

## Médias sociaux numériques et construction identitaire des adolescents de Bouaké

**Marie Antoinette Augustine TAPSOBA**

Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte D'ivoire)

[tmarieantoinette1@gmail.com](mailto:tmarieantoinette1@gmail.com)

**Marie Michelle Adjoba ADIA**

Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

[pamelaadia57@gmail.com](mailto:pamelaadia57@gmail.com)

**Résumé :** À l'ère actuelle du numérique, les plateformes de médias sociaux jouent un rôle crucial dans la construction identitaire des adolescents. À travers une perspective communicationnelle basée sur la théorie de l'identité sociale, cette recherche examine l'influence des médias sociaux sur la construction identitaire des adolescents de la ville de Bouaké.

L'étude s'appuie sur une méthode mixte qui allie un sondage quantitatif effectué auprès d'adolescents en scolarité par le biais d'un questionnaire, à une étude qualitative des comportements déclarés auprès parents. Les résultats montrent une forte présence des médias sociaux dans le quotidien des adolescents, avec une prédominance de TikTok, suivi de WhatsApp. Ils relèvent également une influence des pairs dans les choix, confirmant ainsi le poids du groupe dans la construction identitaire. Toutefois, cette dynamique est marquée par une tension entre authenticité et conformité aux attentes sociales numériques.

**Mots clés :** Adolescence, Médias sociaux numériques, construction identitaire numérique, socialisation

**Abstract :** In the current digital era, social media platforms play a crucial role in adolescents' identity construction. From a communication perspective grounded in Social Identity Theory, this study examines the impact of social media on the identity formation of adolescents in the city of Bouaké.

The study is based on a mixed-methods approach combining a quantitative survey conducted among school-going adolescents through a questionnaire, and a qualitative analysis of reported behaviors collected from parents. The results reveal a strong presence of social media in adolescents' daily lives, with a predominance of TikTok, followed by WhatsApp. They also highlight peer influence in their choices, confirming the weight of the group in identity construction. However, this dynamic is marked by a tension between authenticity and conformity to online social expectations.

**Keywords :** Adolescence, digital social media, digital identity construction, socialization

### Introduction

L'adolescence, période de transition délicate entre l'enfance et le devenir adulte, est caractérisée par une quête identitaire profonde. Cette dimension de l'adolescence est souvent exacerbée par les interactions sociales qui se jouent à l'intérieur et à l'extérieur de l'environnement familial, scolaire ou amical. Pour (K. Nourredine ; 1990) :

L'adolescence est une période intense de la personnalité et du réseau relationnel qui la raccorde à l'environnement, avec tout ce qu'elle comporte comme perturbation importante de l'individualité, et si l'identité pourrait être définie comme un système de pilotage du développement de la personne au cours de son existence et du traitement de l'information sur soi et autrui, l'on comprend que ce pilotage ne sera pas aisé pour l'adolescent.

En effet, au cours de la configuration identitaire, les transformations internes et externes vécues pendant l'enfance sont insuffisantes pour répondre adéquatement aux nouvelles exigences de l'environnement social (F. Bariaud ; H. Lehalle ; 2007). Aujourd'hui, ce processus est profondément influencé par l'avènement des médias sociaux qui sont désormais des espaces incontournables d'échanges, de divertissements, de mise en scène de soi pour les adolescents. Les médias sociaux permettent aux adolescents une socialisation rapide et facile, ce qui explique leur adoption croissante et transforme les modes d'interaction entre eux, désormais médiatisés par les écrans (G. Boulouiz, 2024). En publiant des contenus, ils se servent des technologies numériques pour façonner et explorer différentes facettes de leur identité. Cela se manifeste notamment par leur apparence physique, leurs choix de vie et l'expression de leurs opinions. (S. Turlke, 2011). Si les médias sociaux contribuent à la mise en scène de soi à travers la publication des photos, des vidéos ou textes, ils peuvent toutefois entraîner des répercussions significatives sur la construction identitaire des jeunes adolescents.

En Côte d'Ivoire, singulièrement à Bouaké, ville du centre du pays, cette réalité mérite une attention particulière. En effet, les adolescents sont confrontés à une pression sociale accrue pour se conformer à des normes de popularité et de réussite véhiculée par ces plateformes (P.M. Valkenburg, P. Jochen, 2011). Certains par faute de repère ont tendance à faire recours à la comparaison sociale pour mieux se connaître. En revanche, d'autres éprouvent des difficultés à exprimer ce qu'ils ressentent ou à se confier à leur entourage. Les médias sociaux deviennent donc un moyen pour eux de s'exprimer aisément, surtout avec leurs pairs. Toutes ces pressions peuvent fragiliser leur image de soi et accroître les risques de stress ou d'anxiété. Partant donc de ce fait, il convient de se poser la question suivante : comment les médias sociaux influencent-ils la construction identitaire des adolescents de Bouaké ? l'objectif étant d'analyser l'influence des médias sociaux sur la construction identitaire des adolescents de Bouaké, nous explorerons comment les adolescents utilisent ces plateformes pour façonner leur image et comment ces outils numériques redéfinissent les relations sociales et les interactions interpersonnelles.

