

# les **zooms** **2023** de L'Observatoire Cetelem

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

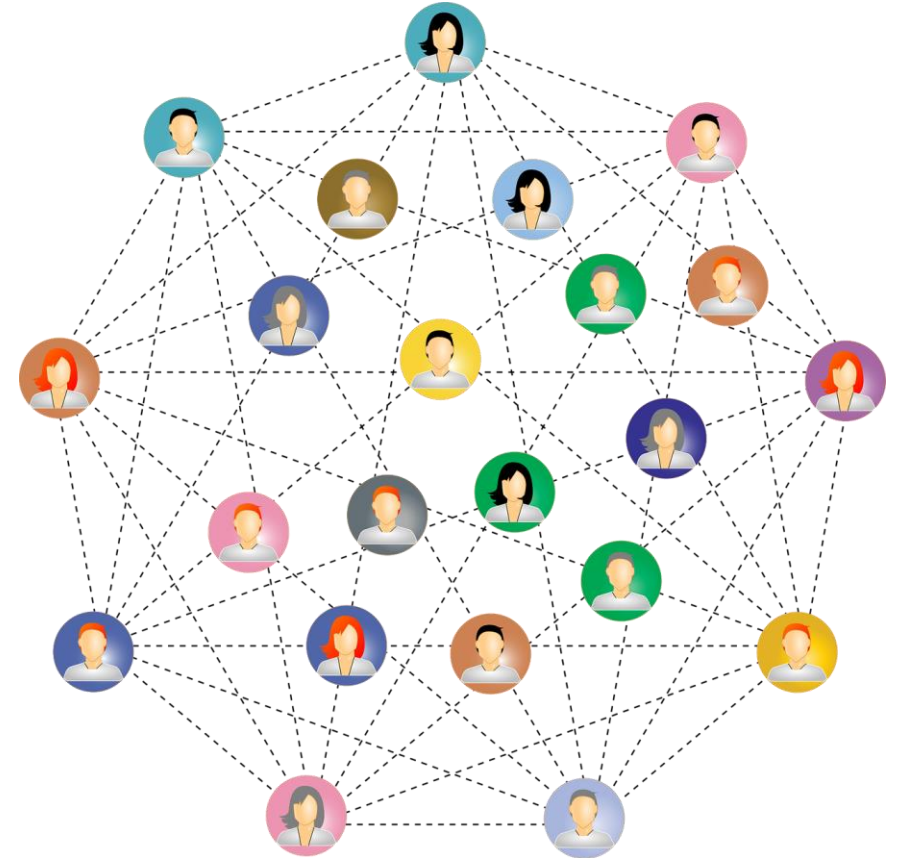
### *Enquête 1/3 – Panorama des réseaux sociaux*

Mai 2023

Magalie Gérard, Directrice adjointe du Département Politique – Opinion

Morgane Hauser, Directrice d'études au Département Politique – Opinion

Rosalie Ollivier, Chargée d'études senior au Département Politique – Opinion



# Sommaire

<b>Méthodologie d'enquête</b>	<b>P.3</b>
<b>I. Réseaux sociaux, une représentation contrastée</b>	<b>P.5</b>
<b>II. Réseaux sociaux et vivre ensemble : une possible cohabitation ?</b>	<b>P.13</b>
<b>III. Quels usages des réseaux par les Français ?</b>	<b>P.19</b>

# Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** les **27** et **28 avril** 2023.



Échantillon de **1 109** personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e)**.



Les chiffres présentés sont exprimés en **pourcentage**.

Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent **significativement au-dessus de la moyenne**.

Dans le cadre de ce rapport, les « **utilisateurs** » désignent les personnes ayant au moins un compte sur un réseau social, et qui l'utilisent même rarement.

Dans le cadre de ce rapport, nous distinguons **3 tranches de revenus** :

- *Revenus faibles* : revenus mensuels nets du foyer inférieurs à 2 000 €
- *Revenus intermédiaires* : revenus mensuels nets du foyer compris entre 2 000 € et 4 000 €
- *Revenus élevés* : revenus mensuels nets du foyer supérieurs à 4 000 €

...Et **4 tailles d'agglomération** :

- *Zone rurale* : agglomération de moins de 2 000 habitants
- *Petite agglomération* : agglomération de 2 000 à 100 000 habitants
- *Grande agglomération* : agglomération de 100 000 habitants et plus (hors aggro. parisienne)
- *Agglomération parisienne*

# Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4



# I. Réseaux sociaux, une représentation contrastée

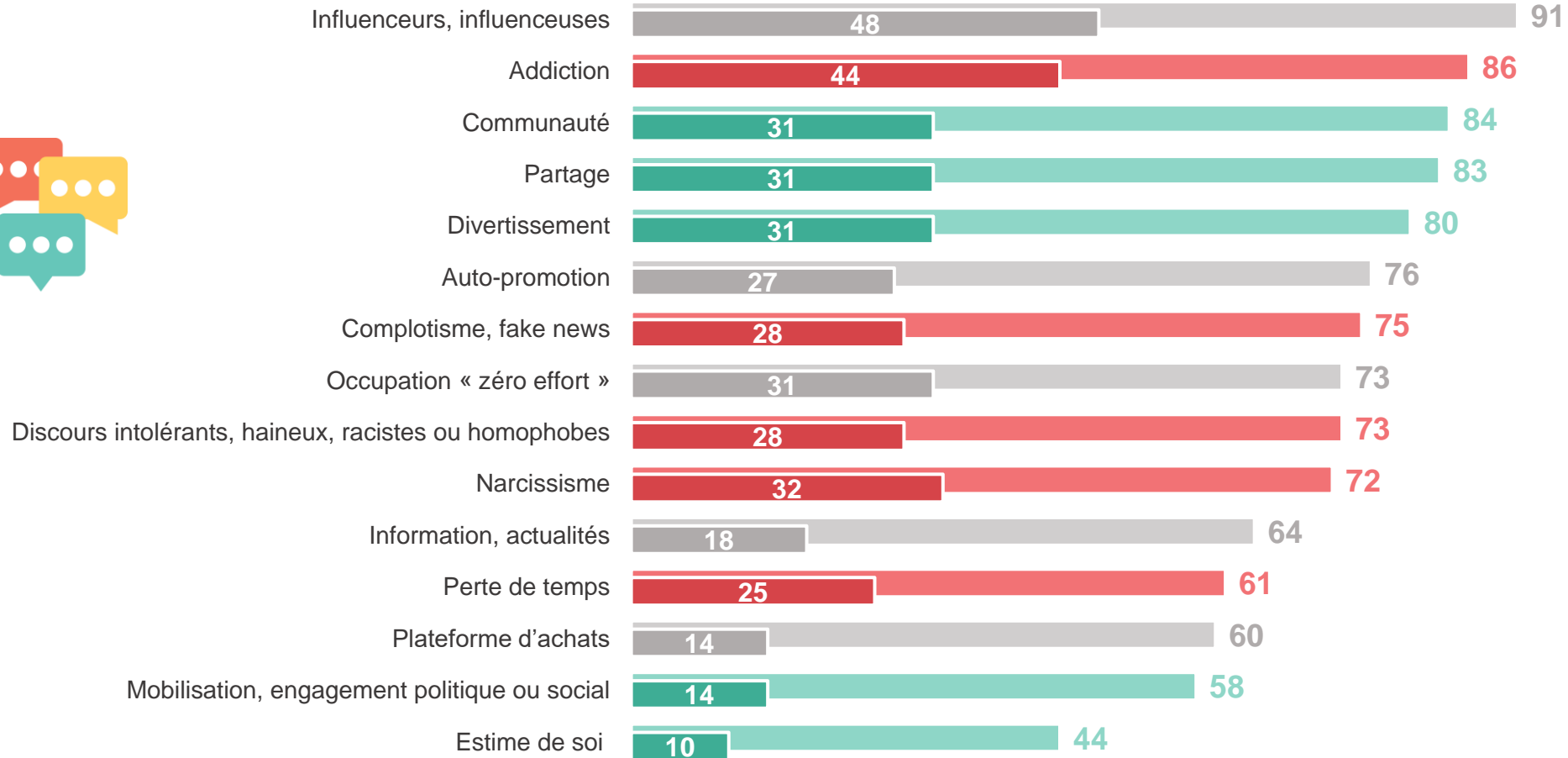
- L'évocation des réseaux sociaux suscite des réactions ambivalentes chez les Français, avec d'emblée **un accent mis sur les dangers** qu'ils représentent. Les principaux dangers cités, assez variés, sont à la fois personnels (risque d'addiction, harcèlement ou encore arnaque) et collectifs (notamment via la propagation de fake news). Néanmoins, on trouve également des évocations plus neutres voire positives : le contact avec les amis, la communication, le partage, mais aussi le divertissement ou encore les influenceurs, etc. Et pour cause, aux yeux des Français, réseaux sociaux **riment avant tout avec « influenceurs »** (91%), personnalités devenues emblématiques de ces plateformes. Cependant, ils riment également avec **« addiction » pour 86% de la population**. Se dessine donc une représentation dissonante des réseaux sociaux dans l'esprit des Français, naviguant entre partage (83%), communauté (84%), divertissement (80%) d'un côté, et addiction, complotisme (75%), ou encore discours intolérants (73%) de l'autre.
- Bien que les différentes générations ne soient pas acculturées de la même manière aux réseaux sociaux, ces grandes représentations sont **relativement partagées par les jeunes et les plus âgés** : des différences de perception existent bel et bien mais elles sont d'une ampleur relativement modérées dans la plupart des cas. Parmi les points les plus différenciants, on note que, tendanciellement, 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.
- Interrogés sur les différents réseaux sociaux qu'ils connaissent, les Français citent principalement les géants **Facebook, Instagram, Twitter, TikTok et Snapchat**. YouTube et WhatsApp sont également cités, mais aussi LinkedIn, Pinterest, etc. Cependant, en matière de réseaux sociaux, **notoriété ne rime pas nécessairement avec popularité** : si certains réseaux jouissent d'une très bonne image (YouTube, WhatsApp), d'autres sont plus controversés, avec des taux de mauvaise image relativement élevés (Facebook 35%, mais surtout Twitter, 44% et TikTok, 56%). Les plus jeunes, qui sont également les plus grands utilisateurs, ont une image des réseaux nettement meilleure que les autres générations.



