

Les Réseaux Sociaux améliorent-ils le Bien-être ? Justification par la Théorie Économique

Do Social Networks improve Well-Being? Justification by Economic Theory

Chaymae ELRHANNAMI, (Doctorante)

*Laboratoire de Recherche en Management, Information, et Gouvernance
Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ain Sebaa
Université Hassan II de Casablanca, Maroc*

Safae AISSAOUI, (Enseignant-chercheur)

*Laboratoire de Recherche en Management, Information, et Gouvernance
Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ain Sebaa
Université Hassan II de Casablanca, Maroc*

Adresse de correspondance :	Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ain Sebaa BP : 2634• Route des Chaux et Ciments Beausite, Casablanca 20254 Université Hassan II de Casablanca Maroc(Casablanca) 20254 05223-43482
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	ELRHANNAMI, C., & AISSAOUI, S. (2025). Les Réseaux Sociaux améliorent-ils le Bien-être ? Justification par la Théorie Économique. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 6(5), 324–346. https://doi.org/10.5281/zenodo.15294304
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: 22/01/2025

Accepted: 08/05/ 2025

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME
ISSN: 2658-8455
Volume 6, Issue 05 (2025)

Les Réseaux Sociaux améliorent-ils le Bien-être ? Justification par la Théorie Économique

Résumé :

Dans un monde marqué par une constante augmentation du nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux, qui ne cessent d'impacter toutes les dimensions de la vie en société, il est important de se demander, comment ces réseaux impactent le bien-être des utilisateurs. L'objectif de cet article est de fournir une réponse adéquate à cette question à travers une analyse conceptuelle, qui mobilise, deux approches fondamentales en matière de bien-être : le paradoxe d'Easterlin et l'approche des capacités de Sen. Appliquées aux réseaux sociaux, ces deux approches produisent deux différents résultats. La perspective d'Easterlin suggère un impact négatif desdits réseaux sur le bien-être par le biais des comparaisons sociales qu'ils suscitent, couplées avec le renforcement des aspirations matérielles. Quant à l'approche de Sen, elle suppose un effet favorable des réseaux sociaux sur le bien-être, véhiculé par les opportunités et la liberté de choix que présentent ces plateformes, et qui peuvent se transformer en fonctionnements et en capacités. L'originalité de cet article réside dans le fait que ce sujet n'a pas été largement investigué, et que c'est le premier dans son genre qui applique le paradoxe d'Easterlin et l'approche de Sen au contexte des réseaux sociaux. Nous concluons que ces deux perspectives sont pertinentes pour l'analyse de l'effet des réseaux sociaux sur le bien-être. Nous envisageons ainsi qu'une importance particulière doit être accordée par les autorités gouvernementales à la mise en place des infrastructures technologiques nécessaires à la lutte contre la fracture numérique, en vue d'assurer un accès équitable aux opportunités que présentent les réseaux sociaux. Ces mesures doivent être accompagnées par la conduite d'actions de sensibilisation aux risques que présentent ces plateformes sociales.

Mots clés : Bien-être, réseaux sociaux, paradoxe d'Easterlin, approche des capacités de Sen.

Classification JEL : I31 - 033

Type de l'article : Article théorique.

Abstract:

In a world marked by a constant increase in the number of users of social networks, which constantly impact all dimensions of social life, it is important to ask, how do these networks impact users' well-being. The aim of this article is to provide an adequate answer to this question through a conceptual analysis, drawing on two fundamental approaches to well-being: the Easterlin paradox and Sen's capability approach. When applied to the context of social networks, these two approaches yield two different results. Easterlin's perspective suggests a negative impact of social networks on well-being through the social comparisons they generate, coupled with the strengthening of material aspirations. Regarding Sen's approach, it assumes a favorable effect of social networks on well-being, conveyed by the opportunities and freedom of choice that these platforms provide, which can be translated into functionings and capabilities. The originality of this article lies in the fact that this subject has not been widely investigated, and it is the first article to apply the Easterlin paradox and Sen's approach to the context of social networks. We conclude that both perspectives are relevant for the analysis of the impact of social networks on well-being. Therefore, we consider that particular importance must be given by government authorities to establish necessary technological infrastructures to the fight against the digital divide, in order to ensure equal access to the opportunities that social networks offer. These measures must be accompanied by awareness-raising initiatives regarding the risks posed by these social platforms.

Keywords: well-being, social networks, Easterlin paradox, Sen's capability approach.

JEL Classification: I31 - 033

Paper type: Theoretical Research

1. Introduction :

L'usage des réseaux sociaux a pris une cadence haussière ces dernières années (Raza et *al.*, 2020). Les plateformes de réseaux sociaux comptaient 5,17 milliards d'utilisateurs vers le mois de juillet de l'année 2024, soit l'équivalent de 63,7% de la population mondiale (Data Reportal, 2024). En effet, l'utilisation des plateformes sociales ne cesse d'augmenter, en raison de l'utilité qu'elles procurent aux utilisateurs. L'utilité qui résulte de l'usage des réseaux sociaux est généralement liée à la simplification de l'accès à l'information et à l'emploi (Becchetti et *al.*, 2008 ; Jackson et *al.*, 2012), et à la consolidation des relations sociales, en d'autres termes, l'obtention du support social et la constitution d'un réseau idéal (Coleman, 1990 ; Bourdieu, 1980, 1986 ; Oh et *al.*, 2014). De surcroît, les réseaux sociaux offrent aux usagers l'opportunité de faire des divulgations en ligne, en partageant leurs idées, émotions et activités (Clark et *al.*, 2018 ; Lee et *al.*, 2011). Ainsi, les réseaux sociaux sont souvent perçus comme un endroit où l'on peut augmenter le sens d'appartenance et de la connectivité (Deci et Ryan, 2000 ; Verduyn et *al.*, 2022, Zhan et *al.*, 2016).

Toutefois, certains chercheurs ne confirment pas que ces plateformes augmentent la socialisation et la connectivité, puisqu'elles ne sont pas utilisées que pour des objectifs d'interaction sociale. En effet, une utilisation passive, par consultation des profils ou des flux d'actualité par exemple, peut augmenter la solitude, l'isolement social (Clark et *al.*, 2018 ; Carpenter et *al.*, 2011) et accentuer les comparaisons sociales (Verduyn et *al.*, 2022). En fait, la disponibilité des informations sur les pairs, facilite les comparaisons sociales sur ces réseaux (Verduyn et *al.*, 2020), ce qui peut donner naissance à des sentiments d'infériorité, d'envie et de dépression (Clark et *al.*, 2018 ; Verduyn et *al.*, 2022). Dans ce sens, et face à l'essor de l'utilisation de ces plateformes, il est essentiel de se demander si ces réseaux sociaux sont en mesure d'apporter l'utilité qu'attendent les utilisateurs (Sabatini et Sarracino, 2017). Autrement dit, dans quelle mesure et de quelle manière l'utilisation des réseaux sociaux impacte-t-elle le bien-être des individus ?

Cette question, bien qu'importante au vu de l'utilisation accrue des réseaux sociaux, n'a pas reçu beaucoup d'attention de la part des chercheurs. Cet article tire son originalité de l'application du paradoxe d'Easterlin et de l'approche de Sen aux réseaux sociaux.

Cet article sera organisé comme suit : dans la seconde section, nous allons faire un cadrage conceptuel du concept du bien-être. La troisième section sera dédiée à l'analyse de la relation entre l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) et le bien-être. Puis, une quatrième section sera consacrée à l'impact des réseaux sociaux sur le bien-être, à la lumière du paradoxe d'Easterlin. Ensuite, une cinquième section sera réservée au traitement de l'effet desdits réseaux sur le bien-être, conformément aux observations de l'approche des capacités de Sen. La dernière section présentera des conclusions quant à l'impact des réseaux sociaux sur le bien-être, et ce, en rassemblant les deux perspectives, d'Easterlin et de Sen, en vue de répondre à notre question de recherche.

2. Cadrage conceptuel du bien-être :

Plusieurs champs de recherche scientifique se sont intéressés à la question de définir le bien-être, mais que signifie au juste « être bien » ? La réponse à cette question s'est faite de différentes manières.

Dans son sens le plus large, le concept de bien-être couvre toutes les manières dont les individus vivent, tout en jugeant positivement leur vie. La notion de vivre positivement peut avoir plusieurs significations, selon la vision de chacun (Diener, 1984 ; Seligman et Csikszentmihalyi, 2000). Le terme bien-être est le plus souvent assimilé à la satisfaction complète des besoins, de nature corporelle ou spirituelle. Il s'agit d'un concept

multidimensionnel, qui varie entre le bonheur ou l'utilité d'une part, et le revenu et les biens d'autre part (Lafaye, 2007). Cette multidimensionnalité a donné lieu à différentes définitions, abordées par différents courants de pensée, dans des disciplines variées, telles que la philosophie, la psychologie et l'économie. Quand il s'agit de définir le bien-être, deux grands courants de pensée peuvent généralement être distingués (Ryan et Deci, 2001).

Le premier, baptisé le bien-être hédonique, se base sur l'appréciation faite par un individu de sa propre vie sur les deux plans émotionnel et cognitif (Diener, 1984). Cette évaluation est effectuée par l'individu en se basant sur ses propres critères (Lei et al., 2019). Selon le présent courant, le bien-être consiste en la fréquence élevée des émotions positives, la fréquence faible des émotions négatives, et globalement la vie devrait être jugée satisfaisante par l'individu (Quandt et al., 2022; Ryan et Deci, 2000). Dans ce sens, le bien-être d'un individu est lié à ses expériences émotionnelles et à sa situation affective (Degli Antoni et Franco, 2022). Ce courant est aussi qualifié de bien-être subjectif (Diener, 1984), dans la mesure où le jugement de la qualité de vie de l'individu ne se fait pas objectivement, en se basant sur la réalité de ses conditions de vie. A l'inverse, la présente idéologie suppose que la qualité de vie d'une personne est déterminée par sa propre évaluation de son niveau de satisfaction dans la vie et de sa capacité à réaliser ses désirs. En effet, la philosophie hédonique suppose la supériorité des expériences satisfaisantes par rapport aux expériences insatisfaisantes (Haybron, 2008). Ainsi, le bien-être subjectif est assimilé au bonheur perçu (Castellacci et Tveito, 2018). Bien qu'elle soit intéressante, cette philosophie a suscité des critiques, à cause notamment de la difficulté liée à la définition des comportements à l'origine du plaisir. À cet effet, une vision plus objective du bien-être a été sollicitée.

