

Communication en Question

www.comenquestion.com

no 17, Juin / Juillet 2023

ISSN : 2306 - 5184

L'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais.

The stage of privacy on digital social networks by the young people from Abidjan.

TAH Yao Kossonou Jacques

Doctorant en sciences de l'information et de la communication (SIC)

Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Email : jkossou@yahoo.fr

L'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais.

Résumé

La présente étude s'intéresse aux usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) et des réseaux socionumériques par les jeunes abidjanais dans leur vie quotidienne. Cet article s'intéresse spécifiquement aux modes, aux formes et aux règles de communication à l'occasion de l'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais. L'objectif est de comprendre le sens des pratiques d'exposition de soi des jeunes abidjanais sur ces dispositifs de communication de groupe médiatisée par l'informatique. La méthodologie choisie combine les techniques de l'observation participante et l'enquête par guide d'entretien. Cette contribution a permis de mieux saisir les activités menées par ces jeunes dans le cadre de l'exposition de leur vie privée sur les réseaux sociaux numériques. À partir d'une définition anthropologique de la communication qui conçoit la communication comme don et contre-don, nous avons observé que les échanges communicationnels sur les réseaux sociaux numériques chez les jeunes abidjanais s'inscrivent dans l'économie du don. Ces pratiques d'exposition de soi révèlent les changements culturels ainsi que la construction identitaire et le développement des liens sociaux chez les jeunes abidjanais.

Mots-clés : Exposition ; Vie privée ; Réseaux sociaux numériques ; Culture numérique ; Liens sociaux.

2

Abstract

This study focuses on the uses of information and communication technologies (ICT) and social digital networks by young people in Abidjan in their daily lives. It is specifically interested in the modes, forms and rules of communication on the occasion of the exposure of privacy on digital social networks by young people in Abidjan. The objective is to understand the meaning of the practices of self-exposure of young people from Abidjan on these devices of group communication mediated by computers. The chosen methodology combines the techniques of participant observation and survey using an interview guide. This contribution has made it possible to better understand the activities carried out by these young people in the context of the exposure of their private lives on digital social networks. From an anthropological definition of communication which conceives communication as a gift and counter-gift, we have observed that communicational exchanges on digital social networks among young people from Abidjan are part of the gift economy. These practices of self-exposure reveal cultural changes as well as the construction of identity and the development of social ties among young people from Abidjan.

Keywords : Exposure, Private life ; Socio-digital networks ; Digital culture ; Social connection.

Introduction

Les « réseaux sociaux numériques » (Stenger et Coutant, 2011, p.13) sont des dispositifs de « communication électronique de groupe médiatisée par l'informatique » (Proulx, 2004, p.2), connectés à Internet et permettant la publication des contenus par les usagers. Ces réseaux confèrent aux usagers des possibilités de créer un espace personnel de présentation de soi, de nouer des relations avec des personnes, de publier des photos, des vidéos et des textes. Ce sont des « plateformes de communication en réseau dans lesquelles les participants disposent de profils associés à une identification unique qui sont créés par une combinaison de contenus fournis par des amis et des données systèmes » (Ellison, 2011, p.22).

Les plateformes numériques tels que Facebook suscitent un engouement chez les jeunes abidjanais et font, depuis une dizaine d'années, partie intégrante de leur quotidien. Dans les cybercafés, à domicile, au bureau, dans les véhicules, les jeunes abidjanais se connectent sur ces plateformes. Les pratiques d'exposition de la vie privée, qui constituent une forme d'exposition de soi, représentent pour eux une activité importante voire dominante sur ces plateformes (Soumahoro, Bogui et Atchoua, 2020). Les réseaux sociaux numériques sont ainsi devenus des canaux privilégiés de publication des jeunes abidjanais sur leur vie privée.

Le concept de vie privée renvoyant au domaine privé (Arendt, 1958) est perçu comme ce qui est propre, personnel à l'individu. Cependant, cette vie privée habituellement cachée au public est ainsi exposée par les jeunes abidjanais sur les réseaux sociaux numériques.

Les usages des réseaux sociaux numériques sont depuis quelques années l'objet de plusieurs études. En Occident, les études se sont intéressées à l'exposition de soi sur Facebook (Granjon et Denouël, 2010 ; Coutant et Stenger, 2010 ; Kiyindou, 2011), la mise en scène de la vie privée (Balleys et Coll, 2015) et les perceptions de la vie privée des jeunes adultes (Kwok Choon 2016). Ces recherches menées dans le contexte occidental ne permettent pas de comprendre l'exposition de la vie privée sur le Web social en Afrique.