# Dans la représentation des réseaux sociaux, faits, avantages et risques s'entremêlent : les Français perçoivent à la fois l'esprit de communauté, de partage et de divertissement qui y règne, mais aussi les risques d'addiction, les discours intolérants voire également les fake news qui s'y diffusent

Plus précisément, à vos yeux, l'univers des réseaux sociaux est-il synonyme de... ?

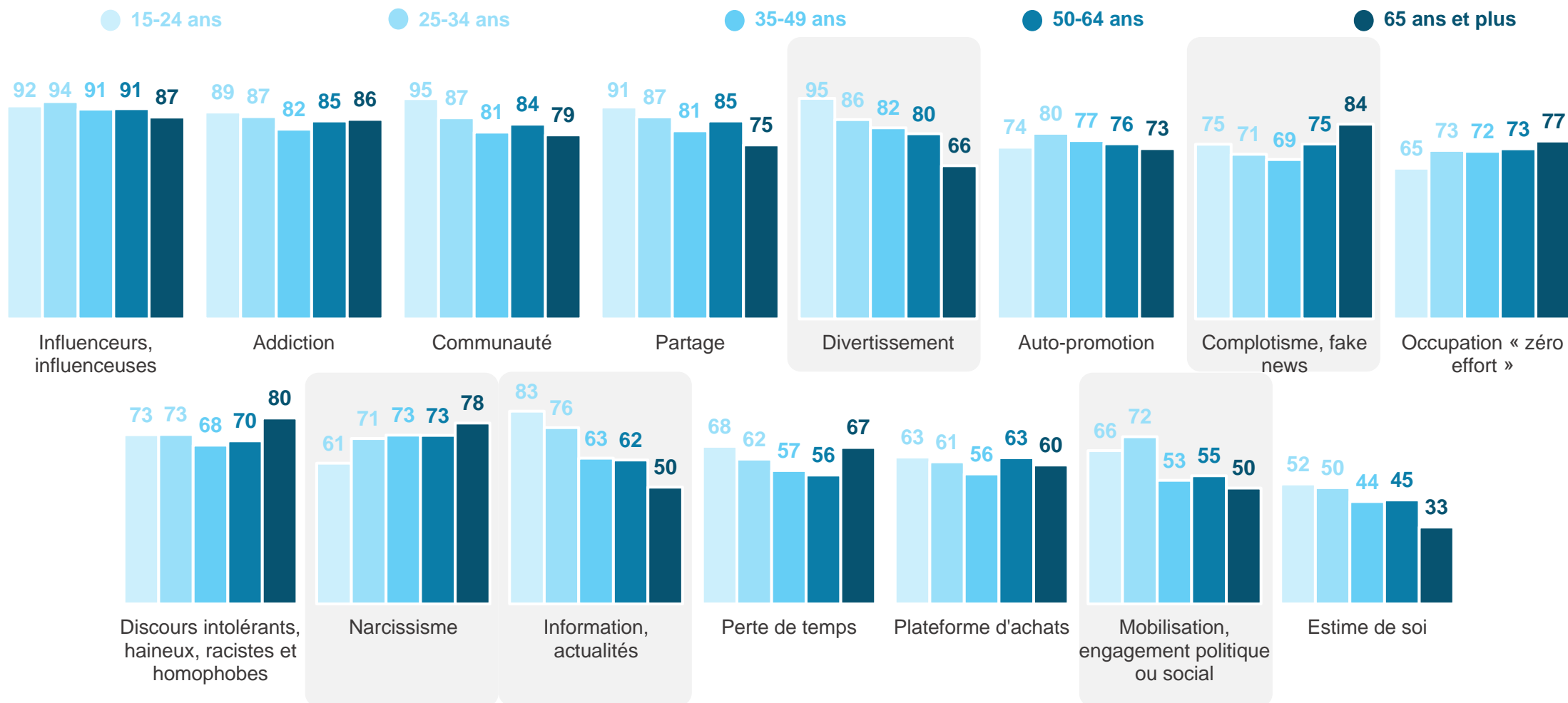
- À tous, en % -



**Malgré une acculturation très différente aux réseaux sociaux, les plus jeunes comme les plus âgés se retrouvent dans les grandes lignes de leur représentation des réseaux. On perçoit néanmoins les plus jeunes plus sensibles aux aspects enrichissants (communauté, partage, divertissement, information) quand leurs aînés soulignent les risques (perte de temps, fake news, discours haineux, etc.)**

Plus précisément, à vos yeux, l'univers des réseaux sociaux est-il synonyme de... ?

- À tous, en % de réponses « Oui » -





# Les réseaux les plus cités spontanément sont Facebook et Instagram, suivis de près par TikTok, Twitter et Snapchat. YouTube et WhatsApp apparaissent également

Pouvez-vous citer les différents réseaux sociaux que vous connaissez (que vous ayez un compte personnel ou non sur ce réseau) ? – Question ouverte, réponses spontanées

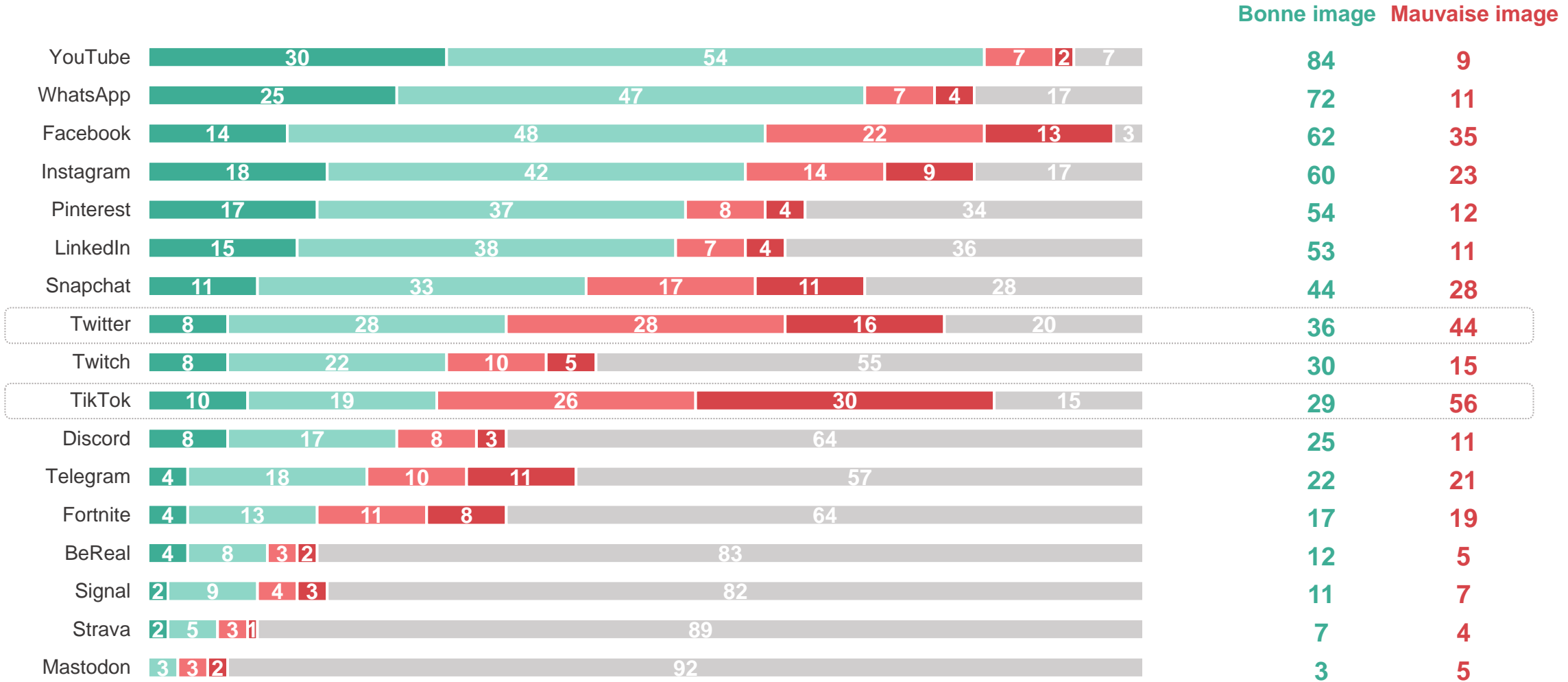
- À tous -



**Tous les réseaux sociaux ne sont pas également connus par les Français, qui ont généralement le sentiment de maîtriser mieux Facebook, YouTube, TikTok ou Instagram que les autres réseaux. Si pour la plupart, notoriété est synonyme d'une "plutôt bonne image", deux réseaux font exception : Twitter et Tiktok sont perçus davantage en négatif qu'ils ne le sont en positif**

Pour chacun des réseaux sociaux suivants, avez-vous une bonne ou une mauvaise image de ce réseau social d'une manière générale ?

