

**TELECOM**  
Bretagne



Institut  
Mines-Télécom

# **Usages de Facebook : entre reconnaissance et visibilité**

Godefroy DANG NGUYEN

7 Novembre 2014



# Comment appréhender les réseaux sociaux?

## ■ Phénomène très récent

- Facebook: ouverture au grand public en 2006

## ■ Mais qui a atteint une ampleur inouïe

- Plus d'1,2 milliard de comptes Facebook, qui a pourtant dû se retirer de Chine

## ■ Véritable phénomène social

- Que l'on connaît mal, car les données ne sont pas accessibles

## ■ Que font donc les internautes sur Facebook?

- Enquête par questionnaire pour en savoir plus

# Facebook : phénomène social?

- **FBK a émergé dans une contexte marqué par des évolutions sociales profondes**
  - Individuation: perte des statuts sociaux, mobilité sociale ascendante et descendante (peur de déclassement de la classe moyenne, Maurin),
  - mobilité géographique externe (immigration et expatriation) et interne (mouvements Paris/ province, Davezies, 2010).
- **FBK n'a aucun impact sur ces évolutions mais**
  - Lieu de communication, il permet aux personnes d'exprimer leurs sentiments vis-à-vis de ces évolutions

## Le paradoxe de la reconnaissance

- **Face aux mutations, l'individuation est à la fois un atout et une gêne.**
  - Les personnes n'ont plus de garanties sur leur position dans l'économie (chômage), la société, le territoire
  - Or cette position se réalise aussi au moyen de leurs relations sociales
  - Certaines (les plus fragiles) peuvent mal vivre cette perte de repères et de contacts, coincées par leur insuffisante autonomie, le manque de liens que cela entraîne, qui leur permettrait justement d'avoir plus d'autonomie: C'est le paradoxe de la reconnaissance
  - Ce qui est en jeu c'est le « capital social » pris au sens de bien collectif (Putnam 2001, par exemple).

# La théorie de la reconnaissance

## ■ Selon Honneth (2006) les individus expriment un besoin de reconnaissance sur trois plans:

- L'amour de soi : donné par les relations affectives
- L'estime de soi : fourni par le statut
- La confiance en soi ; assuré par la production (au travail)

## ■ Dans le contexte actuel ce besoin est de moins en moins satisfait

- On est entré dans la « société du mépris »

## L'injonction à la visibilité

- **La perte de repères sociaux engendre un autre phénomène, l'injonction à la visibilité :**
  - Un individu autonome doit pouvoir afficher son statut social car c'est un élément de repérage pour développer le lien social
  - Par ailleurs le contexte compétitif dans lequel ces statuts se gagnent, conduit la société à interroger chacun sur ce statut : où en est-il (elle)?
- **L'injonction à la visibilité est à la fois un besoin individuel et une demande sociale**

# FBK a-t-il une utilité sociale?

## ■ C'est un outil de mise en visibilité

- Il permet aussi de combler certains besoins de reconnaissance selon Honneth

## ■ Pourtant la littérature empirique (notamment les travaux de l'Université du Michigan) a montré que FBK est d'autant plus utilisé que l'individu dispose au préalable d'un capital social.

- Il ne comlerait pas des manques de reconnaissances mais à la limite les accentuerait
- Cependant les échantillons étaient « de convenance ». On ne sait rien du comportement des individus ordinaires



## L'enquête Marsouin

- **Pour combler les lacunes en matière de données, Marsouin a réalisé une enquête en ligne en Novembre 2013, avec l'aide de la société Harris Interactive**
  - 2000 individus interrogés, une cinquantaine de questions
- **Cette enquête a donné lieu à plusieurs papiers**



# Notre problématique

- **Deux hypothèses:**
- **H1 : Nous supposons que sur Facebook les individus peuvent assouvir des désirs ou des besoins de reconnaissance qui les aident à affirmer leur identité.**
- **H2 : Les dispositifs techniques proposés sur la plateforme leur fournissent des instruments adaptés.**
  - Ils peuvent se rendre visibles de multiples façons, et notamment en déposant des photos de soi, de leur environnement, des événements auxquels ils participent (visibilité « iconique »).

