

**La fracture numérique contribue-t-elle à
renforcer les inégalités en capital social ?
Une analyse économétrique sur données
luxembourgeoises**

Thierry PENARD

CREM, Université de Rennes 1, 7 place Hoche, 35065 Rennes Cedex,
France

thierry.penard@univ-rennes1.fr

Nicolas POUSSING

CEPS/INSTEAD

nicolas.poussing@ceps.lu

Conférence Internationale "TIC et inégalités : les fractures numériques",
17-18-19 novembre 2004, Paris et au 1er colloque "En route vers
Lisbonne", Luxembourg, 12 et 13 octobre 2004.

La fracture numérique contribue-t-elle à renforcer les inégalités en capital social ? Une analyse économétrique sur données luxembourgeoises

Thierry Pénard

CREM, Université de Rennes 1, 7 place Hoche, 35065 Rennes Cedex, France

thierry.penard@univ-rennes1.fr

Nicolas Poussing

CEPS/INSTEAD, 44 rue Emile Mark, L-4501 Differdange, Grand-Duché de Luxembourg

nicolas.poussing@ceps.lu

Abstract

The aim of this communication is to analyse the Internet's contribution in the social capital inequality. Does the Internet usage increase or decrease the gap between individuals who have an important social capital (a large social network) and individuals who have a limited social capital? Firstly, we will analyse this question at a theoretical level with a micro economic model of social capital investment. Secondly, thanks to Luxembourg data, we are going to evaluate the deciding factors of the investment in social capital over the Internet. The results show a limited complementarity between the online investment and the social capital of the individuals: Internet doesn't increase the inequalities in social capital; in consequence, Internet could be an alternative way to generate social capital.

Keywords : Social capital, Social investment, Internet usage, digital divide

Résumé

L'objectif de cette communication est d'étudier le rôle d'Internet dans les inégalités en termes de capital social. L'usage d'Internet contribue-t-il à accentuer ou réduire les différences entre ceux qui ont un capital social important et ceux qui disposent d'un capital limité ? Cette question est d'abord examinée d'un point de vue théorique à l'aide d'un modèle microéconomique d'investissement en capital social. Puis, nous tentons de mesurer empiriquement les déterminants de l'investissement en capital social hors Internet et via Internet (*online*) sur des données luxembourgeoises. Les estimations mettent en évidence des effets de complémentarité limités entre certaines formes d'investissements online et offline. La majorité des investissements en capital social online constitue des formes nouvelles d'investissements qui ne viennent ni se substituer aux investissements traditionnels, ni les renforcer : Internet ne semble donc pas accentuer les inégalités en capital social et pourrait même apparaître comme un mode alternatif de formation de capital social pour les individus les plus mobiles.

Mots clés : Capital social, investissement en capital social, usage d'Internet, fracture numérique

1. Introduction

L'usage d'Internet le plus répandu est l'envoi et la réception de courrier électronique. Internet permet ainsi de communiquer avec son entourage (familial, professionnel, associatif, ...), mais aussi de rencontrer de nouvelles personnes, via les forums, la messagerie instantanée,.... De nombreux internautes déclarent ainsi avoir développé des relations avec des personnes rencontrées pour la première fois dans les forums et lieux de chats (Parks et

Floyd, 1996, Velkovska, 2002, p. 196). On peut donc penser que l'usage de l'Internet a un impact positif sur la sociabilité, en densifiant les interactions sociales.

Mais, à l'inverse, on peut aussi avancer l'idée que l'usage de l'Internet est consommateur de temps et réduit la sociabilité de l'internaute dans le monde « réel ». Attewell et al. (2003) ont d'ailleurs montré que les adolescents qui utilisent l'ordinateur à la maison passent moins de temps à lire, faire du sport ou jouer dehors, que les jeunes qui n'ont pas d'activité informatique.

Notre article a pour objectif d'examiner le lien entre l'usage de l'Internet et la sociabilité d'un individu, et plus particulièrement son capital social. Le concept de capital social a été initialement développé par les sociologues (Bourdieu, 1980, Putnam, 1993), mais depuis quelques années, les économistes ont commencé à s'approprier cette notion et à l'introduire dans leurs travaux en économie du travail, en économie de l'innovation et plus récemment en économie de l'Internet,.... Sur ce dernier point, plusieurs études ont souligné le rôle que pouvait jouer le capital social pour acquérir de l'information ou des conseils sur les usages d'Internet. Ainsi, Le Guel, Pénard & Suire (2004) ont confirmé l'importance du capital social dans l'achat en ligne à partir d'une enquête sur les ménages en Bretagne. Les auteurs ont montré qu'un individu avait une probabilité beaucoup plus grande d'acheter sur Internet si une large partie de son entourage achetait aussi en ligne. Les travaux de Goolsbee & Zittrain (1999) sur des données américaines mettent en évidence les mêmes effets de voisinage.

Dans cet article, il ne s'agit pas de mesurer le rôle du capital social sur les usages d'Internet, mais plutôt l'inverse, c'est-à-dire le rôle que peut jouer l'usage d'Internet dans la formation du capital social individuel. Les individus se servent-ils d'Internet pour investir en capital social ? Et si oui, quelle est la nature de ces investissements ? S'agit-il d'entretenir son stock existant de capital social ou d'empêcher sa dépréciation (en intensifiant les relations avec son entourage) ? Ou au contraire s'agit-il de renouveler et de diversifier son capital social (en rencontrant de nouvelles personnes) ? Ces deux stratégies d'investissement en capital social renvoient au dilemme classique entre exploitation et exploration dans les théories de la décision (Bourguine, 1998). Quels sont les facteurs influençant le choix entre une exploitation via Internet de son réseau social existant et une exploration de nouvelles relations ? Par ailleurs, les personnes disposant d'un capital social important ont-elles des stratégies d'investissement et d'utilisation d'Internet différentes des autres ? Certaines de ces questions ont déjà été posées par rapport à l'usage de l'informatique : on peut par exemple citer les travaux de Gollac (1996) qui montrent qu'au sein d'une entreprise l'outil informatique mis à la disposition des salariés peut influencer le capital social de ces derniers à plusieurs niveaux : l'usage de l'informatique va inciter le salarié à intensifier ses relations avec des collègues proches, mais aussi avec des collègues lointains, voire avec des personnes extérieures à son entreprise. D'autres travaux, comme ceux de Riphagen & Kanger (1997), décrivent les relations interpersonnelles des utilisateurs et des non utilisateurs du courrier électronique. Les auteurs constatent que les utilisateurs de l'email ne communiquent pas avec plus d'interlocuteurs que les non utilisateurs de l'email mais que la part des personnes, que l'on peut qualifier d'étrangères avec lesquelles ils communiquent est plus importante que chez les non utilisateurs d'Internet.

Dans un premier temps, nous allons définir la notion de capital social, puis proposer un modèle microéconomique de formation de capital social qui fournira un cadre théorique pour analyser les effets potentiels d'Internet sur le capital social d'un individu.

Dans un second temps, nous testons empiriquement sur des données luxembourgeoises les effets d'Internet sur les décisions d'investissement en capital social, en particulier sur l'investissement online (via Internet), en établissant une distinction entre ceux qui utilisent Internet pour entretenir leur capital social existant et ceux qui utilisent Internet pour renouveler ou élargir leur capital social.

2. Un modèle de formation de capital social

2.1. La notion de capital social

Le capital social est une notion complexe, qui peut être appréhendée tant à un niveau individuel qu'à un niveau agrégé (Durlauf, 2002). Le capital social au niveau individuel renvoie à l'idée d'un capital d'influence et de confiance sur lequel peut s'appuyer l'individu dans ses prises de décisions ou dans les actions qu'il entreprend. Ce capital se traduit par une capacité plus grande à tirer profit ou parti des interactions avec les autres¹. Cette aptitude est souvent liée à l'appartenance à un réseau social ou à une communauté, mais ne se réduit pas à cette seule forme, comme nous le verrons plus tard.

Le capital social a aussi une dimension collective. De nombreuses définitions du capital social font référence à ce caractère collectif ("social capital as a community-level attribute") : chaque groupe ou communauté se caractériserait par un niveau de capital social qui correspondrait à l'agrégation du capital social de chacun de ses membres. Selon Fukuyama (1999),

Social capital can be defined simply as an instantiated set of informal values or norms shared among members of a group that permits them to co-operate with one another. If members of the group come to expect that others will behave reliably and honestly, then they will come to trust one another. Trust acts like a lubricant that makes any group or organization run more efficiently. (p. 16)

Pour Bowles & Gintis (2002),

Social capital generally refers to trust, concern for one's associates, a willingness to live by the norms of one's community and to punish those who do not. (p. 1)

Et pour Putnam (2000),

Social capital refers to connections among individuals – social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from them ... A society of many virtuous but isolated individuals is not necessarily rich in social capital. (p. 19)

Dans la suite de cet article, nous allons focaliser l'analyse sur une conception individuelle du capital social en nous appuyant sur l'approche de Glaeser, Laibson et Sacerdote (2002). Pour ces derniers, le capital social au niveau d'un groupe ou d'une communauté résulte d'abord de décisions individuelles d'investissements en capital social. Il est donc important de modéliser ce type de décisions pour bien comprendre la nature et les propriétés collectives du capital social.

2.2. Le modèle de Glaeser, Laibson et Sacerdote (2002)

Glaeser et al. (2002) définissent le capital social comme les caractéristiques ou attributs sociaux d'un individu, qui lui permettent d'obtenir des avantages marchands et non marchands lors de ses interactions avec les autres. Le capital social dépend à la fois des aptitudes intrinsèques de l'individu (avoir du charisme, avoir une stature, être extraverti), et des investissements consentis pour entretenir et accroître ce capital social. Ces investissements sont coûteux en temps, en efforts, en argent, mais permettent d'enrichir son capital social et d'accroître les bénéfices retirés (meilleur emploi, accès à certains biens et services, ...)².