Le deuxième courant est appelé le bien-être eudémonique, également qualifié de bien-être objectif ou psychologique. Le point de départ de ce courant est que la satisfaction de certains besoins ou capacités dont l'existence est primordiale pour l'évolution, le développement psychologique et la poursuite d'une vie pleine de sens sont sources de la réalisation du plein potentiel de la personne (Quandt et al., 2022 ; Ryan et Deci, 2001). Cette approche plutôt objective se concentre sur la détermination des éléments objectifs définissant une bonne vie (moyens financiers, éducation et relations sociales par exemple) (Voukelatou et al., 2020 ; Western et Tomaszewski, 2016). En effet, cette vision moderne du bien-être psychologique (PWB ; Ryff, 1989 ; Ryff et Singer, 2008) est en grande partie inspirée de l'approche eudémonique classique d'Aristote, selon laquelle la personne doit arriver au sommet de son potentiel personnel. Selon ce point de vue, l'eudaimonia¹ nécessite de vivre en conformité avec sa nature réelle (ou *daimon*). En d'autres termes, il s'agit de parcourir des objectifs qui s'accordent avec l'identité et les valeurs de la personne (McGregor et Little, 1998 ; Waterman, 1993). Dans ce sens, l'atteinte du plus grand potentiel personnel se fait au détriment de l'atteinte du plaisir du soi.

Cette dichotomie entre les deux courants prouve la largeur et la globalité du concept du bien-être, ce qui fait de son encadrement l'un des plus grands défis de nos jours. À cet effet, le rassemblement des aspects subjectifs, à l'image de la satisfaction dans la vie et du bonheur, et des aspects objectifs, comme l'accomplissement et la compétence, pourrait permettre une évaluation plus exhaustive du niveau de bien-être des individus. En effet, si le bien-être comprend à la fois des aspects subjectifs et objectifs, l'expansion des technologies modernes a complètement métamorphosé la façon dont ces aspects sont abordés, offrant ainsi de nouvelles perspectives pour le traitement du sujet du bien-être.

¹ Le mot eudaimonia est un mot grec qui signifie le bonheur, le bien-être, ou plus précisément l'épanouissement personnel.

3. L'utilisation des TIC et le bien-être

Les progrès qu'a enregistrés le secteur des technologies ces dernières années, l'expansion de l'Internet des objets, de l'intelligence artificielle, de la robotique et du cloud computing, ont été accompagnés par une augmentation parallèle de l'intégration des TIC dans la vie quotidienne des individus. Cette appropriation croissante des TIC a concerné les produits technologiques, tous types confondus (Degli Antoni et Franco, 2022). Des données récentes ont montré que le nombre de personnes utilisant Internet à l'échelle mondiale a atteint 5,45 milliards en juillet 2024, soit un pourcentage de 67,1% de la population mondiale globale (Data Reportal, 2024). Ces données considérables montrent que la majorité des individus à travers le monde sont des internautes. Ainsi, les utilisateurs d'Internet ne cessent de croître d'année en année, en enregistrant une croissance de 167 millions d'utilisateurs entre juillet 2023 et juillet 2024, soit une évolution de 3,2% au titre de ladite période. Par ailleurs, en juillet 2024, 70% de la population mondiale sont des utilisateurs de la téléphonie mobile, ce qui représente 5,68 milliards d'utilisateur uniques² (Data Reportal, 2024).

Cette croissance exponentielle du recours à la technologie à l'échelle mondiale a des répercussions majeures sur la croissance économique, la productivité (Choi et Hoon Yi, 2009; Litan et Rivlin, 2001; Roller et Waverman, 2001), l'emploi (Harrison et al. 2014; Vivarelli, 2014), mais aussi sur la qualité de vie et le bien-être des individus (ADD, 2020). Bien que l'impact des TIC sur les activités économiques et sur la performance organisationnelle soit amplement investigué, leur impact sur le bien-être des individus a reçu moins d'attention (Degli Antoni et Franco, 2022). En effet, cette question n'a commencé à susciter de manière importante l'intérêt des chercheurs qu'après la pandémie de la COVID-19.

Cette crise sanitaire a eu des impacts néfastes à plusieurs niveaux. Plusieurs secteurs ont enregistré une chute sans précédent. Les heures de travail ont connu une baisse considérable. Certaines entreprises ont même fermé leurs portes, laissant plusieurs salariés sans emploi et par conséquent sans moyens de subsistance. Ainsi, selon un rapport du HCP, 34 % des ménages marocains ont perdu leur activité pendant le confinement (HCP, 2020). Le même rapport souligne que cette crise sanitaire a eu des impacts psychologiques néfastes sur les ménages marocains. En effet, la période du confinement a généré un sentiment d'anxiété chez 49% des ménages et un sentiment de peur chez 41% de la population marocaine (*Ibid.*). Dans les pays de l'OCDE, au moins un individu sur trois rapporte avoir vécu un problème financier comme cela a été déclaré dans le rapport « *Covid 19 and well-being* » publié par l'OCDE en 2021. Le même rapport stipule que plus de 25% des habitants de ces pays étaient exposés à des sentiments d'anxiété et de dépression. Ainsi, entre la deuxième moitié de 2020 jusqu'à juin 2021, les émotions d'isolement et de séparation de la société ont évolué à la hausse dans la même région (OCDE, 2021). En vue d'atténuer la gravité des répercussions de la crise sur la qualité de vie et sur le bien-être des individus, le recours aux TIC a été inévitable. Le passage au télétravail, à l'éducation à distance et aux méthodes d'interaction en visioconférence ont ainsi été un impératif pour maintenir la bonne marche des activités et pour simplifier les échanges (Ibrahima, 2020). Les services de livraison à domicile ont été accentués par les entreprises et intégrés pour la première fois par d'autres. Ainsi, le commerce électronique a connu une croissance considérable. Amazon a créé 100000 nouveaux postes d'emploi pour couvrir la forte croissance des acquisitions électroniques (Ibrahima, 2020). De surcroît, les services publics ont été restructurés à l'aide des TIC (Ting et al., 2020). Ainsi, des techniques innovantes utilisant des dispositifs digitaux en matière de santé ont été développées pour suivre la propagation et le développement du virus. Au Maroc, l'application mobile « *wiqaytna* » a été mise en place par le Ministère de la Santé, en vue d'identifier et de

² Un individu qui dispose de plusieurs téléphones mobiles n'est compté qu'une seule fois.

notifier les utilisateurs qui ont été en contact avec des personnes impactées par la COVID-19. Au Sénégal, une solution de discussion instantanée « Dr Covid » a été mise en place sur whatsapp par le ministère de la santé du pays, en collaboration avec des directions informatiques gouvernementales. Cette initiative a permis une réaction immédiate aux interrogations des citoyens et ce, 24h/24 (Ibrahima, 2020). En outre, l'intégration accentuée des consultations électroniques a été une solution pertinente pour assurer la continuité des soins après l'interruption des catégories de traitements ne nécessitant pas une intervention en urgence (Williams et al., 2022). Dans ce sens, la plateforme de télémédecine « Tbib24 » a été lancée au Maroc en avril 2020, en vue de permettre aux citoyens de prendre un rendez-vous avec un médecin ou d'être consultés en temps réel, à l'aide des technologies audio ou vidéo. Ceci a permis de répondre aux besoins des Marocains en matière de santé en réduisant d'une part leurs déplacements, et d'autre part le risque de contamination. De ce fait, les TIC ont été non seulement utiles, mais aussi primordiales pour maintenir une vie décente dans le contexte inédit de la pandémie.

Malgré l'importance de l'usage des TIC aussi bien en période normale qu'en période de forte vulnérabilité, aucune unanimité n'a été enregistrée quant à la nature de leur impact sur le bien-être. Ceci est le cas des réseaux sociaux, qui représente l'une des technologies les plus adoptées aujourd'hui. En effet, 94.9% des personnes connectées à Internet utilisent régulièrement les réseaux sociaux (Data Reportal, 2024). L'utilisation des réseaux sociaux augmente le capital social, qui est source de support social, d'accès à l'information, à l'emploi et au crédit (Becchetti et al., 2008 ; Jackson et al., 2012). Ceci peut effectivement engendrer une amélioration du bien-être des utilisateurs. Toutefois, l'usage des réseaux sociaux est aussi lié au renforcement des comparaisons sociales, souvent associées à un effet négatif sur le bien-être (Sabatini et Sarracino, 2017).

Plusieurs études empiriques ont investigué l'impact de l'utilisation des réseaux sociaux sur le bien-être, mesuré principalement par la satisfaction de vie, mais aussi par d'autres indicateurs (par exemple le bonheur, le bien-être eudémonique et l'équilibre affectif). Certains auteurs ont trouvé que l'utilisation des réseaux sociaux a un impact positif sur la satisfaction de vie (Lee et al., 2011, Oh et al., 2014). Tandis que d'autres ont trouvé que l'utilisation des réseaux sociaux a plutôt un effet négatif sur la satisfaction de vie des utilisateurs (Aissaoui et Elrhannami, 2024 ; Nie et al., 2016) et sur leur bonheur (Nie et al., 2016).

Face au conflit persistant du point de vue empirique, il est intéressant de croiser les deux approches d'Easterlin et de Sen pour une restructuration théorique robuste de ce débat. Le choix de ces deux approches en particulier est justifié par le fait qu'elles optent pour différents paradigmes, des méthodologies distinctes et différentes mesures du bien-être. En effet, Easterlin a opté pour une mesure subjective du bien-être dans le cadre d'une approche empirique, alors que Sen a procédé par une approche normative, évaluant le bien-être objectivement. Cette hétérogénéité de la façon dont le sujet du bien-être a été abordé dans les deux perspectives permettra d'apporter plus d'éclairage et une réponse plus rigoureuse au conflit susmentionné. Ainsi, en les appliquant aux réseaux sociaux, ces deux approches permettront d'identifier de nouveaux mécanismes par le biais desquels les réseaux sociaux pourraient impacter le bien-être des utilisateurs. Nous proposons dans ce qui suit d'explorer, d'un point de vue théorique, dans quelle mesure ces réseaux sociaux peuvent impacter le bien-être de leurs utilisateurs.

