**EXCLUSIF. Non, Facebook n’est pas devenu ringard**

Début 2014, une étude de l’université Princeton assurait que Facebook allait perdre 80 % de ses utilisateurs d’ici 2017. A un an de l’échéance, cette prophétie n’est pas partie pour se réaliser, surtout chez les jeunes, que les chercheurs soupçonnaient de s’être lassés duréseau social, lui préférant ses concurrents plus récents où les parents ne seraient pas (encore) inscrits.

C’est ce que confirme une étude exclusive OpinionWay pour *20 Minutes*, réalisée auprès de personnes âgées de 18 à 30 ans\*. Pour eux, Facebook est toujours le réseau social privilégié quand il s’agit de communiquer avec leur famille (63 %) et leurs amis (56 %), partager leurs émotions (37 %), séduire (33 %) et surtout connaître la vie des autres (71 %). Et pour les photos de vacances, il est privilégié à 46 %, juste devant Instagram (33 %), propriété de… Facebook.

**>> A lire aussi : VIDEO. Réseaux sociaux: Notre addiction résumée en 99 secondes**

Stéphane Hugon, sociologue et chercheur au Centre d’Etudes sur l’Actuel et le Quotidien, explique cette hégémonie par le repositionnement de la marque : « C’est en train de devenir un site générique, qui s’est départi de son image d’outil adolescent des débuts. Facebook cultive volontairement une marque faible, presque neutre, afin de se laisser approprier par tout le monde. »

## La patience contre l’urgence

Et s’il reste la référence pour les 18-30 ans, c’est qu’il passe désormais comme plus adulte que ses concurrents : « Pour les plus jeunes, il y a un rapport à l’urgence qu’offrentSnapchat et Periscope par exemple. Mais ils perdent leur utilité hors de l’adolescence. Chez l’adulte, la patience est une vertu, et Facebook joue sur cette temporalité plus longue », note le spécialiste.

Il n’y a que pour se renseigner sur l’actualité et montrer ses photos et vidéos de soirée que Facebook n’est pas le réseau social de référence : Twitter est préféré par 50 % des personnes sondées dans le premier cas (40 % quand même pour Facebook), et 43 % choisissent Snapchat dans le second cas (37 % pour Facebook). Snapchat est d’ailleurs la deuxième plateforme la plus citée, notamment pour discuter avec ses amis, séduire et partager ses émotions.

**>> A lire aussi : Les mystères de Snapchat expliqués par la science**

## Les réseaux sociaux, « des utopies interstitielles »

Autres réponses intéressantes : 68 % des personnes sondées ont assuré que ce qu’ils partagent sur les réseaux sociaux ressemble à leur vie. Mais seulement 53 % pensent que ce que leurs amis partagent correspond à leur vie. En retournant ces chiffres, cela veut dire que presque un tiers des utilisateurs assument de « mentir », et la moitié acceptent que leurs amis fassent de même. « La vérité d’Internet n’est en réalité ni vraie ni fausse, explique Stéphane Hugon. Les réseaux sociaux offrent des espaces de fiction et tout le monde accepte ces règles du jeu. »

Comment s’est construit cet accord tacite ? « La dynamique des réseaux sociaux est avant tout de tromper l’ennui. Ce sont des mensonges bienveillants qui créent ce qu’on peut appeler des utopies interstitielles : nous avons abandonné les vraies et grandes utopies (les combats sociaux par exemple) pour se créer des petits espaces, des refuges qui redonnent, par ces stratégies de fiction, de la passion à une société qui en manque. »

## La qualité des interactions prime sur la quantité

Dans le même ordre d’idée, 64 % des sondés ont indiqué n’accorder aucune importance à leur nombre de likes, commentaires, amis ou followers, 33 % admettent y jeter un œil « sans en faire une obsession », et seulement 2 % admettent suivre cela attentivement. Stéphane Hugon pense que ce dernier chiffre doit être plus élevé dans le fait, mais il note un ralentissement depuis quelques années dans la course aux likes, notamment dans la tranche des 18-30 ans interrogés pour ce sondage : « Ils sont désormais plus attentifs à la qualité qu’à la quantité. Si vos abonnés ne pensent pas comme vous, ne vous intéressent pas, l’outil perd de sa force. Il y a un entre-deux entre l’individu et la masse, c’est la tribu. »

La volonté de se fondre dans une communauté plus restreinte s’affirme à l’arrivée à l’âge adulte. D’où le maintien de Facebook comme réseau social de référence chez les 18-30 ans, le site permettant de décider des personnes qui intègrent ce réseau (contrairement au système d’abonnement de Twitter par exemple).

*\* Enquête*20 Minutes*avec OpinionWay réalisée en ligne par questionnaire auto administré le 20 mai 2016 auprès d’un échantillon représentatif de 743 jeunes âgés de 18 à 30 ans (méthode des quotas).*