

Enseigner le programme de Première

*Ce compte-rendu n'est pas exhaustif. Il ne reprend que des éléments en prise directe avec l'enseignement du programme en classe de première. Il ne reprend également que des éléments vus dans certains ateliers.*

**Ouverture par Jean Etienne :**

Les notions de la deuxième colonne ne sont pas à apprendre pour elles-mêmes. Le programme est à lire de la façon suivante : on répond aux questions posées dans la première colonne à l'aide des **indications complémentaires**, et c'est dans cette perspective que les notions de la deuxième colonne sont à intégrer au programme.

On peut traiter parallèlement la partie « science économique » et la partie « sociologie », et croiser les regards dès que possible.

Des fiches seront publiées en mai sur Eduscol ; elles compléteront chacune des questions du programme.

Sommaire de la suite du compte-rendu :

1. Compte-rendu de l'atelier ayant travaillé sur la première partie du programme de Science économique : « **Les grandes questions que se posent les économistes** ». p.2
2. Compte rendu de l'atelier sur « **la répartition du surplus** » p. 5
3. Compte rendu de l'atelier sur « **Les asymétries d'information sur les marchés** » p. 8
4. Compte rendu sur « **les réseaux sociaux** » p.12

# Compte-rendu de l'atelier ayant travaillé sur la première partie du programme de Science économique :

## « Les grandes questions que se posent les économistes ».

Atelier animé par Anne-Marie Dreiszker

Programme officiel :

### Programme

Thèmes	Notions	Indications complémentaires
Science économique (Durée indicative : 90 heures)		
<b>1. Les grandes questions que se posent les économistes</b>		
<b>1.1 Dans un monde aux ressources limitées, comment faire des choix ?</b>	Utilité, contrainte budgétaire, prix relatif	A partir d'exemples simples (choix de forfaits téléphoniques, formule « à volonté » dans la restauration, utilité de l'eau dans divers environnements, etc.), on introduira les notions de rareté et d'utilité marginale, en insistant sur la subjectivité des goûts. On s'appuiera sur une représentation graphique simple de la contrainte budgétaire pour caractériser les principaux déterminants des choix, sans évoquer les courbes d'indifférence. Il s'agit d'illustrer la démarche de l'économiste qui modélise des situations dans lesquelles les individus sont confrontés à la nécessité de faire des choix de consommation ou d'usage de leur temps (par exemple).
<b>1.2 Pourquoi acheter à d'autres ce que l'on pourrait faire soi-même ?</b>	Echange marchand, spécialisation, gain à l'échange	On montrera que l'échange permet de mettre à profit les différences entre individus et entre nations. On introduira, à partir d'exemples simples d'échanges entre individus (l'avocate et son secrétaire selon Samuelson), les notions d'avantage absolu et d'avantage comparatif, afin de montrer que l'échange engendre des gains dont la répartition peut être inégale et qu'il favorise la division du travail. En s'interrogeant sur les raisons qui conduisent à se procurer sur le marché ce que l'on pourrait faire soi-même (plats cuisinés, services à domicile, etc.) ou à acheter à l'étranger ce que l'on pourrait produire chez soi, on mettra en évidence les avantages (compétitivité des entreprises ou variété des biens et services notamment) du développement des échanges, notamment entre nations.
<b>1.3 Que produit-on et comment le mesure-t-on ?</b>	Production marchande et non marchande, valeur ajoutée	On sensibilisera les élèves à la diversité des modes de production des biens et services et de leur mise à la disposition des consommateurs. On s'intéressera aux problèmes posés par la mesure de la valeur ajoutée.
<b>1.4 Comment répartir les revenus et la richesse ?</b>	Salaire, profit, revenus de transfert	La production engendre des revenus qui sont répartis entre les agents qui y contribuent par leur travail ou leur apport en capital. On introduira la distinction entre cette répartition primaire des revenus et la répartition secondaire qui résulte des effets de la redistribution.
<b>1.5 Quels sont les grands équilibres macroéconomiques ?</b>	Equilibre emplois/ressources	La mesure et l'analyse de l'activité d'une économie nationale et de ses principales composantes seront présentées simplement. On présentera l'équilibre emplois-ressources, en économie ouverte, et on pourra évoquer les sources de possibles déséquilibres.

**Cette partie est à concevoir comme une introduction à la science économique.** Il ne s'agit pas de traiter les choses en profondeur ou en détail mais de constituer un socle de compréhension qui permettra des approfondissements dans la suite du cycle terminal.

