligne**

- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, en % de quasiment tous et certains seulement -



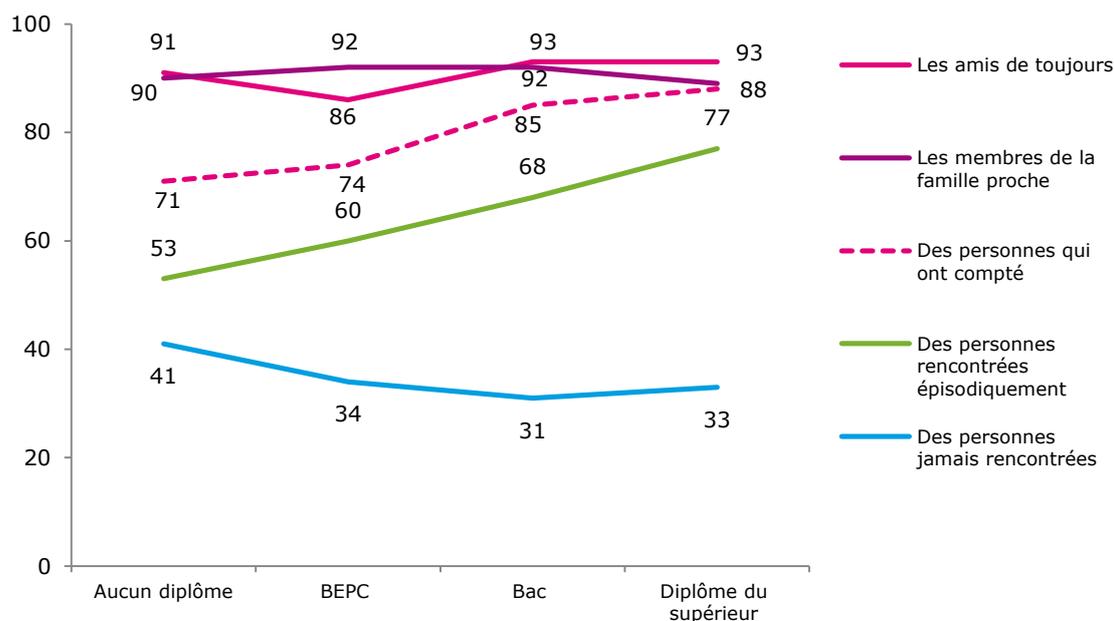
Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Le niveau de diplôme est, le plus souvent, corrélé positivement avec la richesse du cercle des relations sur internet. Tous les niveaux de diplôme intègrent dans des proportions similaires les amis ou les membres de la famille proche. Mais, **plus on est diplômé** et plus on se montre accueillant avec **des personnes perdues de vue ou avec qui le contact est intermittent**. En d'autres termes **on fait vivre et on entretient un**

**réseau pré-existant.** Alors, que ce sont les non diplômés qui sont les plus ouverts à l'intégration dans leur cercle de relations de personnes jamais rencontrées (41%, Graphique 29) et pour qui les réseaux sociaux en ligne permettent de nourrir une sociabilité un peu moins en riche en moyenne par ailleurs.

**Graphique 29 - Influence du niveau de diplôme sur la composition du cercle de relations dans les réseaux sociaux en ligne**

- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, en % de quasiment tous et certains seulement -

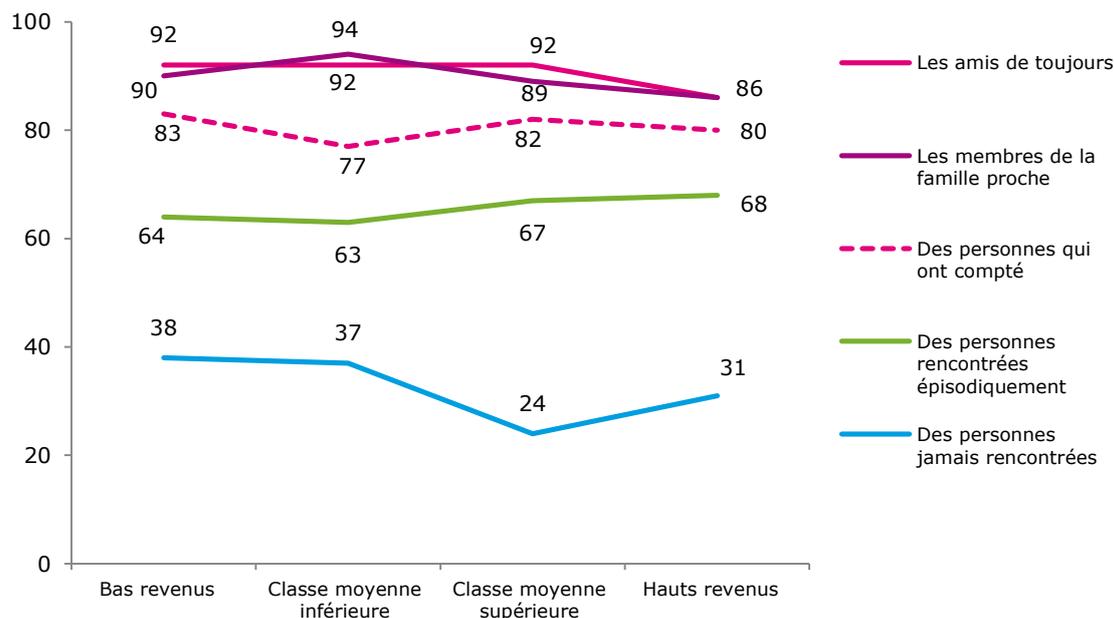


Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Dans la même veine, les **bas revenus et les membres de la classe moyenne inférieure** se montrent les plus enclins à faire figurer dans leur cercle relationnel digital les personnes les plus éloignées a priori : celles qu'on n'a jamais rencontrées mais qui semblent intéressantes (Graphique 30).

### Graphique 30 - Influence du niveau de vie sur la composition du cercle de relations dans les réseaux sociaux en ligne

- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, en % de quasiment tous et certains seulement -



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

La présence active de catégories modestes et des seniors sur les réseaux sociaux, leur recherche de liens nouveaux, leurs contributions plus nourries s'expliquent probablement par le souhait de **combler un certain sentiment de solitude**, lié à une sociabilité moins intense que les jeunes et les diplômés<sup>78</sup>. Mais il est également probable que la **visibilité** donnée désormais au cercle relationnel, combinée à **l'importance** de celui-ci (la vie amicale et relationnelle n'a jamais été autant valorisée, nous y reviendrons) pousse les individus qui en sont le moins pourvus à chercher à élargir leur cercle de connaissance. Comme l'explique Jean-Claude Kaufmann, le **sentiment subjectif de solitude** se construit à l'aune du « regard que l'individu porte sur sa propre situation » (ma vie relationnelle correspond-elle à mes attentes ?), et en fonction des représentations sociales : « celui qui souffre de la solitude éprouve en grande partie ce sentiment parce que **les autres lui signalent qu'il est solitaire** et que l'isolement est une situation négative »<sup>79</sup>. Comment ne pas chercher à se sentir pleinement entouré dans une **société qui valorise très fortement le lien social** et expose à la vue et au su de tous la multiplication des « amis », « contacts » ou « suiveurs » et où chacun peut

<sup>78</sup> HOIBIAN Sandra, *La peur du chacun pour soi*, Baromètre de la cohésion sociale, Collection des Rapports du Credoc n°282, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R282.pdf>

<sup>79</sup> KAUFMAN Jean-Claude, *Les cadres sociaux du sentiment de solitude*, *Sciences sociales et santé*, 1995.

désormais mesurer « quantitativement » l'écart qui le sépare des personnes qui disposent d'un réseau social étendu.

### 3. Au final, quatre comportements se dessinent sur les réseaux

Au final, quand on tient compte simultanément **des pratiques** des membres des réseaux sociaux (quels types de contacts ils incluent ou pas dans leur cercle de relations, quelle contribution ils apportent sur les forums, blogs et réseaux, quel niveau de confiance ils portent aux commentaires et évaluations mis en ligne), **des liens créés via - internet et les technologies de l'information** avec de nouvelles personnes, en retrouvant d'anciennes connaissances ou en initiant une relation amoureuse<sup>80</sup>, mais aussi **des opinions sur l'exposition de la vie privée sur ces réseaux** (gêne éprouvée devant la diffusion de détails intimes, voire regrets d'avoir publié des éléments de sa vie privée) on aboutit à une typologie des membres des réseaux sociaux en **quatre** groupes (Graphique 31).

Ces quatre groupes se distinguent principalement en fonction de la composition de leur « carnet d'adresses » en ligne et se projettent dans un espace factoriel où l'axe des abscisses est un axe mesurant l'extension du réseau et celui des ordonnées traduit la volonté de sélectionner, ou pas, au sein d'un type de contact (amis, famille, personnes jamais rencontrées, etc) les personnes à faire figurer dans son réseau, et une plus grande sensibilité aux traces laissées sur la toile.

- Un premier groupe, de taille réduite (15% des membres des réseaux sociaux), annonce faire partie d'un réseau social en ligne mais, concrètement, leurs contacts sont **extrêmement réduits**. Dans leur réseau, on ne compte « aucun ami » pour 54% d'entre eux (+ 45 points par rapport à la moyenne des membres), « aucune personne qui a compté dans sa vie » pour 84% d'entre eux et aucun membre de la famille proche dans 29% des cas (+ 20 points par rapport à la moyenne). Dans une majorité de cas (61%, contre 19% en moyenne), **aucun lien n'a été créé grâce à internet** et aux nouvelles technologies (ni nouveau lien, ni retrouvailles rendues possibles, ni rencontre amoureuse). Sept fois sur dix, il s'agit de personnes de plus de 40 ans (+ 28 points par rapport à l'ensemble des membres des réseaux sociaux). Si ces personnes sont inscrites, leur profil n'est pas actif. **On pourrait les qualifier de membres « dormants » ou « fantômes ».**

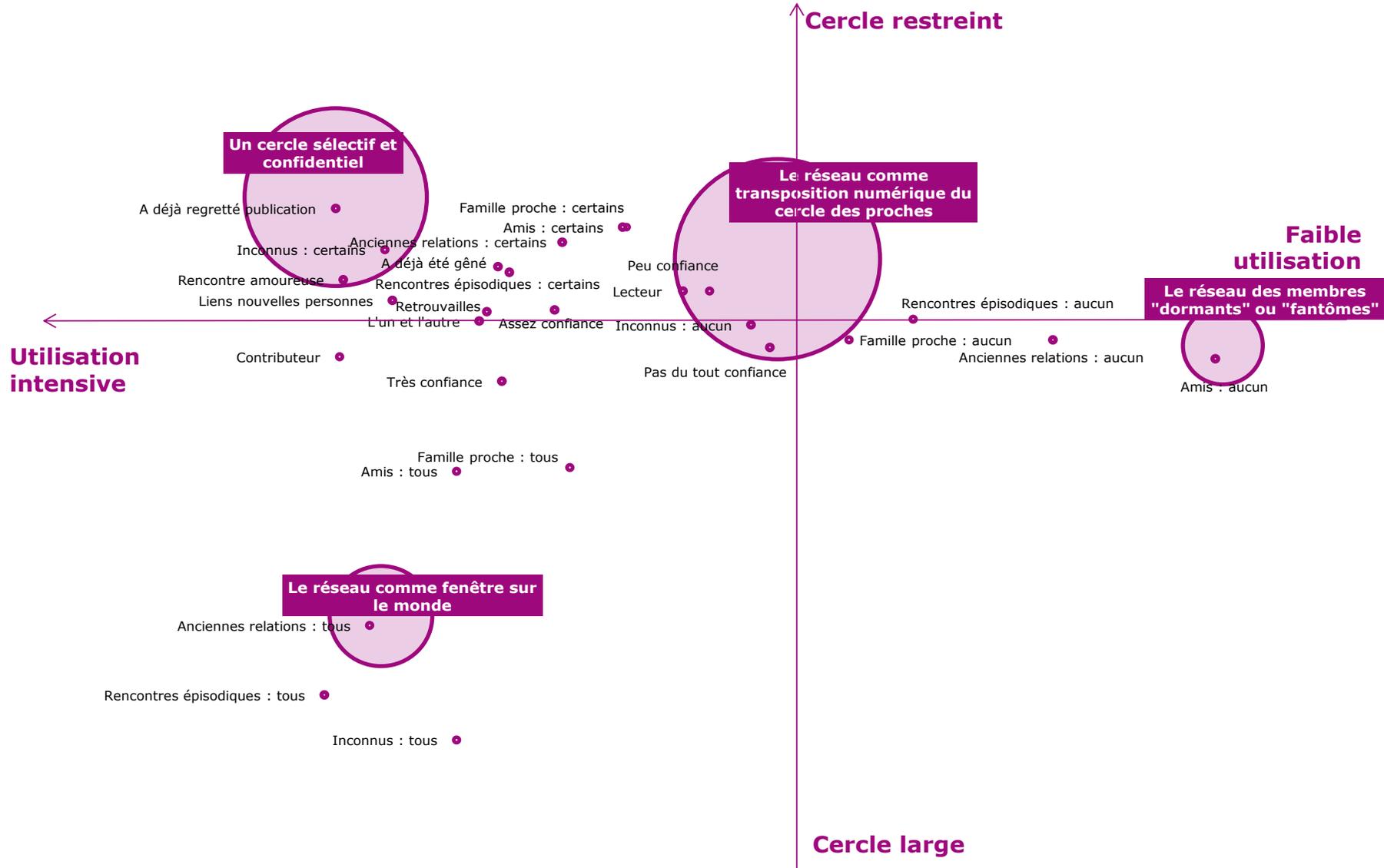
---

<sup>80</sup> Nous reviendrons dans le détail sur la proportion de membres des réseaux sociaux ayant rencontré différents types de personnes en partie III. 2. sur les effets des pratiques numériques sur les réseaux classiques.

- Pour un peu plus d'un tiers des participants à des réseaux sociaux (36%), **Facebook, Instagram et autres permettent d'entretenir un réseau social (familial, amical) déjà existant.** Ici, le réseau en ligne inclut, dans des proportions limitées, des membres de la famille proche ou des personnes qui ont compté mais qu'on ne voit plus mais il exclut les personnes inconnues, quand bien même elles sembleraient intéressantes. Les réseaux sociaux n'ont pas permis, pour ce groupe, de créer de nouveaux liens (à 79%, + 35 points par rapport à la moyenne). En particulier, aucune relation amoureuse n'a été initiée de la sorte (à 97%, + 15 points par rapport à la moyenne). Dans ce groupe, on se contente plus souvent de lire les commentaires et avis (à 71%, + 18 points) et on perçoit moins souvent de la gêne ou de l'embarras face à la divulgation de détails de la vie privée sur internet. On a affaire le plus souvent à des personnes déjà en couple (62%, + 10 points) et qui ne se sentent jamais seules (59%, + 9 points). Pour ceux-ci, le numérique n'est qu'une **transposition** quasi à l'identique du cercle de relations nouées dans la vie « réelle », de proches qu'on pourrait par exemple, convier à une fête d'anniversaire.
- Pour une proportion proche (33%), les réseaux sociaux reposent sur des contacts **sélectionnés**, limités à « certains seulement » des amis de toujours (74%, + 14 points), des membres de sa famille proche (73%, + 14 points), des personnes qui ont compté et qui sont perdues de vue (87%, + 20 points), etc. Pour autant, internet et les nouvelles technologies ont activement permis de créer des liens : pour les membres de ce groupe, à 99%, **au moins un lien a été créé** grâce à internet ou aux nouvelles technologies. Ces liens concernent aussi bien de nouvelles personnes (88%, + 38 points), que des rencontres à caractère amoureux (40%, + 22 points par rapport à la moyenne des personnes fréquentant les réseaux sociaux). Cependant, ils semblent qu'ils aimeraient voir le réseau social comme un espace **intime**, et préservant leur vie privée : 37% font état d'une gêne car certains éléments de leur vie privée figurent sur internet **et des regrets** 26% regrettent d'avoir publié ou écrit des choses privées sur la toile. **Ce groupe conçoit les réseaux sociaux comme cercle sélectif et confidentiel.**
- Enfin, pour un dernier groupe (17%), les réseaux sociaux ont vocation à **faciliter les contacts avec le plus grand nombre possible d'individus.** Dans le réseau figurent ainsi, à 79%, « quasiment tous » les amis (+ 49 points), mais aussi « quasiment tous » les membres de la famille proche (à 74%, + 43 points), « quasiment tous » les amis perdus de vue (68%, + 54 points). Les personnes rencontrées épisodiquement, voire les inconnus qui semblent intéressants sont également beaucoup plus souvent présents qu'en moyenne. On ne pose, ici,

quasiment aucun filtre : tout le monde est bienvenu dans le réseau virtuel. Dans 93% des cas, internet et les nouvelles technologies ont permis de créer un lien, notamment en retrouvant d'anciennes connaissances (87%, + 15 points). Les 18-24 ans sont surreprésentés dans ce groupe (32%, + 11 points). Il n'y a pas, dans ce groupe, malgré l'absence de sélection des contacts, de dérive particulière (pas de gêne ou de regret). **Le réseau social est vu, ici, comme une fenêtre sur le monde.**

**Graphique 31 - Espace factoriel des réseaux sociaux et de leurs utilisateurs (18 ans et plus)**



Source : CREDOC, Enquête sur les « Conditions de vie et les Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

#### 4. Les réseaux sociaux : un véritable couteau suisse

Nous avons, jusqu'à présent, parlé des réseaux sociaux dans leur ensemble, des pratiques, des usages et des différents comportements de leurs utilisateurs. Sans pouvoir détailler tous les sites existant, rappelons brièvement qu'ils forment un microcosme numérique riche et en perpétuelle évolution, que l'on peut organiser selon les **différents usages**<sup>81</sup> qu'ils permettent à leurs membres :

- **Les réseaux sociaux de partage de savoir** : Parmi les plus connus on compte *Wikipédia*, *Slideshare* ou encore des dictionnaires numériques collaboratifs et participatifs tels que *Wiktionnaire*. L'utilité principale de ces sites est la production et la mise à disposition de contenus d'information ou d'un savoir encyclopédique.
- **Les plateformes de discussion et d'information** : On y compte notamment les forums de discussion et les sites de *microblogging* (*Twitter*, *WordPress*, *Blogger*) proposant un système d'adhésion et de suivi par des dispositifs d'amis ou de fans.
- **Les média sociaux de partage de fichiers** : Il s'agit de réseaux permettant la publication de contenus générés (vidéos, photos, etc.) par les internautes eux-mêmes (*Youtube*, *Dailymotion*, *Flickr*, *Instagram*, *Vimeo*, *Deezer*, *Spotify* etc.). Les sites hébergeant ces réseaux servent principalement au téléchargement de ces contenus sans que les utilisateurs entrent nécessairement en contact les uns avec les autres. Il existe néanmoins la possibilité d'échanges entre pairs via un système de commentaires qui peuvent être « postés » soit pour évaluer les contenus ou pour laisser des instructions ou des recommandations aux autres internautes.
- **Les sites de réseautage** : il s'agit de réseaux sociaux personnels proposant un service très spécifique et ciblé lié à la rencontre de personnes, et l'entretien de son réseau. Qu'il s'agisse d'un réseau professionnel (*LinkedIn*, *Viadeo*), des rencontres amoureuses ou amicales (*Meetic.fr*, *Badoo.com*, *Amoureux.com*), l'échange sur des plateformes communautaires. Notons que l'adhésion à ces réseaux est souvent tarifée tout comme l'utilisation de certains services (*accessible uniquement aux membres premium ayant acquittés un droit d'utilisation*)
- **Les réseaux sociaux de jeux** : ces réseaux sont fréquentés par des joueurs en ligne. Trois types de réseaux se différencient selon l'âge et l'assiduité des joueurs.