- À tous, en % -

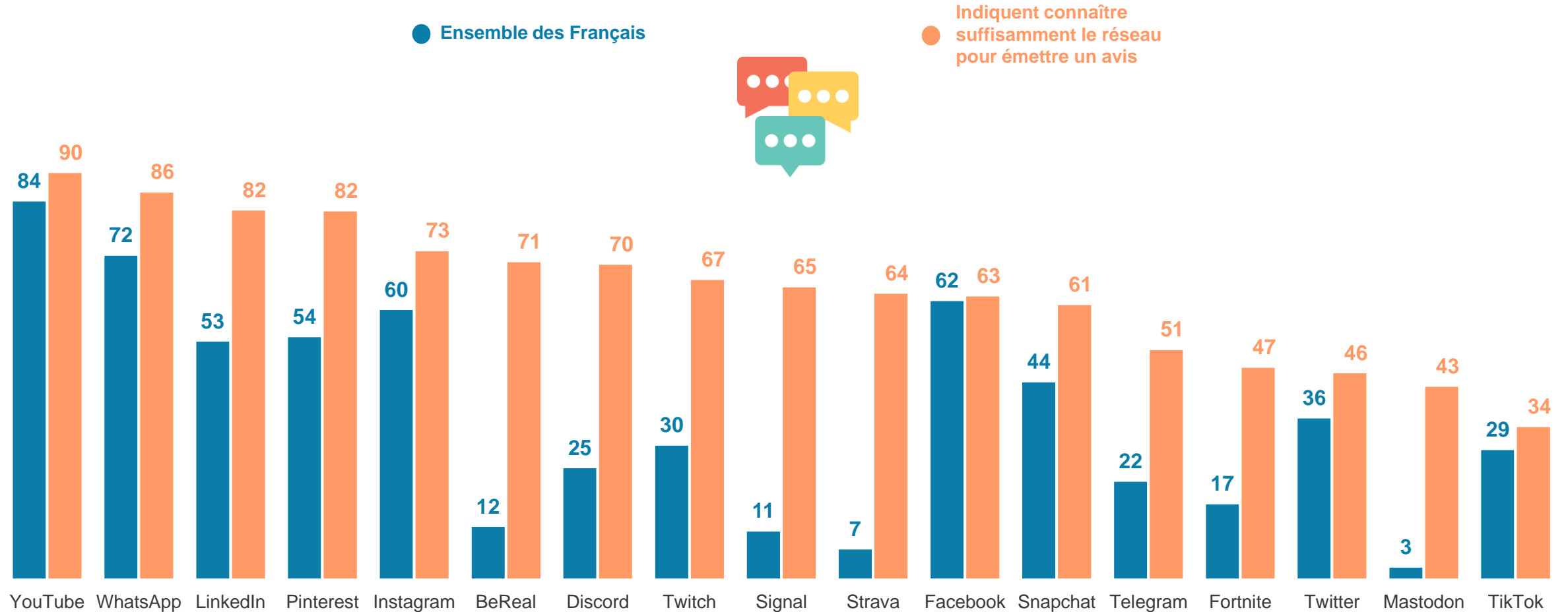


■ Une très bonne image ■ Une plutôt bonne image ■ Une plutôt mauvaise image ■ Une très mauvaise image ■ Vous ne connaissez pas assez ce réseau social pour vous prononcer

# Lorsqu'ils connaissent suffisamment le réseau pour donner un avis, les Français sont généralement plutôt positifs à son égard. Certains réseaux échappent cependant à la règle : Twitter, Mastodon, Fortnite ou TikTok n'obtiennent pas majoritairement une bonne image, même chez ceux qui estiment bien les connaître

Pour chacun des réseaux sociaux suivants, avez-vous une bonne ou une mauvaise image de ce réseau social d'une manière générale ?

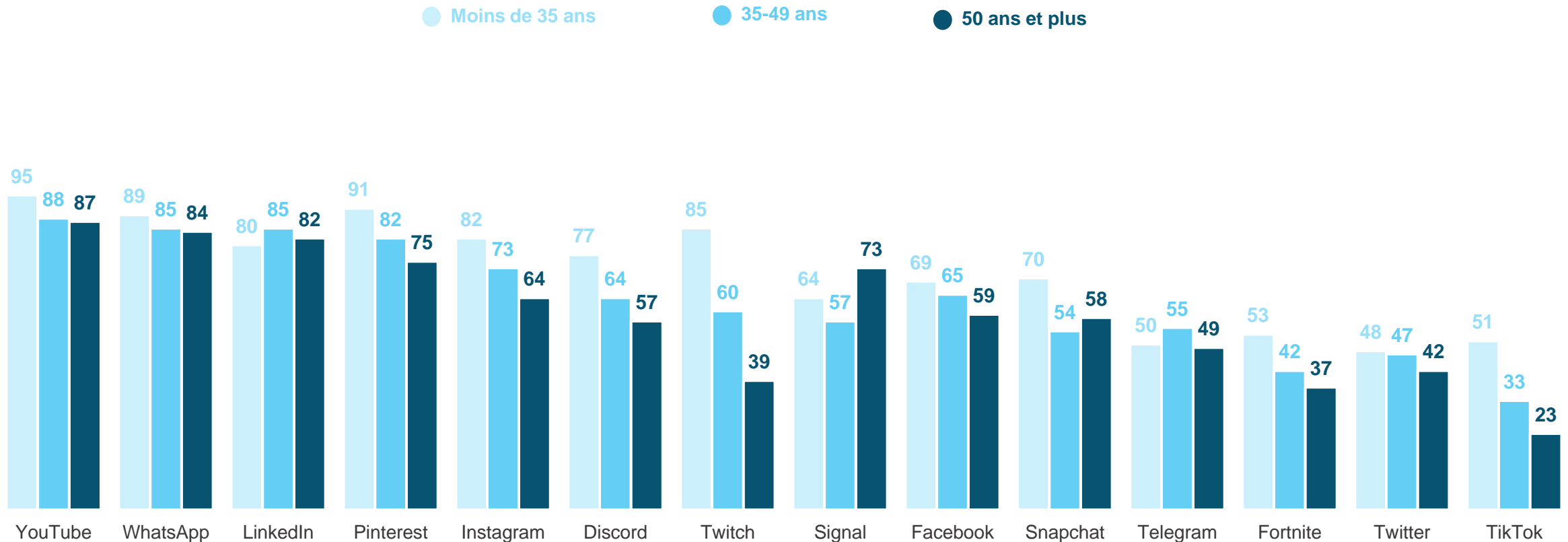
- À tous, en % de réponses « Bonne image » -



# Si la plupart des réseaux ont une image similaire auprès de toutes les générations (YouTube, WhatsApp, Facebook, Telegram), certains sont plus clivants, notamment les plus récents : Twitch, Fortnite ou TikTok

Pour chacun des réseaux sociaux suivants, avez-vous une bonne ou une mauvaise image de ce réseau social d'une manière générale ?

- À ceux qui indiquent connaître suffisamment le réseau pour émettre un avis, en % de réponses « Bonne image » -





## II. Réseaux sociaux et vivre ensemble : une possible cohabitation ?

- Si les Français manifestent aujourd'hui des opinions vives et contrastées au sujet des réseaux sociaux, c'est notamment parce qu'à leurs yeux, 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 de la population a perçu 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. 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 (même si seuls 15% en sont tout à fait convaincus).
- Mais ces possibles effets bénéfiques **ne semblent pas compenser les dangers que représentent ces plateformes**. Ainsi, aux yeux des Français, l'existence des réseaux sociaux est davantage synonyme de danger (50%) que de bénéfice (33%) pour la société en général. S'ils leur concèdent des effets positifs sur le lien social (54%) et l'accessibilité de l'information (50%), les Français perçoivent essentiellement les réseaux sous un prisme négatif. En particulier, quand il s'agit de garantir la qualité de l'information (62% estiment qu'ils la mettent en danger), protéger la vie privée des personnes (78%), et surtout préserver les populations les plus jeunes (enfants et adolescents, 81%). Et pour cause, d'un point de vue psychologique, les Français attribuent surtout des effets négatifs à la fréquentation des réseaux sociaux : sur la santé mentale en général (64%), mais aussi sur l'esprit critique (58%) ou encore l'estime de soi (51%).
- Du point de vue collectif comme du point de vue individuel, **l'âge change radicalement la perception de l'impact des réseaux sur le quotidien** : beaucoup plus que leurs aînés, les plus jeunes indiquent à quel point les réseaux ont eu un impact sur leur quotidien. Beaucoup plus que les autres, même s'ils ne nient pas les possibles risques qu'ils visualisent presque autant que leurs aînés, les plus jeunes soulignent les bénéfices que les réseaux peuvent apporter à la société.