¹ Coleman (1988) considère le capital social comme une ressource individuelle qui joue sur la capacité à innover ou du moins à adopter des comportements novateurs.

² Notons que ces investissements individuels en capital social peuvent générer des externalités positives (sous la forme d'effets de réseau lorsque l'investissement consiste à rejoindre une communauté), mais aussi des externalités négatives (en cas d'accès à un statut ou un poste convoité par d'autres).

Le modèle de formation du capital social proposé par Glaeser et al. (2002) offre un cadre théorique intéressant pour étudier et tester l'impact de l'utilisation d'Internet sur les stratégies d'investissement en capital social et sur l'évolution des inégalités de capital social. Ce modèle est assez similaire aux modèles d'investissement en capital humain.

Soit S le stock de capital social détenu par un individu et $\hat{S}$ le stock agrégé de capital social moyen détenu par les individus avec lesquels il interagit (les membres de la ou des communautés auxquelles il appartient). Notre individu disposant d'un stock de capital social S reçoit alors une utilité $S.R(\hat{S})$ où $R(\hat{S})$ est une fonction croissante de $\hat{S}$. Cette utilité représente le rendement marchand et non marchand que retire un individu de son capital social (meilleurs salaires, meilleures conditions d'emploi, possibilité d'évolution de carrières, meilleure qualité de vie, épanouissement). Comme on peut le voir, cette utilité dépend positivement du capital social des personnes avec lesquelles il interagit : si on est le seul à disposer d'un capital social élevé, on en tirera un rendement moins grand que si on interagit avec des personnes ayant aussi un capital social élevé.

La relation qui lie le stock de capital social à la date t (S_t) et les investissements en capital social (I_t) à cette même date s'écrit $S_t = \delta S_{t-1} + I_t$, où $(1 - \delta)$ est le taux de dépréciation du stock de capital social. Les investissements en capital social (I_t) peuvent consister à adhérer à une association, à un parti politique, à un réseau d'influence, mais aussi tout simplement consister à organiser une soirée. Ces investissements permettent de créer des relations de confiance et de coopération avec des personnes qui peuvent se révéler utiles sur le plan professionnel ou personnel (ces investissements permettant de réduire la distance sociale avec ces personnes). D'autres formes d'investissements en capital social peuvent consister à développer des qualités sociales (stature, charisme, qualités orales, aptitude à commander, ...) qui permettent à son détenteur d'obtenir des gains plus élevés dans les relations avec les autres (d'extraire plus de rentes).

Le coût d'investissement en capital social est donné par $C(I_t)$ où $C(.)$ est une fonction croissante et convexe : il s'agit du coût d'opportunité du temps et des ressources consacrés à ces investissements. Ce coût dépend positivement du salaire horaire de l'individu (plus la valeur du temps est élevée pour une personne et plus il lui sera coûteux d'investir en capital social). Cependant, le coût d'investissement dépend aussi des compétences et capacités intrinsèques de l'individu (*educative and social skills*) : la productivité individuelle dans les investissements en capital social devrait donc augmenter avec le niveau d'éducation, mais aussi avec le stock de capital social détenu (effet d'apprentissage).

Glaeser et al. (2002) supposent par ailleurs que les individus ont une durée de vie de T périodes et que les gains futurs sont actualisés par le facteur d'actualisation β . Enfin, ils considèrent que les individus peuvent quitter leur communauté avec une probabilité $\theta < 1$ et que dans ce cas, la valeur de leur capital social se déprécie dans une proportion $(1 - \lambda)$: c'est-à-dire que l'individu ne conserve qu'une proportion λ de son capital social lorsqu'il quitte sa communauté. Les auteurs veulent à travers cette hypothèse capturer l'idée qu'une partie du capital social est spécifique à la communauté et ne peut pas être redéployée vers un autre groupe ou une autre communauté : cette idée est similaire à la notion de capital humain spécifique à une entreprise, capital qui est perdu en cas de départ de l'entreprise du salarié (Becker, 1964).

Lorsque l'on tient compte de la mobilité, l'évolution du stock de capital est alors définie par la relation suivante :

$$S_t = \delta \phi S_{t-1} + I_t \text{ avec } \phi = (1 - \theta) + \theta \lambda$$

Les décisions d'investissement en capital social relèvent au final du programme d'optimisation suivant :

$$\max_{\{I_0, I_1, \dots, I_T\}} \sum_{t=0}^T \beta^t [S_t R(\hat{S}_t) - C(I_t)]$$

sous la contrainte $S_t = \delta \phi S_{t-1} + I_t$

Pour un stock de capital social agrégé donné $\hat{S}$, la condition de premier ordre est donnée par :

$$C'(I_t) = \frac{1 - (\beta \delta \phi)^{T-t+1}}{1 - \beta \delta \phi} R(\hat{S})$$

Cette condition permet de tirer plusieurs propositions :

- Tout d'abord, l'investissement en capital social tend à augmenter avec le niveau de productivité sociale de l'individu (réduisant ainsi le coût marginal d'investissement). Ainsi, l'investissement en capital social devrait s'intensifier avec le niveau d'éducation et le stock existant de capital social.
- Par ailleurs, l'investissement en capital social tend à augmenter avec le facteur d'actualisation β (c'est-à-dire qu'il tend à croître lorsque les individus ont une plus forte préférence pour le futur ou sont plus patients). En d'autres termes, un individu investira plus lorsque le rendement espéré de son capital social est élevé.
- L'investissement en capital social est une fonction décroissante du taux de dépréciation du capital social $(1-\delta)$ et du degré de mobilité de l'individu (θ) . C'est encore l'effet *rendement* qui explique ce résultat théorique. En outre, un individu relativement mobile sera d'autant moins incité à investir que son capital social est hautement spécifique (λ faible)³.
- Enfin, l'investissement en capital social tend à croître avec l'âge (l'accumulation de capital social avec l'âge renforçant l'efficacité des investissements), avant de décliner lorsque l'individu arrive en fin de vie (t proche de T). Du point de vue du stock de capital social, ce dernier devrait être bas en début de vie, augmenter et atteindre un pic, avant de décliner (passé un certain âge, la baisse des investissements ne permettant plus de compenser la dépréciation du stock de capital).

Glaeser et al. (2002) avancent par ailleurs l'idée que les investissements individuels en capital social peuvent avoir des effets multiplicateurs sur les investissements des autres personnes d'une même communauté (notion de « social multiplier »). Il existe ainsi de fortes complémentarités entre les décisions d'investissements personnels. En investissant, un individu accroît le stock collectif de capital social et donc l'utilité des personnes avec lesquelles il interagit, ce qui rend plus profitable les investissements de ces derniers en capital social au sein de la communauté et ainsi de suite.

A partir de ce modèle théorique, nous souhaitons adresser dans notre papier les questions suivantes :

- L'usage d'Internet peut-il s'inscrire dans une logique d'investissement en capital social ?
- Ceux qui sont réputés disposer de beaucoup de capital social, sont-ils ceux qui utilisent le plus Internet pour accroître leur capital social ?

³ Il ne faut pas perdre de vue que la probabilité de mobilité est sans doute endogène et dépend du niveau de capital social spécifique accumulé par un individu.

- L'investissement en capital social via Internet est-il un mode complémentaire ou substituable à des investissements directs ou traditionnels (hors Internet) en capital social ?

Le modèle de Glaeser et al. (2002) permet d'esquisser plusieurs propositions théoriques concernant l'impact d'Internet sur les investissements en capital social que nous chercherons à tester empiriquement. Pour cela, nous faisons l'hypothèse que le capital social d'un individu comprend deux composantes : le capital social local (fondé sur des relations sociales de proximité géographique) et le capital social distant (fondé sur des relations éloignées géographiquement). Chaque individu se caractérise non seulement par son stock de capital social, mais aussi par la composition de son capital social (proportion de capital local et distant). La part du capital social distant devrait être d'autant plus élevée que l'individu est mobile. On peut alors attendre deux principaux effets de l'usage d'Internet sur la formation du capital social :

- D'une part, l'utilisation d'Internet pourrait permettre de réduire le coût d'investissement en capital social (local et distant), en facilitant l'adhésion et la participation active à de nombreux réseaux. Cet effet *gain de productivité* pourrait aller dans le sens d'un renforcement des inégalités si les personnes dotées d'un capital social important ont une probabilité plus grande de disposer d'un accès à Internet. On aurait alors une complémentarité entre les investissements offline et les investissements online en capital social, ces derniers permettant d'accroître l'efficacité des premiers (effet multiplicateur).
- D'autre part, l'utilisation d'Internet pourrait permettre de réduire la dépréciation du capital social, notamment pour les individus ayant un capital social majoritairement distant (réduction de λ). En effet, Internet peut permettre de rester en contact avec sa communauté d'origine et de maintenir certains liens, malgré l'éloignement. En d'autres termes, les investissements *online* viendraient entretenir un capital social distant et pourraient se substituer à des investissements *offline* plus orientés vers la formation d'un capital social local. Cet effet *investissement à distance* semble aller dans le sens d'une réduction des inégalités de capital social, puisque les personnes sujettes à la mobilité qui auparavant perdaient une large partie de leur capital social en cas de mobilité, pourraient trouver avec Internet un moyen de préserver leurs investissements passés

Pour voir si ces effets sont bien présents, nous allons procéder à des estimations économétriques sur des données issues de deux enquêtes réalisées simultanément au Grand-Duché de Luxembourg que nous allons brièvement présenter dans la section suivante.

