

Communication en Question

www.comenquestion.com

no 18, Novembre / Décembre 2023

ISSN : 2306 - 5184

**Usage des réseaux sociaux numériques
et pertinence des messages dans la
lutte contre le VIH/SIDA chez les
jeunes abidjanais.**

*Use of digital social networks and relevance of
messages in the fight against HIV/AIDS among
young people in Abidjan.*

1

KONAN Kouacou Fabrice

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

Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Email : fabricekonankouacou@gmail.com

Usage des réseaux sociaux numériques et pertinence des messages dans la lutte contre le VIH/SIDA chez les jeunes abidjanais.

Résumé

Ce présent travail a pour objectif de déterminer l'efficacité des actions de sensibilisation sur le VIH/SIDA à travers l'usage des réseaux sociaux numériques (RSN) sur la jeunesse Abidjanaise. Face au regain de nouvelles infections au VIH/SIDA chez les jeunes en Côte d'Ivoire, les différents acteurs de la lutte contre le VIH/SIDA usent de stratégies et d'approches pour sensibiliser les jeunes sur les comportements à risques dans l'optique de réduire le taux de prévalence estimé à 1.94% (Spectrum2022). Les réseaux sociaux numériques ne sont pas suffisamment mis à contribution dans la sensibilisation des jeunes. Les théories de la diffusion des innovations d'Everett Rogers et celle de la pertinence de Sperber et Wilson ont été mises à contribution par le concours d'une méthodologie mixte basée sur deux méthodes a été utilisée à savoir la méthode qualitative et quantitative. Il ressort que 51,20% de jeunes filles et 48,80% de jeunes hommes ne connaissent pas les symptômes du VIH/SIDA. Aussi, les réseaux sociaux numériques sont utilisés à 16,70% contre 44,00% pour la télévision. 60,20% des jeunes ne connaissent pas les plateformes numériques de discussion, et les enquêtés de sexe masculin préfèrent les rapports sexuels non protégés soit 57,10% contre 42,90% pour les enquêtés de sexe féminin.

Mots-clés : Réseaux sociaux numériques (RSN), Campagnes de sensibilisation, VIH/SIDA, Jeunesse Abidjanaise, TIC.

2

Abstract

The aim of this study is to determine the effectiveness of HIV/AIDS awareness campaigns using digital social networks (DSNs) among young people in Abidjan. Faced with the resurgence of new HIV/AIDS infections among young people in Côte d'Ivoire, the various players in the fight against HIV/AIDS are using strategies and approaches to raise awareness among young people about risky behaviour with a view to reducing the prevalence rate, estimated at 1.94% (Spectrum2022). Digital social networks are not sufficiently used to raise awareness among young people. Everett Rogers' theory of the diffusion of innovations and Sperber and Wilson's theory of relevance were used in conjunction with a mixed methodology based on two methods: qualitative and quantitative. It emerged that 51.20% of young girls and 48.80% of young men were unaware of the symptoms of HIV/AIDS. Also, digital social networks are used by 16.70% compared with 44.00% for television. 60.20% of young people were not familiar with digital discussion platforms, and 57.10% of male respondents preferred unprotected sex, compared with 42.90% of female respondents.

Keywords : Digital social networks (DSN) ; Awareness campaigns ; HIV/AIDS ; Abidjan youth ; ICT.

Introduction

La Côte d'Ivoire, tout comme les autres pays d'Afrique subsahariens n'est exempté de l'épidémie du VIH/SIDA. Malgré les progrès majeurs accomplis dans la lutte contre le VIH, l'épidémie fait encore peser de graves menaces sur la santé publique dans toutes les régions du continent. Face à la persistance de la maladie, la communauté internationale s'est engagée à mettre fin à l'épidémie du sida en tant que menace pour la santé publique d'ici à 2030 une cible ambitieuse du Programme de développement durable à l'horizon 2030 adopté par l'Assemblée générale des Nations Unies en septembre 2015 (ONU, 2016).

En Afrique de l'Est et Australe, l'ONUSIDA (2021) estime que les personnes vivantes avec le VIH sont près de 20,6 millions. En Côte d'Ivoire, selon le Programme National de Lutte contre le Sida (PNLS), avec un chiffre estimé de 428.827 personnes vivant avec le VIH et une prévalence du VIH chez les 15-49 ans estimée à 2,39% en fin 2019, PNLS (2020).

Des actions de lutte pour faire face au VIH/SIDA ont été menées pour ralentir l'avancée de la maladie. Des sensibilisations sur le port du préservatif, la fidélité, l'abstinence et le test de dépistage sont menées vers les populations. Ces actions ont pu être mises en place par le concours de la communication. Pour ce faire, dans leur réflexion, Rice et Atkin (2001), estiment que dans le cadre de la santé, la communication reste un des moyens principalement utilisés par les pouvoirs publics quand ils souhaitent modifier des comportements, ou attitudes néfastes chez les populations. De ce fait, il convient d'élaborer des campagnes de communication pour la santé. Pour Koné & Sy (1995), la communication est un véritable outil de développement. Son objectif est de transmettre grâce à un dispositif médiatique, des informations à des publics cibles dans le but de créer, de renforcer ou de modifier certaines conduites susceptibles

d'instaurer des comportements davantage bénéfiques pour la santé.