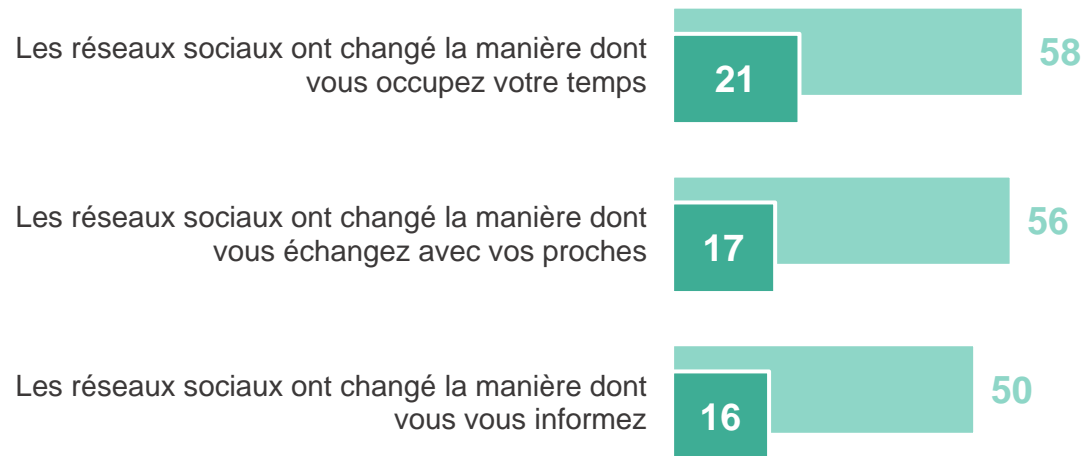
# Une courte majorité de Français estiment que les réseaux sociaux ont changé leur quotidien : occupations quotidiennes, échanges avec les proches, modes d'information. Ils sont également une courte majorité à estimer qu'à terme les réseaux vont remplacer les autres moyens de communication existants

Diriez-vous que vous êtes d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

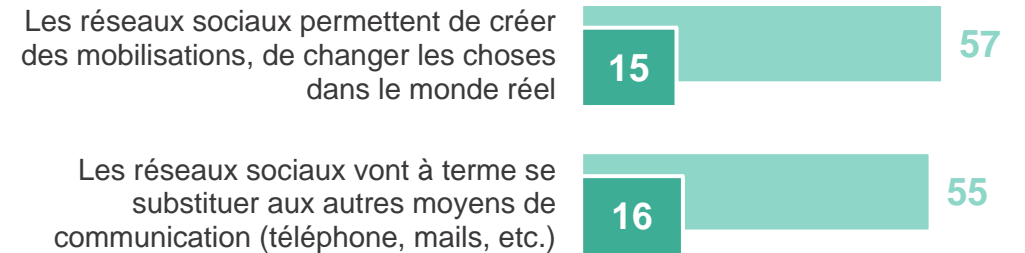
- À tous, en % -



## Impacts personnels



## Impacts collectifs



- D'accord
- Dont : Tout à fait d'accord

# La perception d'un changement dû aux réseaux sociaux, à la fois au niveau individuel et au niveau collectif, est plus forte chez les générations plus jeunes que chez les plus âgés

Diriez-vous que vous êtes d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

- À tous, en % de réponses « D'accord » -

● 15-24 ans

● 25-34 ans

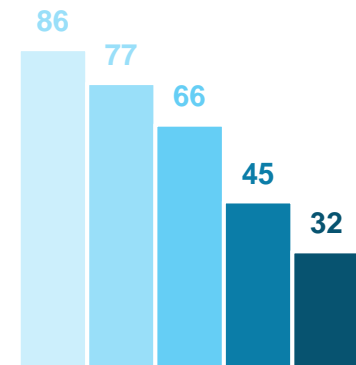
● 35-49 ans

● 50-64 ans

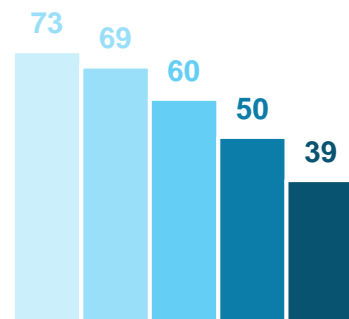
● 65 ans et plus

## Impacts personnels

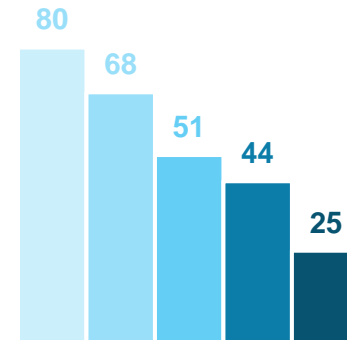
## Impacts collectifs



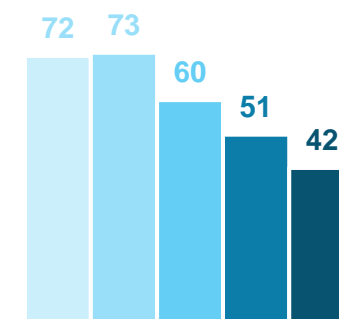
Les réseaux sociaux ont changé la manière dont vous occupez votre temps



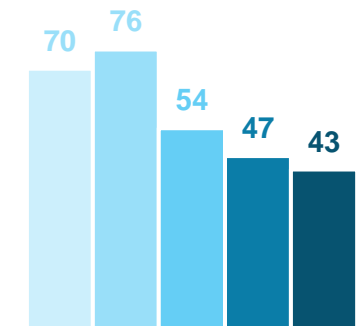
Les réseaux sociaux ont changé la manière dont vous échangez avec vos proches



Les réseaux sociaux ont changé la manière dont vous vous informez



Les réseaux sociaux permettent de créer des mobilisations, de changer les choses dans le monde réel

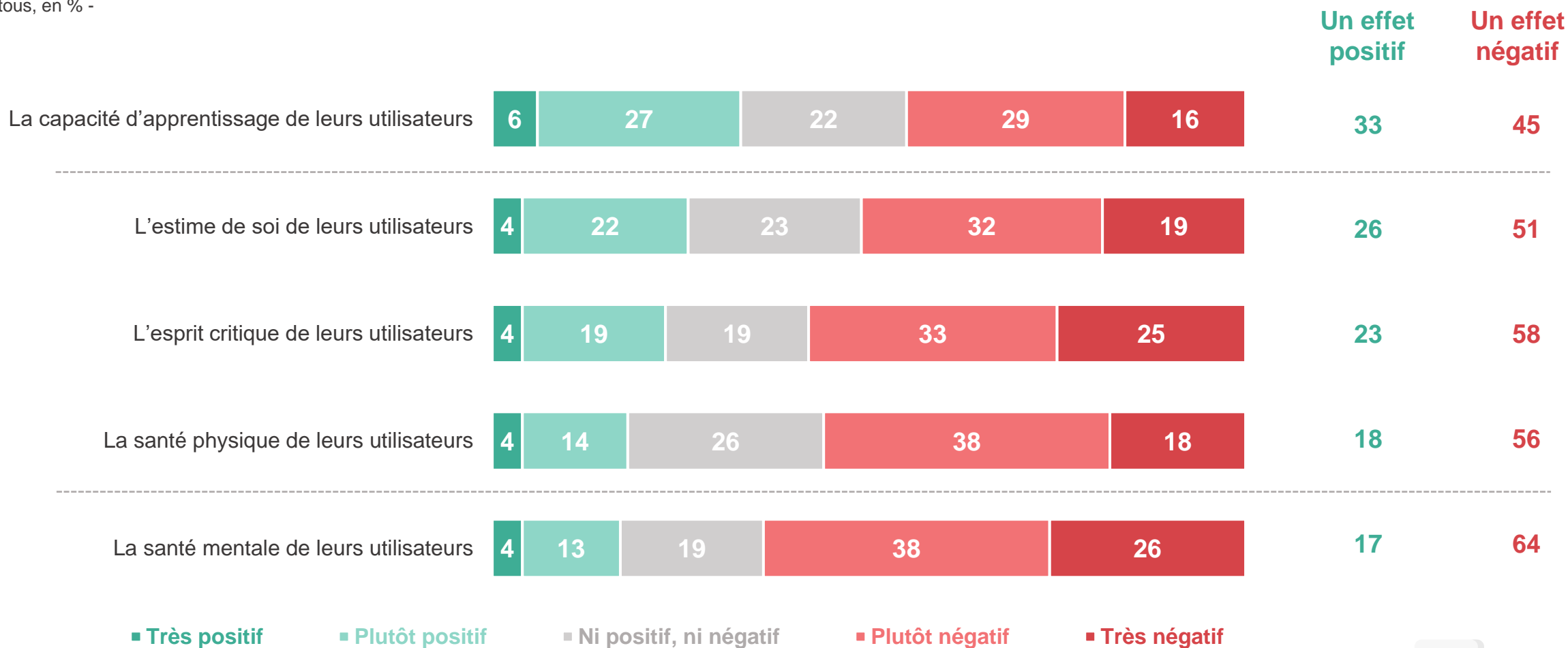


Les réseaux sociaux vont à terme se substituer aux autres moyens de communication (téléphone, mails, etc.)

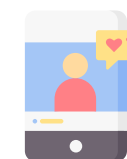
# Quelle que soit la dimension envisagée, les Français ont plutôt tendance à considérer que les réseaux sociaux ont un effet néfaste sur leurs utilisateurs, qu'il s'agisse de conséquences sur la santé physique, la santé mentale ou les capacités cognitives

Et selon vous, les réseaux sociaux ont-ils un effet positif, négatif, ou ni l'un ni l'autre sur...

- À tous, en % -



*S'ils partagent dans l'ensemble le regard des autres Français, les plus jeunes, les catégories populaires et ceux qui publient régulièrement sur au moins un réseau social sont davantage confiants dans les effets positifs des réseaux sociaux*