Ce travail est structuré en trois parties principales : la première partie concerne le cadre théorique et méthodologique, la deuxième correspond à l'analyse des données et la troisième à la discussion de données.

## **1. Cadre théorique et méthodologique**

### **1.1. Encrage théorique**

Notre étude portant sur la construction identitaire des adolescents à travers les médias sociaux s'inspire de la théorie de l'identité sociale.

Dans les années 70, le psychologue social Henri Tajfel, a développé la théorie de l'identité sociale. Selon cette théorie, les individus cherchent à se construire une identité sociale positive en valorisant le groupe auquel ils appartiennent et le considère meilleur que les autres groupes. La catégorisation sociale est le moyen par lequel l'individu s'identifie comme membre d'un groupe donné. L'identité sociale se distingue de l'identité culturelle qui se traduit par l'adhésion d'une personne aux valeurs et prescriptions d'une culture. Toutefois, elle ne peut être dissociée de l'identité personnelle qui est le produit de la

socialisation et de l'expérience vécue par les individus tout au long de leur vie et qui permet la construction du soi, la conscience de soi et la différenciation entre les individus. L'identité sociale renvoie à l'ensemble des éléments qui permettent aux autres d'identifier un individu à travers les codes, statuts et attributs qu'il partage avec les membres de son groupe d'appartenance ou celui dont il souhaite intégrer. Par conséquent, l'identité sociale repose sur trois éléments fondamentaux, à savoir : la position occupée, les attentes liées à elle, ainsi que l'identification de l'individu à son rôle. Elle se construit donc à partir du statut social et de l'évaluation des attentes et des exigences qui lui sont liés.

Appliquée à notre étude, cette théorie met en évidence que les adolescents construisent leur identité à partir des différents groupes d'appartenance auxquels ils s'associent sur les plateformes de médias sociaux. Facebook, WhatsApp, TikTok et d'autres médias sociaux apparaissent ainsi comme des espaces privilégiés de catégorisation, d'identification et de comparaison sociale. Dès lors, les médias sociaux ne peuvent être réduits à de simples outils de communication mais ils constituent de véritables espaces dans lesquels les identités se construisent, se négocient et se redéfinissent continuellement.

## **1.2. Cadre méthodologique**

La présente étude s'est déroulée dans la ville de Bouaké, une ville située au centre de la côte d'Ivoire. D'une superficie de 312km<sup>2</sup>, sa population est estimée à environ 694.841habitants (G. L. K. Kra, 2025). Les communautés qui y vivent, viennent de plusieurs départements du pays Baoulé, mais aussi des peuples venus d'autres régions de la côte d'Ivoire et même de l'extérieur du pays (L. Tanoh, 2025). Elle est donc, après Abidjan, l'une des principales agglomérations qui attire des populations issues des différentes régions du pays en quête de meilleures conditions de vie et de bien-être social (A. S. Gbodje, 2016). Le choix de cette ville comme terrain d'étude s'explique dans un premier temps par une forte présence d'établissement scolaire secondaire qui facilite l'accès à la population adolescente, objet de notre étude. Selon L'annuaire statistique de l'enseignement général, la ville compte au totale 177 établissements secondaires réparti entre deux directions régionales (Bouaké 1 et Bouaké 2) (DESPS ; 2025). Cette dimension renforce la faisabilité de nos investigations. Dans un second temps, Bouaké offre un environnement propice à l'observation des interactions sociales et des usages du numériques qui permettent d'analyser le processus de construction identitaire. En effet, les adolescents sont confrontés à une double influence ; celle de leur environnement social immédiat et celle véhiculée par les plateformes numériques. Cette articulation permet d'étudier comment l'identité se construit entre ancrage social de proximité et ouverture à des modèles extérieurs.

La population cible de notre étude est composée d'adolescents âgés de 13 à 18 ans. À cette population, s'ajoutent les parents car ceux-ci sont directement liés aux adolescents et sont pour la plupart les premiers intervenants dans la construction de l'identité. Afin de faciliter l'accès aux adolescents, l'enquête a été menée dans des établissements secondaires reconnus, notamment le lycée Djibo Sounkalo, le lycée jeune fille et le collège Ouezzin Coulibaly. Les parents quant à eux ont été directement approchés dans la ville.