4. Le lien entre l'utilisation des réseaux sociaux et le bien-être selon le Paradoxe d'Easterlin :

L'usage accentué des réseaux sociaux a des impacts considérables sur tous les aspects de la vie quotidienne des individus, depuis la manière dont ils interagissent ensemble, jusqu'à la

façon dont ils apprécient leur vie, leur niveau de bien-être et le bonheur qu'ils ressentent. Le paradoxe d'Easterlin, appelé aussi le paradoxe du bonheur, s'intéresse, comme son nom l'indique, à cette question du bonheur des individus. Ce paradoxe a un intérêt particulier en économie du bonheur, d'où l'importance de son extrapolation au contexte des réseaux sociaux. Ceci nous permettra de tirer des conclusions concernant l'impact de ces plateformes sociales sur le bonheur et le bien-être des utilisateurs.

4.1 Aperçu sur le paradoxe d'Easterlin

Les années 1970 ont enregistré la remise en cause d'un lien accepté depuis longtemps comme une donnée évidente, il s'agit précisément de la relation entre le revenu et le bonheur. Ce débat a été inauguré pour la première fois en 1974 par Easterlin dans son article « *Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence* » (Chehayebat et al., 2023). L'économiste et le démographe Richard Easterlin a remarqué que bien que les riches rapportent un niveau supérieur de bonheur à court terme, ce constat n'est pas significatif à long terme. Autrement-dit, une augmentation du revenu par habitant ne se traduirait pas forcément par une augmentation parallèle du degré moyen de bonheur rapporté (Easterlin, 1974). Ce constat est le résultat d'un travail empirique effectué par Easterlin sur la population américaine au cours de la période 1947-1974. Pendant cette période d'expansion économique aux Etats-Unis, les américains ont vu leur revenu s'améliorer d'environ 60%, sans marquer aucune amélioration en termes du nombre d'individus se déclarant très heureux (Chehayebat et al., 2023). Ce paradoxe a permis une reconsidération de la manière dont le bonheur est appréhendé en sciences économiques, notamment à partir de la révolution marginaliste des années 1870. En effet, il était ordinaire en économie de lier le bonheur à la notion de l'utilité qui découle de la consommation des biens, elle-même dépendante du revenu. Le principal axiome de ce raisonnement est que l'objectif de l'individu est la maximisation de son niveau d'utilité, tout en considérant la contrainte du revenu. Par conséquent, une augmentation du revenu se traduirait par une diminution de la contrainte, et puis une croissance de l'utilité, synonyme de bonheur. Cette approche a été dépassée par le paradoxe d'Easterlin, qui a détruit le lien préétabli entre le revenu et le bonheur (Bréban, 2016). Pour donner un sens à ce dépassement, l'économie du bonheur a dû faire appel à d'autres disciplines, à l'instar de la psychologie, et à recourir à des études empiriques susceptibles de justifier ce lien paradoxal entre revenu et bonheur (Bertrand et Mullainathan, 2001).

L'une des justifications les plus raisonnables à ce paradoxe, se trouve dans la notion de « l'utilité relative » (Clark, 2000). L'environnement social qui entoure les individus a un impact sur la manière dont ils perçoivent le bonheur. En effet, l'utilité n'est pas liée uniquement au revenu, dans sa forme absolue, mais aussi à l'écart entre ce dernier et le revenu du groupe de référence, avec lequel l'individu se compare. Ainsi, le paradoxe d'Easterlin prend tout son sens, puisqu'une augmentation du niveau de croissance dans un pays, aurait un impact positif dans les mêmes proportions_ en cas de répartition égalitaire de la richesse_ sur les revenus de tous les habitants, ce qui ne réduirait point les écarts de revenu. Par conséquent, l'utilité relative ne s'améliore pas (Bréban, 2016), ce qui explique qu'à long terme, le bonheur n'augmente pas significativement suite à la croissance du PIB. Cet argument est le plus utilisé comme justification au paradoxe d'Easterlin (Germain, 2024).

D'ailleurs, peut-on réellement affirmer que les fruits de la croissance sont distribués équitablement entre toutes les classes sociales ? De cette question émerge une deuxième justification pouvant expliquer partiellement l'origine du paradoxe en question, en faisant allusion au concept des inégalités de revenu. En effet, il est possible que la croissance économique génère une élévation des inégalités de revenu (Oishi et Kesebir, 2015). En réalité, la croissance économique ne se traduit pas souvent par une distribution égale de la richesse entre l'ensemble des groupes qui composent la société, ce qui entraîne quotidiennement une

accentuation des inégalités de revenu (Piketty, 2014). En fait, des inégalités soutenues et durables sont intrinsèquement rejetées (Aiyar et Ebeke, 2020). Elles se traduisent par une détérioration plus accentuée de la situation des individus les plus défavorisés par la répartition des ressources. De ce fait, ces inégalités sont souvent associées à des impacts défavorables sur le niveau de bonheur des individus (Oishi, Kesebir et Diener, 2011). Dans ce sens, l'accumulation de la richesse dans une nation ne permettrait d'augmenter le niveau de bonheur moyen ressenti, que si cette richesse est équitablement répartie. Dans ce cas, les deux variables, revenu et bonheur, évoluent dans le même sens (Oishi et Kesebir, 2015).

Une troisième justification, repose sur l'idée selon laquelle les individus s'adaptent en permanence à toutes les situations, telle que décrite par la théorie des adaptations hédoniques (Brickman et Campbell, 1971). Cette adaptation prend deux formes principales (Kahneman, 1999). La première forme repose sur la notion des aspirations et stipule qu'à chaque croissance du niveau de revenu, les individus s'adaptent par une élévation des aspirations, ce qui maintient inchangé leur niveau de bonheur. De ce fait, La croissance des aspirations qui suit l'augmentation du revenu entrave l'amélioration du bien-être (Hovi et Laamanen, 2021). La deuxième forme, repose plutôt sur la notion de l'habitude. En effet, le bonheur que génère un événement procurant des émotions positives, à l'image d'une croissance du revenu, n'est que passager. Les individus s'habituent à l'événement, ce qui annule son impact positif initial sur le bonheur. Dans l'exemple de l'augmentation du revenu, ce dernier devient un acquis, les individus s'y habituent et commencent à s'attendre à une nouvelle augmentation. En fait, les événements impactant positivement le bonheur des individus deviennent ordinaires au fil du temps (Chehayeb et *al.*, 2023). Cette théorie met en avant que les individus se trouvent sur une sorte de « tapis roulant », puisqu'ils sont toujours à la recherche d'un revenu plus élevé, mais quand ils le reçoivent, ils ne sont pas plus satisfaits (Chehayeb et Lakhdar, 2023). En définitive, les individus sont constamment en quête d'une satisfaction plus intense et ne peuvent guère atteindre un degré élevé de bonheur de manière pérenne (Brickman et Campbell, 1971).

4.2 L'effet négatif des réseaux sociaux sur le bien-être :

Le premier site de réseaux sociaux « SixDegrés », a vu le jour en 1997, mais le concept de réseau social n'est devenu populaire à l'échelle mondiale qu'en 2003 avec le lancement de « MySpace » (Bottaro et Faraci, 2022). D'autres sites de réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) ont connu un essor fulgurant ces dernières années (Clark et *al.*, 2018). Ces réseaux sociaux ont perturbé complètement la façon dont les individus interagissent (Verduyn et *al.*, 2022). Bien qu'ils soient multiples, ces réseaux ont en commun trois propriétés principales : ils requièrent la création d'un profil individuel, la mise en place d'une série de connexions en ligne et la visite ou l'interaction avec un contenu actualisé (Verduyn et *al.*, 2020). La forme de ces réseaux, couplée avec la nature d'interaction qu'ils permettent, fait d'eux un terrain fertile pour les comparaisons sociales (Bottaro et Faraci, 2022 ; Verduyn et *al.*, 2017), puisque les informations sur les pairs sont facilement accessibles. En effet, les gens sont plus enclins à faire des comparaisons ascendantes, c'est-à-dire à se comparer avec des situations qui sont meilleures que les leurs, car ils sont plus exposés à des événements de succès qu'à des événements d'échec (Kross et *al.*, 2013). Ceci est justement expliqué par le fait que ces réseaux favorisent l'exposition d'une version embellie de la vie des utilisateurs. À titre d'exemple, plusieurs plateformes donnent la possibilité de faire appel à des filtres photos, donnant une certaine perfection à l'image. Certes, cette volonté d'avoir une forte impression chez les autres a toujours existé, mais les réseaux sociaux l'ont rendue beaucoup plus aisée, en permettant le partage de données idéalisées (Verduyn et *al.*, 2020). Ce processus de partage et d'exposition à une série d'informations sur la vie des autres ne fait qu'encourager le phénomène des comparaisons sociales. En effet, l'expansion de l'usage des réseaux sociaux a

été accompagnée par une croissance exponentielle des comparaisons sociales (Verduyn et *al.*, 2020). Les utilisateurs de ces réseaux considèrent les autres comme étant plus attractifs ou plus prospères (Verduyn et *al.*, 2022). Les sensations négatives associées à cette comparaison peuvent donner naissance à un cercle vicieux de dégâts (Verduyn et *al.*, 2020), ce qui peut réduire le bien-être des utilisateurs. Par le biais de la notion des comparaisons sociales, la première justification du paradoxe d'Easterlin prend tout son sens dans le cas des réseaux sociaux. En effet, une augmentation du revenu nominal par habitant, dans les mêmes proportions, n'aurait aucun effet sur des individus constamment connectés et se comparant aux autres. Les gens vont donc continuer à se sentir inférieurs en comparaison avec les autres. De ce fait, l'impact à long terme d'une croissance du revenu sur le bonheur, devient négatif, vu que l'individu va s'apercevoir que même si son revenu a augmenté, il n'a pas gagné en utilité relative et sa situation ne s'est pas améliorée par rapport aux autres utilisateurs du réseau.

Cet impact négatif de la croissance du revenu sur le bonheur des utilisateurs des réseaux sociaux devient beaucoup plus intense lorsqu'on retient l'hypothèse d'une distribution inéquitable des effets de la croissance, comme affirmée dans la deuxième justification du paradoxe. Dans ce cas, l'inégalité se renforce après l'avènement de la croissance du revenu. De surcroît, la transparence permise par les réseaux sociaux booste l'accès à l'information sur la vie des autres, ce qui renforce la prise de conscience_ par les individus les plus lésés par la distribution inéquitable de la richesse_ de l'existence réelle des inégalités. Ceci donne lieu à une plus grande frustration et à des sentiments d'envie, qui impactent défavorablement le bonheur des utilisateurs des réseaux sociaux.