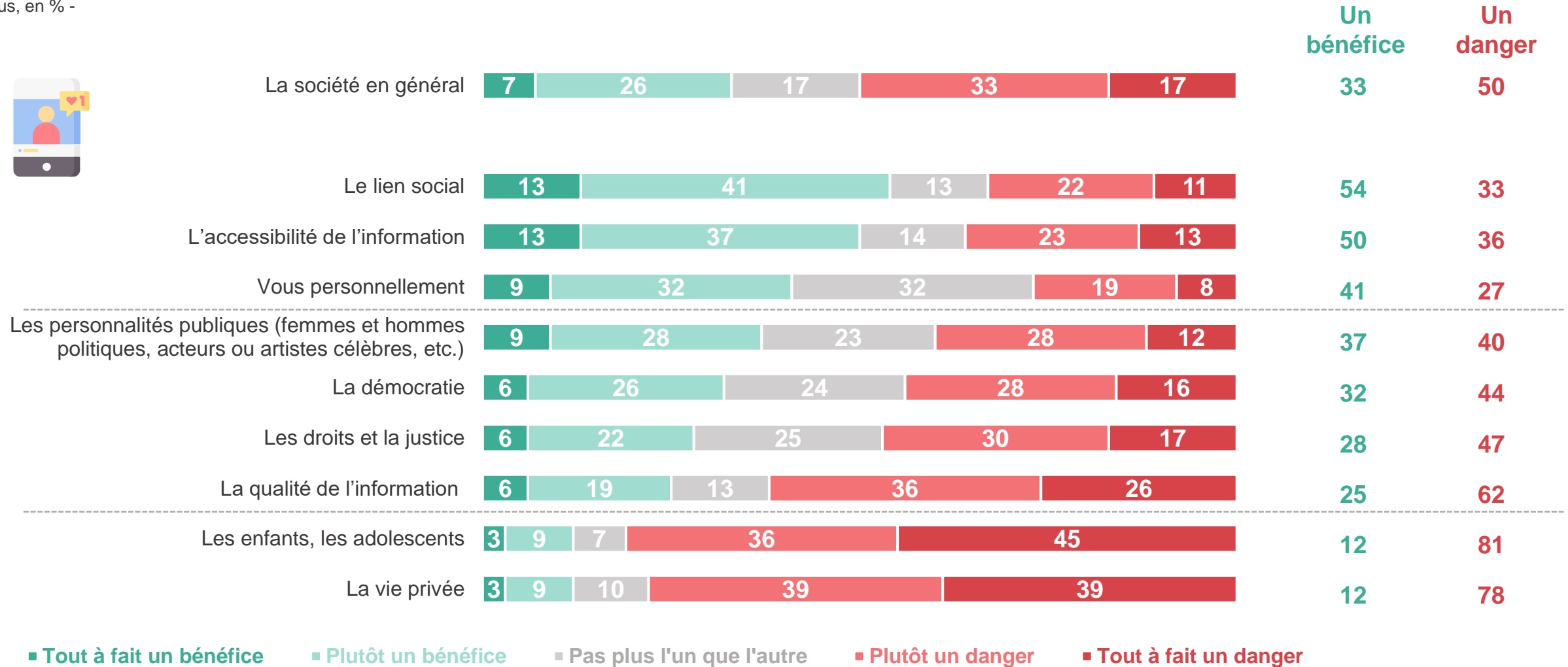
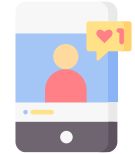




# Les Français portent un regard ambivalent sur les réseaux, vus plutôt comme un bénéfice pour le lien social ou l'accès à l'information, mais très nettement perçus comme un danger pour la vie privée et les plus jeunes (enfants, adolescents), voire pour la société en général (démocratie, droits, qualité de l'information)

Selon vous, les réseaux sociaux représentent-ils plutôt un bénéfice ou plutôt un danger pour... ?

- À tous, en % -

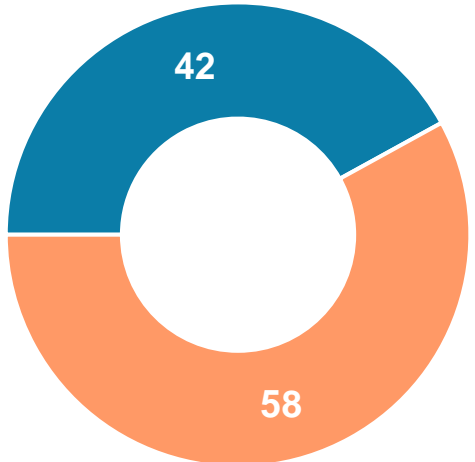


# En définitive, les Français portent un regard très mitigé sur la capacité des réseaux à rassembler, et une courte majorité estime qu'ils favorisent davantage l'isolement que le lien social – un avis très fréquent y compris chez les personnes les plus actives sur les réseaux

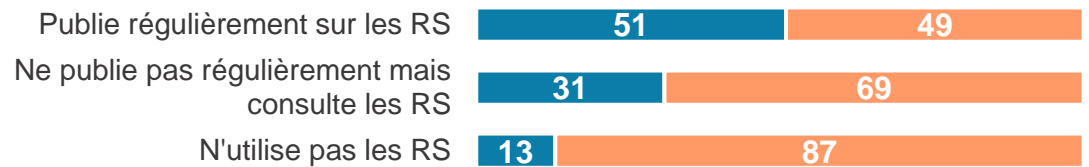
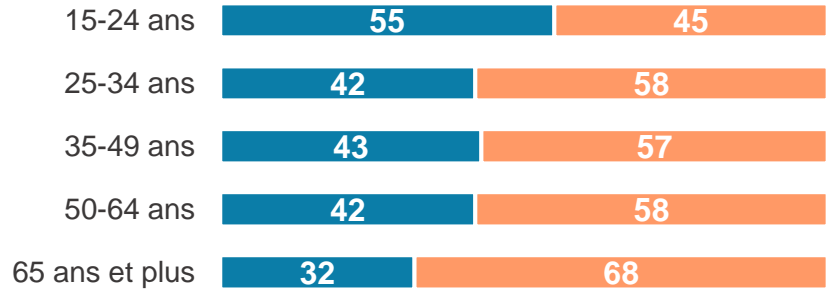
Enfin, selon vous, l'existence des réseaux sociaux est dans l'ensemble... ?

- À tous, en % -

Plutôt un facteur de lien social : cela facilite les contacts, permet de se parler très facilement, permet de retrouver des personnes perdues de vue, etc.



Plutôt un facteur d'isolement social : cela conduit à négliger le réel au profit du virtuel





### III. Quels usages des réseaux par les Français ?

- Parmi les réseaux les plus utilisés par les Français, figure d'abord **Facebook** : 71% de la population indique y avoir un compte et l'utiliser, que ce soit pour poster des contenus ou pour consulter des publications. Viennent ensuite **WhatsApp** (56%), **YouTube** (55%) et **Instagram** (49%). Les autres réseaux recueillent moins d'1/3 d'inscrits actifs (Snapchat, Pinterest, TikTok, Twitter, LinkedIn...) voire moins de 10% pour les réseaux les plus confidentiels (Telegram, Fortnite, BeReal, Signal, Strava ou encore 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, soit moins que chez les 65 ans et plus (66%).
- Au total, les Français inscrits sur les réseaux indiquent en moyenne fréquenter **4 réseaux sociaux différents** – un chiffre qui s'élève jusqu'à 7 chez les 15-24 ans. Cependant, ils ne publient régulièrement que sur une partie d'entre eux (2 en moyenne). Pour leurs utilisateurs, les réseaux sociaux sont une réalité de tous les jours : ainsi, **81% indiquent s'y rendre quotidiennement**, dont 18% toutes les heures voire plus souvent. Cette fréquentation très intense – toutes les heures – étant **nettement plus répandue chez les 15-24 ans (46%)** que chez leurs aînés (tout de même 32% chez les 25-34 ans, mais 16% chez les 35-49 ans et moins de 10% chez les 50 ans et plus).
- Concrètement, lorsqu'ils sont derrière leur écran, que font les utilisateurs ? Ils indiquent pour la plupart **regarder les publications de leurs amis** (89% « souvent ou de temps en temps ») et **consulter leurs messages** (86%). Mais pas moins de 69% déclarent également regarder les publications suggérées par les algorithmes. Et pour cause, **se divertir, se détendre** constitue le premier objectif recherché par les utilisateurs (51% le classent comme un objectif prioritaire), avec le fait de discuter avec leurs amis (51% également), deux objectifs encore plus cités chez les 15-24 ans (75% et 67% respectivement). **S'informer sur l'actualité, trouver de l'inspiration** sont également des objectifs mentionnés, mais ils apparaissent davantage comme des bénéfices secondaires. Rares sont ceux qui avouent chercher en priorité à **élargir leur cercle social** (12%), **faire leur autopromotion** (7%) ou **booster leur ego** (5%) grâce aux réseaux sociaux... Néanmoins, ils imaginent volontiers que ce sont de véritables priorités pour les autres : ainsi, pour 44% des Français, si les gens utilisent les réseaux sociaux, c'est pour élargir leur cercle social, et pour 40%, c'est pour booster leur ego.

# Les usagers des réseaux sociaux sont nombreux en France, avec de très grandes variations selon les types de réseaux. Facebook s'impose devant WhatsApp, YouTube et Instagram qui tous les trois sont utilisés par près de la moitié de la population. Les autres réseaux sont plus confidentiels

