

Levallois-Perret, le 22 mai 2023

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les réseaux sociaux favorisent davantage l'isolement que le lien social selon les Français

Thème #2 : Les réseaux sociaux, pour le meilleur et pour le pire

Enquête 1/3 : Panorama des réseaux sociaux

Les zooms de l'Observatoire Cetelem analysent les modes de vie et proposent d'explorer un grand thème en trois temps, sollicitant l'avis des Français au travers de trois vagues de sondage. Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études existant de l'Observatoire Cetelem.

Les zooms de l'Observatoire Cetelem, accompagnés par Harris Interactive, ont choisi d'explorer au deuxième trimestre 2023 une nouvelle thématique intitulée « Les réseaux sociaux, pour le meilleur et pour le pire ». La première enquête s'est intéressée aux usages qu'ont les Français des réseaux sociaux et à la façon dont ils les perçoivent.

- **81% des utilisateurs de réseaux sociaux s'y rendent quotidiennement, dont 18% toutes les heures voire plus... une proportion qui atteint 46% chez les 15-24 ans.**
- **Les Français utilisent les réseaux en priorité pour se divertir (51%), discuter avec leurs proches (51%), s'informer sur l'actualité (27%), ou trouver de l'inspiration (26%).**
- **Les réseaux sociaux sont perçus par les Français comme un danger plutôt qu'un bénéfice pour les enfants et adolescents (81%), la vie privée (78%) et la qualité de l'information (62%).**
- **Si leur promesse initiale était de rassembler et connecter les personnes entre elles, aujourd'hui les réseaux sociaux sont davantage vus comme un facteur d'isolement social (58%) que de lien (42%).**
- **Pour les Français, les réseaux sociaux riment davantage avec addiction (86%) qu'avec partage communautaire (84%). Un risque d'addiction qui est autant reconnu par les jeunes (89% chez les 15-24 ans) que par les plus seniors (86% chez les 65 ans et plus).**

Des réseaux pas si virtuels

Les géants Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Snapchat, YouTube ou encore WhatsApp sont les réseaux sociaux que les Français connaissent le plus. Cependant, notoriété ne rime pas nécessairement avec popularité : **si YouTube (84%) et WhatsApp (72%) jouissent d'une très bonne image, d'autres sont plus controversés, avec des taux de mauvaise image relativement élevés : Facebook (35%), mais surtout Twitter (44%) et TikTok (56%).** A noter que les plus jeunes ont une image des réseaux nettement meilleure que les autres générations.

Pour les utilisateurs, **les réseaux sociaux sont une réalité de tous les jours puisque**

81% d'entre eux indiquent s'y rendre quotidiennement. Et ils sont 18% à les consulter toutes les heures voire plus souvent, un chiffre qui atteint 46% chez les 15-24 ans.

Les Français affirment être inscrits en moyenne sur 4 réseaux sociaux différents, et jusqu'à 7 pour les 15-24 ans. Cependant, ils ne publient régulièrement que sur 2 d'entre eux en moyenne. Facebook est le réseau le plus utilisé avec 71% de la population qui y a un compte et qui l'utilise, devant WhatsApp (56%), YouTube (55%) et Instagram (49%). Les autres réseaux (Snapchat, Pinterest, TikTok, Twitter, LinkedIn...) recueillent moins d'1/3 d'inscrits actifs, voire moins de 10% pour les réseaux les plus confidentiels, comme Telegram, Fortnite ou Mastodon. Par rapport au reste de la population, **les 15-24 ans se déclarent davantage présents sur presque tous les réseaux sociaux... à l'exception notable de Facebook, seuls 45% d'entre eux indiquent l'utiliser contre 66% chez les 65 ans et plus.**

Concrètement, lorsqu'ils sont derrière leur écran, la plupart des utilisateurs regardent les publications de leurs amis (89%), consultent leurs messages (86%), ou encore scrutent les publications suggérées par les algorithmes (69%). Et pour cause, **se divertir et se détendre (51%), mais aussi discuter avec leurs proches (51%) sont les objectifs premiers des utilisateurs** ; s'informer sur l'actualité (27%) et trouver de l'inspiration (26%) apparaissent comme des bénéfices secondaires. Rares sont ceux qui avouent chercher à y élargir leur cercle social (12%), faire leur autopromotion (7%) ou booster leur ego (5%)... Néanmoins, les Français imaginent volontiers que ce sont de véritables priorités pour les autres : ainsi, **pour 44% d'entre eux, si les gens utilisent les réseaux sociaux, c'est pour élargir leur cercle social, et pour 40%, c'est pour booster leur ego.**

Des Français sur leurs gardes

Si pour les Français, réseaux sociaux riment avant tout avec « influenceurs » (91%), **ils soulignent également l'esprit de communauté (84%), de partage (83%) et de divertissement (80%) qui y règne.** Mais malgré ces points positifs, le sentiment d'un danger l'emporte. En effet, **les Français mettent aussi en avant les risques d'addiction (86%), les fake news qui s'y diffusent (75%), ainsi que les discours intolérants (73%).**

Du fait d'une acculturation très différente aux réseaux sociaux, le regard porté sur ces plateformes n'est pas le même chez les jeunes et les plus âgés. Parmi les points les plus différenciants, tendancielle, **les plus jeunes associent davantage les réseaux au divertissement, à l'information et à la mobilisation que leurs aînés,** qui tendent plutôt à mettre l'accent sur les dérives possibles (complotisme, narcissisme...). **Les différentes tranches d'âge sont en revanche relativement unanimes concernant le risque d'addiction induit par ces réseaux : 89% chez les 15-24 ans et 86% chez les 65 ans et plus.**

Un réel impact tant sur les individus que sur la société

Si les Français manifestent aujourd'hui des opinions vives et contrastées au sujet des réseaux sociaux, c'est notamment parce que selon eux, ces réseaux et leur développement ont un impact bien réel et palpable sur les individus et la société. **À un niveau personnel, une courte majorité perçoit un impact des réseaux dans leur quotidien,** qu'il s'agisse de la manière dont ils occupent leur temps (58%), dont ils échangent avec leurs proches (56%), ou dont ils s'informent (50%), **avec des fortes variations selon l'âge, les plus jeunes se sentant particulièrement impactés (80% chez les 15-24 ans contre 25% chez les 65 ans et plus).** Du point de vue collectif, les réseaux sociaux sont également perçus comme ayant de vrais effets sur le monde réel : par exemple, pour 57%, ils permettent de créer des mobilisations pour changer les choses.

Aux yeux des Français, **l'existence des réseaux sociaux est davantage synonyme de danger (50%) que de bénéfice (33%) pour la société en général.** En effet, s'ils leur concèdent des effets bénéfiques sur le lien social (54%) et l'accessibilité de l'information