En Côte d'Ivoire, les travaux sur les réseaux sociaux numériques ont porté sur les usages de ces réseaux dans le milieu

éducatif (Koutou, 2012 ; Sehi Bi, 2012), l'usage des réseaux sociaux numériques dans le champ politique (Atchoua 2013 ; Kra, 2020), les écritures de soi (Agoubli, 2018 ; Gnayoro 2018), l'influence des représentations des jeunes émigrés dans les publications sur Facebook (Soumahoro, Bogui et Atchoua 2020), les usages et les pratiques de promotion numérique des destinations touristiques à travers les réseaux sociaux numériques (Adhepeau et Kouassi, 2022). Si quelques études ont porté en Côte d'Ivoire sur les écritures de soi sur ces plateformes numériques, elles ne permettent pas de saisir tout le sens du phénomène d'exposition de soi sur les réseaux sociaux numériques.

Dès lors, la question principale qui guide notre recherche est : de quoi les pratiques d'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques sont-elles symptomatiques ou révélatrices ? Comment les réseaux sociaux numériques participent-ils à l'exposition de la vie privée des jeunes abidjanais ? Les deux (2) questions spécifiques qui guident notre étude se présentent comme suit : Quels sont les déterminants de la mise en scène des jeunes abidjanais dans l'exposition de leur vie privée sur les réseaux sociaux numériques ? Comment se matérialisent les changements culturels et les processus de constructions identitaires et des liens sociaux dans cette exposition de leur vie privée sur le Web social ?

4

L'objectif principal de la présente étude est de comprendre les pratiques d'exposition de la vie privée des jeunes abidjanais sur les réseaux sociaux numériques. De manière spécifique, cette recherche vise à identifier les déterminants de la mise en scène de leur vie privée des jeunes abidjanais sur les réseaux sociaux numériques. Elle cherche ensuite à analyser les changements culturels ainsi que les processus de construction identitaire et liens sociaux provoqués par cette exposition de leur vie privée sur le Web social.

La présente étude s'articule autour de trois parties. La première partie présente le positionnement théorique, la deuxième expose les matériels et méthodes et la dernière est consacrée aux résultats et à la discussion.

1.- Positionnement théorique

Notre étude convoque le champ scientifique de l'anthropologie de la communication développée par Winkin (2001)

et Bahi (2016). L'anthropologie de la communication considère que la communication est constituée de comportements verbaux et non verbaux, c'est-à-dire qu'elle n'est pas faite seulement de paroles mais également de gestes et de comportements. L'anthropologie de la communication permet d'étudier les pratiques d'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques dans la mesure où notre travail s'appuie sur une conception élargie de la communication.

Elle repose sur la définition de la communication comme « une forme d'économie du don qui s'étend à toute la société » (Winkin, 2001, p.267). Pour lui, les notions sociales fondamentales de don et de contre-don sont inscrites au cœur du sens le plus ancien de communication qui est celui de partage, de mise en commun, de communion. Pour Winkin (2001, p.267), « communiquer, ce serait non seulement partager, mais, « faire commerce », au sens où l'on veillerait à l'équilibre des échanges. Communiquer revient à donner, recevoir et rendre. Dès lors, « participer à la communication, c'est entrer dans l'économie archaïque du « donner-recevoir-rendre », même si en apparence il ne s'agit que d'échanger des informations » (Winkin, 2001, p.267). Nous postulons que les échanges communicationnels dans le cadre de l'exposition de la vie privée sur les plateformes numériques s'inscrivent dans l'économie du don.

2.- Matériels et méthodes

Les techniques de recherche choisies pour mener à bien cette étude sont les suivantes : l'observation et l'enquête par guide d'entretien. La méthodologie combine l'ethnographie classique et l'ethnographie sur les plateformes numériques. Elle s'appuie ainsi sur l'ethnographie du virtuel (Berry, 2012) et la netnographie (Kozinets, 2010). Dans cette perspective, l'étude est qualitative, compréhensive et inductive.

Le terrain de l'étude est la capitale économique de la Côte d'Ivoire, Abidjan et l'enquête a eu lieu dans les communes de Yopougon, Abobo, Cocody, Adjamé et Koumassi. L'étude est centrée principalement sur les réseaux sociaux numériques Facebook et Instagram. Le choix de ces plateformes se justifie par le fait que les jeunes abidjanais enquêtés sont présents au quotidien sur leurs profils de RSN, Facebook et Instagram. En outre, ces

plateformes de Web social sont des espaces sur lesquels les jeunes exposent leur vie privée de manière récurrente.