3. Les données

Les données qui vont être exploitées ont été collectées par le CEPS/INSTEAD, dans le cadre du projet « ICT Usage by Household », co-financé par Eurostat, et du projet « European Social Survey », financé par le Fonds National de la Recherche (cf. encadré n°1).

Ces deux enquêtes ont été réalisées, en face-à-face, au Grand-Duché de Luxembourg en 2003 auprès d'environ 1 550 individus âgés de 16 à 74 ans. Ces deux enquêtes ayant été réalisées simultanément auprès des mêmes individus, elles fournissent une quantité importante d'informations. Pour chaque individu, nous connaissons ses caractéristiques socio-démographiques, ses usages des technologies de l'information et de la communication

et en particulier de l'Internet. Mais nous disposons aussi, à travers l'enquête ESS, d'informations sur sa pratique des médias (TV, journaux, radio), sa confiance dans la société, son intérêt pour la politique, ses engagements associatifs (politique, culturel, sportif), ses liens familiaux et amicaux.

Encadré n°1 : description des enquêtes « ICT Usage by Household » et « European Social Survey »

L'enquête « ICT Usage by Household » entre dans le cadre du programme « e-Europe 2005 ». Le but de cette enquête est de collecter des données relatives aux Technologies de l'Information et de la Communication au sein des ménages qui soient comparables dans l'ensemble de l'Union Européenne. Par conséquent, chaque pays membre de l'Union Européenne réalise cette enquête selon une méthodologie et des questions communes préalablement définies.

Le questionnaire est composé de deux parties. La première partie aborde le thème relatif à l'équipement des ménages en matière de TIC. La seconde partie traite de l'utilisation des TIC par les individus résidant au Luxembourg.

Pour des raisons de temps, de coût et pour l'intérêt scientifique de la démarche, l'enquête « ICT Usage by Household » a été réalisée simultanément avec une autre enquête internationale intitulée « European Social Survey ». Cette étude porte sur l'opinion des individus sur différents sujets tels que la vie politique, l'immigration, l'asile, l'exclusion sociale, etc.

Plan de sondage

L'échantillon a été tiré à partir du fichier de l'Inspection Générale de la Sécurité Sociale (IGSS) datant du 1^{er} janvier 2001. Ce fichier couvre 91% de la population résidant au Luxembourg (sont exclus : les fonctionnaires de la Communauté européenne, des organisations internationales et des banques étrangères qui ne sont pas inscrits dans le régime de la sécurité sociale luxembourgeoise). Le fichier est construit à partir des demandes remplies par la personne responsable du ménage pour obtenir une carte d'impôt. Le fichier ne correspond donc pas à une liste de ménages mais à des unités de taxes (ménages fiscaux). (Rappel : un couple marié a une seule carte d'impôt alors qu'un couple en concubinage en détient deux).

La méthode de tirage de l'échantillon utilisée se déroule en deux phases. Dans une première phase, on tire un échantillon aléatoire stratifié des ménages fiscaux selon trois critères : le nombre de personnes au sein du ménage (1, 2, 3 personnes et plus), le statut professionnel du chef de ménage (actif, retraité, inactif), la Caisse de Maladie à laquelle est affiliée le chef de ménage. Ainsi, notre échantillon est composé de 5033 ménages fiscaux (dont 1635 sont conservés dans une liste d'attente). L'unité d'observation est le ménage fiscal mais des données relatives aux individus sont également collectées. Dès lors, commence la seconde phase qui consiste à tirer, selon la méthode dite de Kish, un individu âgé entre 16 et 74 ans au sein de chaque ménage de l'échantillon, qui sera le répondant de l'enquête. Cet individu correspond à celui dont la date de naissance est la plus proche du 1^{er} janvier 2001.

Pour chaque strate, le nombre d'enquêtes à réaliser a été déterminé afin de traduire au mieux la représentativité des ménages luxembourgeois. L'objectif était d'atteindre au moins 1500 répondants. Cette enquête, réalisée en face à face, a débuté mi avril 2002 et s'est achevée mi août 2002.

Redressement de l'échantillon

Le redressement de l'échantillon a pour objectif de réduire le biais lié à l'absence d'homogénéité entre la population et les réponses mais également d'améliorer la représentativité des 1554 répondants. Les poids de chaque individu sont déterminés par la procédure CALMAR qui applique la méthode de calage sur marge. Cette méthode consiste à redresser l'échantillon en utilisant des informations auxiliaires plus communément appelées variables de calage.

Au final, deux systèmes de pondération ont été définis par la méthode de calage. Le premier assure la représentativité de l'échantillon des répondants pour toutes les questions relatives à l'ensemble des ménages. Pour ce premier système de pondération, les variables de calage utilisées sont la taille du ménage ainsi que la nationalité et le sexe de la personne de référence. Le second assure la représentativité de l'échantillon des répondants à un niveau individuel. Les variables de calage dans ce second système sont : le sexe, l'âge et la situation professionnelle.

4. Analyse empirique de l'investissement en capital social

L'objet de l'étude est de comparer les déterminants de l'investissement en capital social hors Internet et via Internet. Dans un premier temps, nous présentons le modèle d'investissement *offline* en capital social (variables utilisées, effets théoriques et résultats économétriques), puis dans un second temps, le modèle d'investissements *online*.

4.1. Les déterminants des investissements en capital social hors Internet

4.1.1 Variables utilisées et effets théoriques

Le niveau d'investissement en capital social

Dans la littérature empirique sur le capital social, les investissements sont souvent mesurés par le nombre d'associations dans lesquelles l'individu est actif (Glaeser et al. 2002). Il s'agit d'une mesure simple et objective, même si elle est très imparfaite.

Dans cet article, nous avons aussi retenu le nombre d'associations comme proxy du niveau d'investissement en capital social hors Internet. Toutefois, notre enquête ne nous permet pas de savoir le nombre exact d'associations, mais le type d'associations auxquelles appartient l'individu (club sportif, organisation culturelle et de loisir, organisation religieuse, club social pour les jeunes, les retraités, amicale, syndicat, organisation professionnelle, organisation de consommateurs, organisation humanitaire, droits de l'homme, protection de l'environnement, de la paix, des animaux, parti politique, association de professeurs, de parents). Il s'agit donc d'une mesure basse du nombre d'associations puisqu'on ne sait pas pour chaque type d'association si l'individu appartient à une, deux, trois, ... associations.

Pour tenir compte de l'intensité des investissements, nous avons conçu une seconde mesure : le nombre d'associations pondéré. Précisément, nous avons additionné les types d'associations, en pondérant par deux le fait d'être bénévole dans un type d'association par rapport au simple fait d'être membre ou adhérent⁴.

Du côté des déterminants des investissements associatifs, nous avons organisé les facteurs en cinq catégories : les variables socio-économiques, les variables liées à la pratique d'autres médias qu'Internet, les variables de mobilité individuelle, les variables liées au stock de capital social et les variables liées à l'usage de l'Internet.

Les variables socio-économiques

Le profil socio-économique de l'individu est appréhendé à travers son genre, son âge, ainsi que son âge au carré (pour prendre en compte d'éventuels effets non linéaires de l'âge), sa situation familiale (la taille du ménage, vivre en couple ou non) et sa localisation (vivre en zone urbaine - à Luxembourg ville, en périphérie de Luxembourg ville, dans une autre ville - ou en zone rurale). L'âge devrait théoriquement avoir un effet d'abord positif sur les investissements, puis négatif. Mais, si la productivité des individus en matière d'investissements augmente avec l'âge, l'effet pourrait être globalement positif même pour des âges avancés. Concernant l'effet du genre, de la situation familiale et de la localisation, les effets sont indéterminés *a priori*.

⁴ Par exemple, supposons qu'un individu soit simple membre d'un club sportif et bénévole dans un syndicat. Pour cet individu, le nombre d'associations type auxquelles il appartient est égal à deux, mais le nombre d'associations pondéré est égal à trois.

Nous prenons aussi en compte le niveau d'éducation du répondant (niveau secondaire inférieur, niveau secondaire supérieur, niveau post secondaire)⁵ afin de mesurer son capital humain/éducatif. Ce dernier devrait influencer positivement la productivité ou l'efficacité des investissements en capital social et donc accroître le niveau d'investissement.

Le capital économique n'est pas mesuré directement par le revenu du ménage, mais par l'opinion que se fait l'individu sur son niveau de vie. Nous disposons d'une question dans l'enquête ESS indiquant si l'individu considère que le niveau de revenu actuel de son ménage permet de vivre confortablement, permet de s'en sortir ou permet de s'en sortir difficilement. L'effet du capital économique est assez ambigu : un revenu important peut signifier un coût d'opportunité du temps plus élevé (effet négatif sur les investissements), mais aussi un facteur d'actualisation plus élevé (effet positif sur les investissements).

Les variables liées au stock de capital social

Le stock de capital social est mesuré indirectement à partir de deux questions. La première porte sur la confiance de l'individu envers les autres. Il s'agit d'une variable continue, comprise entre 0 et 10 (le niveau 0 signifie que l'internaute pense que la majorité des gens abuseraient de sa bonne volonté, le niveau 10 traduit le fait que l'individu considère que la majorité des gens essaieraient d'être corrects). Une confiance élevée envers les autres peut signifier que l'individu dispose d'un capital social important, lui permettant de tirer de nombreux avantages de ses relations avec les autres (Glaeser *et al.* 2002). Une seconde question concerne la fréquence des rencontres spontanées avec des amis ou de la famille. Là encore, plus un individu dispose d'un capital social étendu et plus il rencontrera de relations chaque semaine. Nous avons introduit quatre niveaux de fréquence : rencontrer des amis/famille spontanément plusieurs fois par jour, plusieurs fois par semaine, une fois par semaine, moins d'une fois par semaine.