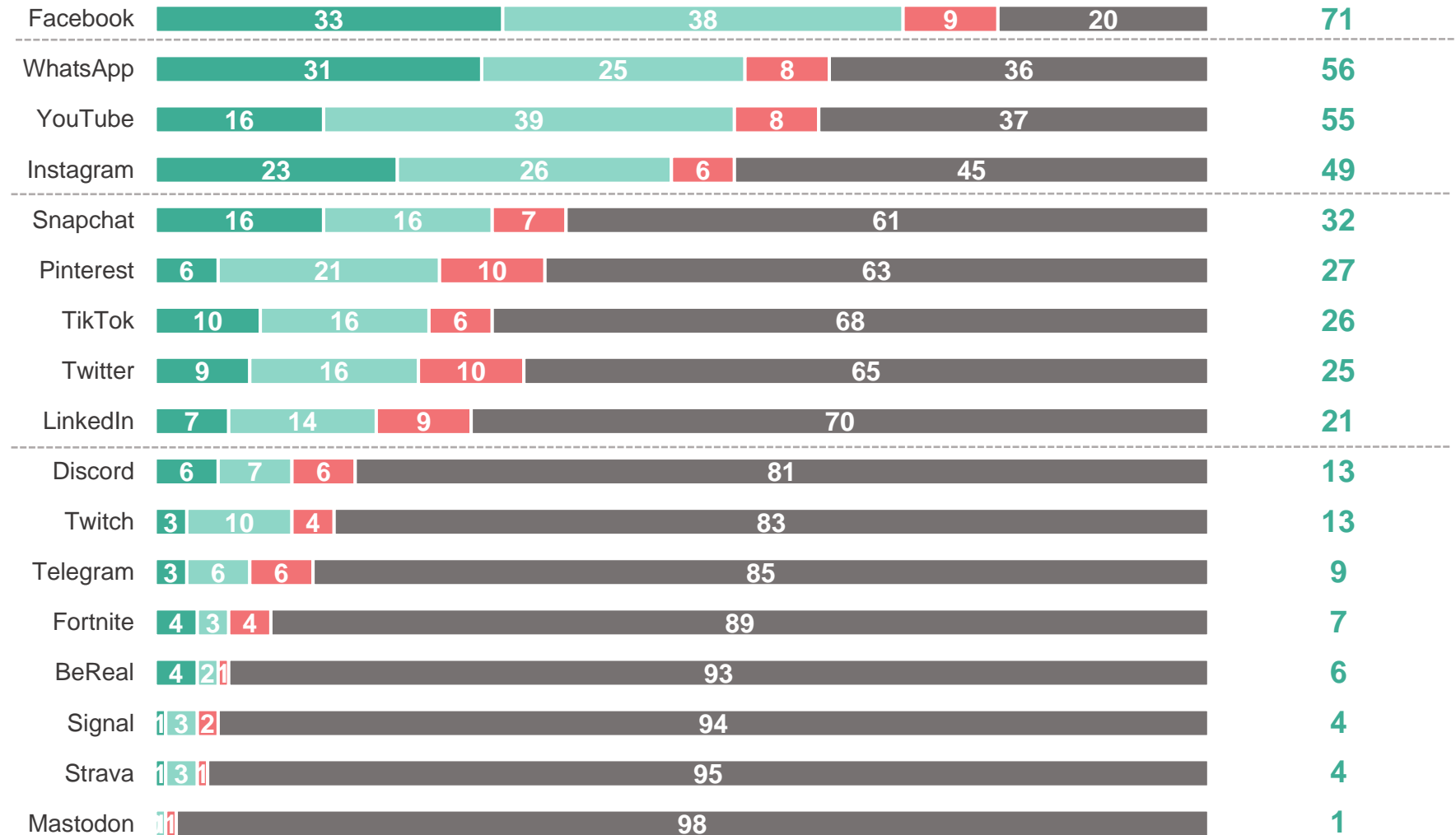
Avez-vous personnellement un compte sur chacun des réseaux sociaux suivants ?

- À tous, en % -

Oui, et vous l'utilisez

91% des Français indiquent fréquenter au moins un réseau social, pour poster ou consulter du contenu

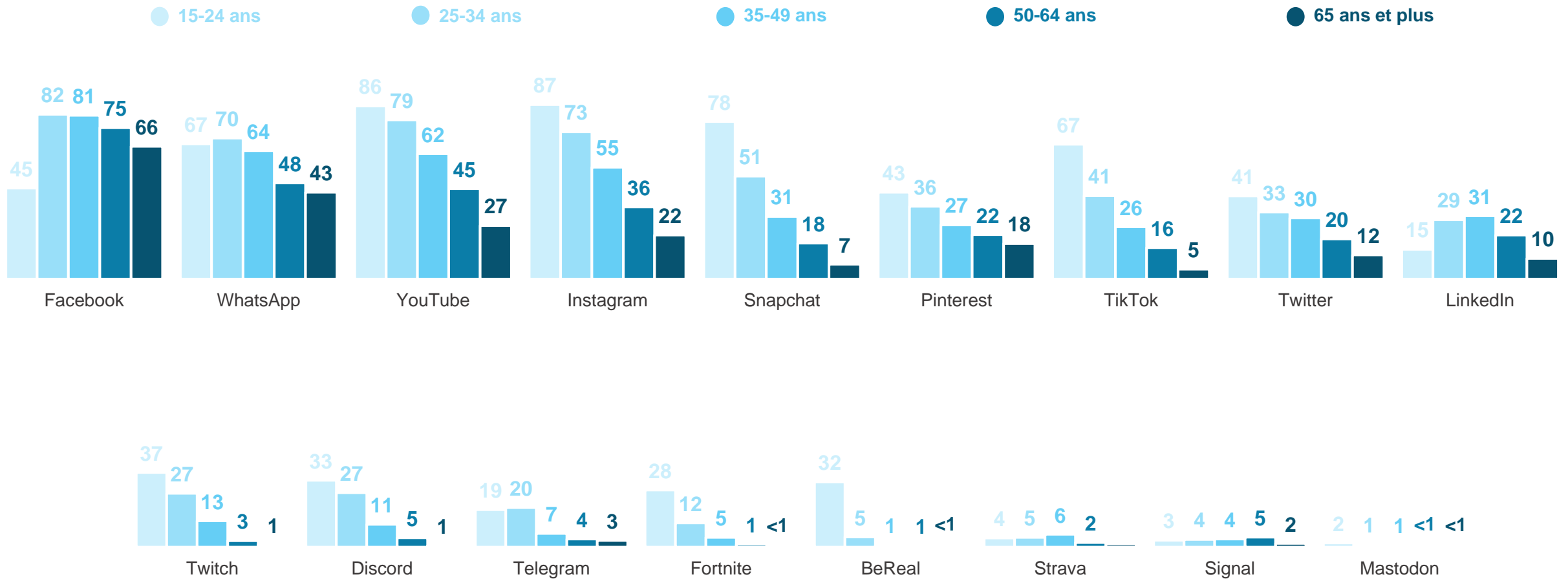
- Vous avez un compte et vous êtes actif(ve) sur ce compte, vous postez régulièrement
- Vous avez un compte mais n'êtes pas réellement actif(ve) : vous l'utilisez essentiellement pour consulter des contenus mais vous n'en postez pas ou peu
- Vous avez un compte mais vous ne l'utilisez pas vraiment, ne vous connectez pas ou plus sur le réseau
- Vous n'avez pas de compte sur ce réseau



# 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

Avez-vous personnellement un compte sur chacun des réseaux sociaux suivants ?

- À tous, en % de réponses « Oui, et vous l'utilisez » -



# Les Français sont en général présents sur de multiples réseaux : en moyenne, plus de 4 réseaux différents, et davantage chez les plus jeunes. Cependant, ils ne publient régulièrement que sur une partie d'entre eux (moins de 2 en moyenne)

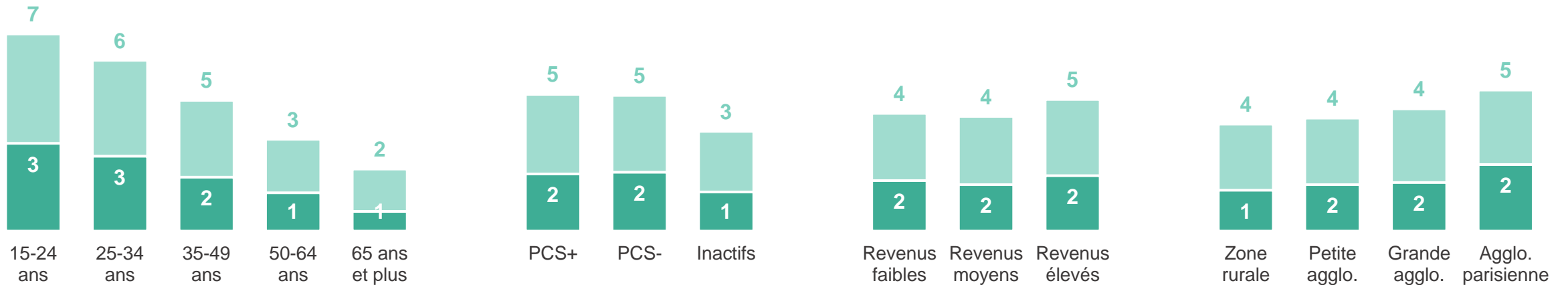
Avez-vous personnellement un compte sur chacun des réseaux sociaux suivants ?

- À tous, en moyenne -

91% des Français indiquent fréquenter au moins un réseau social, pour poster ou consulter du contenu

Les Français déclarent en moyenne fréquenter 4 réseaux sociaux différents  
(que ce soit pour publier ou uniquement pour consulter des contenus)

Ils déclarent faire des publications régulières sur moins de 2 réseaux sociaux en moyenne