---

<sup>81</sup> Note : le but de cet exercice n'est pas de dresser une liste exhaustive mais plutôt de donner une vue d'ensemble des services et familles de services qui composent les médias sociaux. Cette typologie s'appuie notamment sur la cartographie proposée par Fred Cavazza, revisitée par le CRÉDOC, <https://www.flickr.com/photos/fredcavazza/>

Le cas le plus courant est celui du *casual gaming* (*Kongregate, Pogo, PopCap, PlayFirst*) mais plus récemment le *social gaming* a gagné en importance (*Zynga, Playfish, Playdom*) tout comme les plateformes mobiles (*ngmoco, OpenFeint*) et virtuelles pour enfants et adolescents (*Habbo, ClubPenguin, Poptropica*).

- **Les réseaux sociaux consuméristes** : Citons des sites comme *Userveice, GetSatisfaction, PowerReviews* etc. qui se conçoivent comme plateformes collaboratives de recommandations, d'inspiration d'achats ou *Groupon, LivingSocial, co-shopping* qui permettent de mutualiser les achats
- **Les réseaux sociaux de géolocalisation** qui permettent aux utilisateurs de partager des commentaires sur des sites, de trouver des sites mais aussi de repérer des évènements ad hoc et spontanés tels que les lieux de rassemblement pour une manifestation, un *happening* etc.
- **Les réseaux sociaux de masse** : le principal attribut de ce type de réseau est que les utilisateurs sont connectés par des systèmes d'amis ou de fans (*Facebook, Myspace, Google+*). Néanmoins, leur fonctionnalité ne se limite pas à proposer un dispositif d'interconnexion et de communication mais propose d'autres services tels que le partage de contenus, le divertissement ou l'exploration.

**Tableau 2 – Usages et services des différents réseaux sociaux**

	Discussion - communication	Recommandations / donner son avis	Évènementiel	Partage de savoirs	Informations pratiques et d'actualité / veille	Rendre visible son identité	Entretenir, développer ses liens sociaux	Recherche d'informations / Instruction	Acheter	Partage de fichiers	Jouer	Localiser
<b>Réseaux de masse</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Plateformes de discussion et d'information / microblogging</b> ( <i>Twitter, WordPress, Blogger</i> )	X	X	X	X	X	X	X	X				
<b>Sites de réseautage</b> ( <i>LinkedIn, Viadeo, Meetic.fr, Badoo.com, Amoureux.com</i> )	X	X	X	X	X	X	X					
<b>Média sociaux de partage de fichiers</b> ( <i>Youtube, Dailymotion, Flickr, Instagram, Vimeo, Deezer, Spotify, etc.</i> )	X	X		X		X		X		X		
<b>Réseaux de géolocalisation</b>	X	X	X		X				X			X
<b>Réseaux de jeux</b>	X		X				X		X		X	
<b>Réseaux consuméristes</b>	X	X	X		X				X			
<b>Réseaux sociaux de partage de savoir</b> ( <i>Wikipédia, Slideshare</i> )	X			X				X				

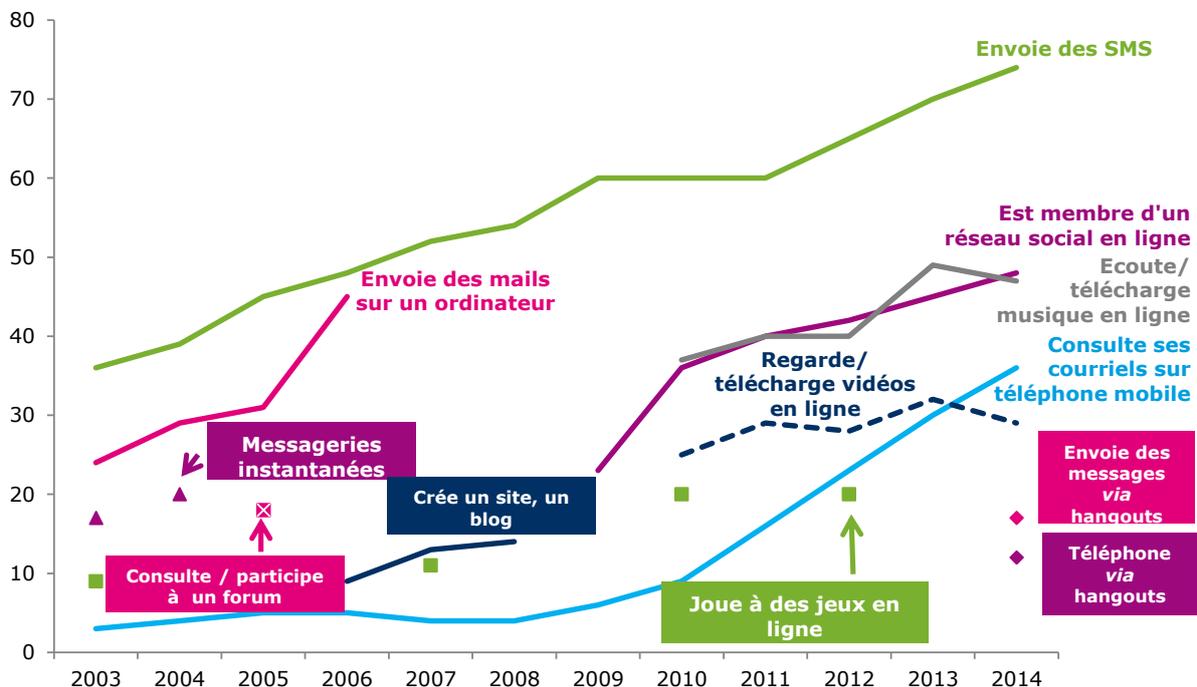
### III- Panorama des liens sociaux à l'heure du numérique

#### 1. Le réseau social sur internet par rapport aux autres pratiques numériques génératrices de lien social

Les liens numériques ne s'arrêtent pas aux relations sur les réseaux sociaux : s'exprimer sur un même forum, s'envoyer des mails, des sms, etc. sont autant de pratiques relationnelles digitales. Combien de personnes ces différentes activités concernent-elles ? Combien de temps y consacrent-elles ? Pour quel usage ? Au fil des ans et de l'apparition des différentes pratiques, les questions posées par le CGE et l'ARCEP dans le cadre du baromètre sur la diffusion des nouvelles technologies en France ont évolué. Plusieurs questions se sont donc succédées ou additionnées pour aboutir à **une vision synoptique des pratiques numériques qui s'apparentent, plus ou moins, à du lien social** (Graphique 32). Nous y avons par exemple fait figurer les jeux vidéos en ligne car la plupart sont multi-joueurs et donc l'occasion de rencontres ou d'échanges.

**Graphique 32**  
**Vision synoptique des pratiques numériques s'apparentant à du lien social et déclarées dans le cadre de l'enquête sur les Conditions de vie et les aspirations du CREDOC**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

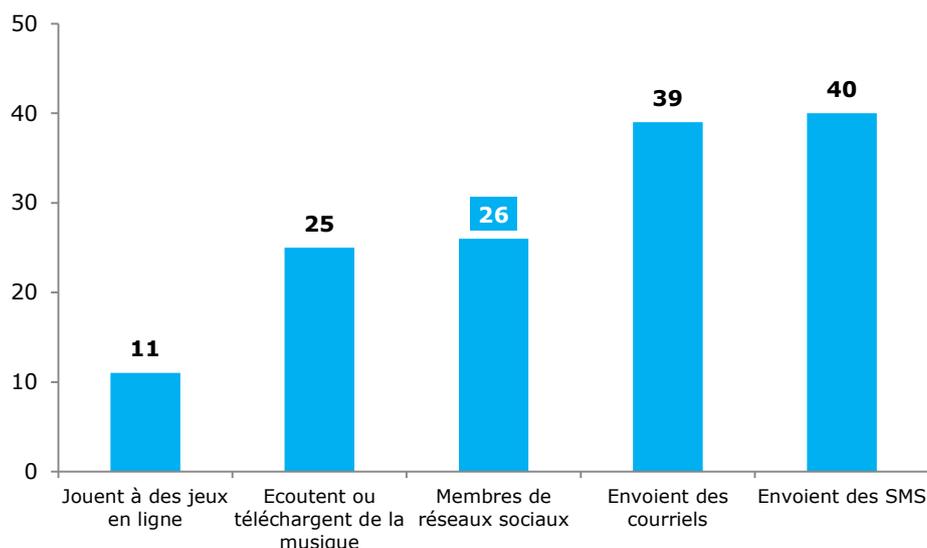


Source : Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.

En 2014, mis à part l'envoi de SMS ou de courriels, faire partie d'un réseau social comme Facebook, Linked in, etc. apparaît donc comme une **des pratiques de lien social numérique les plus développées** puisque, selon nos estimations, 26 millions de personnes seraient membres de tels réseaux. C'est moins que le nombre de personnes qui envoient des SMS ou des mails (respectivement 40 et 39 millions de pratiquants), mais plus que ceux qui utilisent internet pour écouter ou télécharger de la musique (25 millions) ou ceux qui jouent en ligne (11 millions de personnes il y a deux ans).

### Graphique 33 - 26 millions de membres de réseaux sociaux en France

- Estimation du nombre de pratiquants de plusieurs activités numériques (en millions de personnes âgées de 12 ans et plus) -



Source : CREDOC, Enquêtes sur les « Conditions de vie et les Aspirations des Français » pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014 sauf pour les jeux en ligne (juin 2012)

### Les SMS : trois personnes sur quatre concernées en 2014

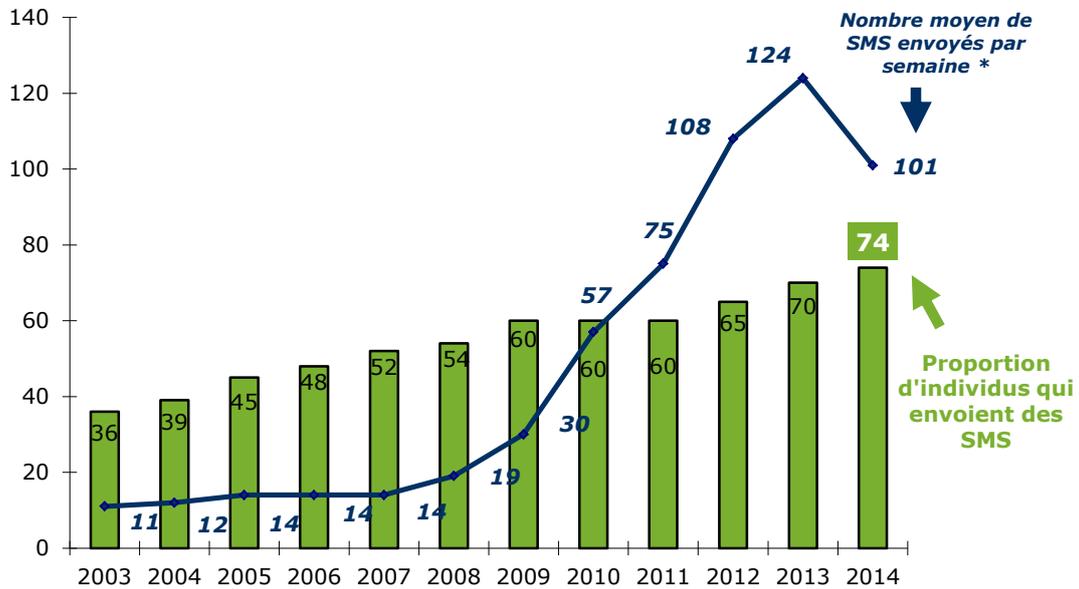
**S'agissant des pratiquants**, entre 2003 et 2014, la part de Français envoyant des SMS a doublé en population générale, passant de 36% à 74% (Graphique 34). Cela représente environ **40 millions de personnes** de 12 ans et plus en 2014 (contre environ deux fois moins dix ans auparavant).

**S'agissant des volumes échangés**, entre 2003 et 2014, l'évolution est beaucoup plus conséquente. On ne parle pas d'un facteur multiplicatif de 2 mais plutôt de 10 ou plus (dans notre enquête « Conditions de vie et Aspirations » on passe de 11 SMS par personne concernée à plus de 100 dix ans plus tard). En 2014, le nombre de personnes qui envoient des SMS progresse encore pour atteindre **une proportion record** (74 %, + 4 points) mais **le nombre moyen de messages envoyés aurait diminué selon les déclarations des enquêtés** (101 en moyenne par semaine en 2014, contre 124 un an auparavant, Graphique 34). Les données de l'ARCEP, collectées auprès des opérateurs,

indiquent quant à elles un tassement après plusieurs années de forte hausse (Graphique 35).

**Graphique 34 - Proportion de personnes utilisant un téléphone mobile pour envoyer des SMS et nombre moyen de SMS envoyés par semaine**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

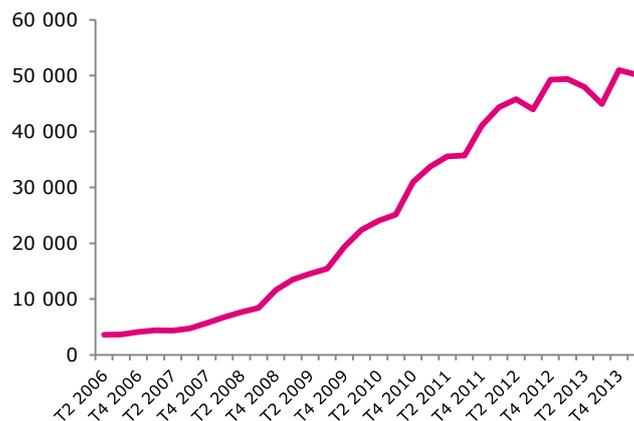


\* Il s'agit du nombre de SMS envoyés par les personnes concernées, à savoir les personnes qui disposent d'un téléphone mobile **et** l'utilisent pour envoyer des SMS.

Source : Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.

**Graphique 35 - Depuis 2012, les volumes trimestriels de SMS échangés en France sont régulièrement orientés à la baisse**

- en millions de SMS interpersonnels émis par trimestre, France métropolitaine -



Source : ARCEP, observatoires des marchés des consommations électroniques en France, 2006 à 2014.

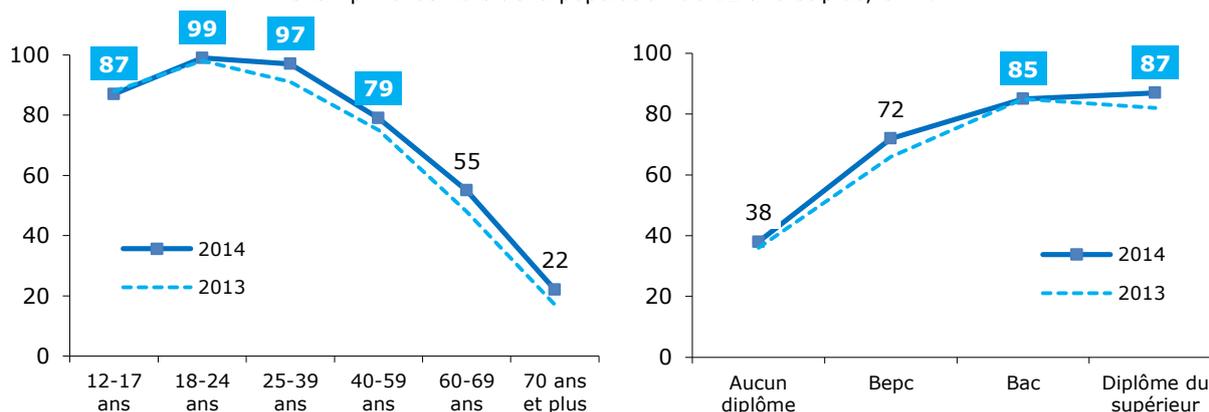
Concernant le fait d'envoyer des SMS, les écarts de pratique sont essentiellement dus à **l'âge** et au **diplôme** (Graphique 36 et Tableau A 4). Quasiment toutes les personnes âgées de 18 à 39 ans envoient des SMS et les diplômés du Bac et plus se distinguent

également (86 % des personnes de niveau Bac et plus en envoient, contre 60 % des moins diplômés).