Nous nous attendons à ce qu'une confiance élevée envers les autres et des interactions fréquentes avec des amis/famille (c'est-à-dire un stock de capital important) aient un impact positif sur le nombre d'associations (sur les investissements en capital social).

Les variables de mobilité individuelle,

Le degré de mobilité actuelle et future de l'individu est mesuré à travers sa mobilité passée (implicitement, on fait l'hypothèse qu'un individu mobile dans le passé aura plus de chance d'être mobile dans le futur). Nous avons tout d'abord introduit une variable binaire indiquant si l'individu est installé au Grand-Duché de Luxembourg depuis plus de 5 ans. Par ailleurs, nous avons trois variables dichotomiques qui permettent de savoir si la mère et/ou le père de l'individu sont nés au Luxembourg.

Les individus mobiles (depuis moins de 5 ans au Luxembourg, dont au moins un des parents n'est pas né au Luxembourg) devraient d'après le modèle théorique investir moins que les individus peu mobiles.

Les variables d'usage de l'Internet

L'usage de l'Internet est mesuré de deux manières différentes. Dans un premier modèle, nous introduisons une variable dichotomique indiquant si l'individu a utilisé ou non Internet

⁵ Ces variables ont été construites à partir de la nomenclature internationale CITE ou ISCED (Qualification Internationale du Type d'Education).

dans les trois derniers mois. Dans un second modèle, nous avons cherché à mesurer l'intensité d'usage d'Internet, en distinguant l'utilisation au moins une fois par jour, un fois par semaine, une fois par mois, jamais.

L'impact de l'utilisation d'Internet n'est pas clairement déterminé. Une utilisation intensive d'Internet peut réduire le temps consacré à des investissements associatifs. Ou du moins Internet pourrait faciliter les investissements en capital social distant, qui viendraient se substituer à des investissements *offline* en capital social local (ces derniers prenant notamment la forme d'un engagement dans des associations locales). Mais dans le même temps, Internet via les gains de productivité attendus pourrait stimuler les investissements *offline* en capital social.

Les variables d'utilisation d'autres médias qu'Internet

Les investissements en capital social correspondent à du temps consacré à des associations, venant se substituer à d'autres occupations comme la TV ou la lecture. Dans l'arbitrage loisirs associatifs versus loisirs individuels, le temps consacré à la TV et la lecture devrait avoir un impact négatif sur le nombre d'associations auxquelles appartient l'individu. Ces activités sont décrites à travers les variables binaires suivantes : regarder quotidiennement la TV moins d'une heure, entre une et deux heures, entre deux et trois heures, plus de trois heures, ne pas lire quotidiennement le journal, lire quotidiennement le journal moins de ½ heure, entre une ½ heure et une heure, plus d'une heure.

4.1.2 Les résultats économétriques

Nous avons procédé à des estimations en MCO du modèle d'investissements *offline*, en considérant différentes variantes (en prenant comme variable expliquée soit le nombre d'associations, soit le nombre d'associations pondéré). Les résultats sont stables d'une variante à l'autre et le recours au nombre d'associations pondéré n'apporte pas d'amélioration au modèle de base.

[insérer tableau 1]

Du côté des caractéristiques socio-économiques, il ressort que l'âge influence positivement les investissements en capital social, avec un effet marginal décroissant dans le temps. On peut l'interpréter comme un effet *productivité* : plus l'individu est âgé, plus il dispose d'un stock de capital social élevé et d'une expérience en matière d'investissement (efficacité renforcée).

Les hommes tendent à investir plus en capital social que les femmes, de même le fait d'être en couple ou d'avoir des enfants joue positivement sur les investissements. En revanche, la localisation n'a aucun effet sur les investissements.

Enfin, le capital éducatif et le capital économique apparaissent complémentaires du capital social (un résultat classique dans cette littérature) : plus un individu est éduqué et/ou dispose d'un revenu élevé et plus il investit en capital social via la participation à des associations.

Si on considère l'impact du stock de capital social, on voit que les variables qui le mesurent ont bien l'effet prédit. Une confiance élevée envers les autres se traduit par plus d'engagement associatif. De même, un individu qui rencontre fréquemment des amis dans la semaine de manière spontanée a tendance à investir plus en capital social.

Le degré de mobilité des individus a lui aussi les effets escomptés : un individu ayant connu une forte mobilité dans le passé tend à moins s'engager dans des associations. L'effet est plus marqué sur le nombre d'associations pondéré. On peut interpréter ce résultat de la manière suivante : le nombre d'associations pondéré tend à mettre plus de poids sur les investissements en capital social local, car il est plus difficile d'être bénévole dans une association distante. Dans ces conditions, une tendance à la mobilité réduit particulièrement les investissements en capital social local (la participation à des associations locales).

L'usage d'Internet influence positivement les investissements en capital social : plus un individu utilise Internet et plus il est engagé dans des associations. L'effet *gain de productivité* semble donc l'emporter sur l'effet *arbitrage loisir*. Ce résultat mérite sans doute d'être pris avec précaution, car les effets de causalité sont sans doute plus complexes. Il se peut que l'utilisation d'Internet soit à la fois une cause et une conséquence d'un engagement associatif intensif. Si je participe activement à de nombreuses associations, j'ai intérêt à disposer d'un accès Internet à domicile pour être informé des décisions, des réunions de l'association... (il s'agit d'un effet club ou effet réseau qui se traduirait par une plus grande diffusion d'Internet dans le milieu associatif).

Dans un second temps, nous allons étudier les nouvelles formes d'investissements en capital social via Internet. En quoi consistent ces investissements ? Viennent-ils se substituer aux formes traditionnelles d'investissements (comme les investissements associatifs) ou sont-ils des compléments ? Nous allons dans un premier temps détailler les modèles estimés et les effets théoriques attendus, avant de présenter les résultats économétriques.

4.2. Les déterminants des investissements en capital social via Internet

L'enquête utilisée dans cet article permet de savoir si un individu a pu, grâce à Internet, augmenter ou intensifier le nombre de ses contacts avec ses proches ou sa famille, renouer des liens avec des personnes perdues de vue, connaître de nouvelles personnes et/ou rencontrer personnellement des tiers connus sur la toile. Parmi les 1554 personnes qui ont répondu à l'enquête, 490 (31%) déclarent que l'usage d'Internet a eu un de ces effets énoncés. Nous considérons que ces différents effets peuvent s'interpréter comme des investissements en capital social via Internet.

Nous avons toutefois décidé de regrouper ces différents effets en deux catégories : d'une part, les investissements *online* qui permettent d'entretenir le capital social existant (intensifier le nombre de contacts avec des proches ou la famille ou renouer des liens avec des personnes perdues de vue) et d'autre part, les investissements qui permettent de diversifier ou de renouveler son capital social (connaître de nouvelles personnes ou rencontrer personnellement des tiers connus sur la toile). La première forme d'investissements concerne 51% des internautes, soit 26 % des personnes enquêtées, alors que la seconde forme concerne 34% des internautes (soit 18% des enquêtés). Quels sont les facteurs pouvant influencer ces nouvelles formes d'investissements en capital social ?

4.2.1 Les variables explicatives et leurs effets théoriques

Les variables socio-économiques

Comme pour les investissements en capital social hors Internet, nous avons introduit le genre, l'âge et l'âge au carré, la situation familiale, la localisation, le niveau d'éducation et de revenu. Si les investissements *online* relèvent de la même logique que les investissements *offline*, on devrait avoir un effet positif de l'âge, du capital économique et du capital éducatif. Si l'on trouve des effets négatifs ou neutres, on pourrait alors être amené à penser que les

investissements en capital social sur Internet différent des investissements hors Internet (dans les motivations notamment).

Les variables liées à l'investissement en capital social hors Internet

Les investissements hors Internet sont mesurés par la participation à des associations. Plusieurs spécifications sont testées. Tout d'abord, nous avons distingué les associations de type « loisir » et les associations de type « militant »⁶. Parmi les 796 internautes enquêtés, 71% appartiennent à une association type « loisir » et 57% appartiennent à une association type « militant » et 15% n'appartiennent à aucun type d'associations. Toutefois, l'appartenance à une organisation ne permet pas d'apprécier quantitativement et qualitativement l'investissement individuel (Glaeser *et al.*, 2002). Nous avons donc distingué dans une première spécification deux niveaux d'engagement pour chaque type d'organisations : une première variable binaire permet de savoir si l'individu est membre d'une association (type loisir, type militant) et une seconde variable si l'individu est bénévole. 55% des internautes se déclarent membres d'une association de type « loisir » et 14% bénévoles alors que 44% sont membres d'une association de type « militant » et 6% bénévoles.

Dans une deuxième variante, le nombre d'associations auxquelles l'individu appartient va être pris en compte. Pour chaque type d'organisations, nous allons construire une variable continue qui représente le nombre d'associations dans lesquelles l'individu est membre et le nombre d'associations dans lesquelles l'individu est bénévole. On constate que les internautes sont membres au maximum de 4 associations type « loisir » et de 5 associations type « militant » et sont bénévoles dans au maximum 3 associations⁷.

Enfin dans une troisième variante, nous remplaçons ces mesures objectives des investissements en capital social par une mesure plus subjective. Une question dans l'enquête ESS permet de connaître le sentiment d'un individu sur sa participation à des activités sociales : par rapport à des personnes du même âge, l'individu peut juger qu'il participe beaucoup moins à des activités sociales, qu'il participe moins, qu'il participe autant, qu'il participe plus ou qu'il participe beaucoup plus.