Les indications complémentaires (IC) invitent à faire comprendre que nous vivons dans un monde de rareté au regard des besoins qui sont eux illimités : comment faire des choix ?

Les IC sont à lire globalement et non pas à traiter en faisant une séquence par phrase.

**Cette partie est aussi une initiation à la modélisation.** La modélisation permet de simplifier la réalité en posant des hypothèses et en raisonnant « toutes choses égales par ailleurs ». On n'a cependant pas pour objectif de présenter le modèle microéconomique traditionnel. On va illustrer la démarche de l'économiste qui modélise, apprendre à « jouer à l'économiste ».

## 1.1 Dans un monde aux ressources limitées, comment faire des choix ?

On ne procèdera pas à une modélisation mathématique. On peut par exemple expliquer que le fait de boire un verre d'eau est source de satisfaction quand on a très soif, puis que chaque verre d'eau supplémentaire apporte une satisfaction inférieure à celle du verre d'eau précédent, jusqu'à ce qu'un verre d'eau supplémentaire n'apporte plus aucune satisfaction. On pourra alors introduire la notion d'**utilité**.

On peut alors prendre l'exemple de l'utilité d'un verre d'eau comparée à celle d'un diamant, selon le contexte dans lequel on se trouve (par exemple au cœur du désert).

On peut aussi prendre l'exemple des formules à volonté dans certains restaurants, en montrant qu'à un moment donné le client arrive à satiété.

Il est alors possible de faire une représentation graphique de la contrainte budgétaire (droite de budget) en prenant deux biens substituables (qui conduisent à la satisfaction du même besoin). Par exemple, un individu dispose de 100 € pour aller soit au théâtre, soit au cinéma. Si le prix des places de théâtre et/ou celui des places de cinéma se modifient, cela peut conduire à de nouveaux choix.

Il ne faut pas parler ici de courbes d'indifférence, mais expliquer qu'avec un budget identique, les individus ne font pas tous les mêmes choix.

On peut aussi rappeler que tout le monde est confronté à des choix (même les plus riches) ; le temps est lui aussi une ressource limitée.

On introduira alors la notion de **coût d'opportunité** : les choix sont des choix « coûts / avantages ». Les avantages ne sont pas forcément financiers, ils sont liés à la satisfaction retirée. Quant au coût, il correspond à ce à quoi on renonce.

Par exemple, un élève veut faire des SES en première et terminale, mais il veut aussi passer un bac S : il va falloir qu'il renonce soit aux SES soit au bac S.

Autre exemple : le choix d'un arrêt des études entraîne le renoncement au diplôme.

## 1.2 Pourquoi acheter à d'autres ce que l'on pourrait faire soi-même ?

On peut prendre l'exemple d'un médecin qui s'installe et qui doit tout faire lui-même : répondre au téléphone, faire la comptabilité, etc. A un moment donné, il va s'interroger sur l'opportunité d'embaucher un(e) secrétaire et /ou un(e) comptable. Il est certes plus efficace que le (la) secrétaire car il peut répondre directement aux questions des patients qui appellent ou juger du degré d'urgence à avoir un rendez-vous, mais il préférera avoir un(e) secrétaire car ainsi il pourra faire davantage de consultations. Pour la société, ce choix permettra d'accroître les soins. Et cela génère plus de revenus, à la fois pour le médecin qui pourra faire plus de consultations, et à la fois pour le (la) secrétaire qui percevra un salaire.

On pourra aussi montrer que ce n'est pas l'échange qui est inégalitaire (sinon il y aurait disparition du marché), mais que la répartition du produit de l'échange peut être inégalitaire (par exemple en raison d'un rapport de force). Par exemple, lors du recrutement d'un(e) secrétaire par le médecin, il peut y avoir négociation sur le salaire. On peut aussi montrer qu'un pays producteur de bananes est lésé dans la répartition du produit de l'échange, ce qui le conduit à connaître une croissance apauvrissante. Il y a alors des gagnants (les

consommateurs) et des perdants (les producteurs). Ce qui peut poser la question de l'indemnisation des perdants (dans la mesure où le gain global est positif).

### **1.3 Que produit-on et comment le mesure-t-on ?**

Sur les limites de la mesure de la valeur ajoutée (VA) :

On montrera que la VA est un outil mais que comme tout outil, il a des limites et il repose sur des conventions. Toute mesure repose sur des conventions. La VA est la différence entre la valeur de ce qui sort et la valeur de ce qui entre dans le processus de production, ceci sur la base d'un prix de marché.