# Validation empirique

## ■ Usages de Facebook

**Tableau 1 : A quelle fréquence pratiquez-vous chacune de ces activités sur Facebook?**

	Souvent (1)	Peu souvent (2)	Jamais (3)
Consulter les dernières actualités sur le mur/fil d'actualité de vos « amis », regarder leurs photos	61%	32%	7%
Interagir sur votre propre mur/fil d'actualité (poster des messages, photos, vidéos, liens, commentaires)	33%	52%	16%
Interagir sur le mur/fil d'actualité de vos « amis » ou groupes auxquels vous adhérez (poster des messages, photos, vidéos, liens, commentaires)	34%	50%	16%
Discuter via le système de « chat »	27%	41%	32%

**Un tiers de l'échantillon interagit souvent sur Facebook**

# Qui utilise FBK?

**Tableau 2 : Caractéristiques socio-économiques des personnes étant actives sur leur mur Facebook**

variable expliquée	interagir souvent sur son propre mur			
<b>variables explicatives :</b>	âge sexe étude csp revenu, être actif dans une association, aggro de résidence, distance des lieux de sortie			
<b>variables explicatives significatives</b>		modalité de référence	khi2	Rapport de cotes
	Modalité			
<b>âge</b>	15-24	50 ans et plus	0,0019	1,793
<b>âge</b>	25-34	50 ans et plus	0,0013	1,706
<b>âge</b>	35-49	50 ans et plus	0,0044	1,560
<b>sexe</b>	homme	Femme	0,0191*	0,785
<b>études</b>	inf au bac	bac+3 et plus	0,0001	1,895
<b>études</b>	bac à bac+2	bac+3 et plus	0,0116*	1,364
<b>csp</b>	étudiant	csp-	0,0080	0,615
<b>csp</b>	retraité/sans activité	csp-	0,0123*	0,657
<b>revenu</b>	vie confortable à très confortable	vie difficile à très difficile	0,0470*	0,757
<b>revenu</b>	on s'en sort	vie difficile à très difficile	0,0330*	0,756
<b>agglo</b>	milieu rural	grande ville	0,0065	0,673
<b>agglo</b>	ville moyenne	grande ville	0,0018	0,692

Les individus à faible capital culturel sont plus actifs

Idem pour le capital économique

# Le besoin de reconnaissance

**Tableau 3 : Lorsque vous diffusez des contenus sur Facebook, est-ce que ...**

60%  
obtient  
de la  
reconnaissance

	Non pas du tout (1)	Non plutôt pas (2)	Oui plutôt (3)	Oui tout à fait (4)	Non concerné (vous ne diffusez rien sur Facebook) (5)
Ils font souvent l'objet de réactions (commentaires, « j'aime », repartage)	3%	13%	49%	21%	14%
Vous aimeriez qu'ils fassent l'objet de plus de réactions commentaires et/ou de « j'aime »	15%	29%	30%	12%	14%

Plus de 40% de l'échantillon exprime un besoin de reconnaissance

# Modéliser le lien entre l'activité FBK et le besoin de reconnaissance

## ■ le besoin de reconnaissance, cause de l'activité ?

- On isole les individus exprimant ce besoin et disposant d'un faible capital culturel comme variable explicative de l'activité
- Pour établir la causalité vis à vis de leur activité sur FBK, on instrumente

## ■ L'instrument est le fait d'être fils unique

- Cela a un impact sur le besoin de reconnaissance, pas directement sur l'activité FBK

## ■ On utilise un probit bivarié

# Résultats

**Tableau 3 : régression de l'activité FBK sur un besoin de commentaire**

variable expliquée : poster souvent; explicative: défavorisé et besoin de commentaire; instrument: fils unique	Valeur estimée	Erreur type	Valeur	Approx. de
			du test t	Pr >  t
<b>intercept</b>	-0.777588	0.203365	-3.82	0.0001***
<b>défavorisé avec besoin de commentaire</b>	1.915788	0.185471	10.33	<.0001***
<b>âge</b>	-0.071042	0.025927	-2.74	0.0061***
<b>Sexe (F=2)</b>	0.108477	0.056649	1.91	0.0555
<b>revenu</b>	0.039207	0.041539	0.94	0.3452
<b>actif dans association</b>	-0.141091	0.058410	-2.42	0.0157*
<b>habite une grande agglo</b>	0.151109	0.040258	3.75	0.0002***
<b>equation avec instrument</b>				
<b>intercept</b>	-1.246800	0.234506	-5.32	<.0001***
<b>fils unique</b>	0.173522	0.077302	2.24	0.0248*
<b>âge</b>	0.064394	0.029899	2.15	0.0313*
<b>Sexe (F=2)</b>	-0.010836	0.065219	-0.17	0.8680
<b>revenu</b>	0.105126	0.047071	2.23	0.0255*
<b>actif dans association</b>	0.209213	0.068488	3.05	0.0023***
<b>habite une grande agglo</b>	-0.223059	0.046486	-4.80	<.0001***
<b>_Rho</b>	-0.884534	0.134745	-6.56	<.0001