Les effets attendus des investissements hors Internet sont ambigus. Si l'on considère que les investissements *online* et *offline* sont des substituts pour accroître son capital social (respectivement complémentaires), nous devrions trouver un effet négatif (positif). En cas d'effets neutres, Internet apparaîtrait alors comme une nouvelle forme d'investissements en capital social qui ne viendrait nullement se substituer aux investissements traditionnels en capital social.

Les variables liées au stock et à la composition du capital social

Nous allons introduire les mêmes variables que précédemment pour mesurer le stock de capital social : tout d'abord le degré de confiance envers les autres et la fréquence de rencontres spontanées d'amis/famille. On peut penser qu'une confiance élevée dans les tiers facilitera les investissements en capital social via Internet, particulièrement ceux visant à diversifier ou renouveler le capital social.

⁶ Dans les associations de type loisir, nous avons regroupé les clubs sportifs, les organisations pour les activités culturelles et de loisir, les clubs sociaux pour les jeunes, les retraités, les amicales et les organisations religieuses. Dans les associations de type militant, nous avons les syndicats, organisations professionnelles, organisations de consommateurs, organisations humanitaires, droits de l'homme, protection de l'environnement, de la paix, des animaux, partis politiques, associations de professeurs, de parents.

⁷ En moyenne, les internautes sont membres de 0.83 association type « loisir » et de 0.72 association type « militant », ils sont bénévoles de 0.18 association type « loisir » et de 0.07 association type « militant ».

Sur la composition du stock de capital social, nous avons repris les variables mesurant le degré de mobilité des individus (être installé au Grand-Duché de Luxembourg depuis plus de 5 ans, mère et/ou père né(s) au Luxembourg). Un individu caractérisé par une mobilité dans le passé devrait avoir une part plus importante de capital social distant. Ce type d'individus pourrait trouver avec Internet un moyen plus efficace d'entretenir son capital social existant. Par contre, l'effet est indéterminé sur les investissements visant à renouveler ou diversifier son capital social.

Les variables d'usages d'Internet

Nous avons introduit la durée hebdomadaire moyenne d'utilisation d'Internet. L'impact attendu est positif : plus un internaute consacre d'heures sur Internet et plus il a une probabilité élevée d'investir en capital social quelle que soit la forme (entretenir son capital social ou le renouveler).

Enfin, nous avons contrôlé l'utilisation d'autres médias qu'Internet, tels que les journaux ou la TV, ces loisirs pouvant réduire le temps disponible pour Internet (Attewell *et al.* 2003, Gershunny, 2003).

4.2.2 Les résultats économétriques

La correction du biais de sélection

Pour connaître l'impact des facteurs décrits précédemment, nous recourons à des modèles Probit. Toutefois, ces modèles ne sont estimés que sur les seuls internautes, ce qui peut introduire des biais dans les estimations. En effet, le choix d'utiliser ou non Internet peut être lié au niveau de capital social que détient l'individu (et à l'intensité de ses engagements associatifs). Si c'est le cas, on risque d'avoir un biais de sélection en éliminant de l'échantillon les non-internautes. Pour corriger ce biais de sélection, nous avons eu recours à la procédure d'Heckman (1979). Celle-ci consiste, dans un premier temps, à estimer la probabilité d'utiliser Internet, puis à calculer pour chacun des internautes l'inverse du ratio de Mill qui correspond à la fonction de densité normale divisée par la fonction de répartition normale. Dans un deuxième temps, ce ratio est introduit dans le modèle Probit d'investissement en capital social comme variable explicative. Le coefficient estimé ρ , associé à l'inverse du ratio de Mill, mesure alors la corrélation des erreurs entre le modèle d'usage d'Internet et le modèle d'investissement en capital social via Internet (Maddala, 1983, Breen, 1996). Lorsque ce coefficient est significativement différent de zéro, on peut conclure à l'existence d'un biais de sélection⁸.

Nous avons donc préalablement estimé un probit sur l'utilisation d'Internet dans les trois derniers mois⁹. En variables explicatives, on retrouve les mêmes variables socio-économiques que pour la seconde étape (probit sur les investissements online) : genre, âge, âge au carré, situation familiale, localisation, niveau d'éducation et de revenu, occupation TV et lecture. Nous avons toutefois introduit quelques variables supplémentaires relatives aux équipements en TIC (disposer d'un téléphone portable avec ou sans WAP, posséder un lecteur DVD, une console de jeux vidéo ou un GPS dans sa voiture). Ces variables permettent de savoir si l'individu est technophile ou non : une caractéristique essentielle pour

⁸ La correction du biais de sélection peut toutefois entraîner des problèmes d'hétéroscédasticité. Pour corriger ce problème, le logiciel STATA utilise la procédure de Huber/White.

⁹ Nous avons préféré prendre l'utilisation d'Internet et non l'existence d'un accès Internet à domicile, car les individus peuvent utiliser Internet ailleurs qu'à la maison (au travail, à l'école, dans des lieux publics). Parmi les individus ayant répondu à cette enquête, 80% des individus se sont connectés à Internet chez eux, 37% au travail, 25% sur leur lieu d'étude et 15% dans un autre endroit (bibliothèque publique, bureau de poste, administration, association, cyber café).

rendre compte de l'utilisation d'Internet. Enfin, l'usage d'Internet est aussi expliqué par le stock de capital social (fréquence des rencontres spontanées), les investissements en capital social (appartenir à une association type loisir, type militant) et le degré de mobilité de l'individu (vivre au Luxembourg depuis plus de 5 ans, parents nés au Luxembourg).

Les résultats (voir tableau 2 en annexe) montre que la probabilité pour un individu d'utiliser Internet est influencée négativement par son âge, mais positivement par son capital éducatif et son capital économique. Par ailleurs, le caractère technophile de l'individu a une incidence positive sur l'utilisation Internet. Ce constat rejoint les travaux de Lenhart *et al.* (2001) et Leguel & Pénard (2004) selon lesquels l'usage d'Internet se combine à l'usage d'autres équipements TIC. Concernant le capital social, appartenir à une association de type « militant » a un effet positif sur la probabilité d'utiliser Internet, alors que l'appartenance à une association de type loisir est sans effet. Il semble donc que l'effet réseau joue plus dans les associations de type militant. Dans ces dernières, Internet tend à devenir un outil essentiel à leur bon fonctionnement : participer à ce type d'associations implique donc d'utiliser Internet pour avoir accès à l'information et intervenir dans les prises de décision. Ceci tient sans doute au fait que les associations de type militant réunissent des individus plus distants géographiquement que les associations de type loisir. Ces dernières correspondent plus à des investissements en capital social local pour lesquels Internet se révélerait moins utile.

Venons-en maintenant aux déterminants des investissements en capital social via Internet. Nous commencerons par décrire les résultats du probit sur l'entretien du capital social existant détaillés dans le tableau 3, avant de considérer les résultats du probit sur le renouvellement du capital social du tableau 4.

Internet comme moyen d'entretenir son capital social existant

[Insérer tableau 3]

Les investissements *online* visant à entretenir le capital social existant ne semblent pas liés aux caractéristiques socio-économiques de l'internaute. Ni l'âge, ni la situation familiale, ni le revenu, ni le niveau d'éducation n'ont d'effet sur cette nouvelle forme d'investissement.

Sur l'éventuel lien entre investissements offline et online, on constate que seuls les investissements dans des associations de type loisir influencent les investissements online. Précisément, plus un individu est engagé dans des associations de type loisir et plus il utilisera Internet pour entretenir son capital social. Il existerait donc une complémentarité entre investissements online et offline lorsque ces derniers ont un caractère local (les investissements dans des associations de type loisir étant par nature plus orientés vers des activités de proximité). En revanche, les investissements dans des associations de type militant n'ont aucun effet, tout comme la fréquence des rencontres spontanées d'amis.

La confiance dans les tiers accroît la probabilité d'entretenir son capital social via Internet. Enfin, le fait d'avoir des parents nés hors du Luxembourg (mobilité dans le passé) induit assez logiquement une utilisation d'Internet pour entretenir des relations existantes qui peuvent être éloignées géographiquement. Internet apparaît bien dans ces conditions comme un mode alternatif d'investissement en capital social, permettant pour ceux ayant connu une mobilité de préserver leur capital social d'origine (de réduire la dépréciation de ce capital social distant).

[Insérer tableau 4]

Les investissements via Internet pour renouveler ou diversifier son capital social sont très liés à l'âge et à la situation familiale. Cette pratique semble plus fréquente chez les jeunes (effet négatif de l'âge) et les célibataires¹⁰. En revanche, le niveau d'éducation et de revenu, la localisation ou le genre n'ont aucune influence.

Par ailleurs, il n'existe aucun lien entre les investissements offline (participations à des associations) et cette forme d'investissements. Il s'agit donc d'une forme nouvelle qui ne vient ni se substituer aux investissements traditionnels, ni les renforcer. Derrière ces formes d'investissements, apparaissent des nouvelles pratiques de sociabilité et de rencontre (chat, forum) qui ont fait l'objet d'études détaillées ces dernières années (Velkovska, 2002 ; Smoreda & Thomas, 2001 ; Lenhart *et al.*, 2000, Parks & Floyd, 1996).