Pour une cible principale constituée d'adolescents, cette étude a retenu l'échantillonnage aléatoire simple (AES). Cette méthode repose sur le principe selon lequel chaque individu

de la population dispose d'une probabilité égale d'être sélectionné. Dans ce cadre, un total de 200 adolescents a été interrogé et choisi de manière aléatoire au sein des établissements mentionnés précédemment. Par ailleurs, la collecte des données a combiné des approches quantitatives et qualitatives, mobilisant à la fois les adolescents et leurs parents. S'agissant de l'approche quantitative, un questionnaire a été administré aux adolescents afin de recueillir des informations relatives à leurs pratiques, attitudes et perceptions vis-à-vis des médias sociaux. En complément, l'approche qualitative s'est appuyée sur des entretiens réalisés auprès des parents, à l'aide d'un guide d'entretien structuré. Ces échanges ont permis de mieux appréhender le cadre familial des pratiques numériques, les modalités de suivi parental, les perceptions des parents concernant les changements de comportement et les relations sociales de leurs enfants. Ainsi, Le croisement des propos des adolescents avec ceux de leurs parents contribue à mieux analyser, contextualiser les pratiques numériques et à renforcer la validité qualitative des résultats. Enfin, le traitement des données a été effectué par un dépouillement manuel, suivi d'une transcription des données dans un logiciel Excel pour produire les tableaux présentés dans ce travail.

## 2. Présentation et analyse des résultats

La présentation et l'analyse des résultats s'articulent autour de trois points saillants, ce sont : l'usage des médias sociaux, la construction identitaire des adolescents à travers les médias sociaux et l'effet des médias sociaux sur la construction identitaire des adolescents.

### 2.1. L'usage des médias sociaux par les adolescents

À ce niveau nous avons jugé bon de ne pas nous attarder sur le volet connaissance des médias sociaux car tous les adolescents interrogés possèdent des smartphones et sont au moins inscrits sur un média social numérique de leur choix.

#### 2.1.1. Médias sociaux les plus utilisés

**Tableau 1 : Récapitulatif des médias sociaux les plus utilisés par les adolescents**

Indicateurs	Nombre	Pourcentage
Facebook	26	13%
Watsapp	50	25%
Instagram	14	7%
Tiktok	106	53%
Snapchat	04	2%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Source** : nos enquêtes

Les données révèlent une nette préférence des adolescents pour TikTok (53 %). Une domination qui pourrait s'expliquer par la nature de ses contenus largement orientés vers le divertissement qui de nos jours rentre en ligne de compte avec les habitudes de consommation visuelle des adolescents. WhatsApp (25 %) vient en deuxième position, ce qui souligne son rôle central dans les échanges quotidiens avec les amis, la famille et les groupes scolaires. À l'inverse, Facebook (13 %), Instagram (7 %) et Snapchat (2 %) sont moins utilisés. Les choix minimes à ces plateformes traduisent un décalage avec les

attentes actuelles des adolescents particulièrement en matière de contenus dynamiques et interactifs. Ainsi dans l'ensemble, ces résultats montrent que les adolescents privilégient simultanément des plateformes de divertissement et de mise en visibilité, comme TikTok et des outils de communication directe à l'image de WhatsApp.

### 2.1.2. Fréquence et temps d'utilisation des médias sociaux

**Tableau 2 : Fréquence d'utilisation**

Indicateurs	Nombre	Pourcentage
<b>2 fois/semaine</b>	<b>28</b>	<b>14%</b>
<b>3 fois/semaine</b>	<b>62</b>	<b>31%</b>
<b>Tous les jours</b>	<b>110</b>	<b>55%</b>
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Source** : nos enquêtes

L'analyse du tableau 2 met en évidence une forte intensité d'usage des médias sociaux chez les adolescents. Cette intensité montre une intégration profonde de ces outils dans leur quotidien. En effet, la majorité (55%) les utilisent quotidiennement, 31% trois fois par semaine et 14% deux fois par semaine. Au total, ce sont 86 % (31% + 55%) des adolescents qui utilisent les médias sociaux au moins trois fois par semaine. Les médias sociaux occupent une place importante dans leurs habitudes. Cela suggère une influence possible sur leurs interactions et leur manière de se construire socialement. Cependant, ces données portent uniquement sur la fréquence et ne permettent pas de savoir comment ces médias sont réellement utilisés. C'est pourquoi, le tableau suivant apporte plus d'éclairage sur la manière dont ces médias sont utilisés.

**Tableau 3 : Temps d'utilisation**

Indicateurs	Nombre	Pourcentage
<b>Moins d'une heure</b>	<b>16</b>	<b>8%</b>
<b>1h-3h</b>	<b>68</b>	<b>34%</b>
<b>3h et plus</b>	<b>116</b>	<b>58%</b>
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Sources** : nos enquêtes

La répartition du temps d'utilisation des médias sociaux chez les adolescents se présente comme suit : 58% des adolescents passent plus de 3h de temps sur les médias sociaux. 34% les utilisent entre 1h et 3h par jour. 8% y consacrent moins d'une heure par jour. Les médias sociaux font donc désormais partie du quotidien de presque tous les adolescents. Ils ne se contentent pas de les utiliser, mais passent aussi beaucoup de temps. Cette utilisation importante peut avoir des effets sur leur comportement, leurs relations avec les autres et leur manière de communiquer.