Le niveau de vie et la taille de l'agglomération de résidence influent, mais dans de moindres proportions (10 points d'écart entre les habitants du rural et de la capitale, tout comme entre les bas revenus et les hauts revenus).

**Graphique 36 - Influence de l'âge et du diplôme sur l'envoi de SMS**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Si le nombre de pratiquants augmente (Tableau A 5), le nombre de SMS envoyés aurait, quant à lui, diminué en l'espace d'une année, si l'on en croit les déclarations des enquêtés. Dans le détail (Tableau 3), 63 % des personnes qui envoient des SMS envoient plus de 10 par semaine (mais seuls 22 % des retraités font de même, voir Tableau A 6 en annexe).

**Tableau 3**  
**Environ combien de SMS envoyez-vous par semaine ?**

- Champ : personnes de 12 ans et plus envoyant des SMS via leur mobile, en % -

(en SMS par semaine)	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
. Moins de 3 .....	33	27	26	29	27	26	25	22	15	12	11	9
. De 3 à 10 .....	42	46	41	40	42	41	37	35	35	33	28	27
. Plus de 10 .....	25	28	33	31	30	34	38	43	50	55	61	63
<b>Total (yc nsp) .....</b>	<b>100</b>											

<b>Moyenne .....</b>	11	12	14	14	14	19	30	57	75	108	124	101
----------------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----

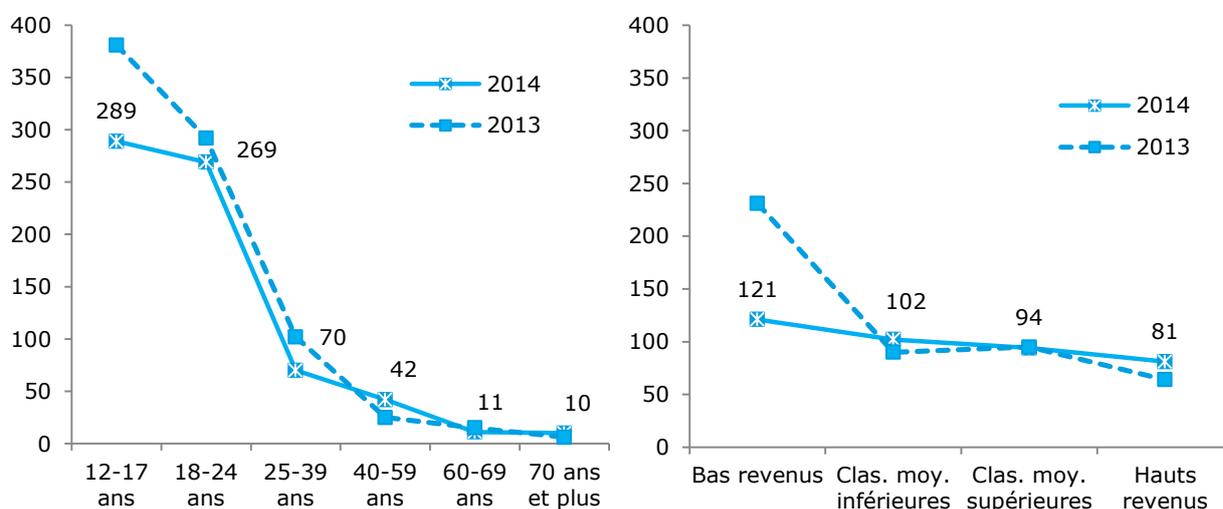
Source : Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.

En effet, c'est l'âge qui influence le plus cette pratique et, aussi mais dans une moindre mesure, le niveau de vie (Graphique 37). Les adolescents envoient près de 300 SMS par semaine, les 18-24 ans à peine moins (269). A partir de 25 ans, le nombre moyen d'envois chute, il est divisé par 4 (70 pour les 25-39 ans).

Le niveau de vie a également une influence, beaucoup plus réduite : les bas revenus (121 SMS par semaine) sont des utilisateurs plus assidus que les hauts revenus (81 SMS).

**Graphique 37 - Influence de l'âge et du niveau de vie sur le nombre de SMS envoyés**

- Champ : personnes de 12 ans et plus envoyant des SMS via leur mobile, en nombre de SMS par semaine -



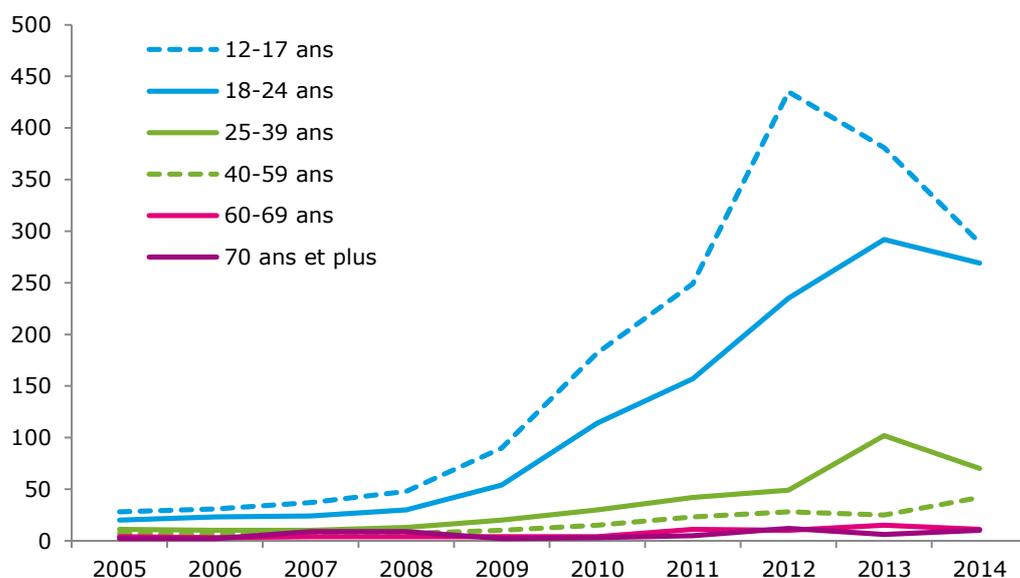
Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

La plupart des groupes, et en particulier les 12-17 ans, affichent une diminution récente du nombre de SMS envoyés (Tableau A 7). La baisse est également forte chez les ouvriers, les membres des foyers de cinq personnes et plus et les bas revenus. Pour les 18-24 ans et les 25-39 ans, la baisse n'est perceptible qu'en 2014. Mais, s'agissant des plus jeunes, le mouvement de diminution a été amorcé dès l'an dernier, comme l'illustre le Graphique 38. Peut-être, pour les plus jeunes, y-a-t-il eu un transfert vers d'autres pratiques, via des services de messagerie de type Hangouts, Viber ou Whatsapp (revendiqué par un ado sur quatre, voir plus loin) ?

**Graphique 38**

**Pour les 12-17 ans, la baisse des volumes échangés a été amorcée dès l'an dernier**

- Champ : personnes de 12 ans et plus envoyant des SMS *via* leur mobile, en nombre de SMS par semaine -



Source : Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.

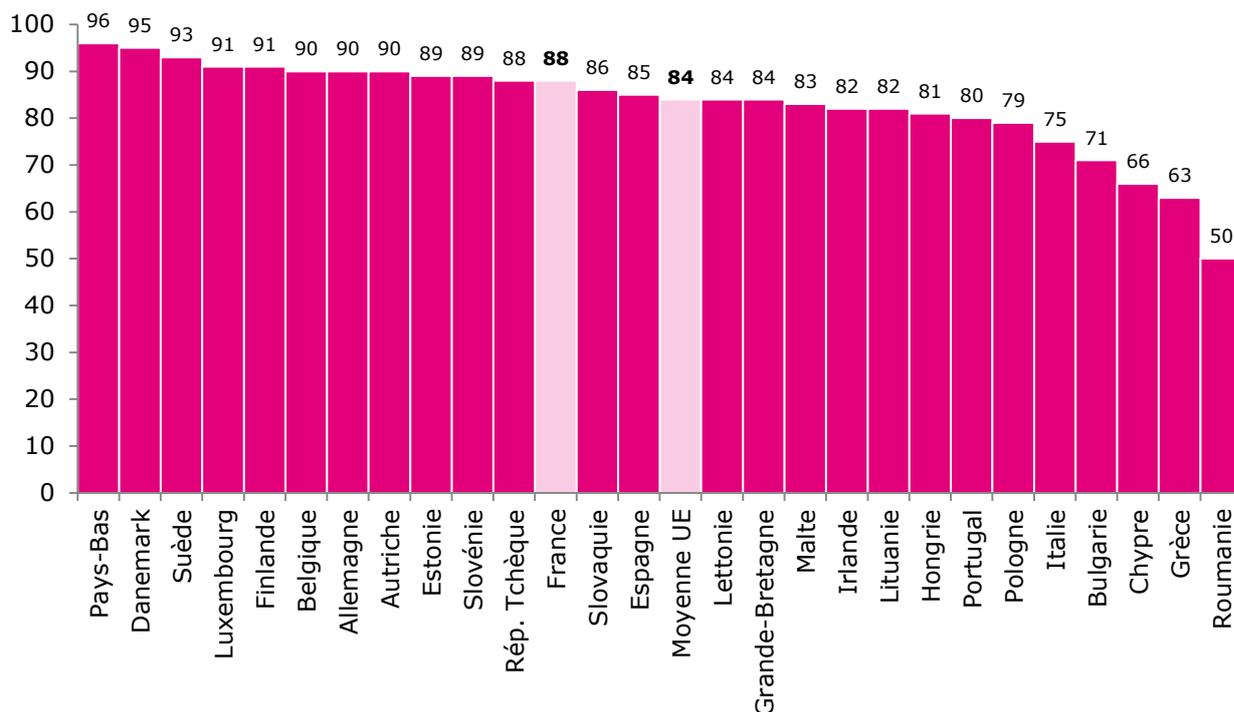
### **Près de 9 internautes sur 10 envoient des emails en France**

En 2006, un peu moins d'une personne sur deux (45%) envoyait des mails à partir d'un ordinateur (enquête CREDOC). En 2013, la Commission européenne estimait que 88% d'entre eux envoient des mails sur internet (84% pour l'ensemble de l'Union européenne). A cette date, le CREDOC estimait que 82% de la population était internaute. Cela représentait environ **39 millions de personnes** de 12 ans et plus en 2013.

Dans le même temps, en 2014, 36% de nos concitoyens le faisaient au moyen d'un téléphone mobile (+ 6 points en un an).

**Graphique 39 - L'usage des courriels :  
les internautes français au niveau de la moyenne européenne (en %)**

- Champ : ensemble des internautes de 15 ans et plus -



Source : Commission européenne, Eurobaromètre spécial n°404, novembre 2013.

**Les jeux en réseau**

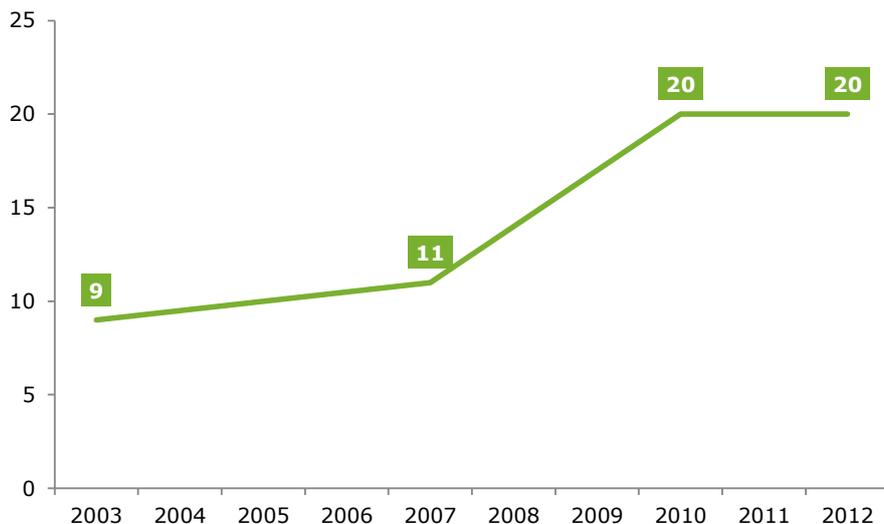
En 2012, une personne interrogée sur cinq (soit environ **11 millions de personnes**) se rangeait dans la catégorie des joueurs en ligne. Pour la Commission européenne, 27% des internautes français pratiquent des jeux en ligne, soit exactement le taux moyen dans l'Union. En l'occurrence, les Français seraient beaucoup moins adeptes que les Grecs (48%) ou les Finlandais (37%).

En 2012, les joueurs en ligne se recrutaient surtout parmi les jeunes (55% des 12-17 ans sont adeptes, Tableau A 8, page 90) et les étudiants (46%). Cependant, au sein de ces groupes, la tendance est plutôt à la baisse (respectivement - 2 et - 3 points en deux ans).

Outre les jeunes, se révèlent attirés par ce type de pratique les ouvriers (27%) et les employés (25%). Les hommes sont davantage tentés par les jeux en réseau que les femmes (8 points d'écart).

**Graphique 40 - En 2012, 20% des personnes de 12 ans et plus déclarent avoir joué en ligne sur internet au cours des douze derniers mois**

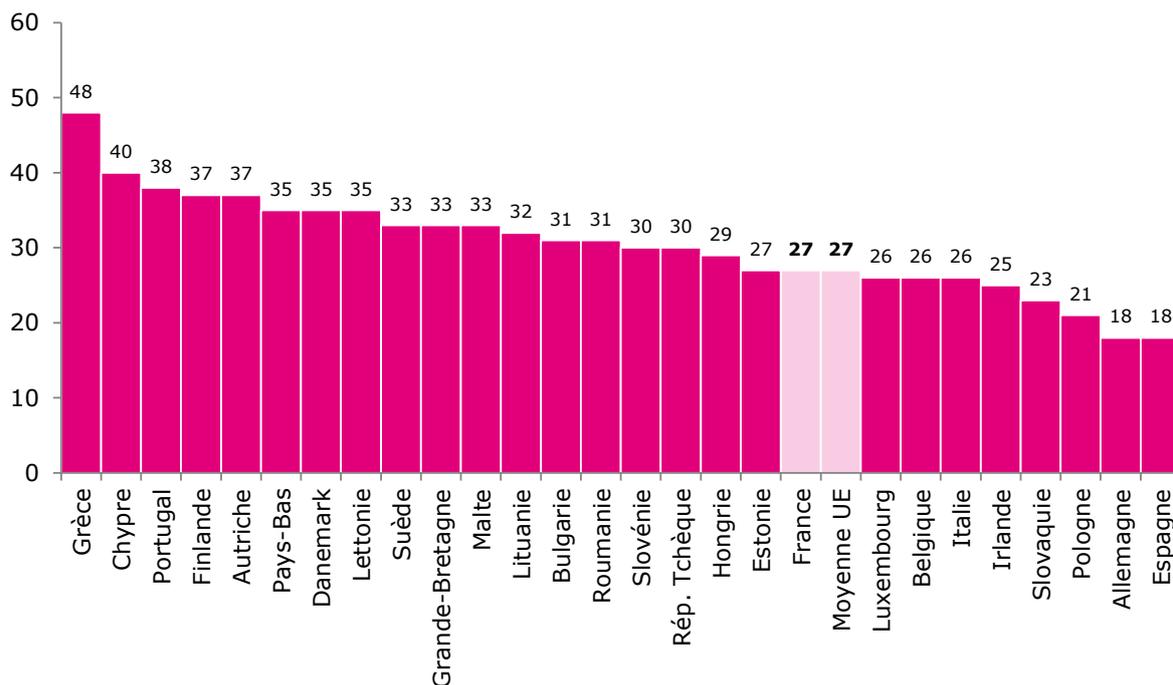
- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -



Source : Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.