L'étude a porté précisément sur trente-cinq (35) jeunes dont seize (16) femmes et dix-neuf (19) hommes, âgés de 19 à 35 ans résidant dans le District d'Abidjan et issus de différentes catégories socioprofessionnelles (élèves, étudiants, travailleurs ou sans-emploi). Elle a duré de septembre 2019 à décembre 2022.

L'enquête s'est déroulée dans des milieux d'interconnaissance (Beaud et Weber, 2010) et les enquêtés ont été sélectionnés selon « le principe d'arborescence ». Cette technique a permis de contacter les nouveaux enquêtés à partir des précédents enquêtés. Le milieu d'interconnaissance désigne un ensemble de personnes en relation directe les unes avec les autres ou qui disposent les unes sur les autres d'un certain nombre d'informations nominales (Beaud et Weber, 2010, p.275). L'observation participante a consisté à créer des comptes sur Facebook et Instagram. Ensuite, nous avons envoyé des demandes d'amis à nos enquêtés afin d'observer leurs publications. Enfin, nous avons été amené à faire des publications et à commenter celles de nos enquêtés.

6

La combinaison de l'observation participante sur les réseaux sociaux numériques à l'aide d'un guide d'observation et l'enquête par guide d'entretien en face à face avec les enquêtés ont permis de mieux saisir les activités menées par les jeunes abidjanais dans le cadre de l'exposition de leur vie privée sur les plateformes numériques. L'analyse qualitative des données a permis d'obtenir les résultats suivants.

3.- Résultats et discussions

Cette recherche vise à identifier les déterminants de la mise en scène de la vie privée des jeunes abidjanais sur les réseaux sociaux numériques. Elle cherche ensuite à analyser les changements culturels ainsi que les processus de construction identitaire et des liens sociaux provoqués par cette exposition de leur vie privée sur le Web social.

3.1.- La mise en scène de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques

La mise en scène de la vie privée des jeunes abidjanais sur les plateformes numériques s'effectue sous la forme de dons et contre-dons. La communication sur les réseaux sociaux numériques apparaît comme un échange libre et gratuit d'images, de messages textuels et de vidéos. Ces échanges ont lieu selon le système du don qui se décline sous la forme du donner, recevoir et rendre.

3.1.1.- La publication sous la forme de dons

Les publications quotidiennes sur la vie privée des jeunes abidjanais sur les réseaux sociaux numériques s'effectuent à travers des photographies, des messages textuels ou des vidéos sous la forme de dons. Ces publications quotidiennes portent sur plusieurs facettes de leur vie privée. Elles constituent une sorte de narration de leur vie quotidienne. Le cadre domestique, les sorties-détente, les célébrations d'anniversaires de naissance, les fêtes, les liens affectifs, la vie professionnelle, la vie religieuse, l'état de santé concernant les jeunes abidjanais sont exposés.

Dans ce processus d'exposition de soi, les publications photographiques sont les plus dominantes. Les photos publiées par les jeunes abidjanais sur Facebook ou Instagram sont faites soit par les jeunes eux-mêmes à travers des *selfies*¹ soit par leurs amis. Dans les publications photographiques, le corps occupe une place importante. Il est présenté parfois dans sa dimension érotique. Cette présentation de soi à travers des images du corps exprime la présence de l'internaute dont le corps ne disparaît pas mais est exposé comme preuve de téléprésence². L'image confirme ainsi la présence de la personne et donne une impression de présence réelle. L'image 1 expose la photo d'enquête prise par *Selfie* lors d'une retraite.

¹ Autoportraits photographiques faits par l'utilisateur à l'aide d'un smartphone ou d'une tablette tenue à bout de bras.

² Concept technologique qui permet à une personne ou un groupe de personnes d'interagir et de communiquer avec d'autres sans être physiquement présents au même endroit. Cette interaction se fait généralement via ses systèmes audiovisuels et informatiques (caméras, microphones et écrans).

L'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais.