Par ailleurs, une augmentation du revenu serait accompagnée par une adaptation naturelle de l'individu au nouveau niveau de revenu, par une élévation des aspirations ou par l'habitude, conformément à la théorie des adaptations hédoniques. Ces deux formes d'adaptation s'appliquent au contexte des réseaux sociaux, avec des variations subtiles relativement à la manière dont elles se concrétisent :

- D'une part, les réseaux sociaux renforcent les aspirations matérielles, à cause de l'exposition permanente à de nouveaux produits, beaucoup plus modernes. Ces aspirations se trouvent aussi renforcées par l'exposition à des publicités, qui attirent l'attention des usagers vers les dernières versions des produits. Il en résulte une insatisfaction avec les produits déjà à disposition, à cause notamment de la comparaison constante avec les nouveaux produits de meilleure qualité (Bruni et Stanca, 2006). Dans ce cas, l'augmentation du revenu n'est pas le motif principal de la croissance des aspirations, qui sont plutôt justifiées par l'usage des réseaux sociaux. Cet impact des réseaux sociaux sur les aspirations réduit les bienfaits de l'augmentation du revenu sur le bonheur des individus. Les individus remarquent rapidement l'insuffisance de l'augmentation reçue par rapport à leurs aspirations déjà intenses et manifestent le besoin d'une nouvelle augmentation, dans l'espoir de pouvoir suivre la trajectoire haussière de leurs aspirations. Ceci se traduit par une détérioration de leur niveau de bonheur. À cet effet, une croissance du revenu se traduit par un impact négatif sur le bonheur des utilisateurs des réseaux sociaux.

- D'autre part, les réseaux sociaux font circuler l'image d'une vie épanouie et satisfaisante, que partage un large éventail d'utilisateurs, dont principalement des personnages publics et des influenceurs. En effet, le phénomène des influenceurs a pris une cadence haussière ces dernières années. Ces influenceurs ont occupé une place importante dans les activités marketing des entreprises (Boerman et Müller, 2022), en raison de leur capacité considérable d'influence des raisonnements et des comportements de leurs *followers* (Tafesse et Wood, 2021). En fait, les influenceurs partagent un contenu captivant (Vrontis et *al.*, 2021), concernant leur style de vie, leurs voyages, la mode, etc (Jin et *al.*, 2019), avec un réseau large d'abonnés (De Veirman et *al.*, 2017). En outre, ces influenceurs renforcent intentionnellement

la proximité avec leurs *followers* en vue de faire circuler des publicités implicites ou explicites dans le cadre de leurs différentes collaborations avec des marques ou des entreprises. Ceci encourage les followers à les imiter et à accorder plus de valeurs aux biens matériels (Dinh et *al.*, 2023). Globalement, les stratégies qu'adoptent les influenceurs idéalisent leur vie au regard des utilisateurs, qui commencent à se familiariser sans s'en rendre compte avec l'image de ce niveau de vie aisé, réel ou inventé, au point de le considérer comme une norme sociale. Les utilisateurs commencent à se croire en dessous de cette norme et une croissance de leur revenu serait perçue comme une sorte d'indemnisation, qui leur permettrait de rattraper ladite norme. Rappelons que les individus finissent par s'habituer à un événement tel que l'augmentation de leur revenu, en le considérant comme un acquis, ce qui annule son impact positif sur leur niveau de bonheur (Brickman et Campbell, 1971). Les réseaux sociaux viennent accélérer le rythme par lequel ces habitudes s'installent. En d'autres termes, le bonheur qu'engendre la croissance du revenu d'un utilisateur des plateformes sociales, ne dure pas longtemps et se transforme rapidement en frustration. Celui-ci s'aperçoit rapidement que le nouveau revenu ne l'indemnise pas suffisamment pour atteindre le niveau de vie qu'affichent les autres utilisateurs de la plateforme. Ainsi, la croissance du revenu impacte négativement le bonheur des utilisateurs des réseaux sociaux.

En somme, les réseaux sociaux annulent l'impact favorable initial d'une croissance du revenu sur le bonheur des utilisateurs et le rendent négatif. Tous ces éléments font des réseaux sociaux un endroit où les enjeux du paradoxe d'Easterlin deviennent beaucoup plus apparents. En effet, les gens se rendent compte que même s'ils ont eu une augmentation de leur revenu nominal, leur infériorité par rapport aux individus appartenant à une classe supérieure ou affichant une classe supérieure sur ces réseaux n'a pas changé. Les utilisateurs ressentent plus intensément l'existence des inégalités sociales, réelles ou perçues, ce qui exacerbe leur frustration et entraîne une baisse de leur niveau de bien-être. En définitive, l'extrapolation de l'approche d'Easterlin au contexte des réseaux sociaux prouve l'impact plutôt négatif de l'usage de ces réseaux sur le bien-être des utilisateurs. Cet aboutissement théorique vient ainsi confirmer les résultats de plusieurs études empiriques portant sur ce sujet (Aissaoui et Elrhannami, 2024 ; Nie et *al.*, 2016). Certaines recherches ont même trouvé que cet impact négatif résulte de la comparaison sociale que favorisent ces réseaux (Dutt, 2023, Gerson et *al.*, 2016).

Malgré l'importance de ce résultat, une relecture de la relation entre les réseaux sociaux et le bien-être par le biais d'une autre perspective serait indispensable, notamment celle de Sen.

5. L'effet des réseaux sociaux sur le bien-être à la lumière de l'approche de Sen

Si dans le paradoxe d'Easterlin, la question de la distribution du revenu est décisive pour le bien-être des individus, ceci n'est pas le cas dans l'approche de Sen, appelée aussi, l'approche des capacités. Selon Sen, la distribution des ressources, à elle seule, n'est pas suffisante. Ce qui importe pour lui, c'est ce que les individus sont capables de faire à l'aide des ressources à leur disposition, étant donné leur état sanitaire, leur contexte social, etc. (Fofana, 2024). Ainsi, Sen considère que le revenu ne peut pas être retenu comme un critère de bien-être. En effet, le revenu n'est pas un indicateur universel et ne permet pas de capturer d'autres types d'inégalités. De ce fait, une distribution équitable du revenu, à elle seule, ne permettrait pas d'augmenter le bien-être (Nay, 2001).

5.1 Sen et le bien-être

Un grand débat a été lancé par Sen en 1980, en réponse à la théorie de la justice de Rawls (1971), qui postule que la justice est atteinte en fournissant des biens premiers aux individus, tels que les ressources matérielles (par exemple le revenu), et immatérielles (comme les droits

et les libertés). Celui-ci suggère de maximiser la position de l'individu le moins loti en termes de ces biens. Sen s'est opposé à ces idées en postulant que la justice ne peut pas être réduite à l'égalité de la distribution des biens premiers, mais plutôt à l'égalité des opportunités dont disposent les individus. Ces opportunités sont également appelées capacités. La justice est alors liée aux yeux de Sen à l'égalisation de l'accès à ces capacités (Maguain, 2002). Ces derniers sont des possibilités ou des libertés réelles permettant aux individus de choisir entre différents modes de vie (Fofana, 2024). Une fois réalisées effectivement, ces capacités se transforment en fonctionnements. Ces derniers peuvent être définis comme étant l'ensemble des actions qu'un individu peut entreprendre à l'aide des biens dont il dispose (Fofana, 2024). En d'autres termes, ce qui importe au regard de Sen, ce n'est pas les biens eux-mêmes, mais plutôt les réalisations qui ressortent de leur usage (fonctionnements). À cet effet, l'approche de Sen ne se concentre plus sur les objets, mais plutôt sur la liberté de choix, qui donne aux individus la possibilité de choisir entre l'ensemble des fonctionnements accessibles (Maguain, 2002).

En abordant le sujet du bien-être, Sen n'a pas abandonné ces principes. En effet, l'approche de Sen en matière de bien-être a tenu compte des principes de la liberté de choix et des capacités, négligés par les philosophies déjà en place. En réalité, Sen confirme qu'une attention particulière doit être accordée à ce que les individus sont capables de faire et d'être, sans se limiter à la prise en compte des moyens matériels qu'ils sont en mesure d'exploiter. Ceci ne veut pas dire que Sen conteste l'intérêt des ressources matérielles pour l'atteinte du bien-être, mais il défend que ces ressources sont seulement un moyen et non pas une fin en soi. D'ailleurs, le postulat principal de Sen consiste à apprécier le bien-être des individus en se basant sur leurs capacités (Naz, 2016). La perspective de Sen peut être considérée comme une nouvelle approche, qui s'éloigne dans son fondement du principe de l'unicité qui caractérise les anciennes philosophies sur le bien-être. Sen (1985-2008), donne un caractère de diversité et de souplesse à la notion de bien-être et intègre les notions de la liberté et des capacités dans sa définition (Sen, 1985 –2008). Ainsi, Sen a orienté l'attention des économistes vers les sujets du bien-être humain et de la liberté, après avoir été principalement intéressés par la croissance économique (Naz, 2016). Il ne s'agit pas ici de dire que l'approche des capacités a été complètement innovante, puisqu'elle s'est inspirée du concept de « fonctions », tel qu'abordé par Aristote. En effet, Sen lie le bien-être à la façon dont les individus fonctionnent, tout en donnant à la notion de fonctionnement une portée très générale (Sen, 1985). La différence entre la notion des fonctionnements et celle des capacités est assimilée respectivement à la distinction entre les réalisations et les opportunités (ou libertés) de choix offerts à un individu. Si l'on considère le fait de voyager comme étant un fonctionnement selon l'approche de Sen, le fait d'avoir l'opportunité effective de voyager est la capacité correspondante. Si un individu ne voyage pas, ceci peut être le résultat d'un choix personnel, même s'il a la capacité de voyager, mais il se peut aussi que cet individu ne dispose pas de cette capacité. Dans ce sens, la notion des capacités vise à révéler si l'individu aurait la possibilité de voyager, s'il le désirait (Robeyns, 2017). Pour Sen, l'atteinte du bien-être est associée aux fonctionnements liés à l'usage des biens. En fait, les fonctionnements sont des accomplissements ou des résultats atteints, à l'image d'être bien nourri et être en bonne santé, outre la simple capacité d'être et d'agir (Kumar, 2024). Selon ce point de vue, les fonctionnements représentent un savoir-faire ou un savoir-être de leur propriétaire. Ils manifestent relativement l'état de l'individu (Sen, 1999b) ou justement son « être », associé aux fonctions présentes, qu'il a pu accomplir. Ces fonctions sont représentées par la relation entre un vecteur de biens (x_i) dont disposent l'individu, une fonction transformant ledit vecteur en un vecteur de propriétés de ces biens (c_i), et une fonction d'usage ($f(i)$) reflétant l'utilisation réelle desdits biens, autrement-dit, elle indique la manière dont ces ressources sont utilisées par l'individu i pour produire un vecteur de fonctionnement sur la base d'un