Comment faire avec la production qui n'a pas de prix de marché ? Par convention comptable, on va la mesurer par ses coûts de production.

Est-ce que cela mesure bien la valeur ? Ça mesure ce que ça mesure, mais ça ne veut pas dire que ça n'ait pas d'utilité.

De même que si on change les coefficients des disciplines sur un bulletin, la moyenne générale va changer. Ça dépend des conventions utilisées.

### **1.4 Comment répartir les revenus et la richesse ?**

On étudiera l'origine des revenus et leur répartition.

### **1.5 Quels sont les grands équilibres macroéconomiques ?**

On étudiera l'équilibre emplois/ressources et le calcul du PIB (valeur de la production marchande + valeur de la production non marchande).

A l'aide du calcul du PIB par la demande ( $C+I+X-M$ ), on pourra faire varier les variables ( $C, I, X, M$ ) pour en montrer l'impact sur le PIB.

## Compte-rendu de l'atelier sur la répartition du surplus

Atelier animé par Alain Beitone

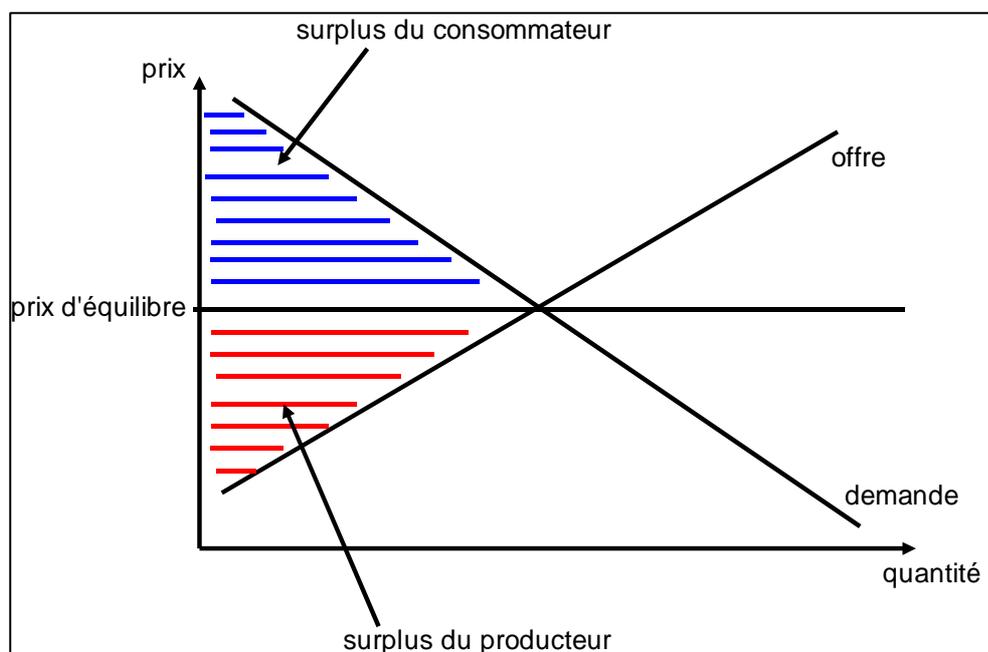
Programme officiel : La répartition du surplus est abordée dans la partie portant sur la coordination par le marché :

### 3.2 Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

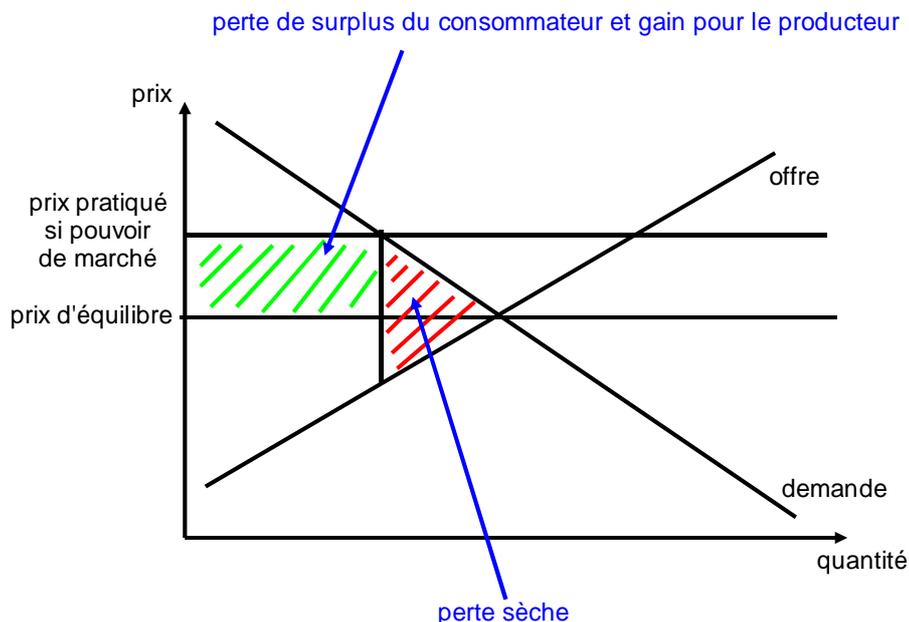
Offre et demande, prix et quantité d'équilibre, preneur de prix, rationnement, surplus, allocation des ressources