Image 1 : Capture d'écran d'une publication de *Selfie* publiée le 5 septembre 2019



Source : Compte Instagram de Francis

8

Les échanges de photos, de textes et de vidéos fonctionnent sous « une forme désintéressée et obligatoire en même temps » (Mauss, 2012, p.126). Comme l'obligation de donner dans les échanges de dons dans les sociétés primitives, l'obligation de publier pèse sur les jeunes abidjanais dans les échanges sur leur vie privée. Pour Bourdieu (2003, p.285), « le don s'exprime dans le langage de l'obligation, car il crée des obligations ». Publier, c'est donner, partager. Publier, c'est s'engager à participer à la communication sur les réseaux sociaux numériques. Les jeunes abonnés des plateformes numériques doivent publier car ne pas publier, c'est disparaître des plateformes. Pour les jeunes, il faut publier pour éviter que le profil soit sans informations car un profil sans publication crée de l'ennui, de la monotonie chez les personnes qui le visitent.

L'exposition de leur vie privée constitue une occasion pour les jeunes abidjanais de donner leurs nouvelles, d'informer leurs amis sur les réseaux sociaux numériques. Armand publie ses photos avec ses amis pour informer sur les bons moments qu'il passe avec les autres. « c'est juste pour informer, pour partager les bons moments que je passe avec les autres ». L'exposition parfois

excessive de soi sur les réseaux sociaux numériques permettent aux jeunes abidjanais faire le *buzz*³, afin d'attirer l'attention des autres internautes et susciter des réactions à travers des émoticônes et des commentaires et même faire parler d'eux dans les échanges hors ligne. Sylvie qui publie beaucoup de photos, de commentaires, évoque cela en ces termes : « Ça permet de faire un buzz pour que les gens puissent parler de toi. »

Tout comme la « coprésence » (Winkin, 2001, p.271), la téléprésence met l'individu dans l'obligation d'entrer dans la performance, de publier afin d'entrer en communication. Être en téléprésence oblige à participer à la communication en publiant sur la vie privée. Refuser de publier sur ces plateformes, c'est refuser de communiquer, c'est refuser de partager, d'être en communion avec les autres par ce canal.

3.1.2.- Les interactions entre producteurs de contenus et internautes

Sur les plateformes numériques, les réactions constituent la deuxième étape du système du don, à savoir recevoir les dons faits par les jeunes en publiant des facettes de leur vie privée. Les jeunes reçoivent les publications de leurs amis à travers les émoticônes, les commentaires et les partages à la suite des publications de leurs amis. Le public participe du processus de publicisation. C'est le public qui donne sens au processus d'exposition de la vie privée sur les plateformes numériques. Les publications des jeunes sur leur vie privée sous la forme de dons sont reçues par leurs réseaux d'amis sur les plateformes numériques à travers plusieurs signes pour indiquer que les dons sont reçus. Ces signes sont les émoticônes dont les plus utilisés sont les mentions « j'aime », les « commentaires » ou les « partages ».

Les réactions peuvent s'effectuer en mode synchrone ou asynchrone. En mode synchrone, les jeunes, en téléprésence, sont connectés au même moment sur les plateformes numériques. Même s'ils ne se voient pas directement, ils sentent la présence l'un de l'autre. Comme dans la communication en coprésence ou téléphonique, ils échangent l'un après l'autre. En mode asynchrone,

³ C'est un terme anglais qui signifie bourdonnement. On l'emploie généralement dans le sens de faire de bruit autour de soi ou faire parler de soi.

les échanges s'effectuent avec un intervalle de temps plus ou moins long.

La plupart des jeunes ont déclaré se connecter régulièrement sur les plateformes numériques pour « *s'affairer* »⁴. D'autres ont déclaré ils commentent, utilisent les émoticônes pour indiquer qu'ils ont vu les publications de leurs amis et qu'ils les apprécient.

Plusieurs normes et règles sont en vigueur lors des échanges sur les plateformes numériques. En fait, l'obligation de recevoir pèse sur les jeunes internautes car ne pas recevoir, c'est ignorer la publication de l'autre, son don et sa personne-même, c'est éviter d'entrer en communion avec l'autre, c'est éviter l'empathie, c'est éviter de partager le bonheur ou de compatir au malheur de l'autre. En refusant de recevoir, on refuse d'entrer en contact avec les autres.

C'est pourquoi, certains jeunes menacent à travers des messages de supprimer de la liste d'amis ceux qui ne réagissent pas à leurs publications. Dans certains groupes créés par des administrateurs, ces derniers menacent parfois avec un peu d'humour de supprimer les membres des réseaux qui observent les publications des autres sans réagir ni par des *likes*, ni par des commentaires ou des partages. Cette stratégie vise à interpeller ceux qui ne prouvent qu'ils ont reçu ou qui ne rendent par des publications.