### 2.1.3. Les contenus publiés sur les médias sociaux

**Tableau 4 : Contenus publiés sur les médias sociaux**

Indicateurs	Nombre	Pourcentage
Textes	40	20%
Vidéos et images personnelles	104	52%
Contenus drôles	56	28%
Total	200	100%

**Source** : nos enquêtes

Les données indiquent une prédominance des contenus visuels dans les pratiques de publication des adolescents. Les photos et vidéos personnelles représentent 52 % des publications, suivies des contenus drôles (28 %), tandis que les textes demeurent minoritaires avec 20 %. Cette distribution met en évidence une hiérarchisation des formes d'expression en fonction de leur nature médiatique, avec une centralité accordée aux formats visuels par rapport aux formats textuels. Elle traduit une structuration des usages autour de contenus facilement mobilisables sur les plateformes numériques étudiées.

## 2.2. Construction de l'identité adolescente à travers les médias sociaux

### 2.2.1. Liberté d'expression sur les médias sociaux

**Tableau 5 : liberté d'expression sur les médias sociaux chez les adolescents**

Indicateurs	Nombre	Pourcentage
Oui	150	75%
Non	50	25%
Total	200	100%

**Source** : nos enquêtes

Les résultats indiquent une forte propension des adolescents à se sentir plus à l'aise dans l'expression de soi sur les médias sociaux que dans les interactions en face à face. En effet, les 75 % de réponses affirmatives traduisent une préférence pour les environnements numériques comme espaces d'expression. Ils laissent croire que les plateformes numériques offrent des conditions perçues comme plus favorables à la prise de parole, notamment en raison de la possibilité de contrôler son image, de réfléchir avant de publier et de limiter l'exposition directe au jugement immédiat d'autrui. À l'inverse, les 25 % qui déclarent éprouver des difficultés à s'exprimer en ligne rappellent que cet espace n'est pas uniformément accessible sur le plan expressif. Ces adolescents peuvent être confrontés à des facteurs tels que la peur de la critique, le manque de compétences communicationnelles numériques ou encore une faible confiance en soi, qui limitent leur aisance aussi bien en ligne que hors ligne. Ainsi, ces résultats mettent en évidence un déplacement partiel de l'espace traditionnel de socialisation vers le numérique, où l'expression de soi semble moins contraignante pour une majorité d'adolescents. Toutefois, cette tendance ne doit pas occulter l'existence d'inégalités d'appropriation des médias sociaux, qui reflètent en partie les disparités observées dans les interactions sociales réelles.

### 2.2.2. Perfection sur les médias sociaux

**Tableau 6 : perfection des adolescents sur les médias sociaux**

Indicateurs	Nombre	Pourcentage
Oui	126	63%
Non	74	37%
Total	200	100%

**Source** : nos enquêtes

Le tableau 6 nous montre la perfection des adolescents sur les médias sociaux. C'est pourquoi, à la question de savoir s'ils ressentent une pression de monter une image parfaite sur les médias sociaux, 63 % d'entre eux ont répondu par l'affirmative et 37 % par la négative. La proportion d'adolescents qui ressentent une pression peut être comprise comme l'expression d'une recherche de valorisation au sein des groupes de référence en ligne. Les médias sociaux fonctionnent ici comme des espaces de comparaison sociale où l'image présentée est continuellement évaluée par les pairs qui renforce le souci de conformité aux normes implicites du groupe. Ces analyses entrent en ligne de compte avec la théorie de l'identité sociale qui postule que l'individu construit une partie de son identité à travers son appartenance à des groupes sociaux et cherche à maintenir une image valorisée de soi au sein de ces groupes.

### 2.2.3. Identité sur les médias sociaux

**Tableau 7 : Identité des adolescents sur les médias sociaux**

Réponses	Nombre	Pourcentage
Oui	134	67%
Non	66	33%
Total	200	100%

**Source** : nos enquêtes

« Essaies-tu de ressembler à des personnes sur les médias sociaux ? », telle a été la question posée aux adolescents interrogés. Alors, 67 % des adolescents cherchent à imiter ou à se rapprocher de l'image de personnes qu'ils voient sur les médias sociaux. Cependant, 33 % garde leur propre identité et ne se laisse pas influencer par ces images. Le fait que 67 % déclarent chercher à ressembler à des personnes vues en ligne montre que les représentations diffusées sur ces plateformes occupent une place importante dans leurs perceptions et dans la manière dont ils se projettent socialement.

**Tableau 8 : présentation d'image personnelle sur les médias sociaux**

Réponses	Nombre	Pourcentage
Oui	122	70%
Non	78	30%
Total	200	100%

**Source** : nos enquêtes

Contrairement à une minorité d'adolescents (30%) qui choisit d'être authentique sur les médias sociaux, 70 % partagent des images d'eux qui ne reflètent pas exactement la réalité.