On s'attachera à mettre en évidence les déterminants des comportements des agents, offreurs et demandeurs, puis on procédera à la construction des courbes d'offre et de demande et à l'analyse de la formation de l'équilibre sur un marché de type concurrentiel. La modification des conditions d'offre ou de demande permettra de montrer comment s'ajustent, dans le temps, prix et quantités d'équilibre. On étudiera les réactions de l'acheteur aux changements des incitations (augmentation du prix du tabac, de la fiscalité sur les carburants, prime à la casse sur le marché de l'automobile, etc.). L'étude de la notion de surplus et de son partage entre acheteurs et vendeurs permettra d'illustrer graphiquement les gains de l'échange. On fera apparaître l'existence de situations de rationnement lorsque le prix est fixé, quelle qu'en soit la raison, à un autre niveau que celui qui équilibre le marché (files d'attente, réglementation des loyers, pénuries de places pour des rencontres sportives ou les spectacles, etc.).

La courbe de demande du marché correspond au **prix maximum** que les consommateurs sont prêts à payer **pour une quantité donnée**. La surface hachurée bleue (cf schéma ci-dessous) correspond alors au surplus du consommateur, c'est-à-dire à l'écart entre le prix du marché et le prix que les consommateurs étaient prêts à payer.



Si les producteurs bénéficient d'un pouvoir de marché, le prix de marché sera supérieur au prix d'équilibre. Alors, le surplus du consommateur sera amputé au bénéfice des producteurs (surface hachurée verte du schéma ci-dessous). Il y aura également une « perte sèche » (surface hachurée rouge) car une partie du surplus est perdue à la fois pour les consommateurs et à la fois pour les producteurs.



La politique économique consiste dès lors à mesurer les effets des mesures décidées en termes d'effets sur le surplus.

#### Exemple du tarif unique du livre :

En France, il existe un tarif unique du livre. De fait, le dernier livre de Houellebecq sera vendu au même prix chez un libraire ou en grande surface. Ce tarif unique réduit donc la possibilité de concurrence entre les distributeurs et ne permet pas à certains distributeurs de vendre ce livre à un prix plus faible. Cela correspond alors à une perte de surplus pour le consommateur car les consommateurs auraient pu acheter ce livre moins cher en grande surface. Mais ce tarif unique garantit des ressources aux éditeurs, ce qui leur permet à long terme de maintenir une offre plus diversifiée (notamment en pouvant publier des livres dont les perspectives de vente seraient aléatoires).

Il y a donc un arbitrage à faire : soit réduire le surplus du consommateur et garantir des ressources aux éditeurs pour maintenir une offre diversifiée, soit rétablir le surplus du consommateur au risque que les éditeurs réduisent leur offre.

#### Exemple des pièces détachées :

En France, les concessionnaires automobiles sont tenus d'opérer les réparations en utilisant les pièces détachées du constructeur concerné. Les réparations coûtent donc plus cher et les primes d'assurance sont dès lors plus élevées.

Il y a donc une perte de surplus pour les consommateurs au bénéfice des constructeurs automobiles.

#### Exemple des licences de taxis :

Si le nombre de licences de taxis était plus important à Paris, il y aurait plus de taxis et les prix des courses seraient moins élevés. La limitation du nombre de licences de taxis entraîne donc une perte de surplus pour les consommateurs et un gain pour les chauffeurs de taxis.

Si l'Etat délivrait davantage de licences, les prix baisseraient et on pourrait envisager une indemnisation pour les producteurs (à condition que l'indemnisation soit inférieure au gain réalisé par les consommateurs).