vecteur de propriétés des biens détenus. A cet effet, l'être de l'individu (*being* ; b_i), serait défini par la fonction ci-après :

$$b_i = f_i(c(x_i))$$

Le *being* (b_i) indique l'être ou l'état de l'individu (s'il est bien nourri, en bonne santé, bien logé, bien vêtu, participe aux activités sociales, etc). Parallèlement, le bien-être d'un individu i peut être défini par la façon dont l'individu en question évalue son être (b_i), ce qui reflète la nature de l'être qu'il essaie de réaliser. Plus pratiquement, cette action d'évaluation consiste à ordonner l'ensemble des états (b_i), puis une valeur scalaire peut être associée à chaque état. Cette opération permettra de déterminer la qualité de chaque ensemble de fonctionnement (b_i). Le bien-être de l'individu i peut donc être exprimé par sa fonction de valorisation (v_i) (Sen, 1999b):

$$v_i = v_i(f_i(c(x_i)))$$

Dans la première fonction du *being* (b_i) de l'individu, une seule fonction d'usage $f_i(\cdot)$ dans le groupe des fonctions d'usages (F) a été considérée. En sachant un vecteur déterminé de biens x_i , la totalité des vecteurs de fonctionnement réalisables pour l'individu est représentée par $P_i(x_i)$ selon la formule ci-après :

$$P_i(x_i) = [b_i \mid b_i = f_i(c(x_i)), \text{ pour } f_i(\cdot) \in F_i]$$

Sen a ainsi introduit la notion de la liberté de choix à travers l'introduction d'une fonction de choix. D'ailleurs, si l'individu est censé choisir un vecteur de biens x_i dans l'ensemble X_i , alors les vecteurs de fonctionnements réalisables pour lui seront définis par l'ensemble $Q_i(X_i)$:

$$Q_i(X_i) = [b_i \mid b_i = f_i(c(x_i)), \text{ pour } f_i(\cdot) \in F_i \text{ et pour } x_i \in X_i]$$

$Q_i(X_i)$ décrit la liberté de choix de fonctionnement dont dispose l'individu, tout en tenant compte de ses spécificités individuelles F_i (la manière dont les propriétés sont transformées en fonctionnements) et de sa capacité à parvenir aux biens X_i . Q_i exprime donc la notion des capacités de l'individu i , telle qu'introduite dans l'approche de Sen. Elle met l'accent sur les divers groupements de fonctionnements (*being*) qu'il peut mettre en œuvre.

En se basant sur la fonction de valorisation $v_i(\cdot)$, les valeurs de bien-être dont peut jouir un individu peuvent être représentées par l'ensemble V_i :

$$V_i = [v_i \mid v_i = v_i(b_i), \text{ pour } b_i \text{ dans } Q_i]$$

Par ailleurs, la maximisation du bien-être, autrement-dit, le choix du plus haut niveau de bien-être (v_i) dans le groupe V_i (quand ce choix existe), n'est pas un impératif. Les individus sont guidés par plusieurs autres objectifs et principes éthiques, à l'image des engagements envers autrui, et qui peuvent être, dans certains cas, en conflit avec l'objectif de maximisation du bien-être. Dans ce cas, l'objectif de maximisation de bien-être peut être délaissé.

Par ailleurs, Sen souligne que le bien-être d'une personne n'est pas représenté uniquement par ce qu'elle a pu réaliser effectivement, mais devrait aussi tenir compte de ce qu'elle aurait pu atteindre, et des options de choix qui lui sont offertes. Une solution intéressante à cette issue est l'introduction de la liberté de choix, elle-même, comme un fonctionnement et une composante particulière du bien-être des individus. Sen note qu'il s'agit ici de la liberté dans son sens positif, autrement dit, on ne fait pas allusion à l'absence de contrainte, mais plutôt à la capacité d'effectuer un choix tangible, actif et distinctif et de pouvoir vivre en conformité avec ce choix (Sen, 1999b).

5.2 L'effet positif des réseaux sociaux sur le bien-être :

Les réseaux sociaux ont connu un développement rapide ces dernières années, en gagnant de plus en plus en popularité (Clark et al., 2018 ; Thelwall, 2009). Ils ont concurrencé toutes les autres plateformes par l'individualisme qu'ils ont pu créer, en mettant l'utilisateur au centre de son réseau (Macit et al., 2018 ; Varnali et Toker, 2015). Bien qu'ils présentent les mêmes principales fonctionnalités, chaque réseau social dispose de quelques propriétés spécifiques,

qui le différencient des autres plateformes. Ainsi, pour une même fonction en ligne, différents objectifs peuvent être poursuivis. À la lumière de ces informations, nous considérons que les réseaux sociaux peuvent être un terrain propice à l'application de l'approche des capacités de Sen.

En effet, les réseaux sociaux sont considérés comme des services numériques, des ressources permettant aux utilisateurs de satisfaire un certain nombre de besoins. Au-delà des fonctions de communication sociale (Ytre-Arne, 2016), les réseaux sociaux permettent aux individus de partager du contenu (Boyd et Ellison, 2007 ; Henderson et *al.*, 2013), de s'exprimer de différentes manières (vidéos, images, texte, etc) (Muninger et *al.*, 2019), d'être socialement supportés (Kross et *al.*, 2021), de satisfaire leur besoin d'acceptation et d'appartenance (Clark et *al.*, 2018), de s'informer sur ce qui se passe dans le monde entier, d'étudier, de se former, d'avoir un emploi, de collaborer, etc (Reychav et *al.*, 2016; Tîrziu et Vrabie, 2015). Ces fonctions sont réalisées dans un cadre d'efficacité et d'efficience élevées. En fait, des mécanismes plus puissants et plus efficaces en matière d'information, de communication et de production augmentent et développent les capacités humaines (Najmul et *al.*, 2021). De ce fait, à travers l'utilisation de ces réseaux, les individus auront plus d'opportunités pour développer un savoir-faire, voire un savoir-être, ce qui rejoint la définition des fonctionnements selon Sen. D'ailleurs, les réseaux sociaux ne sont pas une fin en soi, mais ce sont les fonctionnements tangibles qui résultent de leur usage qui ont un effet sur le bien-être des utilisateurs. Participer à la vie sociale, interagir avec la communauté, promouvoir un projet, développer de nouvelles compétences, trouver un emploi sont des exemples de fonctionnements permis par l'usage des réseaux sociaux. En outre, la liberté de choix et les différentes opportunités qui caractérisent ces plateformes sociales rejoignent l'idée des capacités, telle que décrite dans l'approche de Sen. Dès lors, en se basant sur la réflexion de Sen en matière de bien-être, nous pouvons considérer les différents réseaux sociaux disponibles (Facebook, Instagram, twitter, etc.) comme des ressources. En étant exploités, ces réseaux permettent l'atteinte d'une valeur personnelle, qui est à son tour responsable de l'atteinte du bien-être. Dans ce sens, le *being* de l'individu ou l'être qu'il pourrait réaliser, à travers la mobilisation des plateformes sociales auxquelles il a accès peut prendre différentes formes selon le réseau et la fonction choisie (être socialement validé, être connecté, supporté, instruit, informé, formé, employé, etc.). Le classement des états (b_i) par l'utilisateur et l'attribution d'une valeur à chaque état permettront de valoriser l'ensemble des fonctionnements permis par l'usage des réseaux sociaux et de déterminer le niveau de bien-être qui en résulte (v_i). En outre, il faut tenir compte non seulement des réseaux sociaux auxquels l'individu est identifié, mais aussi de l'ensemble des plateformes sociales disponibles et que l'individu a l'opportunité de choisir et d'exploiter librement. Ceci répond au principe de la liberté de choix de fonctionnement ou de capacité, tels que présenté par Sen. Par ailleurs, la maximisation du bien-être est dans ce cas liée à la manière dont les individus valorisent les activités qu'ils mènent en ligne. Par exemple, un individu pourrait placer l'acceptation sociale en ligne au sommet de ses objectifs. La réaction de l'audience aux postes émotionnels d'un individu par des '*likes*' ou des commentaires positifs pourrait avoir un impact majeur sur son degré général de satisfaction (Bazarova et *al.*, 2015). En réalité, la théorie de l'auto-présentation de Goffman (1959) défend que les individus peuvent même adopter certains comportements en vue d'avoir une forte impression chez les autres ou de recevoir certaines réactions positives. Dans le cadre des réseaux sociaux, ceci correspond au partage de photos ou de données, en vue d'avoir un retour positif sous forme de '*likes*' ou de commentaire positif de la part des membres du réseau. Ces réactions génèrent souvent un impact émotionnel important chez les destinataires (Stsiampkouskaya et *al.*, 2021). À cet effet, l'atteinte de cet objectif d'acceptation, à travers la collecte d'un certain nombre de réactions positives en ligne, permettra aux individus qui priorisent cet aspect de jouir du bien-

être maximal. Toutefois, si cette validation sociale ne peut être acquise que si l'utilisateur partage des informations non authentiques ou idéalisées, un conflit entre validation sociale et authenticité va émerger. Dans ce cas, il serait possible, conformément à l'approche de Sen d'abandonner la validation sociale, et de surcroît la maximisation du bien-être. Ainsi, l'individu peut se concentrer sur d'autres fonctionnements, qui sont beaucoup plus en harmonie avec ses principes et avec ceux de la communauté. Par ailleurs, la liberté de choix qui caractérise les réseaux sociaux doit ainsi être prise en compte comme un fonctionnement particulier, qui augmente encore plus la valeur associée avec l'usage de ces réseaux. Dans ce sens, le bien-être d'un utilisateur serait défini non seulement par les fonctionnements réalisés effectivement à travers l'utilisation des réseaux sociaux, mais aussi par les capacités et les opportunités que présentent ces plateformes, et qui ne sont pas encore exploitées par l'individu. Autrement-dit, Il s'agit de tenir compte aussi bien des fonctionnements achevés, que des fonctionnements potentiels, comme le préconise Sen (Aguenane, 2022).