**Graphique 41 - Les jeux en ligne : les internautes français au niveau de la moyenne européenne (en %)**

- Champ : ensemble des internautes de 15 ans et plus -



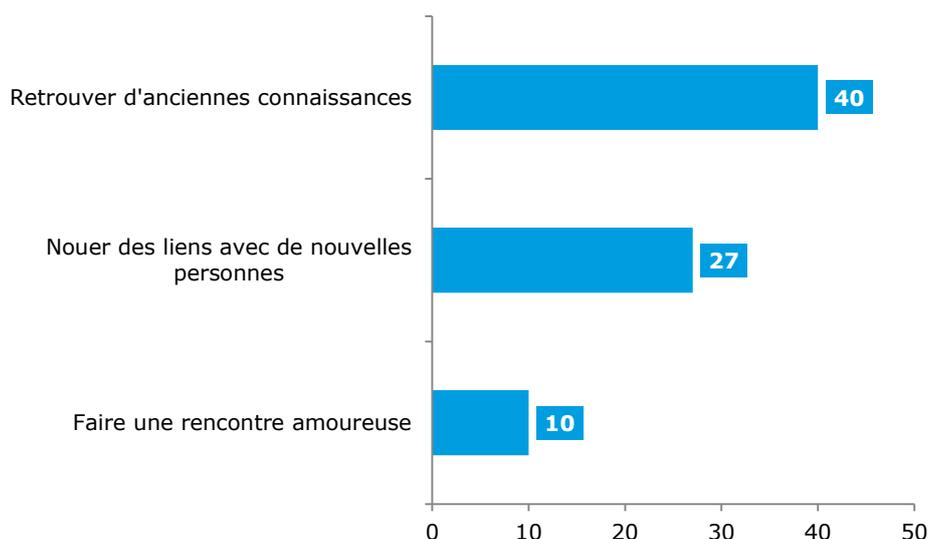
Source : Commission européenne, Eurobaromètre spécial n°404, novembre 2013.

## 2. Les effets des pratiques numériques sociales sur le réseau classique

Au total, **près d'une personne sur deux** (47 %) a pu, grâce à internet et aux technologies de l'information, enrichir son cercle relationnel. Le plus souvent en retrouvant une connaissance perdue de vue (40 %, Graphique 42), mais aussi en nouant des liens avec de nouvelles personnes (27 %), voire en faisant une rencontre amoureuse (10 %).

**Graphique 42 - Internet et les technologies de l'information vous ont-ils permis de ?**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

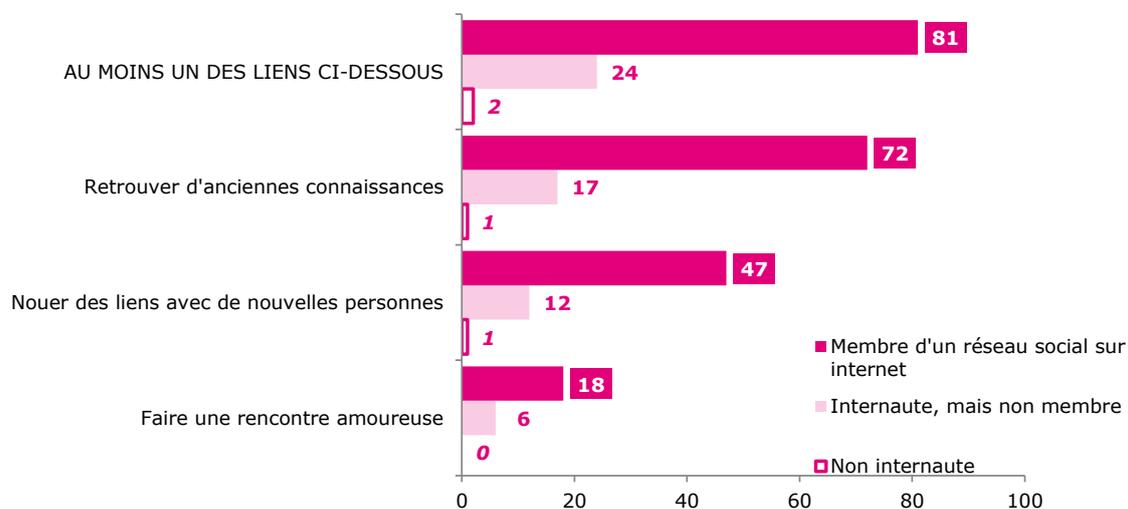


Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Les réseaux sociaux sur internet sont des relais puissants pour amorcer de nouvelles rencontres ou faire le lien avec des personnes perdues de vue : parmi leurs membres, **huit personnes sur dix ont agrandi leur cercle relationnel** : 72% ont retrouvé d'anciennes connaissances, 47% ont créé de nouveaux liens et 18% y ont fait une rencontre amoureuse. Cette proportion n'est que de 24% chez les internautes qui ne participent pas à de tels réseaux.

### Graphique 43 - Les réseaux sociaux sur internet au cœur des retrouvailles comme de la création de nouveaux liens

- Champ : ensemble de la population de 18 ans et plus, en % ayant créé au moins une sorte de lien -



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

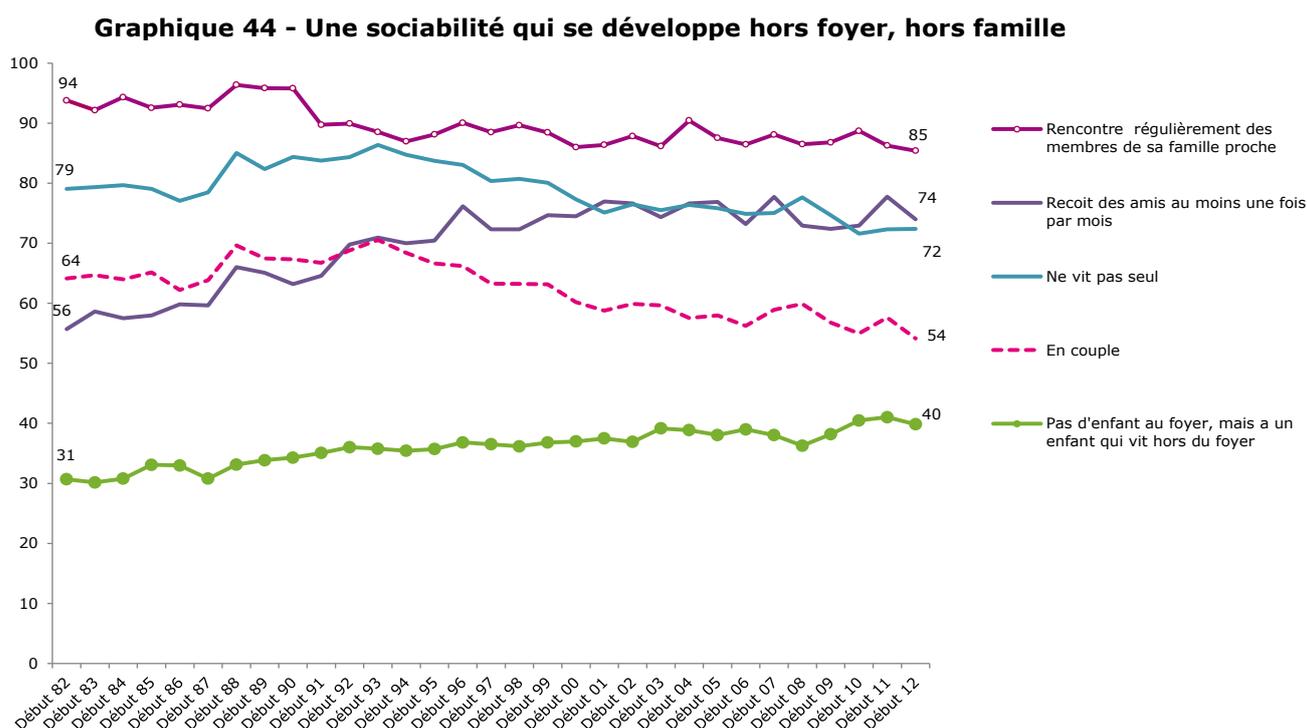
### 3. L'articulation entre les pratiques sociales numériques et le réseau classique

L'homme est amené tout au long de sa vie à côtoyer et interagir avec ses semblables dans de nombreux moments de la vie quotidienne : dans son cercle familial, à l'école, au travail, mais aussi par la participation à une association, à un club sportif, à une activité militante, etc. Ces liens sociaux contribuent à améliorer le bien-être individuel de chacun, tout en élargissant son « capital social », un réseau relationnel susceptible d'être mobilisé en cas de besoins. L'entourage proche peut apporter un soutien psychologique, une aide financière en cas de difficultés, rendre un service, mobiliser ses contacts professionnels, etc. Mais l'existence de relations plus éloignées, de simples connaissances, peut avoir un profond impact sur le bien-être individuel en apportant des informations ou en aidant à trouver un emploi, à évoluer dans sa carrière<sup>82</sup>, etc.

La forme que prennent les **liens sociaux est en pleine évolution depuis le début des années 1980**. En effet, le cycle de vie familial a subi de fortes transformations ces dernières décennies : recul de l'âge du mariage et du premier enfant, naissance d'enfants hors mariage, banalisation du divorce (54 divorces pour 100 mariages en 2011), multiplication des foyers monoparentaux et des familles recomposées, etc. Les conséquences sont nombreuses :

<sup>82</sup> OCDE, Comment va la vie? Mesurer le bien-être, Paris, Éditions de l'OCDE, 2011.

- La première conséquence de ces modifications est un **affaiblissement des relations sociales à l'intérieur du foyer** (Graphique 44). Le pourcentage de personnes « vivant seules » augmente (+7 points en 30 ans) alors que le nombre d'adultes vivant « en couple » est en baisse depuis le début des années 1980 (-10 points).
- Les **liens familiaux hors foyer s'effritent eux aussi** : le nombre de personnes « rencontrant régulièrement des membres de sa famille proche », bien que toujours très élevé (85% de la population en 2012), diminue lentement mais sûrement sur ces 30 dernières années (-10 points).
- Parallèlement à cette recomposition du réseau familial, on observe un **resserrement des liens amicaux**. En 1980, 54% des Français disaient « recevoir des amis ou des relations au moins une fois par mois », on en compte aujourd'hui 74%<sup>83</sup>. Cette évolution n'est pas sans conséquence sur le bien-être : passer du temps avec des amis ou des proches hors de son foyer est l'une des activités préférées des individus<sup>84</sup>.



Source : CRÉDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations ».

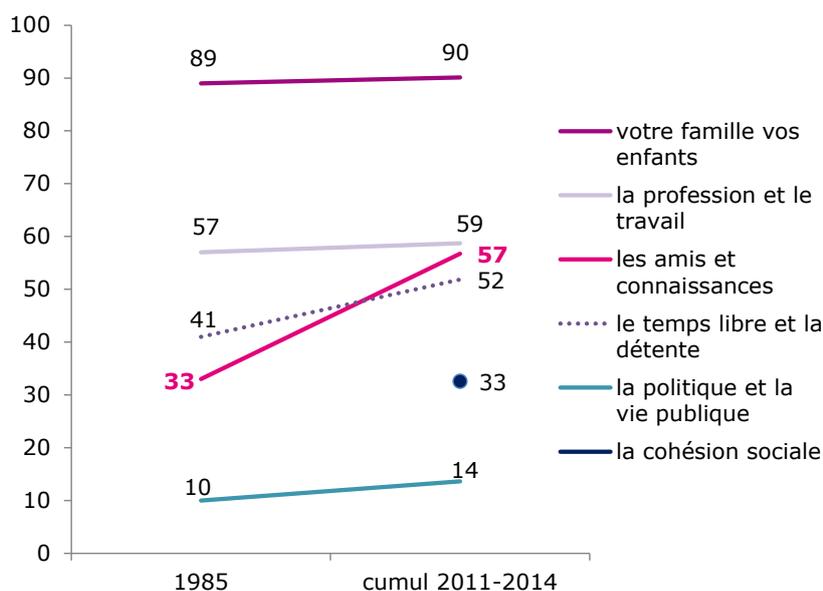
<sup>83</sup> Malgré tout, la France reste le pays de l'UE27 où la proportion de la population qui entretient des contacts avec des amis à un rythme hebdomadaire est le plus faible avec la Hongrie et la Pologne (45%) alors qu'il est de 60% en moyenne dans l'UE 27 et de plus de 70% au Portugal, Nouvelle-Zélande et en Grèce.

<sup>84</sup> KAHNEMAN Daniel and KRUEGER Alan B., "Developments in the Measurement of Subjective Well-Being", In *Journal of Economic Perspectives*, Volume 20, Number 1, 2006.

Et en parallèle, rappelons que l'importance accordée au **réseau affectif, aux liens avec la famille, et les amis**, n'a jamais été aussi élevée. Au cours des trente dernières années, la famille et les enfants est restée positionnée en tête de la hiérarchie des priorités de vie de nos concitoyens. Mais dans le même temps, 57% des Français estiment aujourd'hui que leurs amis et connaissances jouent un rôle important dans leur vie, ils n'étaient que 33% dans ce cas en 1985.

### Enquête Conditions de vie et Aspirations du CRÉDOC

« Pour chacun des domaines de la vie suivants, pouvez-vous attribuer une note de 1 à 7 selon l'importance que vous lui accordez- (1 signifie pas du tout important, 7 signifie très important, les notes intermédiaires vous permettent de nuancer) »- (note 6 et 7 sur une échelle de 1 à 7)



Source : CRÉDOC, Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations »

Pour un précédent travail de recherche sur le bien-être, le CREDOC a élaboré un indice synthétique de bien-être dont l'une des composantes concernait l'évolution du lien social, synthèse des différents liens déclarés par la personne interrogée (faire partie d'au moins une association, recevoir des amis au moins une fois par mois, rencontrer des membres de sa famille proche régulièrement) et des leviers réputés favoriser l'élaboration de réseaux sociaux (avoir un travail, des enfants, être marié ou pacsé). La stabilité, voire la très légère augmentation, de l'indice sur ces 30 dernières années confirme que l'on assiste, depuis au moins une trentaine d'années, non pas un recul global de la sociabilité des individus, **mais plutôt à une mutation des rapports sociaux, du noyau familial vers l'extérieur du foyer**. Les liens se tissent de plus en plus fréquemment avec des personnes choisies et non plus des personnes imposées par des normes sociales.

Comment les liens tissés sur la toile se combinent-ils aux formes plus classiques de socialisation « *off-line* » ? Pour répondre à cette question, nous avons réalisé une analyse factorielle à partir de douze comportements ou états consignés dans l'enquête. Il s'agit

pour moitié d'indicateurs relevant de la sociabilité « classique » et pour moitié d'indicateurs décrivant la sociabilité « numérique ».

Les variables actives de l'analyse en composantes multiples	
<b>Statut matrimonial</b> : célibataire / marié ou en couple / séparé / veuf	<b>Participation à un réseau social en ligne</b> : oui / non
<b>Situation d'emploi</b> : en emploi (actif occupé) / hors emploi (inactif ou chômeur)	<b>Consultation de courriels sur téléphone mobile</b> : oui / non
<b>Rencontres régulières avec des membres de la famille proche</b> : oui / non	<b>Envoi de SMS</b> : oui / non
<b>Réception, à domicile, d'amis ou de relations</b> : tous les jours, une fois par semaine, une fois par mois, plus rarement / jamais	<b>Echange de messages texte via Hangouts, etc.</b> : oui / non
<b>Visite culturelle au cours des douze derniers mois (*)</b> : oui / non	<b>Téléphone via hangouts, etc.</b> : oui / non
<b>Participation aux activités d'une association</b> : oui / non	<b>Création d'un lien grâce aux nouvelles technologies</b> : oui / non

Les visites culturelles ont été intégrées car de précédents travaux ont montré que dans 88% des cas, les visites culturelles et patrimoniales s'effectuent en compagnie d'autres personnes<sup>85</sup>.

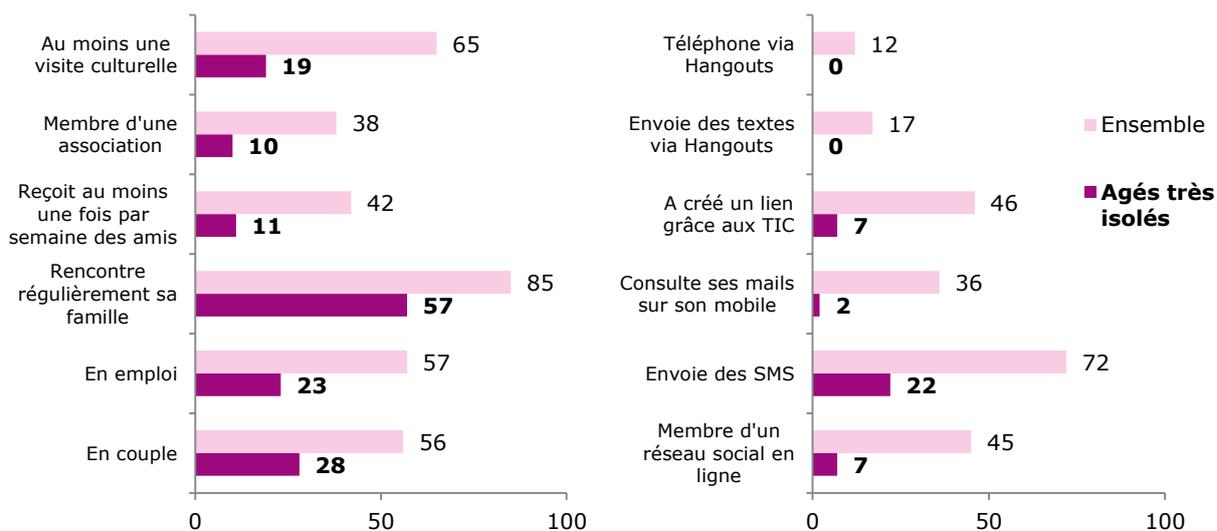
Le premier plan factoriel s'organise autour de deux axes, reprenant pour l'axe horizontal l'intensité des pratiques numériques et, pour l'axe vertical, plutôt les pratiques relevant de la sociabilité traditionnelle (avec notamment les modalités « ne reçoit jamais d'amis » et « ne rencontre pas de façon régulière des membres de sa famille » qui ont des ordonnées négatives et contribuent fortement à la construction de l'axe et qui se projettent dans le bas du plan). Dans cet espace factoriel, six groupes apparaissent, pour qui sociabilité numérique et sociabilité traditionnelle se combinent avec plus ou moins de force. Voyons dans le détail de qui il s'agit :

**Les âgés, isolés (12%)** : ce groupe, le plus réduit en nombre, se projette dans le quadrant en bas à droite. Il témoigne **à la fois d'un manque d'attrait certain pour les pratiques numériques** mais également **d'une sociabilité « traditionnelle » très peu développée** (Graphique 45). Moins d'une personne sur deux dispose d'un ordinateur à domicile (contre 80% des 18 ans et plus), on ne recense en leur sein qu'un tiers d'internautes (81% pour l'ensemble des adultes) et 5% ont l'usage d'un smartphone (45% en moyenne). Toutes les pratiques liées à internet et porteuses de sociabilité sont réduites à peau de chagrin, avec notamment moins de 10% de participation à un réseau social en ligne (contre 45% en moyenne). Dans le même temps, la sociabilité traditionnelle n'est pas mieux représentée : les rencontres avec la famille sont beaucoup moins fréquentes qu'en moyenne (- 28 points) et on reçoit rarement ou jamais d'amis à la maison (80% contre 34% en moyenne). Moins d'une personne sur cinq a effectué une visite culturelle et moins d'une sur dix participe à une association. Dans ce groupe, on

<sup>85</sup> Régis Bigot, Emilie Daudey, Sandra Hoibian et Jörg Müller, *La visite des musées, des expositions et des monuments*, Collection des Rapports du CREDOC n°281, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R281.pdf>, juin 2012

note une majorité de personnes vivant seules (56%) et de retraités (53%), avec 42% de personnes âgées de 70 ans et plus (moyenne d'âge : 65 ans) : l'isolement relationnel est, pour partie, imputable à l'âge. Cet isolement est renforcé par la faiblesse des ressources : bas revenus et classes moyennes inférieures sont surreprésentés (avec respectivement +12 et +7 points par rapport à la moyenne), tout comme les non diplômés (45% contre 19% en moyenne).