**Exemple des brevets :**

Les brevets permettent aux producteurs de bénéficier d'un monopole temporaire. Ils constituent donc une rente pour le producteur, laquelle rente favorise l'innovation.

**Exemple de la taxe carbone :**

La taxe carbone constitue une perte de surplus pour le consommateur. Les habitants des zones rurales qui en subiraient davantage le coût pourraient bénéficier d'une indemnisation.

Il faut donc comparer les effets statiques et les effets dynamiques de telle ou telle mesure économique. Le pouvoir politique tranche alors en arbitrant entre différents inconvénients.

# Compte rendu de l'atelier sur « Les asymétries d'information sur les marchés »

Atelier animé par Marc Montoussé

(Les éléments ci-dessous ne sont pas tous à traiter avec les élèves, notamment la représentation de la demande coude, mais ils peuvent aider les enseignants à cerner ce qui pourra être fait en cours).

L'asymétrie des informations sur le marché est traitée dans la partie sur la coordination du marché.

<b>3.4 Quelles sont les principales défaillances du marché ?</b>	Asymétries d'information, externalités, biens collectifs	On montrera qu'en situation d'information asymétrique, on constate l'existence d'équilibres avec rationnement voire l'absence de marché (marché des voitures d'occasion, marchés des professionnels de santé et des avocats, marché de l'assurance, etc.). Les diverses manières de produire et de diffuser de l'information - labellisation, publicité, comparateurs de prix, magazines de consommateurs, etc. - pourront être évoquées, de même que la réglementation publique sur l'information. En s'appuyant sur des exemples, on montrera aussi que les marchés peuvent être défaillants dans le domaine de l'allocation des ressources en présence de biens collectifs ou d'externalités (pollution, éclairage public, pollinisation par les abeilles, etc.).
--	--	--

L'information asymétrique (IA) est tout autour de nous dans la réalité économique et sociale.

On peut l'utiliser pour répondre aux questions telles que « Pourquoi les entreprises veulent-elles avoir une bonne réputation ? » ou « Pourquoi des propriétaires de logement les laissent inoccupés ? »

Le premier à parler d'IA est Akerlof en 1970. C'est un concept néokeynésien mais qui appartient désormais à la science économique. Les néokeynésiens établissent des ponts entre micro et macro, là où Keynes défendait l'idée d'un « no bridge » entre ces deux niveaux d'analyse. L'asymétrie d'information a donc des impacts en microéconomie mais aussi en macroéconomie. Elle explique une partie des imperfections de marché. Par exemple, elle explique le maintien d'un niveau de salaire supérieur à celui d'équilibre et aboutit à la conclusion d'un chômage involontaire. (ce rappel n'est pas destiné à être abordé avec les élèves en classe de première)

**Dans le programme de première, les IC insistent davantage sur les asymétries d'information que sur les externalités et les biens collectifs parce qu'on est moins habitués à les traiter ; mais il faut traiter les trois notions à égalité.**

On ne parlera pas forcément explicitement aux élèves de sélection adverse (ou anti-sélection) et de d'aléa moral (ou risque moral), qui sont les deux notions se rattachant aux problèmes d'asymétrie de l'information.

*Remarque : le programme de première invite plutôt à développer des exemples de sélection adverse.*

Les **asymétries d'informations** regroupent donc les situations de **sélection adverse** et les situations **d'alea moral**. Elles sont traitées ci-dessous l'une après l'autre :