On remarque que le degré de confiance dans les autres a de nouveau un effet positif sur la probabilité d'établir de nouvelles relations via Internet. Mais cet effet est moindre que précédemment. Ce résultat met en évidence la difficulté de faire confiance à des personnes rencontrées via Internet (Markey & Wells, 2002)¹¹. Enfin, le fait d'avoir ses deux parents nés au Luxembourg réduit la probabilité d'utiliser Internet pour renouveler son capital social. En d'autres termes, ceux qui ont connu une mobilité et dont une partie du capital social est distant (géographiquement), ont une tendance plus forte à investir en capital social via Internet, que ce soit pour entretenir leur capital social (comme nous l'avons vu précédemment) ou pour renouveler leur capital social. Dans ces conditions, Internet apparaît pour les individus plus mobiles, comme un mode d'investissement en capital social alternatif aux investissements physiques traditionnels (investissements dans des associations locales). On peut relier ce résultat au modèle théorique exposé précédemment et conclure qu'Internet est bien un moyen de limiter la dépréciation du capital social pour des individus ayant connu une forte mobilité. De ce point de vue, Internet serait plutôt un vecteur de réduction des inégalités en termes de capital social entre les personnes n'ayant pas connu de mobilité (qui peuvent donc entretenir leur capital social par des contacts directs) et celles qui ont connu une mobilité (pouvant désormais continuer à entretenir leur capital social via le courrier électronique ou le chat).

Enfin, dernier résultat, une utilisation plus intensive d'Internet accroît bien la probabilité d'investir en capital social via Internet (quelle que soit la forme prise par cet investissement). Cet effet est toutefois plus significatif sur la probabilité d'établir des relations avec des personnes nouvelles. Ce résultat est cohérent avec le constat de Leung (2001) qui, dans son analyse des usages de la messagerie instantanée ICQ par des étudiants de Hong-Kong, a montré qu'un usage intensif correspondrait à une quête de sociabilité (rencontrer de nouvelles personnes).

5. Conclusion

Internet étant le plus souvent utilisé comme un moyen de communication, il est logique de supposer que cette technologie a un impact sur la formation de capital social des individus. Ce papier cherche à confirmer ou à infirmer empiriquement cette hypothèse.

¹⁰ C'est assez cohérent avec les conclusions de Parks & Roberts (1997) selon lesquelles la majorité des relations personnelles sur Internet, en particulier via les systèmes de messagerie instantanée (Multi-User Dimension, Object Oriented : MOO) sont établies avec des personnes du sexe opposé.

¹¹ Internet permet de masquer son identité réelle, d'apparaître sous des pseudonymes qu'il est facile de changer selon l'usage (Lenhart *et al.*, 2001).

Le cadre théorique sur lequel nous nous appuyons est celui développé par Glaeser *et al.* (2002). Selon ces derniers, le capital social d'un individu dépend à la fois des aptitudes intrinsèques de l'individu, mais aussi des investissements consentis pour entretenir et accroître ce capital social. Ces investissements sont coûteux en temps, en efforts, en argent, mais permettent d'enrichir son capital social et d'accroître les bénéfices retirés. Le modèle de Glaeser *et al.* (2002) nous a permis d'énoncer plusieurs propositions théoriques concernant l'impact attendu d'Internet sur les investissements en capital social :

- Tout d'abord, l'utilisation d'Internet devrait réduire la dépréciation du capital social, notamment en cas de mobilité individuelle car Internet permet de rester en contact avec sa communauté d'origine et de maintenir certains liens, malgré l'éloignement. Cet effet semble aller dans le sens d'une réduction des inégalités en capital social grâce à Internet, puisque les personnes sujettes à la mobilité, qui auparavant perdaient une large partie de leur capital social en cas de mobilité, trouveraient avec Internet un moyen de préserver leurs investissements passés.
- Ensuite, l'utilisation d'Internet permettrait de réduire le coût d'investissement en capital social, en facilitant l'adhésion et la participation active à de nombreux réseaux. Cet effet pourrait aller dans le sens d'un renforcement des inégalités puisque les personnes dotées d'un capital social important trouveraient avec Internet un moyen d'accroître l'efficacité de leurs investissements.

Afin de vérifier la validité de ces propositions, des données collectées par le CEPS/INSTEAD, dans le cadre du projet « ICT Usage by Household », co-financé par Eurostat, et du projet « European Social Survey », financé par le Fonds National de la Recherche, ont été exploitées. Ces deux projets ont permis de collecter des informations auprès d'environ 1 550 individus, dont 722 internautes, âgés de 16 à 74 ans.

Les modèles économétriques mis en œuvre montrent que les individus engagés dans des associations de type militant ont une probabilité plus élevée d'utiliser Internet : la fracture numérique recouvre donc bien certaines des inégalités en capital social. Par ailleurs, une utilisation intensive d'Internet se traduit par des investissements en capital social via Internet. Nous avons mis en évidence une complémentarité entre les investissements online visant à intensifier les relations existantes (entretenir son capital social existant) et certains investissements offline qui contribuent à la formation de capital social local (engagements dans des associations de loisir). Il semble donc que les individus qui disposent d'un capital social fondé sur la participation à des organisations type « loisir » utilisent beaucoup plus Internet pour entretenir leur capital que ceux qui disposent d'un capital social fondé sur la participation à des organisations de type « militant ». Ces résultats soulignent bien l'importance qu'occupe Internet dans la formation du capital social, même si les liens entre investissements hors Internet et via Internet sont sans doute plus complexes que ne le laissent supposer nos premières analyses.

Bibliographie

- Attewell P., Suazo-Garcia B., Battle J. (2003), "Computers and Young Children: Social Benefit or Social Problem", *Social Forces*, (82)1, September, pp. 277-296.
- Becker G. (1964), *Human Capital*, New York: Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research.
- Bourdieu P. (1980) "Le capital social", *Les Actes de la Recherche en Science Sociales*, 31, pp. 2-3.

- Bourgine P. (1998) "The Compromise between Exploration and Exploitation: from Decision Theory to Game Theory", in J. Lesourne & A. Orléan (Eds) *Advanced in Self-Organization and Evolutionary Economics*, Economica, London.
- Bowles S., Gintis H. (2002), "Social capital and community governance", *Economic Journal*, vol. 112, November, pp. 419–36.
- Breen R. (1996), "Regression models. Censored, sample selected, or truncated data", *Quantitative Applications in the Social Sciences*, Sage University Paper, n° 111, 88 p.
- Coleman J. (1988), "Social capital in the creation of human capital", *American Journal of Sociology*, vol. 94, n° p S95-S120.
- Durlauf S. (2002), "On the empirics of social capital", *Economic Journal*, vol. 112 November, pp. 459–79.
- Fukuyama F. (1999), *The Great Disruption*, New York: Simon and Schuster
- Gershuny J. (2003), "Web Use and Net Nerds : A Neofunctionalist Analysis of the Impact of Information technology in the Home", *Social Forces*, 82(1), September, pp. 141-168.
- Glaeser E., Laibson, D., Sacerdote, B. (2002), "An economic approach to social capital", *Economic Journal*, vol. 112, November, pp. 437–58.
- Gollac M. (1996), "Le capital est dans le réseau. La coopération dans l'usage de l'informatique", *Travail et Emploi*, N°69, pp.39-60.
- Goolsbee A., Zittrain J. (1999), "Evaluating the costs and benefits of taxing Internet commerce", *National Tax Journal*, September, p.413-428.
- Heckman J. J. (1979), "Sample Selection Bias as a Specification Error", *Econometrica*, vol. 47, n°1, pp. 153-162.
- Le Guel F., Pénard T., Suire R., (2004), « Adoption et usage de l'Internet : une étude économétrique sur données bretonnes », *Economie et Prévision* (sous presse).
- Le Guel F., Pénard T., (2004), « Internet et les ménages luxembourgeois : peut-on encore parler de fracture numérique dans le Grand Duché ? », *Economie & Entreprises*, CEPS/INSTEAD, (à paraître).
- Lenhart A., Rainie L., Lewis O. (2000), "Teenage life online. The rise of instant-message generation and the Internet's impact on friendships and family relationships", *Pew Internet & American Life Project*.
- Leung L. (2001), "College student motives for chatting on ICQ", *New Media & Society*, vol. 3, n°4, Thousand Oaks, Sage.
- Maddala G. S., (1983), "Limited-dependent and qualitative variables in econometrics", *Econometric Society Monographs*, N° 3, Cambridge, Cambridge University Press, 401 p.
- Markey P.M., Wells S.M. (2002), "Interpersonal Perception in Internet Chat Rooms", *Journal of Research in Personality*, 36, pp. 134-146.
- Parks M.R., Roberts L. (1997), "Making MOOsic: The Development of Personal Relationships On-line and a Comparison to their Off-line Counterparts", *Annual conference of the Western Speech Communication Association*, Monterey, California, February, site web (vu le 17 août 2004: <http://www.geser.net/moo.htm>)
- Parks M.R., Floyd K. (1996), "Making Friends in Cyberspace", *Journal of Communication*, Vol. 1, n°1, Winter, site web (vu le 16 août 2004: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/parks.html>)
- Putnam R. (1993) *Making Democracy work – Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.

- Putnam R. (2000), 'Bowling alone': The Collapse and Revival of American Community, New York, Simon and Schuster.
- Riphaegen J., Kanger A. (1997), "How Does Email Affect Our Lives? The 1997 NCSA Communication Study - Initial Results", Technology Research Group National Center for Supercomputing Applications, Site web (vu le 17 août 2004: <http://archive.ncsa.uiuc.edu/edu/trg/e-mail/index.html>).
- Smoreda Z., Thomas F. (2001), "Social Networks and residential ICT adoption and use", EURESCOM Summit Meeting, Heidelberg, 12-15 Nov. 2001.
- Velkovska J. (2002), « L'intimité anonyme dans les conversations électroniques sur les *webchats* », Sociologie du travail, Vol. 44, pp. 193-213.