La sensibilisation comme moyen de prévention nécessite l'élaboration de messages adéquats répondants aux besoins des populations cibles. À ce titre, dans ce cadre de communication pour la santé et la question du changement de comportement, Bahi (2006) suggère une description du processus d'élaboration des campagnes en communication. Avec l'avènement des TIC, l'internet a vu naître les réseaux sociaux numériques. L'internet permet aux jeunes d'être en contact avec le monde virtuel. Les acteurs de la lutte contre le VIH/SIDA ont investi le Web social pour diffuser des messages de sensibilisation. Suite aux différentes actions entreprises, nous assistons à la faible adoption de pratiques sexuelles saines des jeunes face au VIH/SIDA. Cette recherche vise à déterminer l'impact des messages diffusés à travers les réseaux sociaux numériques sur les comportements sexuels des jeunes en Côte d'Ivoire pendant les campagnes de lutte contre le VIH/SIDA.

4

Pour mener à bien cette étude, la démarche est subdivisée en deux grandes parties. La première partie porte sur le contexte, la problématique et les aspects théoriques puis méthodologiques tandis que la deuxième est consacrée à la présentation et à la discussion des résultats.

1.- Contexte et problématique

Le VIH/SIDA véritable problème de santé publique persiste toujours dans les communautés. Face à la recrudescence de cette maladie, plusieurs campagnes de sensibilisations sont menées auprès des populations afin de les sensibiliser sur les pratiques saines. La réduction véritable de nouvelles infections du VIH/SIDA et l'atteinte de l'objectif « Progresser vers les cibles 90-90-90 » comme le préconise l'ONUSIDA (2014) passe par une campagne de sensibilisation des populations en utilisant

tous les moyens intellectuels, matériels et technologiques nécessaires.

Dans le cas de cette étude, nous allons nous intéresser aux usages des TIC et plus précisément des RSN dans la lutte contre le VIH/SIDA à Abidjan. Pour Castells (1998), la définition de la technologie sous-entend l'utilisation de connaissances scientifiques pour déterminer les façons de faire les choses de manière reproductible. Avec l'avènement des TIC, les jeunes sont plus en contact permanent avec le monde virtuel que le monde physique. Selon Digital-Mag (2023) la Côte d'Ivoire compte 12,94 millions d'internautes avec un taux de pénétration d'Internet de 45,4 %. De même, le pays compte 5,10 millions d'utilisateurs de médias sociaux soit 17,9 % de la population totale et 41,41 millions de connexions mobiles cellulaires actives au total en Côte d'Ivoire au début de 2023, soit 145,2 % de la population totale.

Ce monde virtuel est un canal efficace pour sensibiliser les jeunes contre le VIH/SIDA. Les nouveaux médias et principalement le Web social a été utilisé dans le cadre des campagnes de sensibilisation sur la maladie à l'endroit des populations jeunes en Côte d'Ivoire. Il s'agit notamment de Facebook, YouTube, et Instagram. Ces médias par leur spécificité de facilité d'interaction immédiate permettent aux jeunes d'interagir avec les administrateurs des plateformes.

La situation du VIH demeure préoccupante. En effet, dans son rapport l'ONUSIDA (2022) estimait qu'en 2021 environ 38.4 millions de personnes vivaient avec le VIH/SIDA dans le monde.

Se rapportant à la Côte d'Ivoire, le PNLS (2020, p.11) conçoit que:

« Les nouvelles infections par le VIH tous âges confondus étaient estimées à 12.187 en 2019, dont 7.211 femmes soit 59,1% avec une forte prédominance chez les femmes

Usage des réseaux sociaux numériques et pertinence des messages dans la lutte contre le VIH/SIDA chez les jeunes abidjanais.

concernant les nouvelles infections. L'analyse de la répartition des nouvelles infections selon l'âge et le sexe montre que 62% surviennent chez les 25 ans et plus, 15% chez les 20-24 ans, 8% chez les adolescents de 15-19 ans et 15% chez les 0-14 ans ».