Pour Mauss (2012, p.149), « tout don doit être accepté et même loué ». Ce faisant, on s'engage dans l'interaction avec l'autre. On accepte d'échanger avec l'autre. De même que « la coprésence physique entraîne une obligation d'entrer dans la performance » (Winkin, 2001, p.271), la téléprésence entraîne une obligation de recevoir les publications de l'autre. Les pratiques d'exposition de soi performent ainsi la culture à travers les dons et les contre-dons. L'image 2 affiche la photo d'une enquêtée publiée à l'occasion de la célébration de son anniversaire.

⁴ Expression utilisée dans le langage populaire ivoirien pour désigner s'informer, s'immiscer dans la vie privée d'autrui.

Image 2 : Capture d'écran d'une publication de dons publiée le 13 novembre 2020



Source : Compte Facebook de Sylvie

3.1.3.- La publication des contre-dons

Les publications de photos ou de textes sur leur vie privée reçus par les jeunes sous la forme de dons sont rendues par des publications similaires. Ces publications portent sur les sorties-détentes, les repas pris, la vie sentimentale, professionnelle ou religieuse, l'état de santé des jeunes ou de leurs proches. Les publications comme contre-don sont les publications faites par les récepteurs des publications antérieures.

L'obligation de rendre les publications reçues est une contrainte tout comme l'obligation de publier une information sur les réseaux sociaux numériques. En agissant ainsi, on démontre la volonté de rester en contact avec la personne. Ne pas donner des informations comme ne pas rendre les publications signifie que l'on est inexistant, inactif sur les plateformes. Rendre par des publications sur sa vie privée, c'est la logique qui prévaut sur les plateformes numériques comme Facebook ou Instagram. L'obligation de rendre est à l'œuvre au cours des commentaires. Lorsque les jeunes commentent les publications de leurs amis, ces

L'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais.

derniers réagissent à leur tour par des commentaires lorsque ceux-ci publient des informations sur leur vie privée. L'obligation de rendre les dons va de pair avec la liberté de ne pas rendre. Les jeunes publient afin d'éviter d'avoir un profil sans nouvelles publications. Sandrine : « Je mets un peu mon Facebook à jour, c'est-à-dire je peux mettre un statut ou bien mettre une nouvelle photo. Finalement, Facebook, quand il n'y a de nouvelles photos, tu t'ennuies un peu. »

La sanction de l'obligation de réagir avec des commentaires est la disparition de la plateforme numérique de manière temporaire ou définitive. Ne pas rendre est synonyme de disparition de la plateforme. En effet, il arrive qu'un jeune ne publie pas des informations pendant une période donnée avant de recommencer à faire des publications. Certaines personnes menacent de supprimer de la liste d'amis ceux qui ne publient pas d'informations à leur tour.

La publication des jeunes sur leur vie privée est caractérisée par le principe de liberté. La liberté étant une « valeur essentielle de la circulation du don dans les réseaux » (Godbout, 2000, p.28). Il s'agit en fait d'une obligation mêlée de liberté. Les jeunes sont libres de publier mais il y a une forme de contrainte liée à la logique du don. Mauss affirme que « le retour peut ne pas exister, et que ce risque est même une condition nécessaire pour que le don existe : qu'il soit incertain » (Godbout, 2004, p.10). La norme de réciprocité dans les contre-dons peut être opérante. Cette norme en vigueur sur les plateformes exige que les dons reçus soient rendus. Ce faisant, on démontre la volonté de rester en contact avec la personne. Ne pas donner comme ne pas rendre signifie que l'on est inexistant, inactif sur les plateformes. L'exposition de la vie privée des jeunes abidjanais s'effectue donc sous la forme de dons et de contre-dons.

12

3.2.- Entre changements culturels, construction identitaire et lien social sur les réseaux sociaux numériques

Les pratiques d'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques révèlent les changements socioculturels, les logiques de construction identitaire et de développement du lien social chez les jeunes abidjanais.

3.2.1- L'exposition de la vie privée et changements culturels

L'exposition de la vie privée des jeunes abidjanais révèle des changements socioculturels chez les jeunes abidjanais. En outre, on observe chez les jeunes abidjanais un développement de nouvelles formes de communication. L'interaction s'effectue à travers les publications et des échanges qui se font en une fraction de seconde. Les pratiques d'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques relèvent de la communication numérique. Cette communication s'exprime à travers les images photographiques, les textes et les vidéos que les internautes s'échangent sur les plateformes numériques. Pour Marcocchia (2016, p.15), « la communication numérique renvoie à toute forme d'échange communicatif dont les messages sont véhiculés par des réseaux télématiques, c'est-à-dire basés sur la combinaison de l'informatique et des télécommunications, du minitel à la téléphonie mobile, en passant par l'internet ».