La causalité fonctionne

L'instrument joue son rôle

# Modéliser le lien entre l'activité FBK et le fait d'être reconnu

- **Ici on essaie d'expliquer l'activité par le fait de recevoir beaucoup de commentaires.**
  - La causalité fonctionne dans les deux sens , d'où l'importance de l'instrument
  - On choisit le fait d'être un « anonyme populaire »: avoir beaucoup d'amis FBK, et pourtant ne pas avoir renseigné son profil identitaire (civilités...)
  - Cela joue sur le fait de recevoir beaucoup de commentaires, mais pas directement sur le fait d'être actif (la corrélation est faible)

# Résultats

variable expliquée: poster souvent; explicative: avoir des commentaires; instrument: anonyme populaire	Valeur estimée	Erreur type	Valeur	Approx. de
			du test t	Pr >  t
intercept	1.861826	0.595063	3.13	0.0018**
avoir des commentaires	-1.764236	0.424989	-4.15	<.0001** *
âge	0.014643	0.034425	0.43	0.6706
Sexe (F=2)	-0.053878	0.092023	-0.59	0.5582
études	-0.093199	0.066869	-1.39	0.1634
revenus	0.092124	0.042281	2.18	0.0293*
actif dans association	-0.078909	0.064127	-1.23	0.2185
taille agglomération habitation	0.061867	0.051617	1.20	0.2307
<b>Regression sur l'instrument</b>				
intercept	-0.831899	0.296331	-2.81	0.0050**
anonyme populaire	-0.234294	0.113418	-2.07	0.0389* *
âge	0.072152	0.035930	2.01	0.0446*
Sexe	-0.311861	0.073133	-4.26	<.0001** *
études	0.138781	0.053706	2.58	0.0098**
revenus	0.052425	0.049295	1.06	0.2876
actif dans association	-0.041345	0.075266	-0.55	0.5828
taille agglomération habitation	-0.064078	0.051321	-1.25	0.2118
_Rho	0.686567	0.392052	1.75	0.0799

La causalité fonctionne

L'instrument joue son rôle (faiblement)



# L'injonction à la visibilité

- **On teste la visibilité « iconique » .**
  - Peut on expliquer le dépôt de photos par le fait d'être « défavorisé en besoin de reconnaissance »?
- **On utilise un modèle similaire avec instrument (fils unique) et comme variable expliquée :**
  - Le nombre de photos
  - Les photos de soi

## Résultats

- **Le modèle ne fonctionne pas avec le nombre de photos**
  - Les défavorisés en mal de reconnaissance ne déposent pas plus de photos que les autres
- **Pour les photos de soi, le modèle est à peine satisfaisant**
  - L'instrument fonctionne mal

# Résultats

Tableau 7 : régression de « photos de soi » sur « défavorisé avec besoin de reconnaissance »

Paramètre	Valeur estimée	Erreur type	Valeur	Approx. de
			du test t	Pr >  t
<b>Régression principale</b>				
Intercept	-2.722408	0.302182	-9.01	<.0001**
Défavorisé avec besoin de reconnaissance	0.531319	0.276043	1.92	0.0543*
âge	0.421579	0.032397	13.01	<.0001**
Sexe (F=2)	-0.077971	0.064352	-1.21	0.2257
Niveau d'études	0.122105	0.070992	1.72	0.0854
revenus	0.097052	0.043803	2.22	0.0267
Actif dans une association	0.085894	0.067092	1.28	0.2005
Taille de la ville de résidence	0.017992	0.046680	0.39	0.6999
<b>Régression sur instrument</b>				
Intercept	1.759565	0.322188	5.46	<.0001**
fil_s_unique	0.310252	0.105898	2.93	0.0034**
âge	-0.143273	0.036313	-3.95	<.0001**
Sexe (F=2)	0.036775	0.077953	0.47	0.6371
Niveau d'études	-1.179352	0.067684	-17.42	<.0001**
revenus	-0.027596	0.052075	-0.53	0.5962
Actif dans une association	0.109980	0.081970	1.34	0.1797
Taille de la ville de résidence	-0.098987	0.054887	-1.80	0.0713

La causalité fonctionne mal

L'instrument fonctionne

## Conclusion

- **On a pu vérifier la théorie d'Honneth sur le besoin de reconnaissance dans une partie significative de la population**
  - 18% de l'échantillon de « défavorisés exprimant un besoin de reconnaissance »
- **Par contre on a du mal à vérifier s'ils obéissent à l'injonction de visibilité (au moins iconique)**