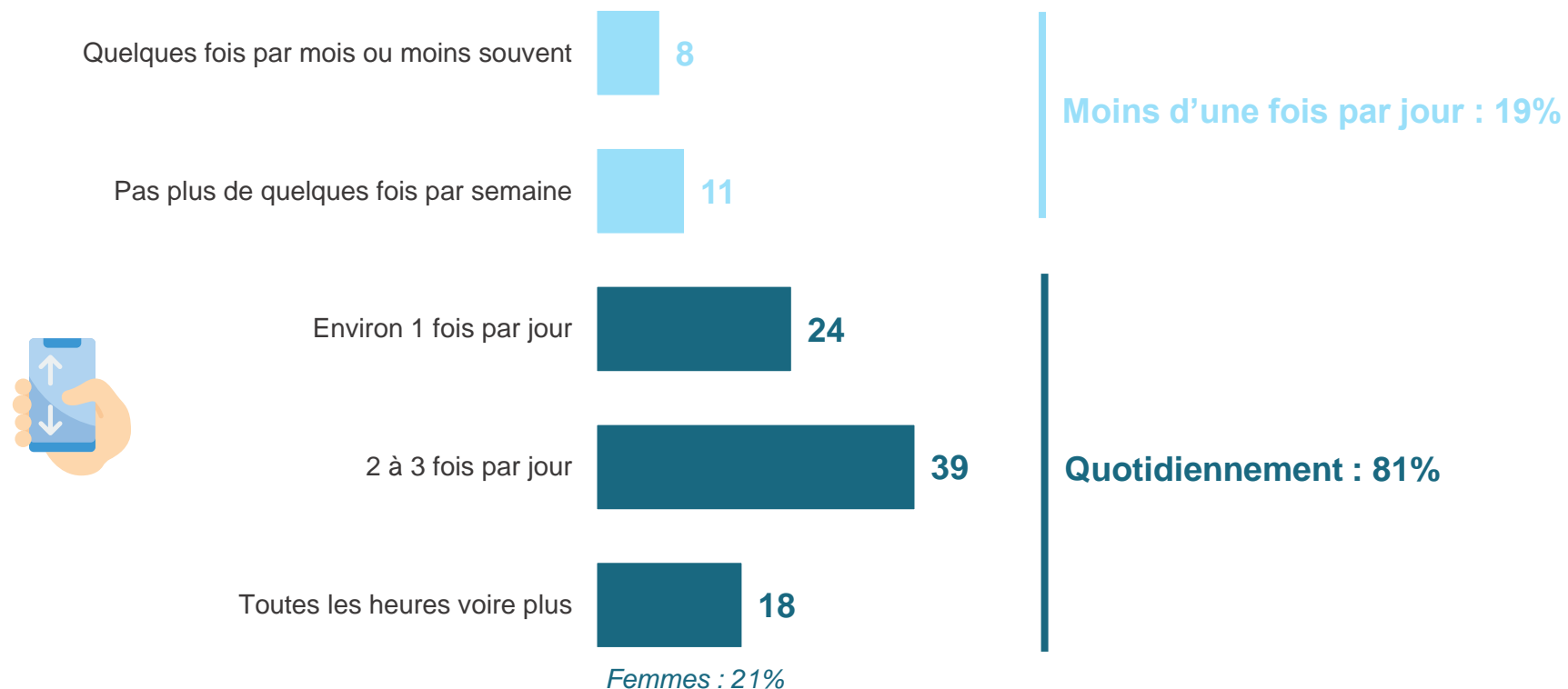
Nombre moyen de RS fréquentés

Nombre moyen de RS avec publications régulières

# Chez les utilisateurs, la fréquentation des réseaux fait partie du quotidien : 81% d'entre eux indiquent s'y rendre au moins une fois par jour, et près d'1 personne sur 5 toutes les heures ou plus

À quelle fréquence allez-vous sur les réseaux sociaux, en moyenne ?

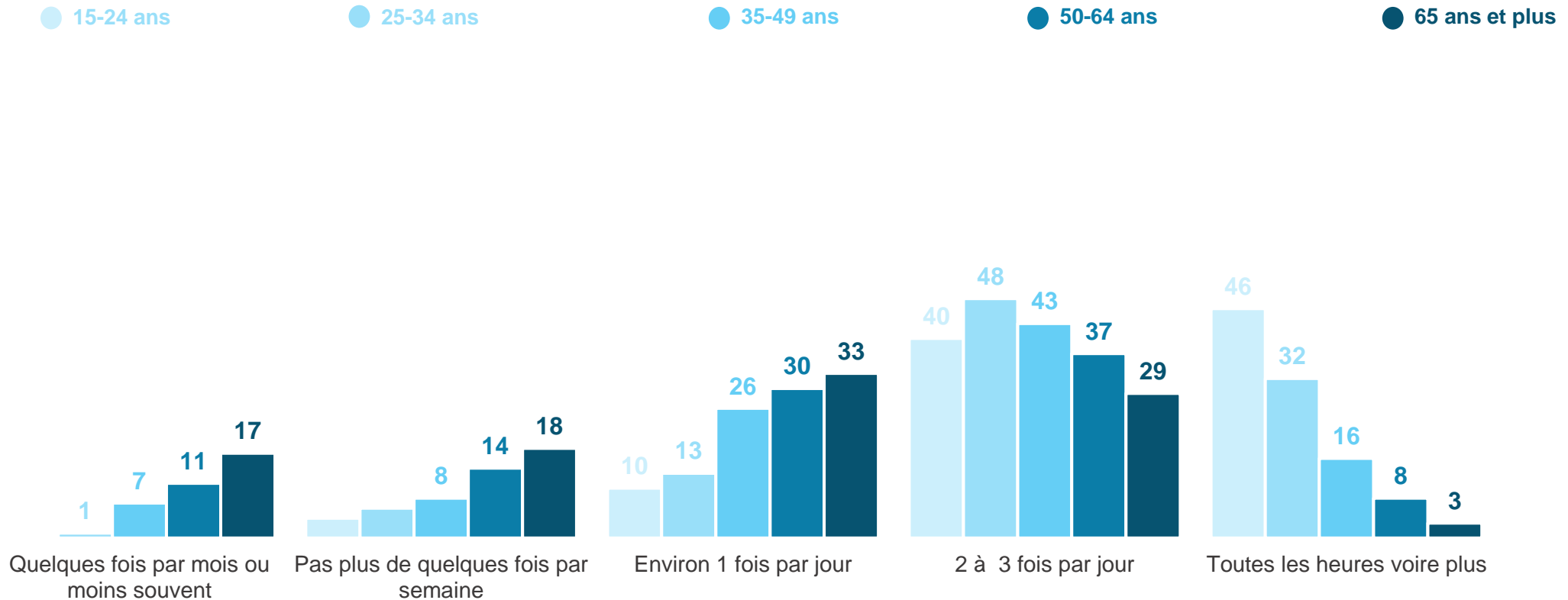
- Aux utilisateurs, en % -



# Plus l'on est jeune, plus l'on va sur les réseaux sociaux fréquemment. Chez les 15-24 ans, 46% indiquent s'y rendre toutes les heures ou plus

À quelle fréquence allez-vous sur les réseaux sociaux, en moyenne ?

- Aux utilisateurs, en % -

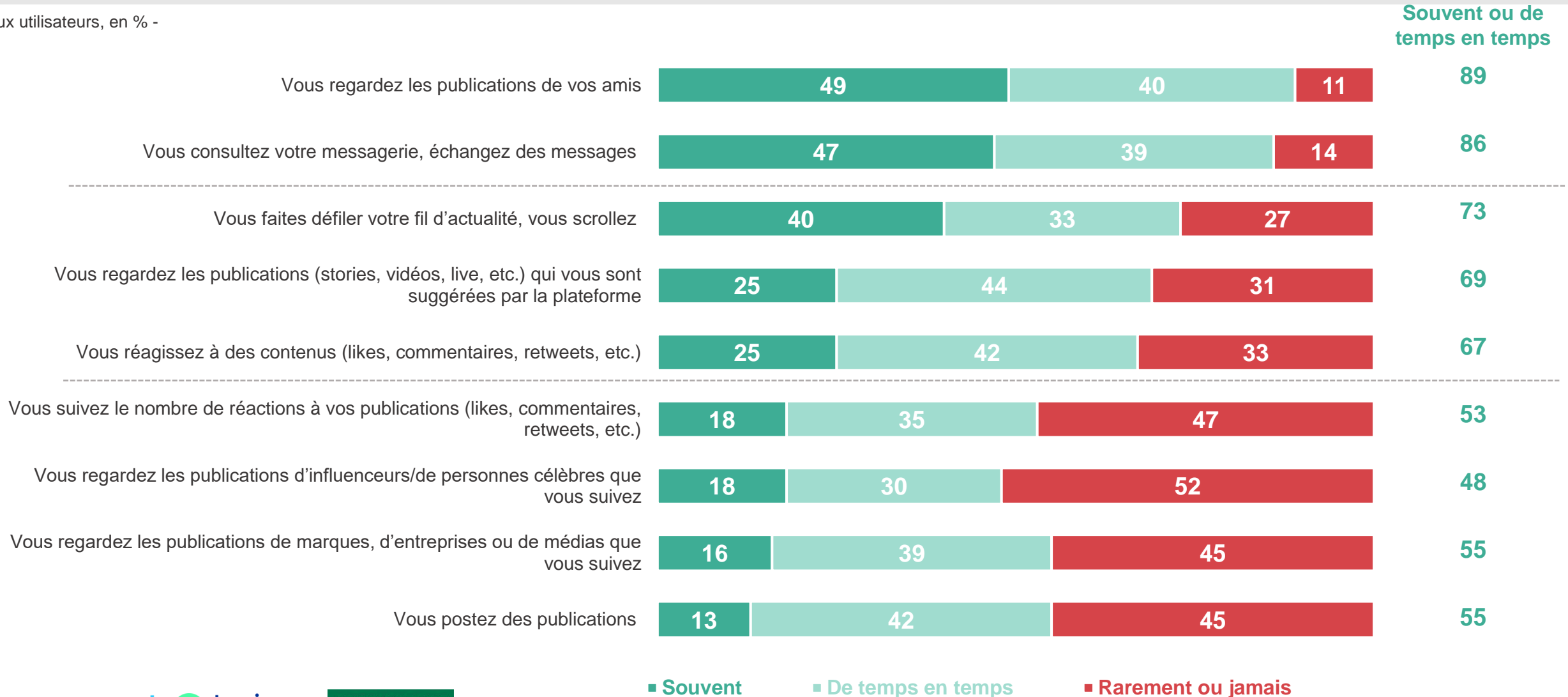




# Concrètement, lorsqu'ils vont sur les réseaux sociaux, les Français regardent les publications de leurs amis et consultent leur messagerie. Ils sont également nombreux à indiquer scroller ou visualiser des contenus suggérés par la plateforme

Et plus précisément, lorsque vous allez sur les réseaux sociaux, que faites-vous ?