Les pratiques d'exposition de la vie privée des jeunes abidjanais révèlent leur culture numérique. Fluckiger (2008, p.51) définit la culture numérique comme « l'ensemble de valeurs, de connaissances et de pratiques qui impliquent l'usage d'outils informatisés, notamment les pratiques de communication médiatique et culturelle, de communication et d'expression de soi ». La culture numérique qui s'exprime à travers l'usage des plateformes numériques est une culture populaire entendue comme la culture des gens ordinaires. L'inscription sur Facebook et Instagram étant gratuite, tout internaute peut créer un compte sur ces réseaux sociaux numériques. En permettant à des jeunes de développer de nouvelles valeurs et de nouvelles normes, les plateformes agissent comme des « entrepreneurs de morale » (Becker, 1985). Ces plateformes contribuent à la transmission de la culture numérique. Elles véhiculent de nouvelles valeurs et des normes sociales, de nouvelles conduites et de nouveaux comportements.

3.2.2- Les réseaux sociaux numériques comme lieux de construction identitaire

Les réseaux sociaux numériques apparaissent comme des lieux de construction identitaire. Le processus de construction

L'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais.

identitaire des jeunes s'appuie sur leurs identités numériques construites sur les plateformes digitales. L'identité numérique est « une coproduction où se rencontrent les stratégies des plateformes et les tactiques des utilisateurs » (Cardon, 2008, p. 98). L'identité se construit au fur et à mesure de l'activité de l'internaute sur les réseaux sociaux numériques.

Les réseaux sociaux numériques sont des supports de construction identitaire pour les jeunes abidjanais. L'inscription sur les réseaux sociaux numériques se présente comme un phénomène de mode. La plupart des jeunes abidjanais enquêtés utilisent Facebook et Instagram pour être à la mode. Ils veulent ainsi s'adapter à la tendance du moment. Pour la plupart des jeunes abidjanais, le fait d'être sur les réseaux sociaux numériques leur permet d'« être à la page » et d'« être mieux vu ». Cela donne un sentiment de fierté qui renforce l'estime que les jeunes ont d'eux-mêmes.

Les publications des jeunes abidjanais sur Facebook ou Instagram sur leur vie privée permettent de véhiculer une image positive de soi. Les jeunes publient des aspects de leur vie privée qui contribuent à la construction positive de soi. En s'exposant sur *Facebook* ou *Instagram*, les jeunes construisent leurs identités sous une forme narrative qui part de la constitution de leurs profils aux réactions qui font suite à leurs publications sur leur vie quotidienne.

Les émoticônes, les commentaires et les partages contribuent à la construction identitaire. Les émoticônes « *j'aime* », « *j'adore* » abondamment utilisés et les commentaires « *bien habillé* », « *très belle photo* », « *tu étais très chic* », « *cool* », « *joyeux anniversaire* » expriment l'image positive que les jeunes ont de leurs amis et confèrent un plaisir à l'abonné. Ces commentaires traduisent l'amitié, la sympathie que leurs amis ont pour eux. Ils contribuent à augmenter l'estime de soi. Ces comportements verbaux et non verbaux contribuent ainsi à la construction identitaire des jeunes abidjanais sur les réseaux sociaux numériques.

3.2.3.- L'exposition de la vie privée et construction de liens sociaux

Les pratiques d'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques construisent des liens sociaux. Les jeunes sentent un besoin d'être ensemble avec leurs amis, d'échanger et de

partager leurs expériences de vie quotidienne. Se retrouver avec des personnes qui leur ressemblent et avec lesquelles ils partagent les mêmes goûts, les mêmes aspirations, les mêmes désirs, les mêmes expériences, les mêmes rêves. La quête d'un renouveau de communications, de contacts, d'échanges, de partage, de rencontres, d'affection, d'amour, d'identité.

Ces pratiques de communication sur les réseaux sociaux numériques permettent de créer des communautés virtuelles. Une communauté virtuelle désigne un lien d'appartenance se constituant parmi les membres d'un collectif d'utilisateurs d'un forum, d'un chat, d'une liste de discussion (Proulx, 2004). En réalité, il s'agit de communautés virtuelles qui représentent pour les jeunes enquêtés, la naissance des familles virtuelles. Les pratiques d'exposition de soi favorisent les échanges interculturels dans un contexte de mondialisation. « Ces nouvelles formes de communication électronique commencent à créer des voisinages virtuels qui ne sont plus limités par le territoire » (Appadurai 2013, p.279).