Tableau 1 Les déterminants de l'investissement en capital social hors Internet (MCO)

<i>Variable expliquée :</i>	<i>Nombre d'associations auxquelles l'individu participe</i>	<i>Nombre d'associations pondéré par l'intensité de participation</i>		
CARACTERISTIQUES SOCIO ECONOMIQUES				
Etre un homme	0.28465*** (0.08380)	0.27686*** (0.08405)	0.41721*** (0.11641)	0.40678*** (0.11679)
Age	0.10660*** (0.01391)	0.10585*** (0.01396)	0.12569*** (0.01933)	0.12440*** (0.01939)
Age au carré	-0.0009637*** (0.00014359)	-0.0009560*** (0.00014410)	-0.00114*** (0.00019947)	-0.00113*** (0.00020022)
Vivre en couple	0.18160* (0.10865)	0.18905* (0.10879)	0.24646* (0.15093)	0.25573* (0.15116)
Taille du ménage	0.05528* (0.03333)	0.05565* (0.03339)	0.07853* (0.04630)	0.07984* (0.04639)
Vivre au milieu urbain	0.00572 (0.08551)	-0.00261 (0.08576)	0.07853 (0.11879)	0.06781 (0.11916)
CAPITAL EDUCATIF/HUMAIN				
Avoir un diplôme d'un niveau secondaire inférieur	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Avoir un diplôme d'un niveau secondaire supérieur	0.12349 (0.09783)	0.12228 (0.09784)	0.14119 (0.13590)	0.13922 (0.13594)
Avoir un diplôme d'un niveau post-secondaire	0.50293*** (0.13327)	0.48232*** (0.13437)	0.55404*** (0.18514)	0.52654*** (0.18671)
CAPITAL ECONOMIQUE				
Considérer que son revenu permet de vivre difficilement	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Considérer que son revenu est suffisant	0.14441 (0.15451)	0.15386 (0.15474)	0.27732 (0.21464)	0.28545 (0.21501)
Considérer que son revenu permet de vivre confortablement	0.38102*** (0.15727)	0.38239*** (0.15733)	0.51723*** (0.21848)	0.51689*** (0.21860)
USAGE D'INTERNET				
Avoir utilisé Internet dans les 3 derniers mois	0.50085*** (0.10911)	/	0.71631*** (0.15157)	/
Ne pas utiliser Internet	/	Réf.	/	Réf.
Utiliser Internet au moins une fois par jour	/	0.56062*** (0.12821)	/	0.80778*** (0.17814)
Utiliser Internet une fois par semaine	/	0.51164*** (0.12903)	/	0.69684*** (0.17929)
Utiliser Internet une fois par mois	/	0.28337 (0.19103)	/	0.49094** (0.26543)
USAGES D'AUTRES MEDIAS QU'INTERNET				
Regarder quotidiennement la TV moins d'une heure	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Regarder quotidiennement la TV entre une et deux heures	-0.25802** (0.11671)	-0.25661** (0.11682)	-0.20774 (0.16213)	-0.20388 (0.16231)
Regarder quotidiennement la TV entre deux et trois heures	-0.24160** (0.11859)	-0.24137** (0.11866)	-0.13084 (0.16474)	-0.12871 (0.16487)
Regarder quotidiennement la TV plus de trois heures	-0.36990*** (0.12761)	-0.36503*** (0.12767)	-0.33772** (0.17727)	-0.33113** (0.17740)
Ne pas lire quotidiennement le journal	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Lire quotidiennement le journal moins de ½ heure	0.05958 (0.11692)	0.06020 (0.11695)	0.07883 (0.16243)	0.08063 (0.16249)
Lire quotidiennement le journal entre une ½ heure et une heure	0.16218 (0.13074)	0.16121 (0.13074)	0.20718 (0.18162)	0.20649 (0.18166)
Lire quotidiennement le journal plus d'une heure	0.55657*** (0.14580)	0.55241*** (0.14592)	0.69026*** (0.20254)	0.68317*** (0.20275)

<i>Variable expliquée :</i>	<i>Nombre d'associations auxquelles l'individu participe</i>		<i>Nombre d'associations pondéré par l'intensité de participation</i>	
STOCK DE CAPITAL SOCIAL				
Confiance dans les autres	0.04385*** (0.01846)	0.04328*** (0.01847)	0.05834** (0.02565)	0.05763** (0.02566)
Rencontrer des amis spontanément plusieurs fois par jour	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Rencontrer des amis spontanément plusieurs fois par semaine	-0.05892 (0.12358)	-0.05915 (0.12359)	-0.17112 (0.17167)	-0.17058 (0.17172)
Rencontrer des amis spontanément une fois par semaine	-0.39104*** (0.13680)	-0.38439*** (0.13694)	-0.56734*** (0.19004)	-0.55800*** (0.19027)
Rencontrer des amis spontanément moins d'une fois par semaine	-0.51316*** (0.12030)	-0.50569*** (0.12041)	-0.68842*** (0.16711)	-0.67982*** (0.16730)
DEGRE DE MOBILITE				
Vivre depuis 5 ans au Grand Duché	0.55034*** (0.20308)	0.55732*** (0.20314)	0.85726*** (0.28211)	0.86496*** (0.28225)
Avoir aucun parent né au Grand Duché	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
Avoir un parent né au Grand Duché	0.39480*** (0.13505)	0.38838*** (0.13513)	0.63233*** (0.18761)	0.62548*** (0.18775)
Avoir ses deux parents nés au Grand Duché	0.55503*** (0.09965)	0.55093*** (0.09974)	0.73625*** (0.13842)	0.73320*** (0.13859)
Constante	-2.39997 (0.40475)	-2.39122 (0.40507)	-3.32576 (0.56226)	-3.30899 (0.56282)
Taille de l'échantillon	1449	1449	1449	1449
R2	0.2236	0.2247	0.1879	0.1888

Tableau 2 Les déterminants de l'usage d'Internet (Probit)

<i>Variable expliquée : Probabilité d'avoir utilisé Internet au cours des trois derniers mois</i>	
	Coefficient (écart type)
LES CARACTERISTIQUES SOCIO ECONOMIQUES	
Etre un homme	0.0984639 (0.0862891)
Age	-0.0560187*** (0.0147755)
Age au carré	0.0001099 (0.0001591)
Vivre en couple	-0.2130048** (0.1133767)
Taille du ménage	-0.016448 (0.0343477)
Vivre en milieu urbain	0.0055523 (0.0875578)
CAPITAL EDUCATIF/HUMAIN	
Avoir un diplôme d'un niveau secondaire inférieur	Réf.
Avoir un diplôme d'un niveau secondaire supérieur	0.6159588*** (0.0976314)
Avoir un diplôme d'un niveau post-secondaire	1.123012*** (0.1314386)
CAPITAL ECONOMIQUE	
Considérer que son revenu permet de vivre difficilement	Réf.
Considérer que son revenu est suffisant	0.3914517*** (0.1611438)
Considérer que son revenu permet de vivre confortablement	0.7410437*** (0.161986)
EQUIPEMENT EN TIC DE L'INDIVIDU	
Avoir un GSM avec fonction WAP	0.3791612*** (0.1059627)
Avoir un GSM classique	0.3337351*** (0.1247357)
Avoir un lecteur DVD	0.4389262*** (0.0924109)
Avoir une console de jeux	0.103034 (0.0996954)
Avoir un GPS dans sa voiture	0.7216522*** (0.1953154)
USAGES D'AUTRES MEDIAS QU'INTERNET	
Regarder quotidiennement la TV moins d'une heure	Réf.
Regarder quotidiennement la TV entre une et deux heures	0.1728248 (0.1185683)
Regarder quotidiennement la TV entre deux et trois heures	-0.207184* (0.1201471)
Regarder quotidiennement la TV plus de trois heures	-0.1018831 (0.1350321)
Ne pas lire quotidiennement le journal	Réf.
Lire quotidiennement le journal moins de ½ heure	0.1424726 (0.1188847)
Lire quotidiennement le journal entre une ½ heure et une heure	0.1888999 (0.1342178)
Lire quotidiennement le journal plus d'une heure	0.2220973 (0.1519626)
INVESTISSEMENT ET STOCK DE CAPITAL SOCIAL	
Rencontrer des amis spontanément plusieurs fois par jour	Réf.
Rencontrer des amis spontanément plusieurs fois par semaine	0.0593279

<i>Variable expliquée : Probabilité d'avoir utilisé Internet au cours des trois derniers mois</i>	
	Coefficient (écart type)
	(0.1275428)
Rencontrer des amis spontanément une fois par semaine	-0.1842883 (0.1387406)
Rencontrer des amis spontanément moins d'une fois par semaine	0.0189383 (0.124448)
Appartenir à une association type « militant »	0.3374866*** (0.0918554)
Appartenir à une association type « loisir »	0.1392554 (0.0917464)
DEGRE DE MOBILITE	
Vivre depuis 5 ans au Grand Duché	-0.1326882 (0.2087356)
N'avoir aucun parent né au Grand Duché	Réf.
Avoir un parent né au Grand Duché	0.080248 (0.1396122)
Avoir ses deux parents nés au Grand Duché	0.1285603 (0.1020664)
Constante	0.2946783 (0.4094645)
Nombre d'observations	1465
Log de la vraisemblance	-583.14

Remarque : * coef. significatif au seuil de 10%, ** coef. significatif au seuil de 5%, *** coef. significatif au seuil de 1%.