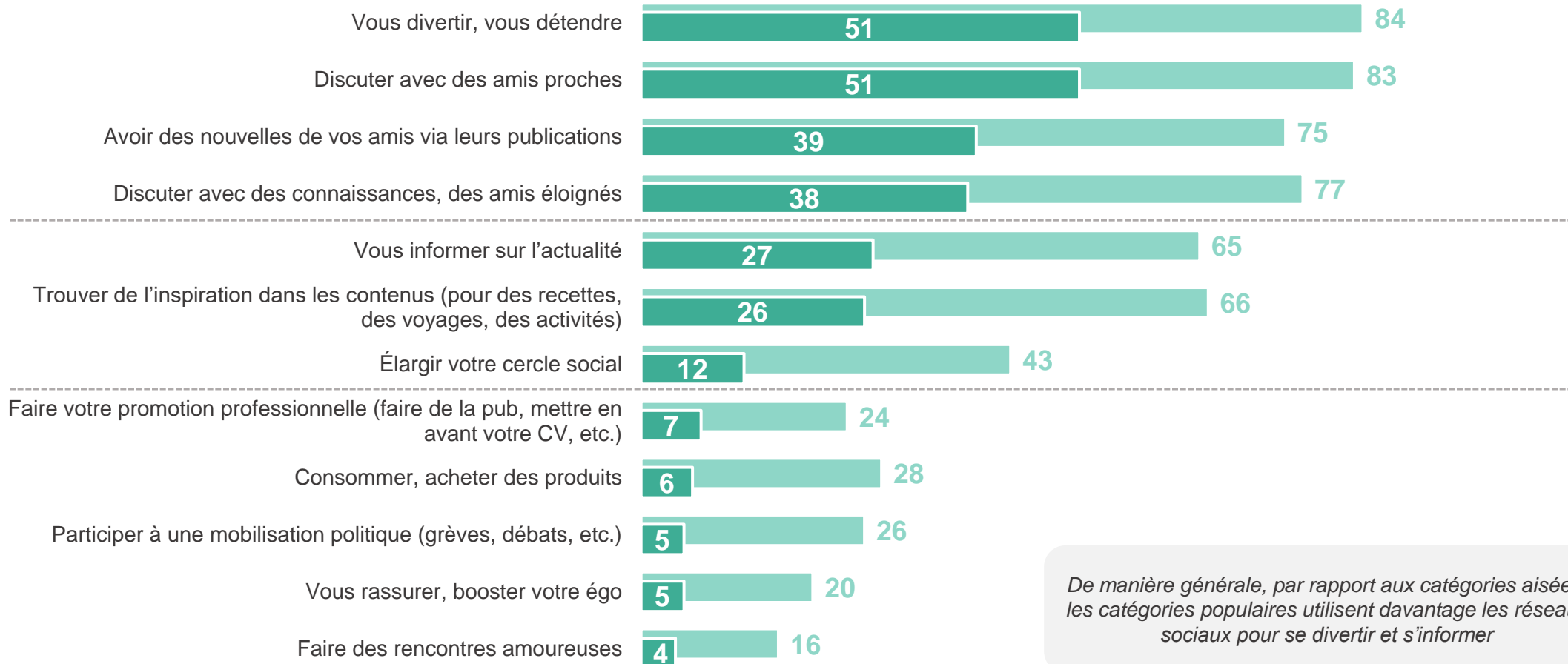
- Aux utilisateurs, en % -



# À travers les réseaux sociaux, les utilisateurs indiquent principalement rechercher le divertissement et la détente, le contact des amis et des connaissances. Dans une moindre mesure, ils déclarent chercher à s'informer, trouver de l'inspiration ou élargir leur cercle social

Vous personnellement, si vous utilisez les réseaux sociaux, c'est pour... ?

- Aux utilisateurs, en % -



*De manière générale, par rapport aux catégories aisées, les catégories populaires utilisent davantage les réseaux sociaux pour se divertir et s'informer*

# Les Français imaginent volontiers que les autres utilisent les réseaux sociaux en priorité pour élargir leur cercle social, booster leur ego ou faire leur promotion professionnelle, mais peu avouent eux-mêmes poursuivre ces objectifs de manière prioritaire

Selon vous, si les gens utilisent les réseaux sociaux, c'est pour...  
 Vous personnellement, si vous utilisez les réseaux sociaux, c'est pour... ?

- À tous, en % de réponses « **Oui, et c'est une priorité** » -

● **Tous les Français**

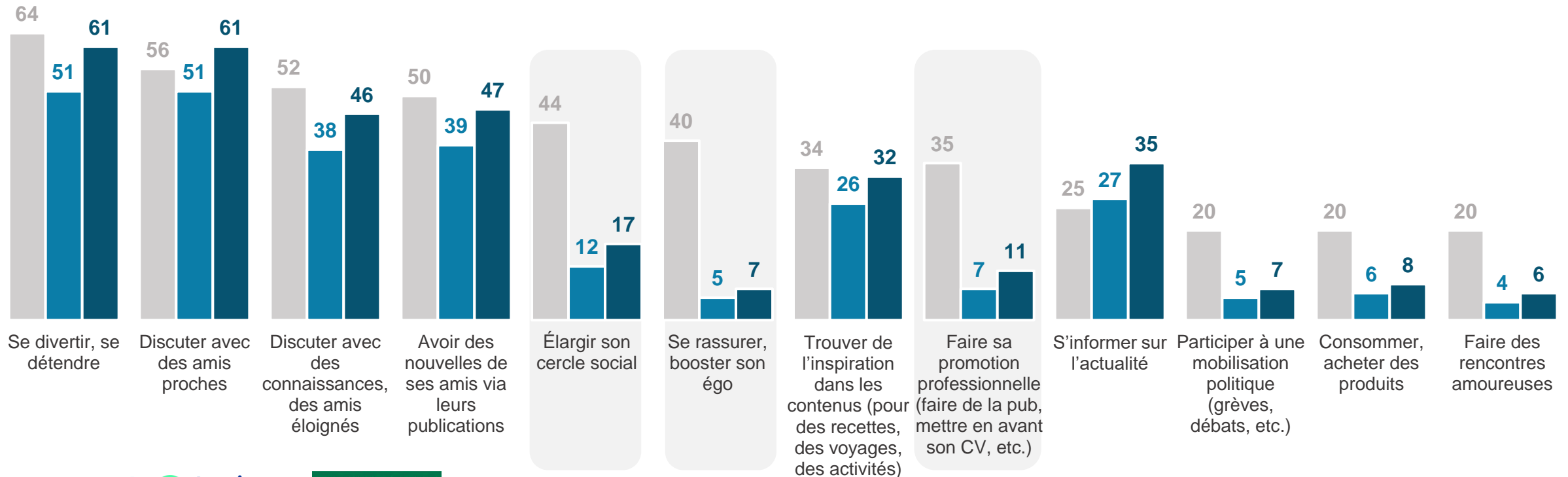
Les gens utilisent surtout les réseaux sociaux pour...

● **Utilisateurs des réseaux**

Personnellement, j'utilise surtout les réseaux sociaux pour...

● **Utilisateurs qui publient régulièrement**

sur au moins un réseau social  
 Personnellement, j'utilise surtout les réseaux sociaux pour...



# Les usages sont généralement proches entre les différentes générations, le plus jeunes utilisant les réseaux sociaux plus régulièrement pour se détendre ou discuter avec des proches

Vous personnellement, si vous utilisez les réseaux sociaux, c'est pour... ?

- Aux utilisateurs, en % de réponses « Oui, et c'est une priorité » -

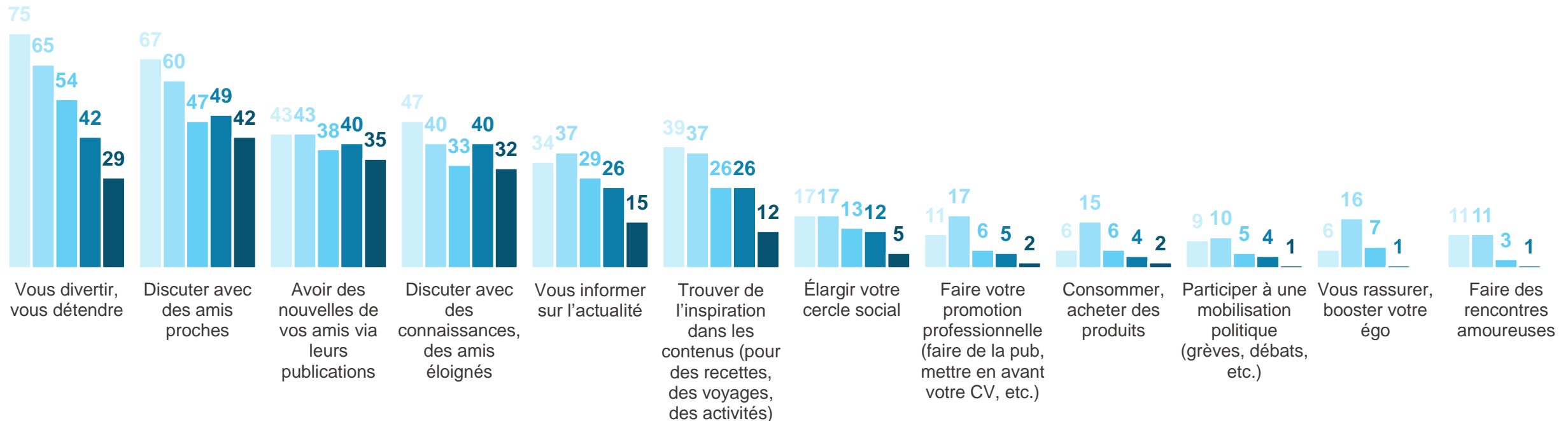
● 15-24 ans

● 25-34 ans

● 35-49 ans

● 50-64 ans

● 65 ans et plus



# Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

---

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



[www.harris-interactive.com](http://www.harris-interactive.com)



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

---

## Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 66 – [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)