Cela laisse croire qu'ils ont envie de se montrer sous leur meilleur jour pour paraître plus attirant ou simplement correspondre à ce que leurs amis et abonnés attendent d'eux sur les médias sociaux. Ces présentations d'image différentes de soi sur les médias sont fortement remarquable chez les filles car la plupart d'entre elles se laissent facilement influencées par certaines personnalités surtout publiques. À cet effet, une adolescente en classe de 1<sup>re</sup> de série A s'exprime sur ces propos : « *lorsque je vois par exemple les 'tiktokeurs' danser, je m'efforce à faire des vidéos en dansant comme eux pour publier or dans la réalité je suis nulle en danse* »

### 2.3. L'effet des médias sociaux sur la construction identitaire des adolescents

#### 2.3.1. Publications et état d'esprit

**Tableau 9 : Tableau montrant l'état d'esprit des adolescents après chaque publication**

Indicateurs	Nombre	Pourcentage
Bien	102	51%
Un peu bien	52	26%
Aucun sentiment	46	23%
Total	200	100%

**Source** : nos enquêtes

Les adolescents se sentent boostés par les réactions sous leurs publications. En effet, 51 % déclarent se sentir bien après avoir publié, tandis que 26 % se sentent « un peu bien ». Ce sont au total, plus des trois quarts (51%+26%) des enquêtés qui éprouvent donc une amélioration de leur humeur à la suite des interactions reçues (likes, commentaires, réactions). Cette influence n'est pas systématique, car 23 % des adolescents affirment ne ressentir aucun effet particulier. Cela signifie que pour une partie non négligeable du groupe, les réactions en ligne n'ont pas d'impact émotionnel notable. En général, nos données montrent que les interactions sur les réseaux sociaux jouent un rôle de renforcement psychologique positif pour la majorité des adolescents, en leur procurant un sentiment de valorisation et un léger soutien émotionnel même si cet effet reste variable selon les individus.

#### 2.3.2. L'influence des pairs dans les choix

**Tableau 10 : Influence des pairs dans les choix**

Réponses	Nombre	Pourcentage
Oui	122	61%
Non	78	39%
Total	200	100%

**Source** : nos enquêtes

Les résultats du tableau 10 indiquent une influence significative des pairs en ligne sur les comportements des adolescents. Si 61 % des enquêtés reconnaissent que leurs choix, notamment en matière d'habillement et de langage sont influencés par leurs amis sur les

réseaux sociaux, une proportion importante (39 %) affirme rester indépendante de ces influences, ce qui montre l'existence d'une certaine capacité de discernement et d'autonomie chez une partie des adolescents face aux pressions sociales en ligne. A partir de ces données nous pouvons dire que les médias sociaux constituent un espace de socialisation influent capable d'orienter les comportements et les styles de vie tout en laissant subsister des profils plus autonomes qui résistent à cette dynamique d'influence.

### 2.3.3. Les médias sociaux comme miroir de soi

**Tableau 11 : tableau montrant les avis sur la connaissance de soi grâce aux médias sociaux**

Réponses	Nombre	Pourcentage
Oui	114	57%
Non	86	43%
Total	200	100%

Source : nos enquêtes

Les résultats du tableau 11 présentent une perception globalement positive mais nuancée de l'impact des médias sociaux sur la connaissance de soi chez les adolescents enquêtés. En effet, 57 % des répondants estiment que ces plateformes contribuent à mieux se connaître, contre 43 % qui ne partagent pas cet avis. Cette légère majorité indique que les médias sociaux jouent pour une partie importante des adolescents un rôle de miroir identitaire. À travers les publications, les interactions, les réactions des pairs et les contenus consommés, ils construisent progressivement une image d'eux-mêmes et testent différentes facettes de leur personnalité. Toutefois, la proportion relativement élevée de réponses négatives (43 %) montre que cet effet n'est ni systématique ni homogène. Pour certains adolescents, les médias sociaux peuvent plutôt être des espaces de comparaison sociale, de pression ou de dispersion de l'attention, sans véritable apport dans la construction de soi.