Par application de l'approche des capacités aux réseaux sociaux, il apparaît que les individus peuvent effectivement accroître, voire maximiser leur bien-être en utilisant ces réseaux. Ces derniers offrent des opportunités, qui augmentent les capacités et les fonctionnements des utilisateurs et par conséquent leur bien-être. Par ailleurs, les réseaux sociaux sont un endroit où la notion de la liberté de choix prend toute sa signification avec la panoplie des plateformes sociales disponibles et la diversité des fonctions que permet chaque réseau. En effet, ces réseaux ont élargi la liberté de choix dont dispose les utilisateurs, en intégrant de plus en plus de nouvelles options (Oldenbourg, 2022). Cette liberté, rappelons-le, occupe une place importante dans la définition du bien-être dans le cadre de l'approche des capacités de Sen (Aguenane, 2022). Toutefois, un excès de liberté peut être source de confusion et de déstabilisation (Alkire, 2005 ; Sen, 1992). En fait, il est bien d'avoir le choix, mais plus de choix n'est pas toujours synonyme d'une meilleure vie (Schwartz et Cheek, 2017). D'où l'intérêt de tenir compte de la qualité de la liberté positive et non seulement de sa quantité, en se contentant d'ajouter de nouveaux choix (Sen, 1999b). Dans ce sens, des réseaux moins nombreux comprenant un nombre raisonnable de fonctions, qui apportent de la valeur à la vie des utilisateurs pourraient être préférables pour leur bien-être.

Cet impact positif des réseaux sociaux sur le bien-être, tels que suggéré par l'application de l'approche des capacités aux réseaux sociaux, est totalement en adéquation avec les résultats d'un ensemble d'études empiriques (Lee et *al.*, 2011 ; oh et *al.*, 2014). Ces études défendent que certaines options permises par les réseaux sociaux, à l'instar du partage des idées et l'auto-divulgateion, permettent une connexion plus intense avec les membres du réseau, ainsi que l'obtention du support social, ce qui se traduit par un effet favorable sur le bien-être (Lee et *al.*, 2011). Ces options correspondent aux opportunités et aux capacités, telles que introduites dans l'approche de Sen, au moment où le fait d'être supporté et connecté représente les fonctionnements.

En somme, il apparaît que les deux perspectives, d'Easterlin et de Sen, conduisent à deux différents résultats. Le paradoxe d'Easterlin suggère un impact négatif des réseaux sociaux sur le bien-être, alors que l'approche des capacités conduit à un impact positif. Cette dichotomie peut être justifiée par les différences sous-jacentes dans leurs hypothèses, leurs approches méthodologiques et leurs cadres d'analyse (tableau 1).

Tableau 1: Comparaison des méthodologies du Paradoxe d'Easterlin et de l'Approche des Capabilités de Sen

		Paradoxe d'Easterlin	Approche de Sen
	Date	1974	1985
Cadre général de l'approche	Approche	Empirique basée sur des données d'enquête	Normative
	Indicateurs de bien-être	Auto-déclaration du niveau de satisfaction et du bonheur.	Capabilités et fonctionnements
	Idées principales	-Une augmentation du revenu ne conduit pas forcément à une augmentation du bien-être. -Le bien-être des individus dépend des comparaisons avec les autres (revenu relatif).	-Le bien-être ne dépend pas des ressources matérielles, mais des opportunités réelles dont disposent les individus.
	Points forts	-Tient compte des comparaisons sociales dans la définition du bien-être. -Dépasse les indicateurs économiques classiques de mesure du bien-être (croissance économique, etc).	-Tient compte des perspectives plus vastes de droits fondamentaux et des libertés humaines. -Dépasse les ressources matérielles dans la définition du bien-être.
	Points faibles	-Faiblesses méthodologiques et manque de précision quant à l'estimation de la relation entre le revenu national et le bien-être.	-Difficulté de mesure du bien-être par la notion des capabilités et l'absence d'une liste précise de capabilités.
Application aux réseaux sociaux	Hypothèses	-Les réseaux sociaux boostent l'accès à l'information et les aspirations matérielles et renforcent les comparaisons sociales. -Les réseaux sociaux réduisent la satisfaction qui dérive des ressources à disposition et de l'augmentation du revenu.	-Les réseaux sociaux augmentent les capabilités et les fonctionnements des individus. -Les utilisateurs ont plus d'opportunités et de libertés réelles.
	Impact des réseaux sociaux sur le bien-être	-Impact négatif véhiculé principalement par les comparaisons sociales et l'accroissement des aspirations matérielles.	-Impact positif médiatisé par l'accroissement des capabilités et des fonctionnements des utilisateurs.

Source : Adapté par les Auteurs

6. Conclusion et discussion :

Conformément au paradoxe d'Easterlin, les réseaux sociaux renforcent les comparaisons sociales et augmentent les aspirations, ce qui entraîne un effet négatif d'une augmentation du revenu sur le bien-être des individus. Cet effet est principalement véhiculé par la prise de conscience de l'existence d'inégalités de la distribution de la richesse. En effet, l'utilisation des réseaux sociaux renforce la reconnaissance des inégalités, puisqu'elle facilite l'obtention de l'information, authentique ou idéalisée, sur la vie des autres. Selon cette perspective Easterlienne, les réseaux sociaux ne peuvent que réduire le bien-être. L'idée selon laquelle la prise de conscience de l'existence des inégalités de répartition du revenu, réduit le bien-être, perd sans sens, dans le cadre de l'approche de Sen. Selon ce dernier, l'inégalité n'est pas liée à la distribution de la richesse, mais plutôt à la liberté de choix et d'accès aux opportunités. Ces conditions se concrétisent dans le cas des réseaux sociaux, qui sont multiples, ouverts à tous, libres de tous frais, et offrent une panoplie de services et d'opportunités. Par application de l'approche des capacités de Sen, il s'avère que les réseaux sociaux augmentent les capacités et les fonctionnements des individus, ce qui se répercute favorablement sur leur bien-être. Toutefois, en cas de fracture numérique, il serait difficile pour certains individus de tirer pleinement profit des opportunités qu'offrent ces plateformes sociales. En effet, un manque d'infrastructures, d'outils, ou de formations limite l'accès aux réseaux sociaux et rend impossible l'exploitation des opportunités qu'ils permettent (Rizza, 2006). Par ailleurs, le phénomène des comparaisons sociales que suscitent les réseaux sociaux peut être considéré comme un fonctionnement négatif pouvant nuire au bien-être des utilisateurs. De ce fait, malgré l'importance des résultats qui ressortent de l'extrapolation de l'approche de Sen aux réseaux sociaux, nous ne pouvons pas négliger les effets néfastes d'une inégalité importante en termes d'accès, d'utilisation ou de compétence numérique, ni d'un usage inapproprié de ces réseaux sur le bien-être des individus.

En tenant compte des deux approches, d'Easterlin et de Sen simultanément, les résultats semblent, à première analyse, conflictuels. Néanmoins, une analyse plus approfondie met plutôt en évidence la convergence des deux résultats. Certes, les réseaux sociaux permettent d'augmenter les capacités et de générer des fonctionnements favorables, qui se répercutent positivement sur le bien-être des utilisateurs, comme le confirme l'approche de Sen. Toutefois, ces réseaux peuvent aussi se traduire par des fonctionnements négatifs générés consciemment ou non par l'utilisateur. Les comparaisons sociales et l'accroissement des aspirations matérielles sont un exemple de fonctionnements négatifs qui résultent de l'usage des réseaux sociaux. Ces fonctionnements nuisent au bien-être des utilisateurs et annulent, voire inversent l'impact positif d'une augmentation du revenu sur le bien-être et le rendent négatif. Certaines études empiriques ont confirmé cet impact mitigé des réseaux sociaux sur le bien-être. Par exemple, Gerson et al. (2016), suggère que l'utilisation de Facebook a un impact positif sur le bien-être, mais les comparaisons sociales sur ce réseau sont génératrices d'un impact négatif. De surcroît, ce même résultat a été mis en évidence par Dutt (2023), qui montre que les réseaux sociaux se traduisent par une augmentation de la connexion sociale, qui impacte positivement le bien-être des utilisateurs, au moment où les comparaisons sociales sur ces plateformes sont génératrices d'un effet négatif, et de ce fait, détériorent le bien-être des individus.

Ainsi, il apparaît que ces deux perspectives, d'Easterlin et de Sen, contribuent toutes les deux à expliquer l'effet de l'utilisation des réseaux sociaux sur le bien-être. Toutefois, malgré leur intérêt, ces deux approches ont suscité des critiques. La démarche d'Easterlin a été surtout critiquée pour sa démarche méthodologique (échantillon de petite taille, pays peu nombreux, etc.) (Bouffard, 2017). Certains chercheurs ont même qualifié ce paradoxe comme un biais statistique (Stephenson et Wolfers, 2008). L'approche de Sen, quant à elle, a été considérée comme un cadre général et non comme un développement théorique solide. En effet,

l'approche de Sen ne présente aucune liste précise de capacités appropriées permettant une investigation empirique adéquate de la notion du bien-être (Zimmermann, 2006). De surcroît, notre application du paradoxe d'Easterlin et de l'approche des capacités à la question des réseaux sociaux n'est pas dénuée d'inconvénients, or ces deux approches ne sont pas conçues pour l'utilisation des technologies. Les recherches peuvent enrichir cette analyse par l'introduction des théories qui sont essentiellement dédiées à l'étude des technologies numériques. En outre, les études empiriques devraient désormais accorder davantage d'importance à l'identification et à l'analyse des mécanismes par lesquels l'effet des réseaux sociaux sur le bien-être se réalise. Ceci permettra de confirmer ou d'infirmer les modèles théoriques qui considèrent, entre autres, les comparaisons sociales, les aspirations, les fonctionnements et les opportunités comme des mécanismes par le biais desquels les réseaux sociaux impactent le bien-être des utilisateurs. Ainsi, il serait intéressant d'investiguer empiriquement l'impact des réseaux sociaux sur le bien-être, tout en considérant le revenu nominal et relatif comme des variables médiatrices.