**Graphique 45 - Les indicateurs de sociabilité traditionnelle et numérique pour la catégorie « âgés très isolés »**



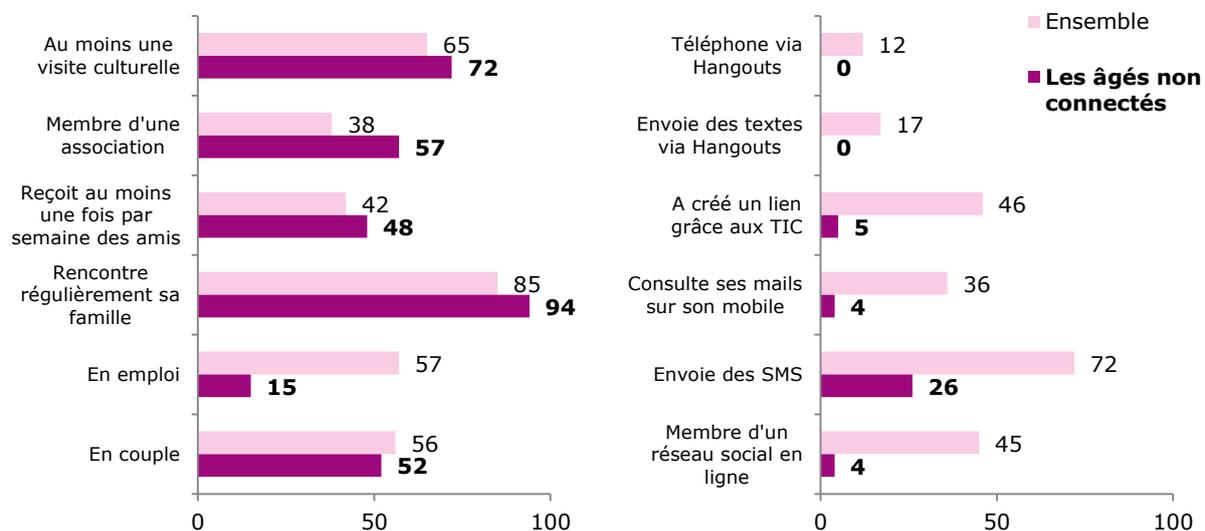
Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

**Les âgés cantonnés aux formes classiques de sociabilité (20%)** : une personne sur cinq se range dans cette catégorie, où les femmes sont surreprésentées (59%, +7 points) et où le niveau de vie est proche du niveau de vie moyen. Ce groupe se distingue par **des formes traditionnelles de sociabilité bien établies** (notamment via la participation associative, les sorties culturelles et les contacts avec les proches) mais par **l'absence quasi totale de formes de sociabilité issues des pratiques numériques** (Graphique 46). Même si on recense en leur sein 51% d'internautes et que 58% sont équipés en ordinateur à domicile (c'est davantage que dans le groupe précédent), ils ne sont pas entrés dans un réseau social numérique et n'ont quasiment jamais bénéficié, par ce biais, de la possibilité de créer de nouveaux liens (5%, contre 46% en moyenne).

Plus âgés qu'en moyenne (67 ans, soit 2 ans de plus que les membres du groupe précédent) et donc très souvent à la retraite (68%, + 42 points par rapport à la moyenne), ils sont donc privés de la sociabilité issue du monde du travail. Mais, sur tous les autres indicateurs, ils affichent des scores proches ou supérieurs à la moyenne. Pour la moitié d'entre eux, ils sont en couple. Et ils sont présents dans le monde associatif

(57%, + 19 points), friands de sorties culturelles (72%, + 7 points), en contact étroit aussi bien avec les membres de leurs familles que leurs amis.

**Graphique 46 - Les indicateurs de sociabilité traditionnelle et numérique pour la catégorie « âgés non connectés »**



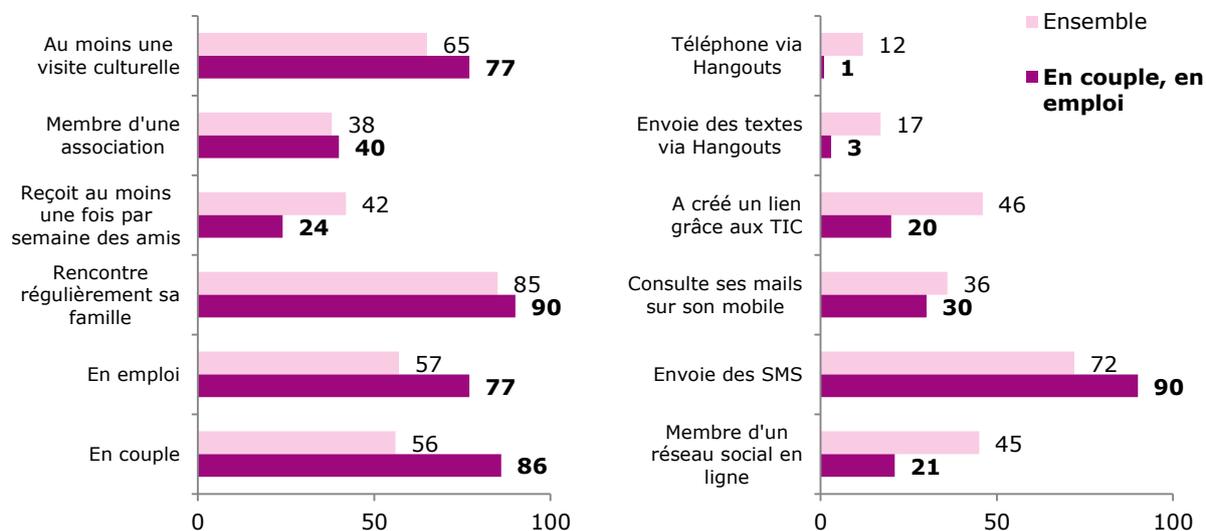
Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

**Les personnes en couple et en emploi (23%)** : près d'une personne sur quatre se range dans cette catégorie. Ici, l'âge des personnes concernées est concentré dans la tranche de 40 à 59 ans (57%, + 23 points). C'est dans ce groupe que la proportion d'actifs occupés est la plus élevée (76%, + 26 points) et que le taux de vie en couple est maximal (86%, + 30 points). **Les formes de sociabilité issues du travail, de la famille, des sorties culturelles ou de la participation associative sont plus développées qu'en moyenne.** Seule réserve : la réception d'amis ou de proches à domicile qui est plus espacée qu'en moyenne (63% se contentant de recevoir chez eux une fois par mois, + 29 points).

S'agissant des nouvelles technologies, ce groupe bénéficie, certes, d'un excellent taux d'équipement fixe : 93% ont un ordinateur chez eux (+ 13 points) et 92% disposent d'une connexion internet à haut débit (+ 14 points). L'usage d'internet est extrêmement répandu : on compte 94% d'internautes (+ 13 points), 67% d'achats en ligne (+ 11 points) ou encore de recours à l'administration en ligne. Mais les nouveaux outils (42% de possession de smartphone, contre 46% en moyenne) et procédés (comme la géolocalisation, le recours à Hangouts pour téléphoner ou envoyer des textes) ne sont que peu explorés et **internet n'endosse pas, ici, le rôle de facilitateur de relations sociales** : on ne compte que 21% de membres de réseau social en ligne (deux fois

moins qu'en moyenne) et une personne sur cinq seulement a, grâce aux nouvelles technologies, créé un nouveau lien (20% contre 46% en moyenne).

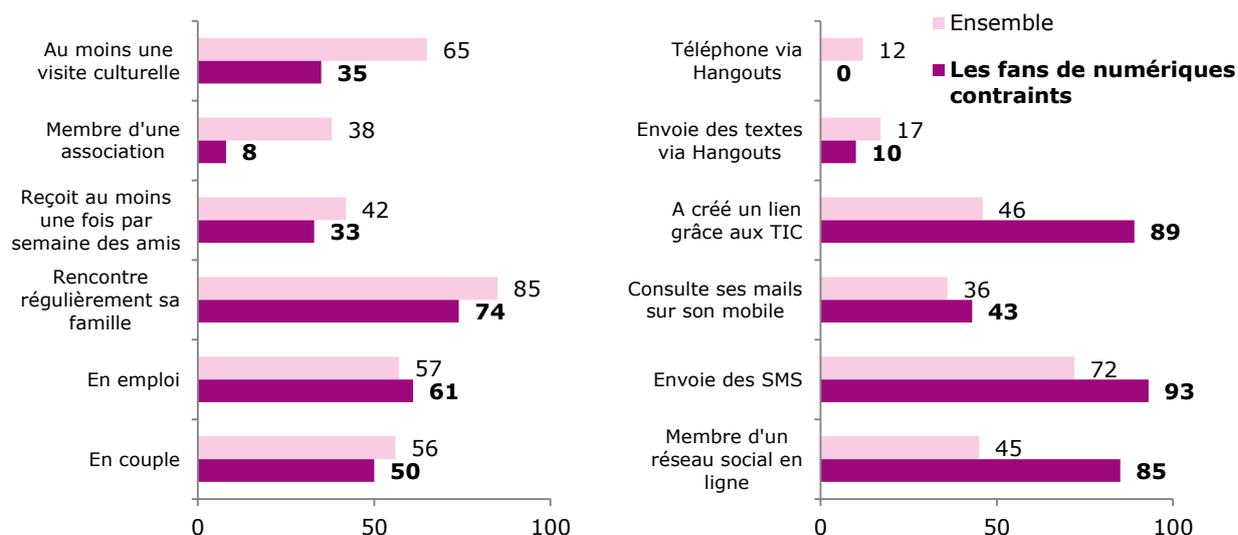
**Graphique 47 - Les indicateurs de sociabilité traditionnelle et numérique pour la catégorie « personnes en couple et en emploi »**



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

**Les numériques contraints (16%)** : on est face à un petit groupe utilisateur averti du net, notamment à des fins de socialisation (85% de participation à un réseau social en ligne, + 40 points) mais nettement en retrait s'agissant de sociabilité plus classique (Graphique 48). Les visites culturelles (- 30 points) et la participation associative (- 30 points) y sont particulièrement peu prisées. Les contacts avec la famille (- 9 points) et l'invitation d'amis à la maison (- 9 points) ne sont pas non plus très valorisés. Agés de 40 ans en moyenne, ces individus sont plus souvent employés (29%, + 12 points) et ouvriers (20%, + 8 points). 62% des membres de ce groupe se rangent parmi les bas revenus et les classes moyennes inférieures (+ 16 points). 81% disent s'imposer régulièrement des restrictions sur leur budget (+ 11 points). **Ce faible niveau de vie** n'obère pas les taux d'équipement en nouvelles technologies (90% d'ordinateur à domicile, 32% de tablette numérique et 58% de smartphone soit respectivement + 10, + 5 et + 13 points par rapport à la moyenne), mais il **contraint sans doute**, par ricochet, **les formes plus traditionnelles de sociabilité**.

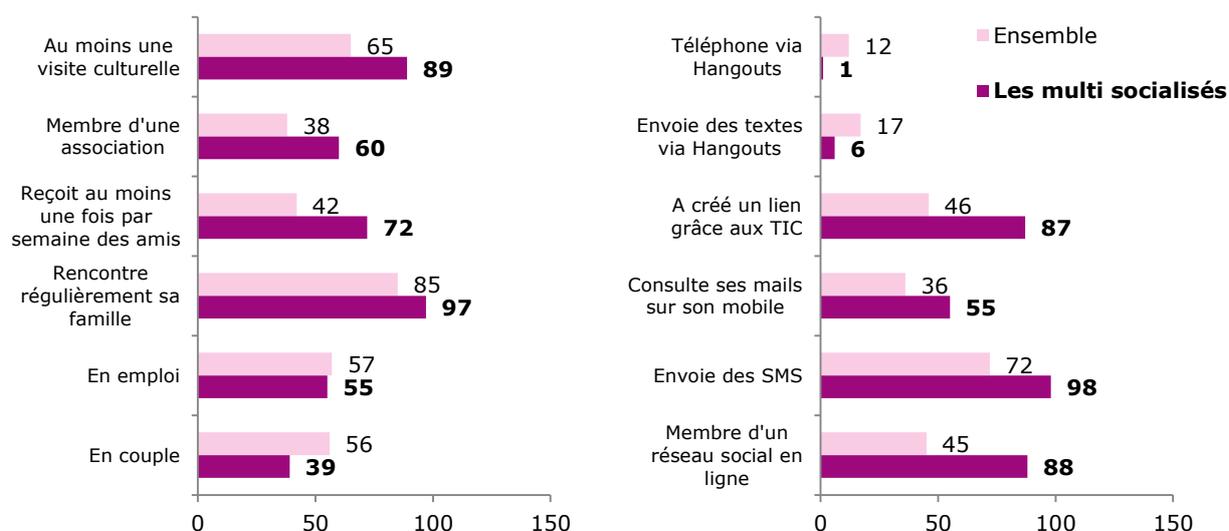
**Graphique 48 - Les indicateurs de sociabilité traditionnelle et numérique pour la catégorie « fans de numérique, contraints économiques »**



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

**Les multi-socialisés (15%)** : ce groupe jeune (26% ont moins de 25 ans, + 15 points) se distingue par **un goût prononcé pour toutes les formes de sociabilité, tant classiques que numériques**. C'est un groupe à la fois diplômé (44% sont diplômés de l'enseignement supérieur, + 15 points) et urbain (52% résident dans les grandes agglomérations de province ou à Paris, + 5 points) où les étudiants (+ 10 points), les cadres (+ 5 points) et les professions intermédiaires (+ 6 points) sont surreprésentés. Ils ont à la fois une sociabilité traditionnelle très riche et une sociabilité digitale. Seules les pratiques les plus nouvelles de communication *via* Hangouts ne les ont pas (encore ?) séduits. Ce sont les champions des visites culturelles (89%, + 24 points) et de la **participation associative** (60%, + 22 points). Ils sont 97% à rencontrer des membres de leur famille régulièrement et 88% à être membres de réseaux sociaux en ligne (+ 43 points). Ils reçoivent très souvent **des amis** chez eux (+ 30 points) et il n'est pas rare qu'ils aient créé de nouveaux liens grâce aux nouvelles technologies (87%, + 41 points).