Les jeunes partagent le sentiment d'appartenir à une grande famille, à une grande communauté, à un village planétaire. Ce désir de se faire de nouveaux amis ou de créer de nouveaux contacts avec des personnes inconnues dans la vie réelle traduit une volonté de reliance sociale. Les réseaux sociaux numériques apparaissent ainsi comme des activateurs de réseaux de contacts. La visibilité permise par ces réseaux sociaux numériques favorise la mise en contact de personnes. Interconnectés, les utilisateurs des réseaux sociaux numériques forment une communauté qui échange régulièrement des contenus sur leur vie privée qu'ils considèrent intéressants pour leurs amis.

Les pratiques des jeunes semblent favoriser la prolifération de « tribus » (Maffesoli, 2019) où se manifeste une sorte de « tribalisme postmoderne » (Maffesoli, 2011). Le monde des jeunes est caractérisé par des tribus (non au sens ethnique) mais au sens de communauté d'émotion, de développement d'un lien communautaire nouveau, avec leurs signes de reconnaissance, leurs territoires et qui forment un ethos (Maffesoli, 2019). Ces jeunes développent un être ensemble, ce que Schütz (2006) appelle la « syntonie ». En effet, les jeunes recherchent la jouissance, l'orgiasme (mélange d'orgie et de jouissance) et l'émotion partout où ils le peuvent, avec une grande liberté dans les cercles affinitaires

L'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais.

de leur choix. L'être ensemble ne s'effectue plus seulement dans la vie réelle, il se réalise grâce aux réseaux sociaux numériques.

Conclusion

La présente étude a permis de dégager les déterminants de l'exposition de la vie privée de jeunes abidjanais sur les réseaux sociaux numériques Facebook et Instagram. Elle repose sur la définition de communication comme économie du don où la communication est de l'ordre du donner-recevoir-rendre. De ce fait, les échanges communicationnels relatifs à l'exposition de soi des jeunes abidjanais sur les réseaux sociaux numériques s'effectuent sous la forme de dons et de contre-dons. Ils se présentent sous la forme du donner, recevoir et rendre. Les uns donnent à leurs amis à travers la publication de leurs photographies et des textes sur leur vie privée. Les autres reçoivent ces publications à travers des signes et les rendent à leur tour par des publications similaires. Ces comportements verbaux et non-verbaux s'expliquent selon les jeunes enquêtés par une volonté de donner de leurs nouvelles, de rester en contact avec leurs amis et de se distraire.

16

Ces pratiques d'exposition de soi sont révélatrices de changements socioculturels importants. D'une part, les changements culturels s'articulent autour de développement de nouvelles formes de communication fondées sur un usage abondant des photographies, de messages textuels et de vidéos. Ces pratiques communicationnelles permettent l'éclosion d'une culture numérique. D'autre part, ces pratiques contribuent à la construction identitaire et de développement de liens sociaux chez les jeunes abidjanais. Les réseaux sociaux numériques, à travers les pratiques ritualisées d'exposition de la vie privée, sont donc des lieux d'expression culturelle, de construction identitaire et de liens sociaux.

Bibliographie

Adhepeau, J. L. M. et Kouassi, B. C. (2022). Réseaux socionumériques et promotion des destinations par les organisations de Marketing des Destinations (OMD) en Afrique subsaharienne. Une étude de Côte d'Ivoire Tourisme et de l'Agence

sénégalaise de promotion du tourisme (ASPT). *Revue Communication en question*, 16, 63-83.

Agoubli, P.-H. (2018). De l'intime à l'extime, du journal intime au profil Facebook (p. 45-62). Dans O. Goré et P.-H. Agoubli (Dir.). *Les Réseaux sociaux en ligne*. Paris, France : L'Harmattan.

Appadurai, A. (2013). *Condition de l'homme global*. Paris, France : Éditions Payot.

Atchoua, N. J. (2013). Usages des réseaux sociaux numériques et sens de la communication politique en Côte d'Ivoire. *Nodus sciendi*, Vol. spécial, 2, Repéré sur : www.nodusciendi.net/publication3.php.

Arendt, H. (1958). Condition de l'homme moderne (p.51-323). Dans H. Arendt (Dir). *L'Humaine condition*. Paris, France : Gallimard.