En somme, les réseaux sociaux peuvent engendrer un impact favorable plus élevé sur le bien-être des individus si certaines barrières à l'entrée sont éliminées et si les États prennent en charge la mise en place d'infrastructures technologiques adéquates, qui couvrent toutes les régions et bénéficient à tous les citoyens. Ceci permet d'avoir un accès équitable et de qualité aux opportunités que présentent les réseaux sociaux. En outre, les utilisateurs, et principalement les jeunes, doivent être sensibilisés à la dangerosité des comparaisons sociales, surtout ascendantes. Dans ce sens, des formations sur l'utilisation du numérique peuvent être programmées pour les jeunes. Aussi, il est nécessaire de sensibiliser les utilisateurs à l'importance d'avoir un esprit critique quant au contenu partagé sur ces réseaux, en vue de différencier le contenu fiable de celui idéalisé et par conséquent, de ne pas céder à des comparaisons illogiques. Par une utilisation adéquate, appropriée et consciente, les risques liés à l'usage des réseaux sociaux peuvent être contournés, contre une capitalisation sur les opportunités et les capacités qu'ils permettent, et qui peuvent induire un impact favorable sur le bien-être.

Références

- (1). ADD. (2020), «Note d'Orientations Générales pour le développement du digital au Maroc à horizon 2025", p.1-21.
- (2). Aguenane, N. (2022). L'approche par les capacités face aux économies de bien-être, théorie du choix social et théorie de la justice : Genèse d'un nouveau modèle de développement. *Revue Économie, Gestion et Société*, 1(34).
- (3). Aissaoui, S. et Elrhannami, C. (2024). Subjective Well-Being and Information and Communications Technologies: A Study in Morocco. In: Alareeni, B., Hamdan, A. (eds) *Navigating the Technological Tide: The Evolution and Challenges of Business Model Innovation*. ICBT 2024. *Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 1083. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-67431-0_23.
- (4). Aiyar, S., Ebeke, C. (2020). Inequality of opportunity, inequality of income and economic growth, *World Development* 136 (2020). <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105115>.
- (5). Alkire, S. (2005) *Valuing Freedoms: Sen's Capability Approach and Poverty Reduction*, Oxford: Oxford University Press.
- (6). Bazarova, N. N., Choi, Y. H., Sosik, V. S., Cosley, D. and Whitlock, J. (2015), "Social Sharing of Emotions on Facebook: Channel Differences, Satisfaction, and Replies", *Association for Computing Machinery*, p. 154-164.

- (7). Becchetti, L., Pelloni, A., and Rossetti, F. (2008). Relational goods, sociability and happiness. *Kyklos*, 61(3): 343 – 363.
- (8). Bertrand M. et Mullainathan S., 2001, « Do People Mean What They Say? Implications for Subjective Survey Data », *American Economic Review*, vol. 91, n° 2, pp. 67-72.
- (9). Boerman, S. C., et Müller, C. M. (2022). Understanding which cues people use to identify influencer marketing on Instagram: An eye tracking study and experiment. *International Journal of Advertising*, 41(1), 6–29. <https://doi.org/10.1080/02650487.2021.1986256>.
- (10). Bottaro R. et Faraci P. (2022), « The Use of Social Networking Sites and Its Impact on Adolescents' Emotional Well-Being: a Scoping Review », *Current Addiction Reports*, vol. 9, p.518–539.
- (11). Bouffard, L. (2017). Review of [Weimann, J., Knabe, A. & Schöb, R. (2011/2015). *Measuring happiness. The economics of well-being*. Cambridge, MA : MIT Press]. *Revue québécoise de psychologie*, 38(2), 231–233. <https://doi.org/10.7202/1040779ar>.
- (12). Bourdieu, P. (1980). Le Capital Social. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 31 (1), 2-3.
- (13). Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 241-258.
- (14). Boyd, D., et Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- (15). Bréban L.,(2016), « La richesse ne fait pas le bonheur: du paradoxe d'Easterlin à celui d'Adam Smith », *L'Économie politique* vol.3 (N° 71), pages 17 à 26.
- (16). Brickman P. et Campbell D., 1971, « Hedonic Relativism and Planning the Good Society », in Appley M. H. (dir.), *Adaptation-Level Theory*, pp. 287-302.
- (17). Bruni, L., Stanca, L., 2006. Income aspirations, television and happiness: evidence from the world values survey. *Kyklos* 59 (2), 209–225.
- (18). Carpenter, J. M., Green, M. C., & LaFlam, J. (2011). People or profiles: Individual differences in online social networking use. *Personality and Individual Differences*, 50, 538–541. doi:10.1016/j.paid.2010.11.006.
- (19). Castellacci, F., & Tveito, V. (2018). Internet use and well-being: A survey and a theoretical framework. *Research Policy*, 47(1), 308–325.
- (20). Chehayebat A. et Lakhdar.B.(2023) « le fondement et l'apport de l'économie du bonheur ». *Revue Française d'Economie et de Gestion* « Volume 4 : Numéro 9 » pp : 91 – 104 .
- (21). Chehayebat A., Rhazouani R. et Faraj A. (2023), « Politique de croissance économique et bonheur : cas des pays du Maghreb Arabes », *Journal of the Geopolitics and Geostrategic Intelligence*, Vol. 4, No°2,pp 87-99.
- (22). Choi, C., Hoon Yi, M., 2009. The effect of the internet on economic growth: Evidence from cross-country panel data. *Economic Letters* 105, 39–41.
- (23). Clark A., 2000, « Utilité absolue ou utilité relative. Etat des lieux », *Revue économique*, vol. 51, n° 3, pp. 459-471.
- (24). Clark, J.L., Algoe, S.B., Green, M.C. (2018), “Social Network Sites and Well-Being: The Role of Social Connection”, *Psychological Science*, Vol. 27(1), p. 32–37.
- (25). Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Ma, and London: Harvard University Press.
- (26). De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Mar keting through Instagram influencers: The impact of num ber of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>.

- (27). Deci EL, Ryan RM. The “What” and “Why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychol Inq* 2000;11(4):227–268; doi: 10.1207/S15327965PLI1104_01.
- (28). Degli Antoni G. et Franco C. (2022), “The effect of technological behavior and beliefs on subjective well-being: the role of technological infrastructure”, *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 32, p.553–590.
- (29). Diener, Ed. (1984). “Subjective Well-Being,” *Psychological Bulletin*, vol. 95, pp. 542–575.
- (30). Digital Around the World — Data Reportal – Global Digital Insights. (2024, Août 19). Data Reportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/global-digital-overview>.
- (31). Dinh, T. C. T., Wang, M., & Lee, Y. (2023). How does the fear of missing out moderate the effect of social media influencers on their followers’ purchase intention? *SAGE Open*, p. 1–13, <https://doi.org/10.1177/21582440231197259>.
- (32). Dutt B. (2023), “Social media wellbeing: Perceived wellbeing amidst social media use in Norway”, *Social Sciences & Humanities Open* 7, p.1-8, <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100436>.
- (33). Easterlin, R. A. 1974. “Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence.” In *Nations and Households in Economic Growth*, 89–125. Academic Press.
- (34). Fofana Y. (2024), « Justice sociale et bonne gouvernance politique. De l’approche par les capacités d’Amartya Sen à la lutte contre les inégalités et l’exclusion sociales en Côte d’Ivoire », *Revue Africaine des Sciences Humaines et Sociales*, n° 6, pp. 66-94.
- (35). Frey, B.S., Benesch, C., Stutzer, A., 2007. Does watching TV make us happy? *Journal of Economic Psychology* 28 (3), 283–313.
- (36). Germain, J.-M. (2024). “Bien-être ressenti et revenu : l’argent fait-il le bonheur ? ”, *Documents De Travail* (N° 2024-009), p.1-15.
- (37). Gerson J., Plagnol A.C. et Corr P.J. (2016), “Subjective well-being and social media use: Do personality traits moderate the impact of social comparison on Facebook?”, *Computers in Human Behavior*, vol. 63, p. 813-822.
- (38). **Goffman, E.** (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- (39). Guibet Lafaye C. (2007), “ Bien-être”. *Dictionnaire du corps*, PUF, p. 127-131.
- (40). Harrison R, Jaumandreu J, Mairesse J, Peters B (2014) Does innovation stimulate employment? A firmlevel analysis using comparable micro-data from four European countries. *Int J Ind Organ* 35:29–43.
- (41). Haybron, D. M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid & R. J.
- (42). HCP (2020), “ Enquête sur l’impact du coronavirus sur la situation économique, sociale et psychologique des ménages ”.
- (43). Henderson, M., Snyder, I., et Beale, D. (2013). Social media for collaborative learning: A review of school literature. *Australian Educational Computing*, 28, 1–15.
- (44). Hovi, M. et Laamanen, J.-P. (2021), “Income, aspirations and subjective well-being: International evidence”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 185, pp. 287–302.
- (45). Ibrahima T.(2020), “COVID-19 and the digital economy in the world: the challenge of bridging the digital divide”, Vol. 1, N°2, *Revue Internationale du Chercheur*, p.323-341.
- (46). Jaad, M., Bahmani, N., «I Modèle coopératif marocain : Bien-être social et inégalités», *Revue "Repères et Perspectives Economiques"* [En ligne], Vol. 4, N° 2/ 2ème semestre 2020, mis en ligne le 01 juillet 2020.