Réf. : variable de référence

Tableau 3 Les déterminants de l'investissement en capital social via Internet (entretenir son capital social existant)

Variable expliquée : Probabilité d'intensifier des relations existantes via Internet)			
	Coefficients estimés (écart type)		
CARACTERISTIQUES SOCIO ECONOMIQUES			
Etre un homme	-0.0530683 (0.101033)	-0.0447443 (0.1005153)	-0.0400045 (0.0997363)
Age	-0.0202207 (0.0197905)	-0.0206542 (0.0194901)	-0.0212996 (0.0188178)
Age au carré	0.0002791 (0.0002239)	0.0002823 (0.0002205)	0.0003264 (0.0002141)
Vivre en couple	-0.1336671 (0.1340092)	-0.108611 (0.1338477)	-0.1430331 (0.1313021)
Taille du ménage	-0.0398029 (0.0385496)	-0.0419052 (0.0386906)	-0.0316866 (0.0378516)
Vivre au milieu urbain	0.0180527 (0.0992941)	0.0183661 (0.0989842)	0.007442 (0.0979795)
Avoir un diplôme d'un niveau secondaire inférieur	Réf.	Réf.	Réf.
Avoir un diplôme d'un niveau secondaire supérieur	0.1137711 (0.1451268)	0.0931324 (0.1423514)	0.0784493 (0.1404323)
Avoir un diplôme d'un niveau post-secondaire	0.2455538 (0.2033286)	0.2359611 (0.1975767)	0.1914388 (0.194996)
Considérer que son revenu permet de vivre difficilement	Réf.	Réf.	Réf.
Considérer que son revenu est suffisant	0.2774798 (0.2617994)	0.2700331 (0.2594308)	0.2863572 (0.2583913)
Considérer que son revenu permet de vivre confortablement	0.2183351 (0.2728933)	0.2087971 (0.2688415)	0.2228911 (0.2683872)
USAGES D'INTERNET			
Durée d'utilisation d'Internet	0.0001554* (0.0000896)	0.0001552* (0.0000892)	0.0001771** (0.0000893)
Investissement en capital social			
Etre membre d'une association type loisir	0.3423868*** (0.1062622)	/	/
Etre membre d'une association type militant	-0.0991144 (0.1112676)	/	/
Effectuer du bénévolat dans une association type loisir	0.0622023 (0.1445879)	/	/
Effectuer du bénévolat dans une association type militant	0.1192342 (0.2103197)	/	/
Nombre d'associations type loisir où l'individu est membre	/	0.165795*** (0.0598362)	/
Nombre d'associations type militant où l'individu est membre	/	-0.0775591 (0.0550164)	/
Nombre d'associations type loisir où l'individu est bénévole	/	0.0580788 (0.1040829)	/
Nombre d'associations type militant où l'individu est bénévole	/	0.1748341 (0.1544622)	/
Juger que l'on participe beaucoup moins à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	-0.1696062 (0.213399)
Juger que l'on participe moins à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	-0.2224974* (0.1277418)
Juger que l'on participe autant à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	Réf.
Juger que l'on participe plus à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	0.032538 (0.1327533)
Juger que l'on participe beaucoup plus à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	-0.0041189 (0.2244308)

Variable expliquée : Probabilité d'intensifier des relations existantes via Internet)			
	Coefficients estimés (écart type)		
STOCK ET COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL			
Rencontrer des amis spontanément plusieurs fois par jour	Réf.	Réf.	Réf.
Rencontrer des amis spontanément plusieurs fois par semaine	0.0529047 (0.1349865)	0.0755477 (0.1352995)	0.043045 (0.1336575)
Rencontrer des amis spontanément une fois par semaine	-0.1171701 (0.1587409)	-0.1115744 (0.1585228)	-0.1534306 (0.1577709)
Rencontrer des amis spontanément moins d'une fois par semaine	-0.0214644 (0.1385658)	-0.0025302 (0.1392285)	-0.0494395 (0.1373114)
Degré de confiance dans les autres	0.055450*** (0.0229298)	0.058233*** (0.0228408)	0.058479*** (0.0229073)
Avoir aucun parent né au Grand Duché	Réf.	Réf.	Réf.
Avoir un parent né au Grand Duché	-0.3171516** (0.1659662)	-0.34719** (0.165543)	-0.351608** (0.1652825)
Avoir ses deux parents nés au Grand Duché	-0.37149*** (0.1163329)	-0.37103*** (0.1162427)	-0.39133*** (0.1154183)
Variables de contrôle pour TV et lecture de la presse	oui	oui	oui
Constante	0.3136779 (0.5048707)	0.3511288 (0.5002562)	0.5102268 (0.4932094)
Taille de l'échantillon	722	722	722
Log de la vraisemblance	-1037.535	-1038.194	-1041.603
ρ	-0.34881	-0.3664281	-0.4189546

Tableau 4 Les déterminants de l'investissement en capital social via Internet (renouveler son capital social)

Variable expliquée : Probabilité d'établir de nouvelles relations sociales via Internet			
	Coefficients estimés (écart type)		
CARACTERISTIQUES SOCIO ECONOMIQUES			
Etre un homme	0.1032473 (0.1108643)	0.1023897 (0.1107952)	0.0963095 (0.1107371)
Age	-0.0507193** (0.0217789)	-0.049313** (0.0216539)	-0.0491515** (0.0211495)
Age au carré	0.0005182** (0.0002481)	0.0005044** (0.0002458)	0.0005155** (0.0002406)
Vivre en couple	-0.3778963*** (0.1425064)	-0.3542407*** (0.142759)	-0.3665372*** (0.1409429)
Taille du ménage	-0.051862 (0.0424844)	-0.0548605 (0.0427906)	-0.0459953 (0.0420811)
Vivre au milieu urbain	0.0328396 (0.1082955)	0.0385448 (0.108169)	0.0332294 (0.107364)
Avoir un diplôme d'un niveau secondaire inférieur	Réf.	Réf.	Réf.
Avoir un diplôme d'un niveau secondaire supérieur	-0.1450627 (0.1480855)	-0.1421729 (0.14785)	-0.1450868 (0.1463543)
Avoir un diplôme d'un niveau post-secondaire	-0.2844667 (0.2059766)	-0.2731345 (0.2059526)	-0.2762971 (0.2048809)
Considérer que son revenu permet de vivre difficilement	Réf.	Réf.	Réf.
Considérer que son revenu est suffisant	0.4181435 (0.2781572)	0.4146617 (0.2778817)	0.4069806 (0.2766831)
Considérer que son revenu permet de vivre confortablement	0.123049 (0.2848442)	0.11692 (0.284595)	0.1131435 (0.2832128)
USAGES D'INTERNET			
Durée d'utilisation d'Internet	0.0005153*** (0.0000955)	0.0005088*** (0.0000953)	0.0004997*** (0.0000958)
INVESTISSEMENT EN CAPITAL SOCIAL			
Etre membre d'une association type loisir	0.1223151 (0.1135793)	/	/
Etre membre d'une association type militant	0.0255047 (0.1222642)	/	/
Effectuer du bénévolat dans une association type loisir	-0.2206156 (0.1621075)	/	/
Effectuer du bénévolat dans une association type militant	-0.2452961 (0.2393072)	/	/
Nombre d'associations type loisir où l'individu est membre	/	0.0812329 (0.0641681)	/
Nombre d'associations type militant où l'individu est membre	/	-0.0306167 (0.0630577)	/
Nombre d'associations type loisir où l'individu est bénévole	/	-0.121035 (0.1150926)	/
Nombre d'associations type militant où l'individu est bénévole	/	-0.0880706 (0.1659364)	/
Juger que l'on participe beaucoup moins à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	0.0962138 (0.2324987)
Juger que l'on participe moins à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	0.0325581 (0.137874)
Juger que l'on participe autant à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	Réf.
Juger que l'on participe plus à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	-0.1289947 (0.149057)
Juger que l'on participe beaucoup plus à des activités sociales que les autres personnes du même age	/	/	-0.2471356 (0.2533157)

Variable expliquée : Probabilité d'établir de nouvelles relations sociales via Internet			
	Coefficients estimés (écart type)		
STOCK ET COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL			
Rencontrer des amis spontanément plusieurs fois par jour	Réf.	Réf.	Réf.
Rencontrer des amis spontanément plusieurs fois par semaine	0.0376631 (0.1446522)	0.0416666 (0.1453324)	0.0354856 (0.1442465)
Rencontrer des amis spontanément une fois par semaine	-0.2401286 (0.1742716)	-0.239621 (0.174565)	-0.2550145 (0.1738937)
Rencontrer des amis spontanément moins d'une fois par semaine	0.0256914 (0.1486092)	0.0336806 (0.1491301)	0.003219 (0.1477954)
Degré de confiance dans les autres	0.0450747** (0.0248267)	0.0440617* (0.0247201)	0.0495846** (0.0249307)
Avoir aucun parent né au Grand Duché	Réf.	Réf.	Réf.
Avoir un parent né au Grand Duché	-0.2407109 (0.1774432)	-0.2503272 (0.1773169)	-0.2385915 (0.1769935)
Avoir ses deux parents nés au Grand Duché	-0.2460622** (0.1254301)	-0.2462796** (0.1253259)	-0.2351123** (0.1248893)
Vivre depuis 5 ans au Grand Duché	0.1952251 (0.2399825)	0.1926219 (0.2392256)	0.2087663 (0.2386684)
Variables de contrôle pour TV et lecture de la presse	oui	oui	oui
Constante	0.3431714 (0.5410713)	0.3438579 (0.5399302)	0.3612127 (0.5372704)
Taille de l'échantillon	722	722	722
Log de la vraisemblance	-960.9111	-961.5858	-962.658
ρ	-0.2485309	-0.2555088	-0.3044648