1. Asymétries d'informations (AI) conduisant à la sélection adverse :

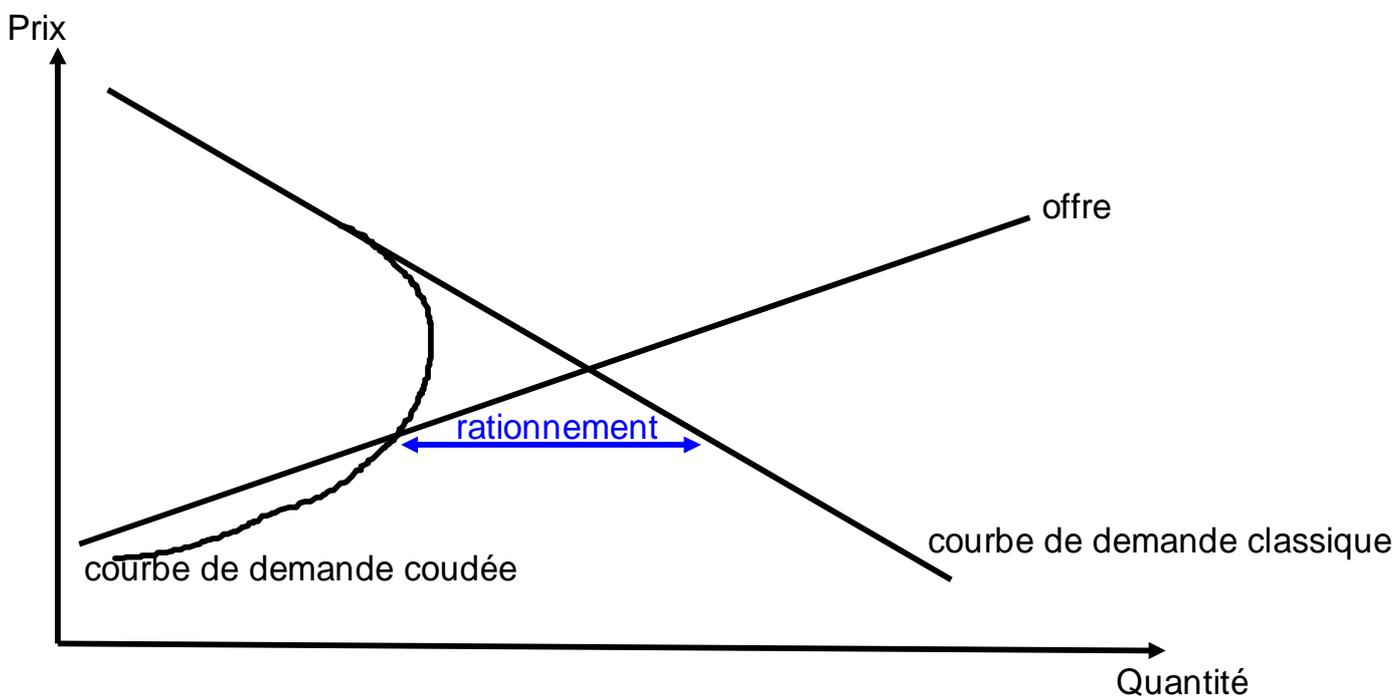
Il y a AI quand parmi les partenaires de l'échange, certains (offreurs ou demandeurs) ont une information parfaite et pas d'autres (demandeurs ou offreurs). Comme l'information parfaite n'est pas partagée, cela produit des effets pervers.

**1<sup>er</sup> exemple : L'analyse d'Akerlof sur les « lemons »** (tacots) qui porte sur le marché des voitures d'occasion.

Akerlof s'étonne de voir que les voitures récentes (6 mois) sont très dévalorisées par rapport aux voitures neuves. Or, pourquoi acheter des voitures neuves dans ces conditions ? Comment expliquer ces différences de prix ?

Explication : quand on achète une voiture neuve, on peut tomber sur un mauvais numéro ; on la revend alors assez vite ; ce qui fait hésiter les demandeurs qui pensent tomber sur des mauvais numéros (offre > demande). Ceux qui voulaient vendre leurs voitures rapidement (parce qu'ils aiment changer souvent de voiture) vont devoir alors garder leurs voitures (car le prix de revente est trop faible). Donc les voitures récentes sont effectivement des mauvais numéros et leur prix va de fait continuer de baisser. Le marché des voitures d'occasion récentes risque alors de disparaître (les mauvais produits chassent les bons, comme « la mauvaise monnaie chasse la bonne » dans la loi de Gresham).

Graphiquement, on obtient une demande coudée, car en dessous d'un certain niveau de prix, la quantité demandée diminue quand le prix diminue (manque de confiance des consommateurs). De fait, si la courbe d'offre coupe la courbe de demande quand celle-ci est croissante, il y a rationnement : les transactions qui auraient été bénéfiques n'ont pas lieu et il y a risque de disparition du marché.



Le rationnement correspond à la différence entre la quantité qui aurait été échangée si la courbe de demande avait été classique et celle qui est effectivement échangée avec la demande coudée.