Bahi, A. (2016). *Anthropo-logiques de la communication : Pour une approche anthropologique de la communication et des changements sociaux*. Douala, Cameroun : Langaa RPCID.

Balleys, C. et Coll, S. (2015). La mise en scène de la vie privée en ligne par les adolescents. *RESET*, 4, Repéré sur <http://reset.revues.org/547>

Beaud, S. et Weber, F. (2010). *Guide de l'enquête de terrain*. Paris, France : La Découverte.

Berry, V., (2012). Ethnographie sur Internet : rendre compte du « virtuel ». *Les Sciences de l'éducation- Pour l'Ère nouvelle*, Vol. 45(4), 35-58.

Becker, S. H. (1985). *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*. Paris, France : Métailié.

Bourdieu, P. (2003). *Méditations pascaliennes*. Paris, France : Éditions du Seuil.

L'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais.

Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0. *Réseaux*, 152, 93-137.

Coutant, A. et Stenger, T. (2010). Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Vol.1, 45-64.

Certeau, M. D. (1990). *L'invention du quotidien*. 1. *Arts de faire*. Paris, France : Gallimard.

Ellison, N. (2011). Réseaux sociaux, numérique et capital social. *Hermès*, 59, 21-23.

Fluckiger, C. (2008). L'école à l'épreuve de la culture numérique des élèves. Dans *Revue française de pédagogie*, 163, 51-61. Repéré à : <http://journals.openedition.org/rfp/978>

Gnayoro, J. F. R. (2018). L'image et l'écriture de soi à travers les réseaux sociaux en ligne (p.161-179). Dans O. Goré et P.-H. Agoubli (Dir.). *Les Réseaux sociaux en ligne*. Paris, France : L'Harmattan.

Godbout, T. J. (2000). *Le don, la dette et l'identité*. Montréal. Canada : Éditions La Découverte.

Godbout, T. J. (2004). Actualité de l'Essai sur le don. *Revue Sociologie et sociétés*, Vol. 36(2), 177-188.

Granjon, F. et Denoël, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, Vol. 1, 25-43.

Kra, R. K. (2020). Réseaux sociaux, nouveaux baromètres de l'action politique en Côte d'Ivoire (p.35-52). Dans J. N. Atchoua, J.J. Bogui et S. Diallo (Dir.). *Technologies numériques et sociétés africaines*. London, Angleterre : ISTE Editions.

Kiyindou, A. (2011). Réseaux socio-numériques et solidarités. *Hermès*, 59, 117-122.

Koutou, N. C. (2011). Usages des réseaux sociaux par les apprenants en Côte d'Ivoire. Repéré sur <http://www.ernwaca.org/Panaf/ela2011/koutou-PanAf-elA2011.pdf>.

Kozinets, R. (2010). *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*. London, United Kingdom : SAGE Publications.

Kwok Choon, M. J. (2016). *Les perceptions de la vie privée des jeunes adultes liées à leurs pratiques et usages des réseaux socio-numériques. Le paradoxe de la vie privée revisitée*. (Thèse de Doctorat en communication), Université de Québec.

Maffesoli, M. (2011). Tribalisme postmoderne. *Revue Sociétés*, 112, 7-16.

Maffesoli, M. (2019). *Le Temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes* (2^e édition).. Paris, France : Édition de la Table Ronde.

Marcoccia, M. (2016). *Analyser la communication numérique écrite*. Paris, France : Armand Colin.

Mauss, M. (2012). *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques* (2^e édition). Paris, France : Presses universitaires de France,

Mian, B. S. A. (2012). Usages de Facebook pour l'apprentissage par des étudiants de l'Institut Universitaire d'Abidjan (IUA). Repéré sur <http://www.adjectif.net>.

Proulx, S. (2004). Les communautés virtuelles construisent-elles du lien social ?, *Actes du colloque international sur « L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et de médiations de l'organisation*, 19 au 20 novembre 2004, Université Jean-Moulin, Lyon.

L'exposition de la vie privée sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes abidjanais.

Schütz, A. (2006). Faire de la musique ensemble. Une étude des rapports sociaux. *Sociétés*, 93, 15-28.

Soumahoro, S., Bogui, J-J. et Atchoua, J. (2020). Représentation des émigrés dans Facebook : quelle influence sur les jeunes malinké d'Anyama. *SLC*, 14, 272-288.

Stenger, T. et Coutant, A. (2011). Introduction. *Hermès* 59, 9-17.

Winkin, Y. (2001). *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*. Paris, France : Éditions du Seuil.