### 3. Discussions des résultats

Aujourd'hui, les adolescents vivent littéralement connectés. Les données de notre enquête montrent que TikTok est leur plateforme favorite, avec 53 % d'entre eux qui la privilégient. En effet, TikTok séduit particulièrement les jeunes adolescents grâce à ses fonctionnalités attrayantes. La plateforme leur permet de passer le temps de manière ludique tout en ayant le sentiment d'utiliser leur temps de façon efficace et agréable (S. Philippe, 2023). Sa particularité réside dans sa capacité à partager et visionner des vidéos de courtes durées. Cette particularité crée chez les adolescents l'illusion que chaque vidéo ne prend quelques secondes de leur temps, contrairement à certains médias sociaux où les vidéos sont de longues durées. (A. Martelli, 2025, p 6). Dans le simple but de se divertir, ces vidéos sont regardées sans demande importante d'effort mental. Ainsi, selon (A. Schellewald, 2021), TikTok est un moyen de distraction, car elle propose plusieurs variétés de contenus surtout humoristiques. Concernant la fréquence et du temps d'utilisation, les adolescents se connectent quotidiennement et le font au moins trois fois par semaine. Ces données montrent que les médias sociaux ont une place centrale dans leur quotidien. Leur présence accrue sur les médias sociaux pourrait s'expliquer par le simple fait qu'ils cherchent à

affirmer leur identité et à établir des relations sociales ou encore à réaliser ce qu'ils n'arrivent pas à faire dans le réel (M. A. A. Tapsoba, T. Koné, 2024, p160). Ils se tournent quotidiennement vers les médias sociaux numériques pour découvrir de nouvelles communautés avec lesquelles ils peuvent s'engager (C. Balley, 2017). Une fois ces nouvelles communautés découvertes, ces espaces deviennent pour eux un cadre où ils peuvent se reconnaître et s'identifier à chaque instant (H. Tajfel, 1972). Ces observations rejoignent les travaux de (J. Twenge, B. Spitzberg, K. Campbell, 2019), qui relèvent que l'usage intensif des médias sociaux accroît l'engagement en ligne et transforme les interactions sociales.

Les médias sociaux modifient en profondeur la manière dont les adolescents s'expriment et construisent leur identité tout en créant une situation où ils se sentent à la fois plus libres et en même temps influencés par les autres. En effet, ils déclarent qu'ils arrivent plus facilement à s'exprimer sur les réseaux sociaux que dans la vie réelle parce qu'ils ne font pas directement face au regard des autres et aux réactions immédiates ; ce qui les aide à parler plus librement et à partager leurs idées sans trop de gêne. (G. B. Dagnogo, 2018) met donc en évidence la transformation des formes de socialisation à l'ère du numérique. Elle explique que le passage des réseaux sociaux traditionnels aux plateformes numériques entraîne une organisation plus horizontale des relations qui favorisent l'expression individuelle, mais aussi une exposition accrue aux interactions sociales permanentes et aux normes du groupe. Dans ce sens, l'adolescent n'est plus soumis uniquement au regard physique immédiat mais à une surveillance sociale continue exercée par ses pairs en ligne, ce qui reconfigure son rapport à la parole et à l'identité. Toutefois, cette liberté n'est pas totale car leurs publications restent souvent guidées par le besoin d'être appréciés vus et acceptés par leur entourage en ligne. Ainsi ils adaptent ce qu'ils publient en fonction de ce qu'ils pensent que les autres attendent d'eux afin de donner une bonne image d'eux-mêmes. Si certains d'entre eux s'expriment librement sur les médias sociaux, il n'en est pas pour d'autres. Cette difficulté à pouvoir s'exprimer aisément sur les médias revêt des conditions et mesure prise par les autorités ivoiriennes. En Côte d'Ivoire, face aux contenus illicites et aux propos haineux publiés sur les médias sociaux des mesures de sanctions et d'emprisonnements sont prises par la PLCC (Plateforme de Lutte Contre la Cybercriminalité) pour la répression de ces contenus. Ainsi, selon (A. Akeko, 2025), 2822 plaintes soit 23% portant atteinte à la dignité humaine ont été enregistrées par la PLCC en 2024. Vu ces cas de plaintes enregistrés et les arrestations en raison de ces agissements, ces adolescents sont donc réticents à s'exprimer sur les médias sociaux par peur de se retrouver un jour dans cette similarité.

Le fait qu'une majorité d'adolescents cherche à se rapprocher des images véhiculées sur les médias sociaux traduit un processus de construction identitaire médiatisé. Cette dynamique rejoint les analyses de (D. Cardon, 2010), qui montre que les plateformes numériques favorisent une exposition de soi régulée par le regard des autres dans lequel les individus adaptent leur image aux normes dominantes de visibilité. Par ailleurs, la tendance majoritaire à publier des contenus qui ne reflètent pas la réalité confirme l'idée d'une mise en scène de soi conceptualisée par (E. Goffman, 1973). Dans le contexte des médias sociaux, cette mise en scène est amplifiée par les logiques de valorisation symbolique (likes, commentaires) qui incitent les adolescents à construire une version