**Graphique 49 - Les indicateurs de sociabilité traditionnelle et numérique pour la catégorie des « multi socialisés »**



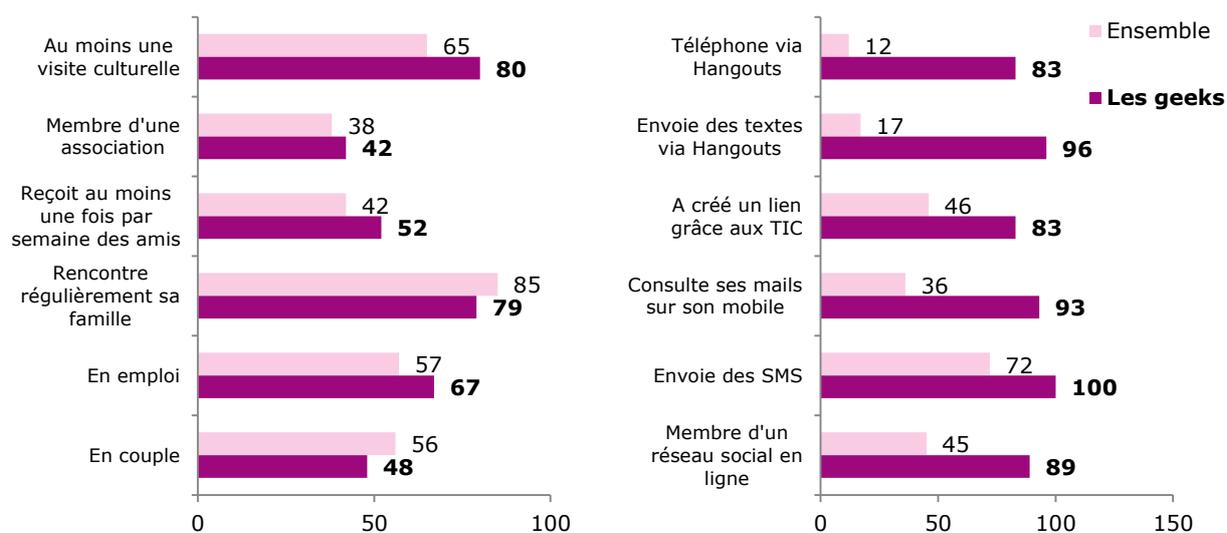
Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

**Les geeks (14%)** : c'est un groupe très **jeune** (69% ont moins de 40 ans, contre 34% en moyenne), **diplômé** (47% ont un diplôme de l'enseignement supérieur, + 18 points par rapport à la moyenne). Les cadres (19%, + 10 points), les étudiants (17%, + 11 points) et les habitants de Paris et son agglomération (33%, + 16 points) y sont surreprésentés. Deux personnes sur trois sont ici **en emploi** (contre une sur deux en moyenne). Les hommes (57%, + 9 points) sont surreprésentés. **Ce sont des technophiles convaincus** : tout le monde dans ce groupe est internaute et le taux d'équipement en smartphone culmine à 96%. La participation à un réseau social en ligne atteint 86% (+ 41 points), l'écoute de musique concerne 80% de la population (+ 38 points), le téléchargement d'applications 93% (+ 60 points). Toutes les formes de communication numérique sont exploitées, y compris les plus récentes : SMS (100%) et envois de mails sur téléphone mobile (93%) évidemment mais aussi envoi de textes grâce à Hangouts (96% contre 16% seulement dans l'ensemble de la population).

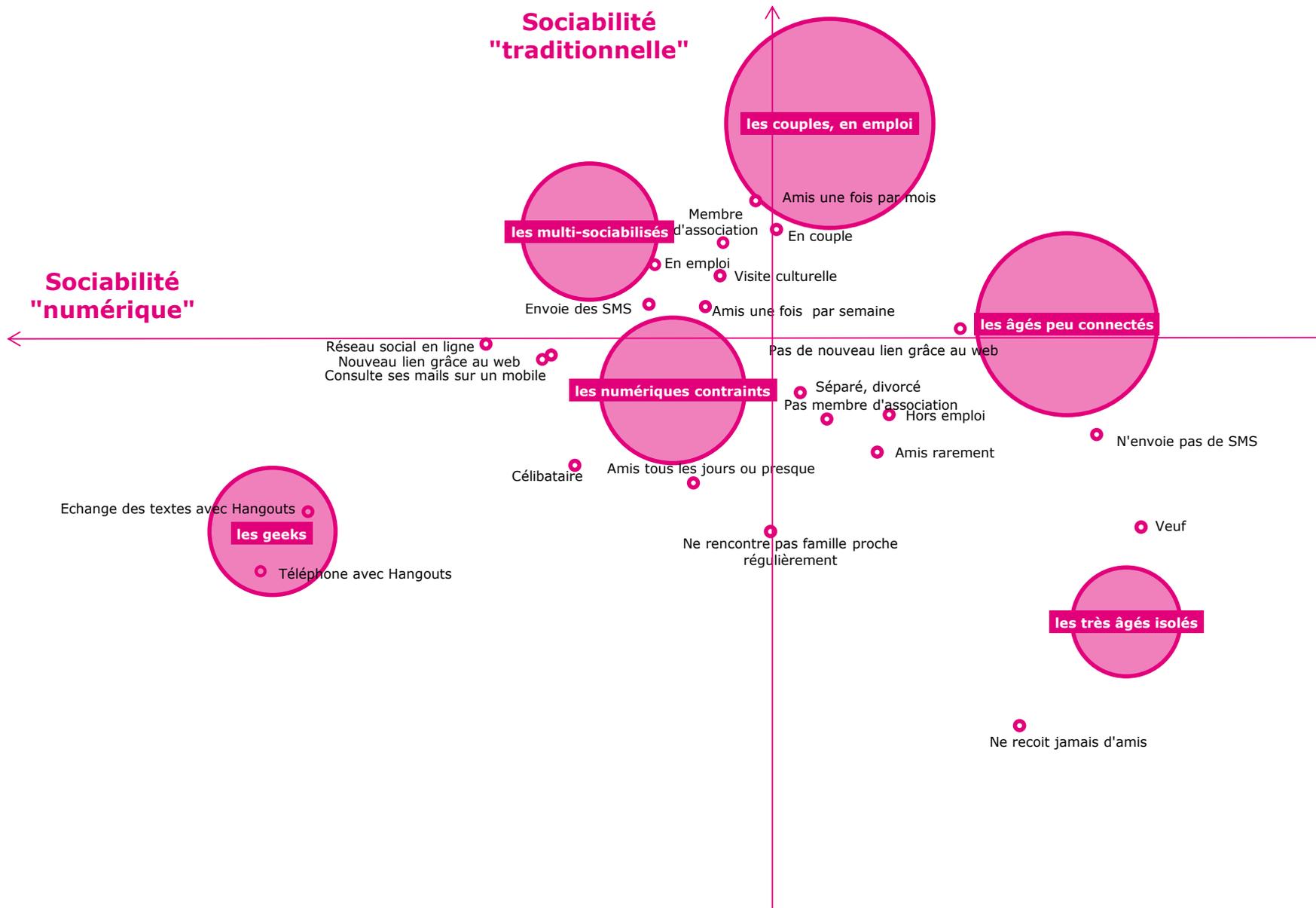
**Les modes traditionnels de sociabilité ne sont pas, ici, sacrifiés, mais ils sont moins développés que dans le groupe précédent.** 52% reçoivent des amis au moins une fois par semaine (+ 10 points) et 42% sont affiliés à une association (+ 4 points). Et les sorties culturelles atteignent 80% dans ce groupe jeune et urbain.

**Graphique 50**

**Les indicateurs de sociabilité traditionnelle et numérique pour la catégorie des « geeks »**



Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.



Y a-t-il un lien entre les formes de sociabilité développées par les individus et le niveau de bonheur qu'ils déclarent ? C'est une question évidemment très complexe, que nous nous contenterons d'effleurer ici grâce à deux questions posées dans l'enquête (« Dans votre vie actuelle, vous sentez-vous heureux ? » et « Vous arrive-t-il de vous sentir seul ? »). Pour être complet dans l'analyse il faudrait isoler de très nombreuses composantes : l'effet du revenu, de l'âge, de la situation professionnelle, etc. Nous avons réalisé des travaux de ce type<sup>86</sup> dans lesquels nous avons notamment mis en avant l'impact très fort de la situation affective sur le bonheur déclaré : être en couple, avoir des enfants est une dimension très importante du bien-être des individus, de leur propre point de vue et lorsqu'on procède à une analyse statistique. Le lien social élargi joue un rôle. Le travail et le niveau de vie également. Signalons enfin parmi les dimensions influentes, le sentiment d'être libre de vivre sa vie comme on l'entend et l'âge : les jeunes sont plus enclins à se déclarer heureux.

L'analyse des différences de situation (bonheur ressenti et sentiment de solitude) chez les différents groupes de notre typologie vient conforter les conclusions de nos précédents travaux et montrent que **les liens affectifs forts** sont les plus constitutifs du sentiment de bonheur, et que, en comparaison, **les liens numériques, aussi riches qu'ils soient, comblent moins les individus**. En effet,

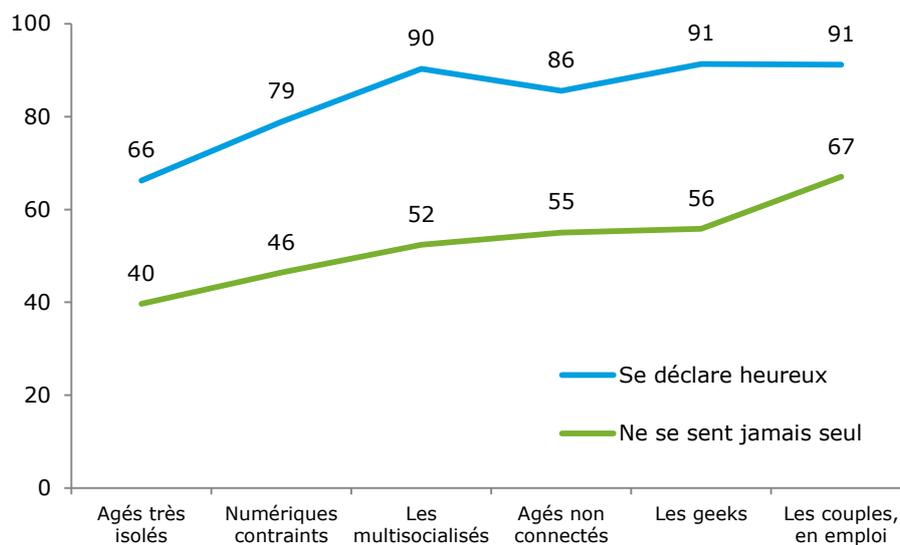
- **Le groupe des personnes en couple et en emploi** (23% de la population totale) qui cumule plusieurs facteurs jouant positivement sur le bonheur (vie en couple, présence d'enfants une fois sur deux, emploi, sociabilité développée) sont **dans la configuration la plus favorable** (taux de bonheur maximal et sentiment de solitude minimal, Graphique 51). Notons que ce groupe, qui a une sociabilité traditionnelle très forte mais une activité relationnelle digitale limitée se sent beaucoup moins souvent seuls que les geeks qui sont dans la situation inverse.
- Les **multi-socialisés** qui cumulent un goût prononcé pour toutes les formes de sociabilité, tant classiques que numériques, mais qui en terme de cycle de vie, sont plus souvent jeunes, célibataires et sans enfants que les couples se disent aussi **un peu plus souvent isolés que les couples**, installés dans une situation affective (un peu) plus stable et probablement rassurante.
- Si l'on compare les deux groupes qui privilégient **une seule forme de sociabilité**, les fans de numérique, subissant de fortes contraintes économiques se disent un moins heureux et plus isolés que les personnes âgées qui ont conservé une forte sociabilité traditionnelle mais qui sont peu connectés.

---

<sup>86</sup> Régis Bigot, Patricia Croutte, Emilie Daudey, Sandra Hoibian, Jörg Müller, *L'évolution du bien-être en France depuis 30 ans*, Cahier de recherche du CRÉDOC, n°298, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C298.pdf>

- Et tout en bas de l'échelle, **les âgés très isolés sont dans la position la plus délicate** : rappelons qu'ils cumulent un isolement relationnel, de faibles revenus. Ils se sentent fréquemment seuls et ne sont que 66% à se dire heureux (- 19 points par rapport à l'ensemble de la population).

**Graphique 51 - Sentiment de bonheur et de solitude pour les membres des six groupes de la typologie de sociabilité**



Source : CRÉDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

## Annexes

**Tableau A 1 - Qui fait partie d'un réseau social ?**

- Champ : ensemble des personnes de 18 ans et plus -

(en %)		Membre d'un réseau social sur internet	Internaute, mais pas membre d'un réseau social	Non internaute	Total (yc nsp)
<b>Ensemble de la population .....</b>		<b>45</b>	<b>36</b>	<b>19</b>	<b>100</b>
Sexe	Homme .....	43	<b>41</b>	16	100
	Femme .....	47	31	22	100
Age	18 - 24 ans .....	<b>88</b>	(11)	(1)	100
	25 - 39 ans .....	<b>72</b>	26	(2)	100
	40 - 59 ans .....	40	<b>48</b>	12	100
	60 - 69 ans .....	26	<b>50</b>	<b>24</b>	100
	70 ans et plus .....	(7)	29	<b>64</b>	100
Nombre de personnes dans le logement	Un .....	32	33	<b>35</b>	100
	Deux .....	39	39	22	100
	Trois .....	<b>55</b>	37	(8)	100
	Quatre .....	<b>58</b>	37	(5)	100
	Cinq et plus .....	<b>65</b>	29	(6)	100
Diplôme	Aucun, Cep .....	23	21	<b>56</b>	100
	Bepc .....	44	38	18	100
	Bac .....	<b>60</b>	34	(7)	100
	Diplôme du supérieur .....	<b>53</b>	<b>44</b>	(3)	100
Profession	Indépendant .....	43	38	(18)	100
	Cadre supérieur .....	<b>57</b>	<b>42</b>	(1)	100
	Profession intermédiaire .....	<b>53</b>	<b>46</b>	(1)	100
	Employé .....	<b>62</b>	31	(7)	100
	Ouvrier .....	<b>50</b>	38	13	100
	Reste au foyer .....	47	25	<b>28</b>	100
	Retraité .....	14	40	<b>46</b>	100
	Etudiant .....	<b>87</b>	(10)	(2)	100
Typologie des niveaux de vie	Bas revenus .....	47	26	<b>27</b>	100
	Classe moyenne inférieure .....	48	31	22	100
	Classe moyenne supérieure .....	46	<b>41</b>	13	100
	Hauts revenus .....	41	<b>49</b>	10	100
Lieu de résidence	Moins de 2 000 habitants .....	40	39	21	100
	De 2 000 à 20 000 habitants .....	40	36	<b>25</b>	100
	De 20 000 à 100 000 habitants .....	42	36	22	100
	Plus de 100 000 habitants .....	49	34	17	100
	Paris et aggl. parisienne .....	<b>55</b>	34	11	100

Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Les chiffres entre parenthèses reposent sur des effectifs faibles, ils sont à considérer avec précaution.

**Lecture** : en juin 2014, 88% des 18-24 ans sont membres d'un réseau social sur internet, contre 45% de l'ensemble de la population en moyenne.

**Tableau A 2**

**Diriez-vous que dans votre cercle de de relations dans les réseaux sociaux en ligne il y a ... ?**

- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, en % de quasiment tous et certains seulement -

		Les amis de toujours	Les membres de la famille proche	Des personnes qui ont compté	Des personnes rencontrées épisodi-quement	Des personnes jamais rencon-trées
<b>Ensemble de la population concernée .....</b>		<b>91</b>	<b>90</b>	<b>81</b>	<b>66</b>	<b>32</b>
Sexe	. Homme.....	91	88	80	69	36
	. Femme .....	92	92	81	63	30
Age	. 12 - 17 ans .....	<b>97</b>	88	78	58	23
	. 18 - 24 ans .....	<b>98</b>	91	<b>89</b>	<b>79</b>	31
	. 25 - 39 ans .....	94	92	<b>88</b>	<b>71</b>	34
	. 40 - 59 ans .....	85	90	73	56	34
	. 60 - 69 ans .....	77	89	65	66	<b>41</b>
	. 70 ans et plus.....	(89)	(96)	(69)	(57)	(24)
Nombre de personnes dans le logement	. Un.....	88	87	76	70	<b>40</b>
	. Deux .....	90	93	78	64	34
	. Trois.....	91	88	85	61	30
	. Quatre .....	93	88	82	67	30
	. Cinq et plus.....	94	<b>96</b>	80	69	29
Diplôme	. Aucun, Cep .....	91	90	71	53	<b>41</b>
	. Bepc.....	86	92	74	60	34
	. Bac .....	93	92	85	68	31
	. Diplôme du supérieur .....	93	89	<b>88</b>	<b>77</b>	33
	. Pers âgée de 12 à 17 ans .....	<b>97</b>	88	78	58	23
Profession	. Indépendant .....	91	91	<b>86</b>	<b>71</b>	(43)
	. Cadre supérieur .....	89	84	<b>86</b>	<b>73</b>	<b>43</b>
	. Profession intermédiaire .....	89	91	83	67	31
	. Employé .....	92	93	86	65	32
	. Ouvrier .....	87	88	74	60	34
	. Reste au foyer .....	91	94	72	63	33
	. Retraité .....	83	93	64	55	(29)
	. Elève - étudiant .....	<b>97</b>	89	83	69	27
Typologie des niveaux de vie	. Bas revenus .....	92	90	83	64	<b>38</b>
	. Classe moyenne inférieure .....	92	94	77	63	<b>37</b>
	. Classe moyenne supérieure .....	92	89	82	67	24
	. Hauts revenus .....	86	86	80	68	31
Lieu de résidence	. Moins de 2 000 habitants .....	94	93	82	63	31
	. De 2 000 à 20 000 habitants .....	93	89	76	56	32
	. De 20 000 à 100 000 hab. ....	85	91	74	59	35
	. Plus de 100 000 habitants.....	93	90	83	<b>74</b>	31
	. Paris et agglo. parisienne.....	88	87	84	68	35

Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Les chiffres entre parenthèses reposent sur des effectifs faibles, ils sont à considérer avec précaution.

**Lecture :** en juin 2014, 98% des 18-24 ans membres d'un réseau social disent qu'il y a, dans ce réseau, tous leurs amis de toujours ou certains d'entre eux, contre 91% de l'ensemble de la population concernée en moyenne.