## 2<sup>ème</sup> exemple : le rationnement du crédit

Ici, ce sont les offreurs (prêteurs) qui sont mal informés. Les prêteurs fixent le taux d'intérêt en se basant sur le risque moyen de faillite. Il y a des projets plus ou moins risqués, le taux d'intérêt doit donc couvrir la moyenne des risques. Or, le prêteur ne connaît pas le niveau de risque de tel ou tel emprunteur (qui lui en sait davantage). De fait, les emprunteurs qui ont des projets peu risqués vont se tourner vers des établissements spécialisés qui prêtent uniquement pour des projets peu risqués et qui pratiquent un taux d'intérêt plus faible. Ils sortent donc du marché habituel. Sur le marché habituel ne restent donc que les projets risqués, ce qui fait monter le taux d'intérêt, et ce jusqu'à ce qu'il soit trop élevé pour permettre le financement de la plupart des projets.

## 3<sup>ème</sup> exemple : l'exemple des assurances-voitures

Certains assurés sont plus à risque que d'autres. Ils connaissent leur niveau de risque (en fonction de leur type de conduite). L'assureur ne sait pas a priori si un conducteur est ou non à risque. Si l'assureur « offre » une prime unique d'assurance dont le montant est basé sur la moyenne des risques, les assurés prudents vont sortir du marché car le coût de la prime est supérieur à leur propre risque. Les assurés restants seront donc ceux qui sont le plus à risque, ce qui va amener progressivement à augmenter le montant des primes. Pour parer à cette sélection adverse, l'assureur a donc intérêt à proposer plusieurs types de primes possibles, avec une franchise faible/prime élevée et avec une franchise élevée/prime faible. Les conducteurs prudents choisiront alors les contrats offrant une prime faible avec franchise élevée, alors que les conducteurs à risque se tourneront vers des primes élevées avec franchise faible.

### **Les AI entraînent de nombreux effets pervers :**

Une entreprise n'a aucun intérêt à proposer des produits de meilleure qualité si elle ne peut pas prouver qu'ils sont de meilleure qualité (car dans ce cas, elle ne les vendra pas plus cher). Il y a donc un risque de baisse de la qualité.

Les AI entraînent une rigidité des prix (à la hausse ou à la baisse selon que l'agent mal informé est l'offreur ou le demandeur). On peut prendre l'exemple d'un marché à achats répétitifs (comme l'achat de pain chaque matin). Les boulangers n'ont pas intérêt à augmenter trop leurs prix, car leur clientèle habituelle pourrait être tentée de vouloir comparer les nouveaux prix avec ceux des autres boulangeries et risque de changer de boulangerie. Il ne faut pas non plus baisser les prix car la clientèle est fidèle et il n'y a donc pas d'intérêt de baisser les prix (l'afflux de nouveaux clients risquant par ailleurs d'être trop faible pour compenser l'effet de la baisse des prix sur la clientèle d'habituels).

### **Comment faire pour contourner les effets pervers des AI ?**

Il faut parvenir à produire et diffuser de l'information. Il faut donner un signal sur la qualité du produit ou sur le fait d'être un agent peu risqué.

Cela peut passer par la garantie offerte : la durée de garantie d'une voiture, le fait d'être prêt à offrir une caution importante à un propriétaire de logement pour qu'il accepte de le louer...

Cela peut également ressortir de la réputation de l'agent (si la concurrence est monopolistique) : le bouche à oreilles, l'entreprise installée depuis longtemps...

Cela peut enfin passer par des interventions extérieures : faire appel à un expert, avis positif d'une association de consommateurs, bénéficier d'un label offrant l'assurance de normes précises, être titulaire d'un diplôme...

## 2. Asymétries d'informations conduisant à un aléa moral.

Cette fois, il s'agit d'un individu qui en sait davantage que les autres sur son propre comportement et il va en profiter pour être opportuniste (choix individuel : je triche ou je ne triche pas).

Il existe 3 cas principaux :

- L'assurance : Plus le risque est couvert, moins les individus sont incités à éviter le risque (par malveillance ou par négligence)
- Le modèle du tire-au-flanc : Les individus ne sont pas incités à faire le maximum si on ne peut pas les contrôler correctement. Par exemple, le chef d'entreprise ne peut pas contrôler tous ses salariés, donc certains peuvent en profiter pour tirer au flanc. Le moyen d'y remédier peut être la rémunération au résultat. Dans un contexte de plein-emploi, on peut verser un salaire supérieur au salaire de marché pour désinciter le salarié à changer d'entreprise mais aussi de façon à ce qu'il ait intérêt à rester dans cette entreprise et fasse ce qu'il faut pour cela (en terme d'investissement au travail). Un autre exemple est celui de la relation entre actionnaires et dirigeants d'entreprises : le versement de stock-options va pousser le dirigeant à travailler dans l'intérêt de l'actionnaire, et non à adopter une gestion qui n'irait pas dans le sens de celui-ci.
- ?