idéalisée d'eux-mêmes. (S. Tisseron, 2011) confirme cette tendance en soulignant que les jeunes développent une extimité, c'est-à-dire une exposition volontaire de leur intimité dans le but d'obtenir reconnaissance et validation sociale. En ce qui concerne l'impact des réactions (likes, commentaires) sur l'état d'esprit, les résultats montrent un effet globalement positif sur le moral des adolescents. Cette observation s'inscrit dans la logique des « récompenses sociales » analysées par (P. Bourdieu, 1980). Pour lui, la reconnaissance par autrui constitue un capital symbolique influençant l'estime de soi. Lorsque les adolescents publient des éléments de leur vie sur les médias sociaux, ils cherchent à généralement l'approbation de leur entourage ; ce qui participe à la construction de leur identité (C. Fullwood et al, 2016 ; C. Balleys, 2017) Dans cette dynamique, certains y consacrent beaucoup de temps afin d'obtenir des réactions positives à leurs contenus (A. Morreau et al, 2012). Des moments précis sont choisis pour publier. En effet, une fois que l'activité en ligne est élevée, ils n'hésitent pas à solliciter directement des commentaires ou des likes auprès de leurs proches (M. Trottier, 2022), p15). Le regard des pairs devient un repère important pour la pertinence de l'image qu'ils projettent (B. Bell, 2019). Dès lors, les interactions numériques jouent un rôle central dans la validation de leur identité à travers les réactions suscitées par les publications (W. Wang et al, 2019). L'influence des pairs observée dans les choix vestimentaires et langagiers confirme le rôle central du groupe dans la construction identitaire des adolescents. Cette réalité montre que l'adolescent construit son identité dans une tension entre autonomie individuelle et conformité aux normes du groupe. Les médias sociaux intensifient ce phénomène en rendant les normes visibles, permanentes et largement diffusées. Si une majorité d'adolescents considère ces plateformes comme un espace d'exploration identitaire, une proportion importante n'y voit aucun apport. Une telle dualité montre que les technologies numériques peuvent être à la fois des supports d'individuation et des instruments de standardisation des comportements. Ainsi, les médias sociaux agissent comme un miroir qui permettent à la fois de se découvrir et de se conformer.

#### **4. Limites et perspectives de l'étude**

Cette étude, malgré ses apports sur l'influence des médias sociaux dans la construction identitaire des adolescents à Bouaké, présente certaines limites qu'il convient de souligner. Elle s'appuie sur un échantillon relativement restreint de 200 adolescents scolarisés, ce qui limite la généralisation des résultats à l'ensemble de la population adolescente. Cette limite est d'autant plus marquée qu'elle exclut les adolescents non scolarisés qui constituent pourtant une frange importante et susceptible de présenter des usages et des pratiques numériques différents. De plus, les données recueillies auprès des adolescents étant déclaratives, elles peuvent être affectées par des biais de perception et de mise en valeur de soi. Les réponses ont peut-être été données en fonction des normes sociales perçues et non de la réalité. Par ailleurs, l'approche transversale adoptée ici ne permet pas également de suivre l'évolution du processus de construction identitaire dans le temps. Or, l'identité adolescente est un processus dynamique, évolutif et fortement contextuel.

Au regard de ces limites, plusieurs perspectives peuvent être envisagées afin d'approfondir la réflexion. D'une part, il serait pertinent d'élargir l'échantillon à d'autres villes de la Côte d'Ivoire pour réaliser une comparaison interrégionale qui permettra de mieux saisir les

spécificités locales et les variations culturelles dans l'usage des médias sociaux. D'autre part, des recherches futures pourraient adopter une approche longitudinale afin de suivre l'évolution de la construction identitaire des adolescents sur plusieurs années et d'analyser les transformations progressives liées à l'usage des plateformes numériques. En outre, une exploration plus approfondie du rôle des parents, de l'école et des pairs hors ligne permettrait de mieux comprendre les interactions entre environnement numérique et environnement social traditionnel dans la formation de l'identité.

### **Conclusion**

En somme, les médias sociaux constituent un espace central dans la construction identitaire des adolescents, mais un espace traversé par des logiques contradictoires. Ces espaces numériques participent activement à la construction de l'identité. Ils offrent aux jeunes des possibilités de s'exprimer, d'interagir et de rechercher une forme de reconnaissance auprès de leurs pairs. Cependant, cette liberté d'expression s'accompagne d'une influence importante des normes et tendances en ligne qui orientent souvent les comportements, les choix et la manière dont les adolescents se présentent aux autres. Il en résulte une tension permanente entre le fait de rester soi-même et la volonté de correspondre à ce qui est valorisé sur les réseaux sociaux. L'identité adolescente se construit donc dans un équilibre parfois fragile entre authenticité, affirmation de soi et recherche d'approbation sociale. Les médias sociaux apparaissent alors comme des espaces où l'identité se façonne progressivement sous l'influence des interactions numériques et du regard des autres.