**Tableau A 3**

**Diriez-vous que dans votre cercle de de relations dans les réseaux sociaux en ligne il y a ... ?**

- Champ : membres des réseaux sociaux de 12 ans et plus, **en % de quasiment tous** -

		Les amis de toujours	Les membres de la famille proche	Des personnes qui ont compté	Des personnes rencontrées épisodiquement	Des personnes jamais rencontrées
<b>Ensemble de la population concernée .....</b>		<b>34</b>	<b>33</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>3</b>
Sexe	. Homme.....	34	29	13	7	(2)
	. Femme .....	33	36	15	5	(3)
Age	. 12 - 17 ans .....	<b>55</b>	<b>39</b>	(17)	(7)	(1)
	. 18 - 24 ans .....	<b>49</b>	26	<b>22</b>	(12)	(2)
	. 25 - 39 ans .....	33	35	13	(5)	(4)
	. 40 - 59 ans .....	20	30	12	(4)	(3)
	. 60 - 69 ans .....	(11)	(30)	(5)	(5)	(5)
	. 70 ans et plus.....	(13)	(48)	(8)	(0)	(0)
Nombre de personnes dans le logement	. Un.....	27	29	(12)	(4)	(1)
	. Deux .....	27	31	14	(4)	(4)
	. Trois.....	33	25	(11)	(7)	(4)
	. Quatre.....	38	36	15	(6)	(2)
	. Cinq et plus.....	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>20</b>	(10)	(2)
Diplôme	. Aucun, Cep .....	(24)	(32)	(13)	(5)	(5)
	. Bepc.....	27	33	13	(5)	(4)
	. Bac .....	33	31	(13)	(5)	(2)
	. Diplôme du supérieur .....	33	31	15	(8)	(2)
	. Pers âgée de 12 à 17 ans.....	<b>55</b>	<b>39</b>	(17)	(7)	(1)
Profession	. Indépendant .....	(20)	(31)	(18)	(8)	(3)
	. Cadre supérieur .....	34	(27)	(12)	(8)	(2)
	. Profession intermédiaire .....	21	30	(9)	(3)	(1)
	. Employé .....	30	35	17	(5)	(3)
	. Ouvrier .....	35	27	(15)	(4)	(3)
	. Reste au foyer .....	(21)	<b>38</b>	(13)	(5)	(6)
	. Retraité .....	(11)	(40)	(5)	(2)	(3)
	. Elève - étudiant .....	<b>58</b>	34	18	(11)	(1)
Typologie des niveaux de vie	. Bas revenus .....	37	34	17	(7)	(6)
	. Classe moyenne inférieure .....	30	36	12	(5)	(2)
	. Classe moyenne supérieure .....	33	30	13	(5)	(2)
	. Hauts revenus .....	30	30	(12)	(8)	(1)
Lieu de résidence	. Moins de 2 000 habitants .....	34	36	(12)	(3)	(2)
	. De 2 000 à 20 000 habitants .....	32	36	(13)	(6)	(3)
	. De 20 000 à 100 000 hab. ....	26	33	(13)	(6)	(4)
	. Plus de 100 000 habitants.....	<b>39</b>	32	16	(5)	(3)
	. Paris et agglo. parisienne.....	30	28	15	(12)	(2)

Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Les chiffres entre parenthèses reposent sur des effectifs faibles, ils sont à considérer avec précaution.

**Lecture** : en juin 2014, 49% des 18-24 ans membres d'un réseau social disent qu'il y a, dans ce réseau, tous leurs amis de toujours, contre 34% de l'ensemble de la population concernée en moyenne.

**Tableau A 4 - Les différents usages liés au téléphone mobile en 2014**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

		Envoyer des SMS	Consulter des emails	Echanger des messages texte via Hangouts, etc.	Télépho-ner via Hangouts, etc.
<b>Ensemble de la population .....</b>		<b>74</b>	<b>36</b>	<b>17</b>	<b>12</b>
Sexe	. Homme .....	73	38	17	11
	. Femme .....	74	34	18	12
Age	. 12 - 17 ans .....	<b>87</b>	32	<b>25</b>	(10)
	. 18 - 24 ans .....	<b>99</b>	<b>71</b>	<b>46</b>	<b>34</b>
	. 25 - 39 ans .....	<b>97</b>	<b>56</b>	<b>26</b>	<b>19</b>
	. 40 - 59 ans .....	<b>79</b>	34	13	9
	. 60 - 69 ans .....	55	17	(6)	(5)
	. 70 ans et plus .....	22	(5)	(0)	(0)
Nombre de personnes dans le logement	. Un .....	57	23	9	6
	. Deux .....	65	31	13	9
	. Trois .....	<b>86</b>	<b>44</b>	21	14
	. Quatre .....	<b>90</b>	<b>45</b>	<b>25</b>	16
	. Cinq et plus .....	<b>87</b>	<b>48</b>	<b>29</b>	<b>19</b>
Diplôme	. Aucun, Cep .....	38	11	(4)	(3)
	. Bepc .....	72	29	13	9
	. Bac .....	<b>85</b>	<b>50</b>	<b>23</b>	16
	. Diplôme du supérieur .....	<b>87</b>	<b>52</b>	<b>25</b>	<b>17</b>
	. Pers âgée de 12 à 17 ans .....	<b>87</b>	32	<b>25</b>	(10)
Profession	. Indépendant .....	64	34	(17)	(12)
	. Cadre supérieur .....	<b>92</b>	<b>61</b>	<b>30</b>	<b>21</b>
	. Profession intermédiaire .....	<b>94</b>	<b>49</b>	21	14
	. Employé .....	<b>89</b>	<b>46</b>	<b>23</b>	15
	. Ouvrier .....	<b>84</b>	34	14	(10)
	. Reste au foyer .....	62	25	(11)	(9)
	. Retraité .....	37	11	(2)	(2)
. Elève - étudiant .....	<b>91</b>	<b>48</b>	<b>34</b>	<b>20</b>	
Typologie des niveaux de vie	. Bas revenus .....	68	29	17	11
	. Classe moyenne inférieure .....	72	33	15	10
	. Classe moyenne supérieure .....	<b>79</b>	40	16	11
	. Hauts revenus .....	77	<b>43</b>	21	14
Lieu de résidence	. Moins de 2 000 habitants .....	70	28	10	(6)
	. De 2 000 à 20 000 habitants .....	68	29	15	10
	. De 20 000 à 100 000 habitants .....	72	37	15	(10)
	. Plus de 100 000 habitants .....	76	39	17	11
	. Paris et agglo. parisienne.....	<b>80</b>	<b>48</b>	<b>31</b>	<b>23</b>

Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Les chiffres entre parenthèses reposent sur des effectifs faibles, ils sont à considérer avec précaution.

**Lecture** : en juin 2014, 68 % des 12-17 ans naviguent sur internet sur un téléphone mobile, contre 43 % de l'ensemble de la population en moyenne.

**Tableau A 5**  
**Proportion d'individus utilisant leur téléphone mobile pour envoyer des SMS**

- Champ : population de 12 ans et plus disposant d'un téléphone mobile, en % -

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evolution 2013- 2014	
<b>Ensemble de la population concernée .....</b>	<b>64</b>	<b>65</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>74</b>	<b>73</b>	<b>71</b>	<b>75</b>	<b>78</b>	<b>83</b>	<b>+ 5</b>	
Sexe	. Homme.....	64	62	66	67	70	70	66	71	75	80	+ 6
	. Femme .....	67	67	72	71	77	75	<b>76</b>	78	82	85	+ 3
Age	. 12 - 17 ans .....	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>99</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>99</b>	+ 1
	. 18 - 24 ans .....	<b>92</b>	<b>97</b>	<b>96</b>	<b>98</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>99</b>	<b>99</b>	<b>98</b>	<b>100</b>	+ 2
	. 25 - 39 ans .....	<b>79</b>	<b>76</b>	<b>82</b>	<b>82</b>	<b>88</b>	<b>89</b>	<b>86</b>	<b>89</b>	<b>94</b>	<b>98</b>	+ 5
	. 40 - 59 ans .....	51	47	55	57	68	69	64	75	80	85	+ 5
	. 60 - 69 ans .....	22	(20)	33	36	40	38	45	43	54	66	<b>+ 12</b>
	. 70 ans et plus.....	(6)	(14)	(10)	(16)	(21)	(19)	(17)	24	28	33	+ 5
Nombre de personnes dans le logement	. Un.....	60	64	67	62	69	63	64	63	70	72	+ 2
	. Deux .....	52	50	52	57	65	62	61	62	68	73	+ 5
	. Trois.....	<b>70</b>	<b>72</b>	73	<b>76</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>77</b>	<b>84</b>	<b>84</b>	<b>90</b>	+ 5
	. Quatre.....	<b>73</b>	<b>69</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	77	<b>87</b>	<b>82</b>	<b>90</b>	<b>91</b>	<b>94</b>	+ 4
	. Cinq et plus.....	<b>80</b>	<b>76</b>	<b>81</b>	<b>75</b>	<b>84</b>	<b>83</b>	<b>81</b>	<b>85</b>	<b>91</b>	<b>95</b>	+ 5
Diplôme	. Aucun, Cep.....	39	40	44	43	50	50	37	42	51	56	+ 4
	. Bepc.....	61	62	65	64	69	67	63	72	73	79	+ 6
	. Bac.....	<b>71</b>	<b>74</b>	73	<b>81</b>	<b>83</b>	<b>79</b>	<b>80</b>	<b>84</b>	<b>89</b>	<b>90</b>	+ 1
	. Diplôme du supérieur.....	<b>72</b>	65	<b>75</b>	73	77	<b>80</b>	<b>82</b>	<b>81</b>	<b>86</b>	<b>90</b>	+ 4
	. Pers âgée de 12 à 17 ans .....	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>99</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>99</b>	+ 1
Profession	. Indépendant.....	51	(36)	54	55	76	64	56	66	73	74	+ 1
	. Cadre supérieur .....	<b>72</b>	63	71	72	77	<b>82</b>	<b>84</b>	<b>87</b>	<b>92</b>	<b>95</b>	+ 3
	. Profession intermédiaire.....	<b>70</b>	<b>70</b>	<b>75</b>	<b>77</b>	<b>82</b>	<b>86</b>	<b>81</b>	<b>87</b>	<b>92</b>	<b>95</b>	+ 3
	. Employé.....	<b>73</b>	<b>71</b>	<b>77</b>	<b>78</b>	76	<b>83</b>	<b>80</b>	<b>86</b>	<b>91</b>	<b>93</b>	+ 2
	. Ouvrier .....	<b>70</b>	67	73	71	78	72	72	77	<b>83</b>	<b>88</b>	+ 5
	. Reste au foyer .....	42	51	53	56	72	69	63	69	67	75	+ 8
	. Retraité.....	19	18	20	25	35	30	33	34	40	50	+ 9
. Elève – étudiant.....	<b>94</b>	<b>96</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>97</b>	<b>96</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>99</b>	+ 2	
Typologie des niveaux de vie	. Bas revenus .....	-	-	-	-	-	-	73	76	78	84	+ 6
	. Classe moyenne inférieure ....	-	-	-	-	-	-	69	73	77	81	+ 4
	. Classe moyenne supérieure ..	-	-	-	-	-	-	68	74	81	85	+ 4
	. Hauts revenus .....	-	-	-	-	-	-	72	78	79	83	+ 4
Lieu de résidence	. Moins de 2 000 habitants .....	62	59	66	61	70	69	68	71	73	82	+ 9
	. De 2 000 à 20 000 habitants .	63	66	65	70	71	72	65	75	79	81	+ 3
	. De 20 000 à 100 000 hab. ....	67	60	70	69	76	71	68	70	75	80	+ 5
	. Plus de 100 000 habitants .....	66	67	73	73	76	73	<b>76</b>	76	81	83	+ 2
	. Paris et aggl. parisienne .....	<b>69</b>	69	68	71	78	<b>79</b>	73	<b>80</b>	82	86	+ 4

Source : Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.

Les chiffres entre parenthèses reposent sur des effectifs faibles, ils sont à considérer avec précaution.

Ns : non significatif.

**Lecture** : en juin 2014, 95 % des cadres supérieurs disposant d'un téléphone mobile l'utilisent pour envoyer des SMS, contre 83 % de l'ensemble de la population concernée en moyenne.

**Tableau A 6**  
**Environ combien de SMS envoyez-vous par semaine ?**

- Champ : population de 12 ans et plus utilisant leur téléphone mobile pour envoyer des SMS, en % -

		Moins de 3 par semaine	De 3 à 10 par semaine	Plus de 10 par semaine	Total
<b>Ensemble de la population concernée .....</b>		<b>9</b>	<b>27</b>	<b>64</b>	<b>100</b>
Sexe	Homme .....	11	29	61	100
	Femme .....	8	26	66	100
Age	12 - 17 ans .....	(2)	(9)	<b>88</b>	100
	18 - 24 ans .....	(1)	(8)	<b>92</b>	100
	25 - 39 ans .....	(5)	24	<b>72</b>	100
	40 - 59 ans .....	10	<b>35</b>	55	100
	60 - 69 ans .....	<b>28</b>	<b>45</b>	27	100
	70 ans et plus .....	(31)	<b>48</b>	(21)	100
Nombre de personnes dans le logement	Un .....	12	31	57	100
	Deux .....	<b>15</b>	<b>32</b>	54	100
	Trois .....	(6)	26	68	100
	Quatre .....	(6)	26	<b>69</b>	100
	Cinq et plus .....	(6)	19	<b>76</b>	100
Diplôme	Aucun, Cep .....	(16)	<b>38</b>	46	100
	Bepc .....	12	<b>32</b>	56	100
	Bac .....	(7)	22	<b>71</b>	100
	Diplôme du supérieur .....	8	29	64	100
	Pers âgée de 12 à 17 ans .....	(2)	(9)	<b>88</b>	100
Profession	Indépendant .....	(14)	(15)	<b>71</b>	100
	Cadre supérieur .....	(7)	28	64	100
	Profession intermédiaire .....	(6)	<b>32</b>	62	100
	Employé .....	(6)	25	68	100
	Ouvrier .....	(9)	<b>32</b>	60	100
	Reste au foyer .....	(7)	<b>36</b>	57	100
	Retraité .....	<b>31</b>	<b>46</b>	22	100
	Elève - étudiant .....	(2)	(8)	<b>91</b>	100
Typologie des niveaux de vie	Bas revenus .....	(8)	25	68	100
	Classe moyenne inférieure .....	8	24	68	100
	Classe moyenne supérieure .....	10	30	60	100
	Hauts revenus .....	(10)	<b>32</b>	59	100
Lieu de résidence	Moins de 2 000 habitants .....	12	31	57	100
	De 2 000 à 20 000 habitants .....	11	26	62	100
	De 20 000 à 100 000 habitants .....	(8)	26	66	100
	Plus de 100 000 habitants .....	7	26	67	100
	Paris et aggl. parisienne .....	9	26	65	100

Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Les chiffres entre parenthèses reposent sur des effectifs faibles, ils sont à considérer avec précaution.

**Lecture** : en juin 2014, 92 % des 18-24 ans qui utilisent leur téléphone mobile pour envoyer des SMS en ont envoyé plus de 10 par semaine en moyenne, contre 64 % de l'ensemble de la population concernée en moyenne.

**Tableau A 7 - Nombre moyen de SMS envoyés par semaine**

- Champ : population de 12 ans et plus utilisant leur téléphone mobile pour envoyer des SMS,  
en nombre de SMS envoyés par semaine -

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
<b>Ensemble de la population concernée .....</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>30</b>	<b>57</b>	<b>75</b>	<b>108</b>	<b>124</b>	<b>101</b>	
Sexe	. Homme .....	16	14	15	18	32	58	62	93	120	83
	. Femme .....	13	15	14	20	29	57	87	122	127	116
Age	. 12 - 17 ans.....	28	31	27	48	90	182	249	435	381	289
	. 18 - 24 ans.....	20	23	24	30	54	114	157	235	292	269
	. 25 - 39 ans.....	11	10	10	13	20	30	42	49	102	70
	. 40 - 59 ans.....	7	6	7	7	10	15	23	28	25	42
	. 60 - 69 ans.....	4	3	4	4	4	4	11	10	15	11
	. 70 ans et plus.....	2	2	9	9	2	3	5	12	6	10
Nombre de personnes dans le logement	. Un.....	15	12	14	14	19	36	42	49	104	63
	. Deux.....	12	14	13	14	21	33	55	101	72	61
	. Trois.....	12	10	14	18	34	63	83	85	73	110
	. Quatre.....	15	18	14	20	27	68	75	107	159	142
	. Cinq et plus.....	19	16	18	32	57	101	148	212	255	149
Diplôme	. Aucun, Cep.....	12	12	17	14	24	38	45	67	40	41
	. Bepc.....	13	15	13	16	23	50	64	85	115	87
	. Bac.....	13	12	15	17	21	39	74	88	137	117
	. Diplôme du supérieur.....	8	8	8	11	19	23	31	36	57	60
	. Pers âgée de 12 à 17 ans.....	28	31	27	48	90	182	249	435	381	289
Profession	. Indépendant.....	9	4	12	10	17	28	29	41	55	56
	. Cadre supérieur.....	10	11	6	8	13	26	19	25	39	36
	. Profession intermédiaire.....	7	9	9	9	20	17	32	30	57	76
	. Employé.....	13	13	12	15	22	29	66	72	76	96
	. Ouvrier.....	14	14	11	19	27	58	56	61	136	67
	. Reste au foyer.....	11	9	12	16	16	23	59	41	86	68
	. Retraité.....	4	2	4	3	4	4	7	11	10	10
. Elève - étudiant.....	24	26	26	38	70	159	210	390	361	280	
Typologie des niveaux de vie	. Bas revenus.....	-	-	-	-	-	-	108	140	231	121
	. Classe moyenne inférieure ...	-	-	-	-	-	-	78	129	90	102
	. Classe moyenne supérieure .	-	-	-	-	-	-	58	99	95	94
	. Hauts revenus.....	-	-	-	-	-	-	50	55	64	81
Lieu de résidence	. Moins de 2 000 habitants.....	13	14	13	17	29	59	54	107	100	76
	. De 2 000 à 20 000 habitants.	15	14	18	17	27	58	69	124	101	82
	. De 20 000 à 100 000 hab. ...	17	16	15	20	37	58	84	124	151	125
	. Plus de 100 000 habitants....	14	14	13	20	29	52	89	78	131	115
	. Paris et aggl. parisienne.....	14	15	14	21	33	62	79	135	141	105

Source : Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.