La sélection adverse porte plutôt sur des caractéristiques cachées de tel ou tel bien (véhicules d'occasion par exemple), alors que l'aléa moral porte davantage sur des comportements cachés.

Exemple d'utilisation pédagogique : Un jeu de rôle en 2 étapes : une étape au cours de laquelle l'information est parfaite, une étape au cours de laquelle l'information est imparfaite.

## Compte rendu de l'atelier sur les réseaux sociaux

Ce compte-rendu est élaboré à partir de la conférence donnée par Michel Forsé et à partir de l'atelier animé par Denis Colombi.

Programme officiel : Les réseaux sociaux s'inscrivent dans la deuxième partie du programme de « sociologie générale et sociologie politique », intitulée « groupes et réseaux sociaux ».

<b>2.3 Comment les réseaux sociaux fonctionnent-ils ?</b>	Capital social, formes de sociabilité	On montrera que les réseaux sociaux constituent une forme spécifique de coordination entre acteurs et de sociabilité (réseaux internet, associations d'anciens élèves, etc.). On pourra présenter quelques exemples très simples de structuration de réseaux sans entrer dans la théorie des graphes. On s'intéressera surtout au rôle des réseaux en matière de recherche d'emploi en discutant plus particulièrement la thèse de « la force des liens faibles ».
---	---------------------------------------	--

Les réseaux sociaux s'inscrivent ici dans une analyse structurale qui dépasse amplement le sens commun de « réseaux sociaux » (Facebook, Twitter, etc.), même si ces derniers peuvent être intégrés à une analyse globale des réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux sont des réseaux de relations entre acteurs (individus, entreprises, institutions...). Ils s'organisent d'une certaine façon. Ils sont le résultat d'une interaction entre les individus, mais influencent également le comportement des individus. En d'autres termes, les individus sont encadrés dans des réseaux, dans des ensembles de relations. Il faut tenir compte de ces relations pour comprendre les activités économiques et les phénomènes sociaux

Selon les sociologues, les comportements des individus sont liés aux structures dans lesquelles ils s'insèrent, à partir de catégories construites *a priori* (hommes/femmes, groupes d'âges, catégories sociales...). Or, les comportements individuels ne sont généralement pas liés uniquement à une catégorie d'appartenance ; ce n'est pas parce qu'on est jeune qu'on adopte tel ou tel comportement.

L'appartenance à une catégorie générerait des normes communes et des comportements communs ; or, ceci n'est vrai qu'en moyenne. Les cas marginaux sont alors tenus pour négligeables.

La sociologie des réseaux sociaux adopte le point de vue inverse, à savoir que les individus décident de la structure dans laquelle ils se trouvent et nouent des relations entre eux (c'est également vrai des réseaux entre entreprises, entre associations, entre tribus).

Une structure sociale est alors constituée d'un réseau de relations, mais aussi de contraintes qui pèsent sur les choix individuels, sur les orientations, sur les opinions...

La forme du réseau a alors une incidence sur les phénomènes analysés, tout en étant le résultat d'interactions. Dans un réseau, des individus peuvent être liés directement les uns aux autres ou bien être liés les uns aux autres par des intermédiaires.

## **Force des liens faibles**

Dans une société, il existe des groupes sociaux très nombreux. Au sein de ces groupes (comme les groupes familiaux par exemple), la sociabilité est basée sur des **liens forts** (définis par la nature et la fréquence des relations entre les individus : les liens forts reposent sur la proximité affective, la fréquence des relations, l'investissement dans ces relations).

La communication entre ces groupes passe elle par des **liens faibles**, de sorte que la société fonctionne essentiellement grâce aux liens faibles.

Pour illustrer la force des liens faibles, on peut prendre **l'exemple de la recherche d'emploi**. En effet, on a plus de chance de trouver un emploi grâce à des liens faibles qu'à des liens forts. Au sein d'un groupe aux liens forts, les informations sont redondantes et les personnes se ressemblent socialement. Pour avoir accès à des informations différentes, il faut passer par un autre groupe ; or pour passer d'un groupe à un autre, il faut un lien faible. Les liens faibles jouent donc un rôle important dans le capital social des individus.

On observe d'ailleurs qu'au sein de la bourgeoisie les liens faibles sont plus nombreux qu'au sein des catégories populaires.

*Remarque : Facebook peut être considéré comme un instrument de gestion de liens faibles.*