- (47). Jackson, M. O., Rodriguez-Barraquer, T., Tan, X. (2012). Social Capital and Social Quilts: Network Patterns of Favor Exchange. *American Economic Review* 102(5): 1857-97.
- (48). Jin, S. V., Muqaddam, A., & Ryu, E. (2019). Instafamous and social media influencer marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 37(5), 567–579. <https://doi.org/10.1108/mip-09-2018-0375>
- (49). Kahneman D., 1999, « Objective Happiness », in Kahneman D., Diener E. et Schwarz N. (dir.), *Well-Being: the Foundations of Hedonic Psychology*, New York, Russel Sage Foundation.
- (50). Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49–74. doi:10.1111/1540-4560.00248.
- (51). Kross E, Verduyn P, Demiralp E, Park J, Lee DS, Lin N et al.: Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS One* 2013, 8:e69841 <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>.
- (52). Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2021). Social media and well-being: Pitfalls, progress, and next steps. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(1), 55–66.
- (53). Kumar A. (2024). Reframing the idea of social justice and capability approach in Indian higher education. Dans Bhushan S., *The evolving landscape of higher education in India* (pp 269).
- (54). Lee G., Lee J. et Kwon S. (2011), “Use of Social-Networking Sites and Subjective Well-Being: A Study in South Korea “, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, vol.14(3), p.151-155.
- (55). Lei H., Chiu M. et Li S. (2019), “Subjective well-being and internet overuse: A meta-analysis of mainland Chinese students”, *Current Psychology*, p.1-11.
- (56). Litan, R.E., Rivlin, A.M., 2001. Projecting the economic impact of the internet. *American Economic Review* 91, 313–317.
- (57). Macit, H. B., Macit, G., & Güngör, O. (2018). A research on social media addiction and dopamine driven feedback. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 882–897.
- (58). Maguain Denis. (2002), Les théories de la justice distributive post-rawlsiennes. Une revue de la littérature. In: *Revue économique*, volume 53, n°2, 2002. pp. 165-199; doi: <https://doi.org/10.3406/reco.2002.410399>
- (59). McGregor, I., et Little, B. (1989). Personal projects, happiness, and meaning: On doing well and being yourself. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 494-512. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.74.2.494>.
- (60). Muninger M.I., Hammedi W. et Mahr D. (2019), « The value of social media for innovation: A capability perspective », *Journal of Business Research*, vol.95, p. 116-127, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.012>.
- (61). Najmul H., Yukun B. et Shah J. M. (2021), « Exploring the impact of ICT usage among indigenous people and their quality of life: operationalizing Sen’s capability approach », *Information Technology for Development*, DOI: 10.1080/02681102.2021.1951150.
- (62). Nay Olivier. (2001). Amartya Sen, Repenser l'inégalité. In: *Revue française de science politique*, 51^e année, n°1-2, 2001. pp. 311-315;
- (63). Naz F. (2016): Understanding Human Well-being: How could Sen’s Capability Approach Contribute?, *Forum for Social Economics*, DOI: 10.1080/07360932.2016.1222947.

- (64). Nie P., Sousa-Poza A. et Nimrod G. (2016), "Internet Use and Subjective Well-Being in China", *Social Indicators Research*, p.1-28.
- (65). OCDE (2021), *COVID-19 and Well-being : Life in the Pandemic*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/1e1ecb53-en>.
- (66). Oh, H.J., Ozkaya, E. and LaRose, R. (2014), "How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect perceived social support, sense of community, and life satisfaction", *Computers in Human Behavior*, Vol. 30, pp. 69-78, doi: 10.1016/j.chb.2013.07.053.
- (67). Oishi S. et Kesebir S. (2015), "Income Inequality Explains Why Economic Growth Does Not Always Translate to an Increase in Happiness", *Psychological Science*, p. 1–9, doi:10.1177/0956797615596713.
- (68). Oishi, S., Kesebir, S., et Diener, E. (2011). Income inequality and happiness. *Psychological Science*, 22, 1095–1100.
- (69). Oldenbourg, A. (2022). Digital freedom and corporate power in social media. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 27(3), 383–404. <https://doi.org/10.1080/13698230.2022.2113229>
- (70). Pénard T., Poussing N. et Suire R. (2013), "Does the Internet make people happier?", *The Journal of Socioeconomics*, vol.46, p. 105–116.
- (71). Piketty, T. (2014). *Capital in the twenty-first century*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- (72). Quandt, T., Klapproth, J., et Frischlich, L. (2022). Dark social media participation and well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101284. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.11.004>
- (73). Raza, S.A., Qazi, W., Umer, B. and Khan, K.A. (2020), "Influence of social networking sites on life satisfaction among university students: a mediating role of social benefit and social overload", *Health Education*, Vol. 120 No. 2, pp. 141-164. <https://doi.org/10.1108/HE-07-2019-0034>.
- (74). Reyjav, I., Ndicu, M. et Wu, D. (2016). Leveraging social networks in the adoption of mobile technologies for collaboration. *Computers in Human Behavior*, 58, 443-453. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.011>.
- (75). Rizza, C. (2006). *La fracture numérique, paradoxe de la génération Internet*. Hermès, La Revue, 2006/2(45), 25-32. CNRS Éditions.
- (76). Robeyns, I. (2017). *Wellbeing, Freedom and Social Justice: The Capability Approach Re-Examined*. Open Book Publishers, p. 3-251.
- (77). Roller, L.-H., Waverman, L., 2001. Telecommunications infrastructure and economic development: a simultaneous approach. *American Economic Review* 91, 909–923.
- (78). Ryan R. M. et Deci E. L. (2001), "On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being", *Annual Review of Psychology*, vol.52, p.141-166.
- (79). Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55 (1), 68.
- (80). Ryff, C. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 1069-1081. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- (81). Ryff, C. D., et Singer, B. H. (2008). Know thyself and become what you are: A eudaimonic approach to psychological well-being. *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 9(1), 13–39. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9019-0>

- (82). Sabatini F. et Sarracino F. (2017), "Online Networks and Subjective Well-Being ", KYKLOS, Vol. 70 (3), p.456–480.
- (83). Schwartz, B., et Cheek, N. N. (2017). Choice, freedom, and well-being: considerations for public policy. Behavioural Public Policy, 1(01), 106–121. doi:10.1017/bpp.2016.
- (84). Seligman, Martin E. P., and Mihaly Csikszentmihalyi. (2000). "Positive Psychology: An Introduction," American Psychologist, vol. 55, pp. 5–14.
- (85). Sen, A. (1992) Inequality Reexamined, Oxford: Clarendon Press.
- (86). Sen, A. (1985) 'Wellbeing, agency and freedom: The Dewey lectures 1984', The Journal of Philosophy, 82 (4), 169–221.
- (87). Sen, A. (1987) On Ethics and Economics, Oxford: Basil Blackwell.
- (88). Sen, A. (1999a) Development As Freedom, New York: Alfred A. Knopf.
- (89). Sen, A. (1999b) 'Commodities and Capabilities', New Delhi: Oxford University Press.
- (90). Sen, A. (2008) 'Capability and wellbeing', in D.M. Hausman (ed.), The Philosophy of Economics: An Anthology, Cambridge: Cambridge University Press.
- (91). Stevenson, B., & Wolfers, J. (2008). Economic Growth and Subjective Well-Being: Reassessing the Easterlin Paradox. Brookings Papers on Economic Activity, Spring 2008, 1-87. DOI: 10.1353/eca.0.0001.
- (92). Stsiampkouskaya K., Joinson A., Piwek L., et Ahlbom C.P. (2021), " Emotional responses to likes and comments regulate posting frequency and content change behaviour on social media: An experimental study and mediation model", Computers in Human Behavior 124, p.1-14.
- (93). Tafesse, W., et Wood, B. P. (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content and engagement strategy. Journal of Retailing and Consumer Services, 58, 102303. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102303>.
- (94). Thelwall M. (2009), "Social Network Sites: Users and Uses", ADVANCES IN COMPUTERS, VOL. 76, p.20-68.
- (95). Ting, D. S. W., Carin, L., Dzau, V., et Wong, T. Y. (2020). Digital technology and COVID-19. Nature Medicine, 1-3.
- (96). Tîrziu, A.-M. et Vrabie, C. (2015). Education 2.0: E-learning methods. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 186, 376-380. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.213>
- (97). Varnali K. et Toker A. (2015), "SELF-DISCLOSURE ON SOCIAL NETWORKING SITES", SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY, vol. 43(1), p. 1-14.
- (98). Verduyn P, Ybarra O, Re' sibois M, Jonides J, Kross E. (2017), " Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review". Soc Issues Policy Rev, 11:274-302 [http://dx. doi.org/10.1111/sipr.12033](http://dx.doi.org/10.1111/sipr.12033).
- (99). Verduyn P., Gugushvili N., Massar K., Täht K. et Kross E. (2020), "Social comparison on social networking sites", Current Opinion in Psychology, vol. 36, p.1–6.
- (100). Verduyn, P., Gugushvili, N., & Kross, E. (2022). "Do Social Networking Sites Influence Well-Being? The Extended Active-Passive Model". Current Directions in Psychological Science, 31(1), 62-68. <https://doi.org/10.1177/09637214211053637>.
- (101). Vivarelli M (2014) Innovation, employment and skills in advanced and developing countries: A survey of economic literature. J Econ Issues 48:123–154.
- (102). Voukelatou, V., Gabrielli, L., Miliou, I., Cresci, S., Sharma, R., Tesconi, M., & Pappalardo, L. (2020). *Measuring objective and subjective well-being: Dimensions and data sources*. International Journal of Data Science and Analytics, 11, 279–309. <https://doi.org/10.1007/s41060-020-00224-2>.
- (103). Vrontis, D., Makrides, A., Christofi, M., & Thrassou, A.. (2021). Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research

- agenda. International Journal of Consumer Studies, 45(4), 617–644. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12647>.
- (104). Waterman, A. S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678–691. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.4.678>.
- (105). Western, M., et Tomaszewski, W. (2016). *Subjective Wellbeing, Objective Wellbeing and Inequality in Australia*. PLoS ONE, 11(10): e0163345. doi:10.1371/journal.pone.0163345.
- (106). Williams, G.A, Fahy, N. Aissat, D., Lenormand M.C., Stüwe, L. Zablit-Schmidt, I., Delafuys, S. Le Douarin, Y.M, Muscat, N.A. (2022), “ La Covid 19 et l’utilisation d’outils de santé numériques : une opportunité en pleine crise qui pourrait transformer les prestations de soins de santé », N° 1 | Vol.28 Eurohealth , p. 33-39.
- (107). Ytre-Arne, B. (2016). The social media experiences of long-term patients: Illness, identity, and participation. *Nordicom Review*, 37(1), 57–70.
- (108). Zhan, L., Sun, Y., Wang, N. and Zhang, X. (2016), “Understanding the influence of social media on people’s life satisfaction through two competing explanatory mechanisms”, *Aslib Journal of Information Management*, Vol. 68 No. 3, pp. 347-361.
- (109). Zimmermann, b. (2006). Pragmatism and the capability approach: Challenges in social theory and empirical research. *European Journal of Social Theory*, 9, 467–484. doi:10.1177/ 1368431006073014.