**Lecture** : en juin 2014, les 12-17 ans équipés en téléphone mobile et qui envoient des SMS en envoient 289 en moyenne par semaine, contre 101 SMS envoyés en moyenne pour l'ensemble de la population concernée.

**Tableau A 8 – Proportion de personnes ayant joué à des jeux en réseau sur internet au cours des 12 derniers mois**

(en %)		2003	2007	2010	2012	Evolution 2010-2012
<b>Ensemble de la population .....</b>		<b>9</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>=</b>
Sexe	. Homme .....	12	14	24	<b>25</b>	+ 1
	. Femme.....	6	8	16	16	=
Age	. 12 - 17 ans.....	<b>31</b>	<b>41</b>	<b>57</b>	<b>55</b>	- 2
	. 18 - 24 ans.....	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>35</b>	<b>37</b>	+ 2
	. 25 - 39 ans.....	11	11	<b>27</b>	<b>29</b>	+ 2
	. 40 - 59 ans.....	(3)	5	12	14	+ 2
	. 60 - 69 ans.....	(0)	(1)	(6)	(5)	ns
	. 70 ans et plus .....	(0)	(1)	(1)	(4)	ns
Nombre de personnes dans le logement	. Un .....	(6)	(5)	9	11	+ 2
	. Deux.....	5	7	13	15	+ 2
	. Trois .....	13	12	24	24	=
	. Quatre .....	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	- 2
	. Cinq et plus .....	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>36</b>	<b>31</b>	- 5
Diplôme	. Aucun, Cep .....	(1)	4	8	10	+ 2
	. Bepc .....	7	8	17	21	+ 4
	. Bac.....	(10)	<b>16</b>	20	23	+ 3
	. Diplôme du supérieur.....	11	7	18	14	- 4
	. Pers âgée de 12 à 17 ans .....	<b>31</b>	<b>41</b>	<b>57</b>	<b>55</b>	- 2
Profession	. Indépendant .....	(7)	(7)	(14)	(16)	ns
	. Cadre supérieur.....	(7)	(6)	(13)	(16)	ns
	. Profession intermédiaire.....	(10)	(8)	19	16	- 3
	. Employé.....	9	9	18	<b>25</b>	<b>+ 7</b>
	. Ouvrier .....	(5)	10	23	<b>27</b>	+ 4
	. Reste au foyer.....	(4)	(5)	19	17	- 2
	. Retraité.....	(0)	(1)	(4)	(5)	ns
	. Elève - étudiant .....	<b>28</b>	<b>35</b>	<b>49</b>	<b>46</b>	- 3
Revenus mensuels du foyer	. Inférieurs à 900 €.....	(4)	(8)	(12)	(18)	ns
	. Entre 900 et 1 500 €.....	8	8	16	19	+ 3
	. Entre 1 500 et 2 300 €.....	10	14	23	21	- 2
	. Entre 2 300 et 3 100 €.....	10	13	24	<b>26</b>	+ 2
	. Supérieurs à 3 100 € .....	12	12	21	17	- 4
Lieu de résidence	. Moins de 2 000 habitants .....	9	10	20	20	=
	. De 2 000 à 20 000 habitants..	6	8	20	21	+ 1
	. De 20 000 à 100 000 hab. ....	(7)	(12)	18	20	+ 2
	. Plus de 100 000 habitants .....	(8)	8	22	21	- 1
	. Paris et aggl. parisienne .....	9	14	19	19	=

Source : Enquêtes « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP.

Les chiffres entre parenthèses reposent sur des effectifs faibles, ils sont à considérer avec précaution.

ns : non significatif.

**Lecture** : en juin 2012, s'agissant des douze derniers mois, 55% des 12-17 ans ont joué en réseau sur internet, contre 20% de l'ensemble de la population en moyenne. Cette proportion est en recul de 2 points par rapport à juin 2010.

**Tableau A 9 - Internet et les technologies de l'information vous ont-ils permis de ?**

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus, en % -

		Retrouver d'anciennes connaissances	Nouer des liens avec de nouvelles personnes	Faire une rencontre amoureuse	L'un des trois
<b>Ensemble de la population</b> .....		<b>40</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>47</b>
Sexe	Homme .....	39	31	12	49
	Femme .....	41	23	8	46
Age	12 - 17 ans .....	<b>53</b>	<b>39</b>	(10)	<b>67</b>
	18 - 24 ans .....	<b>79</b>	<b>54</b>	<b>19</b>	<b>89</b>
	25 - 39 ans .....	<b>64</b>	<b>37</b>	<b>15</b>	<b>69</b>
	40 - 59 ans .....	32	22	10	40
	60 - 69 ans .....	20	17	(6)	28
	70 ans et plus .....	9	(4)	(1)	10
Nombre de personnes dans le logement	Un .....	27	22	13	35
	Deux .....	35	18	7	38
	Trois .....	<b>49</b>	31	12	<b>57</b>
	Quatre .....	<b>51</b>	<b>35</b>	9	<b>59</b>
	Cinq et plus .....	<b>55</b>	<b>38</b>	12	<b>64</b>
Diplôme	Aucun, Cep .....	17	12	(4)	20
	Bepc .....	35	24	10	43
	Bac .....	<b>53</b>	<b>35</b>	<b>15</b>	<b>59</b>
	Diplôme du supérieur .....	<b>50</b>	30	12	<b>57</b>
	Pers âgée de 12 à 17 ans .....	<b>53</b>	<b>39</b>	(10)	<b>67</b>
Profession	Indépendant .....	36	26	(13)	46
	Cadre supérieur .....	<b>49</b>	<b>35</b>	(12)	<b>57</b>
	Profession intermédiaire .....	<b>49</b>	27	13	<b>57</b>
	Employé .....	<b>54</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>59</b>
	Ouvrier .....	39	28	13	48
	Reste au foyer .....	41	27	(10)	47
	Retraité .....	13	6	(2)	15
	Elève - étudiant .....	<b>61</b>	<b>45</b>	11	<b>74</b>
Typologie des niveaux de vie	Bas revenus .....	42	<b>32</b>	13	50
	Classe moyenne inférieure .....	40	27	12	47
	Classe moyenne supérieure .....	39	24	10	46
	Hauts revenus .....	40	24	8	48
Lieu de résidence	Moins de 2 000 habitants .....	35	22	8	42
	De 2 000 à 20 000 habitants .....	36	22	7	43
	De 20 000 à 100 000 hab. ....	37	25	14	42
	Plus de 100 000 habitants .....	<b>46</b>	30	12	<b>53</b>
	Paris et aggl. parisienne .....	44	<b>33</b>	11	<b>53</b>

Source : Enquête « Conditions de vie et Aspirations » sur la diffusion des technologies de l'information pour le CGE et l'ARCEP, juin 2014.

Les chiffres entre parenthèses reposent sur des effectifs faibles, ils sont à considérer avec précaution.

**Lecture** : en juin 2014, 79 % des 18-24 ans disent qu'internet et les technologies de l'information leur ont permis de retrouver d'anciennes connaissances, contre 40 % de l'ensemble de la population en moyenne.

## Bibliographie

---

- ACQUISTI Alessandro, GROSS Ralph, "Imagined Communities: Awareness, Information Sharing and Privacy on the Facebook", Pre-proceedings version, Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET), 2006, <http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/acquisti-gross-facebook-privacy-PET-final.pdf>
- ANGWIN Julia, *Stealing MySpace: The Battle to Control the Most Popular Website in America*. Random House. New York, 2009.
- ARENDT Hannah, *Condition de l'homme moderne*, 1958
- BARKER Melissa, "10". *Social Media Marketing: A Strategic Approach*, Boston, Cengage Learning, 2012.
- BARNES John A. "Class and Committees in a Norwegian Island Parish", *Human Relations*, n° 7, 1954, p. 39-58.
- BARNES John A., *Social Networks*, Reading Massachusetts, 1972.
- BAUDRILLARD Jean, *Cool memories 4*, Paris, 2000.
- BENASAYAG Miguel, SZTULWARK Diego, *Du contre-pouvoir : de la subjectivité contestataire à la construction de contre-pouvoirs*. Paris, 2000.
- BIGOT Régis et CROUTTE Patricia, *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française (2014)*, Collection des rapports du CRÉDOC n°317, novembre 2014 <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R317.pdf>
- BIGOT Régis et HOIBIAN Sandra, *Les technosciences, amélioration ou perversion de l'humanité ?*, Collection des rapports du CREDOC, n°313, octobre 2014, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R313.pdf>
- BIGOT Régis, CROUTTE Patricia, DAUDEY Emilie, HOIBIAN Sandra, MÜLLER Jörg, *L'évolution du bien-être en France depuis 30 ans*, Cahier de recherche du CRÉDOC, n°298, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C298.pdf>
- BIGOT Régis, DAUDEY Emilie, HOIBIAN Sandra et MÜLLER Jörg, *La visite des musées, des expositions et des monuments*, Collection des Rapports du CRÉDOC n°281, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R281.pdf>, juin 2012.
- BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève, *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.
- BOURDIEU Pierre, *Les formes de capital*, Paris, 1986.
- BOYD Danah, ELLISON Nicole, « Social Network Sites: Definition, History and Scholarship » In *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n°1, 2007.
- CARDON Dominique, « Réseaux sociaux de l'Internet » in *Communications*, n° 88, Paris, 2011/1, p.141-148.
- CASILLI Antonio, *Les liaisons numériques – vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris, 2010.
- CEVIPOF, *Baromètres de la confiance politique*, <http://www.cevipof.com/fr/le-barometre-de-la-confiance-politique-du-cevipof/resultats2/>
- DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : Enquête 2008*, Paris, La Découverte 2009.
- ELLISON Nicole, STEINFELD Charles et LAMPE Cliff, « The Benefits of Facebook "friends": Social capital and College Students' Use of Online Social Network Sites », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 12, n° 4, 2007, <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>
- FACEBOOK, rapport annuel 2013, [http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/3809926500x0x741493/EDBA9462-3E5E-4711-B0B4-1DFE9B541222/FB\\_AR\\_33501\\_FINAL.pdf](http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-NJ5DZ/3809926500x0x741493/EDBA9462-3E5E-4711-B0B4-1DFE9B541222/FB_AR_33501_FINAL.pdf)
- FERRAND Alexis, « La structure des systèmes des relations », In *L'année sociologique*, vol. 47, n° 1, 1997, p.37-54. <file:///Y:/Biblioth%C3%A8que/Cahiers%20de%20recherche/2014/Liens%20num%C3%A9riques/Documentation/JCMCIntro.pdf>
- FLATZ Christian et al., *Rassismus im virtuellen Raum*, Argument Verlag, Berlin, 1998.
- FORSE Michel, « Les réseaux sociaux d'aujourd'hui. Un monde décidément bien petit », *Revue de l'OFCE*, 125, 2012, <http://www.ofce.sciences-po.fr/blog/les-reseaux-sociaux-daujourd'hui-un-monde-decidement-bien-petit/>
- GRANJON Fabien et DENOUEL Julie, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, n° 1, 2010.
- GRANJON Fabien, « Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites de réseaux sociaux », *Hermès, La Revue*, 2011.
- GRANJON Fabien, « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique : Exposition de soi et autoréification sur les sites de réseaux sociaux », In *Réseaux*, Paris, La Découverte, n° 167, 2011/3, p. 75-103.

- GRANJON Fabien, « Du (dé)contrôle de l'exposition de soi sur les sites de réseaux sociaux » In *Les cahiers du numérique*, Paris, vol. 10, 2014, p. 19-44.
- GRANJON Fabien, DENOUEL Julie, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux » In *Sociologie*, PUF, Paris, vol. 1, 2010/1, p. 25-43.
- GRANOVERTER Mark « The Strength of Weak Ties », *American Journal of Sociology*, vol. 78, n° 6 (mai 1973), 1973.
- GROSSETTI Michel, « Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux ? » Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication, Réseaux, 2014.
- HABERMAS Jürgen, *La technique et la science comme idéologie*, 1968.
- HAYTHORNTHWAITE Caroline, « Social networks and Internet connectivity effects » In *Information, Communication & Society*, 8 (2), 2005, p. 125-147.
- HEIDEGGER Martin, *Sein und Zeit*, Tübingen, 1967.
- HOIBIAN Sandra, Le modèle social à l'épreuve de la crise, Collection des rapports n°312, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R312.pdf>
- HOIBIAN Sandra, *Les Français en quête de lien social*, Baromètre de la cohésion sociale 2013, Collection des Rapports du CRÉDOC, juin 2013, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R292.pdf>
- HOIBIAN Sandra, *Les jeunes et les technologies de l'information et de la communication*, in CRÉDOC, *Les jeunes d'aujourd'hui, quelle société pour demain*, Cahier de recherche du CRÉDOC n°292, décembre 2012, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C292.pdf>
- <http://www.uvm.edu/~pdodds/teaching/courses/2009-08UVM-300/docs/others/1969/travers1969.pdf>
- HOIBIAN Sandra, *La peur du chacun pour soi*, Baromètre de la cohésion sociale, Collection des Rapports du Credoc n°282, <http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R282.pdf>
- JANNEAU Laurent, LERNOULD Sébastien, *Les nouveaux militants : essai*, Paris, 2008.
- KAHNEMAN Daniel and KRUEGER Alan B., "Developments in the Measurement of Subjective Well-Being", In *Journal of Economic Perspectives*, Volume 20, Number 1, 2006.
- KAUFMAN Jean-Claude, Les cadres sociaux du sentiment de solitude, *Sciences sociales et santé*, 1995.
- KAPLAN Daniel, *Informatiques, Libertés, identités*, Paris, FYP, 2010.
- KIRKPATRICK David, *The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World*, New York, 2010.
- LAHLOU Saadi, « Identity, social status, privacy and face-keeping in digital society » In *Social Science Information*, vol. 47, n° 3, 2008, p. 299-330.
- LORRAIN François, WHITE Harrison C., « Structural Equivalence of Individual in Social Networks », *Journal of Mathematical Sociology*, 1971.
- MERCKLE Pierre, « La « découverte » des réseaux sociaux » - A propos de John A. Barnes et d'une expérience de traduction collaborative ouverte en sciences sociales » *Réseaux*, Paris, La Découverte, n° 182, 2013/6.
- MERCKLE Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, 2004.
- MILGRAM Stanley, « The small world problem » In *Psychology today*, 1, 1967, p. 62-67.
- MORGAN STANLEY – Investment Bank, *Technology Trends*, 20 mai 2013, <http://www.morganstanley.com/>
- OCDE, *Comment va la vie? Mesurer le bien-être*, Paris, Éditions de l'OCDE, 2011.
- RAPOPORT Anatol, YUAN Yufei, « Some Experimental Aspects of Epidemics and Social Nets », In KOCHEN M. (dir.), *The Small World*, Norwood, Ablex Publishing Company, 1989, p. 327-348
- RIORDAN Teresa, "Idea for Online Networking Brings Two Entrepreneurs Together", In *The New York Times*, 12 janvier 2003, <http://www.nytimes.com/2003/12/01/technology/technology-media-patents-idea-for-online-networking-brings-two-entrepreneurs.html>
- SIMMEL Georg, *Sociologie – Essai sur les formes de la socialisation*, Paris, PUF, 1999 [1908].
- TRAVERS Jeffrey, MILGRAM Stanley, « An Experimental Study of the Small World Problem » In *Sociometry*, vol. 32, n° 4, décembre 1969, p. 425-443.
- TURKLE Sherry, *Alone Together: Why We Expect More From Technology and Less From Each Other* (« Etre seuls ensemble, ou pourquoi nous en attendons davantage de la technologie... et moins les uns des autres »°), Ed. Basic Books, 2011.
- TURKLE Sherry, *The Flight From Conversation*, *The New York times*, [http://www.nytimes.com/2012/04/22/opinion/sunday/the-flight-from-conversation.html?\\_r=3&pagewanted=1&ref=opinion&pagewanted=all&](http://www.nytimes.com/2012/04/22/opinion/sunday/the-flight-from-conversation.html?_r=3&pagewanted=1&ref=opinion&pagewanted=all&)
- TURKLE Sherry, *The Second Self : Computers and the human spirit*, New York, 1983.
- WAJCMAN Gérard, *L'œil absolu*, Paris, Denoël, 2010.
- WEEB chiffres clefs, *US Census Bureau*, [http://www.weeb.fr/Medias-sociaux-chiffres-cles-2014\\_a27.html](http://www.weeb.fr/Medias-sociaux-chiffres-cles-2014_a27.html)