### **Références bibliographiques**

- Akeko, A. (2025). « Cybercriminalité en Côte d'Ivoire en 2024 : les points saillants du rapport de l'ANSSI, et l'analyse du Colonel Major Guelpetchin Ouattara ». *CIOmag, la rédérence du numérique en Afrique*, <https://cio-mag.com/cybercriminalite-en-cote-divoire-en-2024-les-points-saillants-du-rapport-de-lanssi-et-lanalyse-du-colonel-major-guelpetchin-ouattara/>
- Balleys, C. (2017), « L'adolescent et les médias sociaux », dans Duvaverger, P(dir), *Troubles psychiques et comportementaux de l'adolescents* (p67-75), Lavoisier. <https://doi.org/10.3917/lav.duver.2017.01>
- Bariau, F. et Lehalle. H (2007), « Évolution affective, sociale et cognitive à la période de l'adolescence ». *Psychologie du développement et de l'éducation*, Paris, Puf, 2007, p. 117-148.
- Bell, B. (2019). « Tu prends cinquante photos, tu en supprimes quarante-neuf et tu n'en utilises qu'une » : une étude qualitative des pratiques de partages d'images chez les adolescents sur les réseaux sociaux ». *Revue Internationale de l'interaction enfant-ordinateur*, Vol 20, p 64-71, <https://doi.org/10.1016/j.ijcci.2019.03.002>

Boulouiz, G. (2024). « Le rôle des réseaux sociaux dans la construction identitaire des adolescents » *Revue de recherche en sciences humaines et cognitives*, Tome 1, N° 1, Première Année

Boyd, D. (2014). « *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.

Gbodje, S. A. (2016). « *Evolution économique de Bouaké de 1858 à 1939* », Paris, L'Harmattan, P. 292.

Cardon, D. (2010). « *La démocratie Internet* ». Paris, Seuil.

Dagnogo, G. B. (2018). « Du réseau social traditionnel au réseau social numérique : pistes de réflexion pour une éducation aux médias sociaux numériques en Côte d'Ivoire ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/3495> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.3495>

Fullwood, C. et al (2016). « Clarté du concept de soi et représentation de soi en ligne chez les adolescents », *Cyberpsychologie, comportement et réseaux sociaux*, Vol 19, numéro 12, p716-720

Goffman, E. (1973). « *La mise en scène de la vie quotidienne* », Minuit

Kra, G. L. K. (2025). « Impact socioéconomique et scolaire de la pratique des paris sportifs et des jeux de hasard par les élèves à Bouake », NZASSA. N°18

Martelli, A. (2025). « *Les adolescents sur Tiktok : une construction identitaire entravée ? Influence du contenu audiovisuel objectifiant de Tiktok sur la construction identitaire des adolescents belges francophones entre 13 et 16 ans* ». Mémoire de Master, Faculté des sciences économiques, politiques et de communication, <https://share.google/bXOqjBfCSWiNITX1U>

Moreau, A. et al (2012). « L'usage de facebook et les enjeux de l'adolescence : Une étude qualitative ». *Neuropsychiatrie de l'Enfance et de l'Adolescence*. Vol 60. Numéro 6. P 429-434

Noureddine, K. (1990). « *Adolescence et identité* ». Marseille : Hommes et perspectives/ le *Journal des psychologues*. P. 272

Philippe, S. (2023). « Les adolescents face aux stratégies de Tik Tok ». *Revue française des sciences de l'information et la communication*. DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.13910>

Schellewal, A. (2021). « Communication forms on Tik Tok: Perspectives From Digital Ethnography ». *International journal of communication*. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16414/3389>

Tajfel, H. (1972). « La catégorisation sociale. In S. Moscovici (Eds.). Introduction à la psychologie sociale ». Paris : Larousse. 1, 272-302.

Tanoh. L. (2025), « Fonctionnalité des espaces de diffusion culturelle dans la commune de bouake », ZAOULI. Hors-Série n°4, 2025, pp.205-224

Tapsoba, M. A. A. et Kone, T. (2024), « Pratiques éducatives et réseaux sociaux numériques dans le rendement des élèves du secondaire de Bouaké ». *ReSciLac*. Vol 9. n°1. p 150-165

Tisseron, S. (2011). « L'intimité surexposée », Ramsay.

Turkle, S. (2011). « *Alone together: why we expect more technology and less from each other* ». Basic Books

Trottier, M. (2022). « *L'influence des réseaux sociaux sur le processus de construction identitaire des jeunes* ». Maîtrise appliquée en psychoéducation. Université du Québec à Trois-Rivières. Service de bibliothèque.

Twenge, J. Spitzberg, B. Campbell, K. (2019). « Less in-person social interaction with peers among U.S. adolescents in the 21st century and links to loneliness » *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(6), 1892–1913. <https://doi.org/10.1177/026540751983617>

Valkenburg, P. M et Jochen, Peter. (2011). « Online communication among adolescents: An integrated model of attraction, opportunities, and risks», *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–127.

WEI, W et al (2019). « Mobil social media use and self-identity among Chinese adolescents: The mediating effect of friendship quality and the moderating role of gender». *Current psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00397->