Cette recrudescence d'infection chez les jeunes suscite des interrogations quant à leurs pratiques sexuelles et de même aux méthodes préventives qui leur sont diffusées lors des campagnes. La sensibilisation comme moyen de prévention nécessite l'élaboration de messages adéquats répondants aux besoins des populations cibles. Les supports de communication, les canaux et l'ensemble des moyens mis en œuvre doivent être à la mesure du public cible et des objectifs qu'on se propose d'atteindre. En effet, au début de l'épidémie la stratégie d'alors utilisée était l'IEC. De même, pour Dramé (2013) des actions et activités d'information, éducation et communication (IEC) initiées depuis les années 1990 et plus tard, de communication pour le changement de comportement (CCC) sont mises en œuvre en Côte d'Ivoire par le Ministère de la Santé avec la création d'un Service National IEC qui élabore la politique nationale d'IEC en matière de santé. Eu égard de l'indispensabilité de l'outil numérique chez les jeunes, les acteurs de la lutte contre le VIH/SIDA ont investi les réseaux sociaux numériques pour diffuser les messages de sensibilisation. À ce titre, le PNLS depuis 2022 a mis en place un jeu numérique intitulé "À l'assaut du SIDA". C'est une plateforme numérique et ludique permet aux jeunes de 15 à 35 ans de tester et d'enrichir leurs connaissances sur les IST, et le VIH/SIDA. En outre, le Ministère de l'Éducation Nationale (MEN) dans le cadre de la sensibilisation des élèves contre les IST, le VIH/SIDA et les grossesses précoces en milieu scolaire il a été mis en service une ligne d'appel d'urgence le (107) accessible par les réseaux sociaux numériques. Dans la même veine, l'ONG AIMAS à travers son programme

“Planification familiale et prévention du VIH/SIDA” mène une campagne de sensibilisation intitulée “Prends le contrôle de ta vie” depuis 2015 qui est diffusée sur les RSN. À la suite des différentes actions de communication et d’information menées à travers l’usage du web social les jeunes demeurent toujours une proie face à l’épidémie du VIH/SIDA. Également, il faut souligner que la diffusion des messages de sensibilisation sur le VIH/SIDA à travers le digital reste limitée. Ce qui nous emmène à nous interroger sur la pertinence des messages diffusée sur les RSN lors des campagnes de sensibilisation contre le VIH/SIDA chez les jeunes.

Cette recherche vise à déterminer l’efficacité des actions de sensibilisation sur le VIH/SIDA à travers l’usage des RSN sur la jeunesse Abidjanaise. De cet objectif principal, deux objectifs opérationnels se dégagent. Il s’agit d’abord d’identifier les plateformes de discussions et déterminer la fréquence d’usage des RSN lors des sensibilisations. Ensuite, de démontrer la pertinence de l’usage des RSN et des messages pour la sensibilisation des jeunes sur le VIH/SIDA à Abidjan.

Pour mener à bien cette étude, la démarche est structurée en quatre points. Le contexte et justification abordant le problème de recherche, le positionnement théorique et méthodologique, les résultats et la discussion des résultats.

2.- Positionnement théorique

Deux théories ont été mobilisées dans le cadre de cette étude. Ce sont la théorie de la diffusion des innovations d’Everett Rogers et la théorie de la pertinence de Sperber et Wilson.

2.1.- La théorie de la diffusion des innovations de Rogers

Cette théorie est née en 1962 du statisticien et sociologue américain, Everett Rogers. Pour lui, la

communication devrait permettre dans le domaine agricole de diffuser les innovations. Cette théorie a été appliquée autant sur le plan individuel (Rogers, 1995) que sur le plan organisationnel. Bien que ne concernant pas uniquement les technologies informatiques, elle offre un cadre conceptuel au concept d'acceptabilité car son but est d'expliquer comment une innovation technologique évolue du stade d'invention à celui d'utilisation élargie. Ce rapportant à cette étude, la diffusion des innovations permettra aux acteurs de la lutte contre le VIH de mettre à contribution les TIC pour impacter le comportement sexuel des jeunes.

2.2.- La théorie de la pertinence

La théorie de la pertinence renvoie à la notion de pertinence qui relève du langage courant et également du langage scientifique. Grice (1979) développe une approche de la pertinence dans les sciences de conscience. En effet, il considère que les locuteurs se plient à un principe général, le principe de coopération, selon lequel le locuteur doit permettre à son interlocuteur de disposer des éléments nécessaires pour comprendre les énoncés produits. Pour Sperber et Wilson (1989) elle un processus centralisé et non spécialisé qui intervient après l'analyse strictement linguistique de l'énoncé.

« Pour qu'une information soit pertinente, il faudrait qu'elle ait des effets contextuels, car plus les effets contextuels sont grands, plus grande est la pertinence.»

(Sperber & Wilson 1989, p.182.)

En définitive, la théorie de la pertinence se fonde sur les effets contextuels et le degré de pertinence c'est-à-dire l'effort que l'individu met pour pouvoir décoder et comprendre un message. Dans le cadre de cette étude, cette théorie est fondée, car pour comprendre l'attitude

des jeunes face au VIH/SIDA, nous allons analyser les messages diffusés dans leur contexte et aussi, le degré de pertinence de ces messages lors des campagnes de sensibilisation.

3.- Méthodologie

Les techniques de recherche mobilisées sont de deux ordres : la recherche documentaire et l'enquête par questionnaire. L'étude s'est déroulée dans le district d'Abidjan et précisément dans les communes de Yopougon, Marcory et Treichville. Ces trois communes ont été choisies car leurs Districts sanitaires ont des taux de prévalence au VIH supérieurs au taux de prévalence national qui est de 2,39%, selon le PNLIS (2020).

La population d'étude a été déterminée à travers un sondage aléatoire stratifié à deux degrés ($n = z^2 p (1-p)/e^2$). C'est un échantillon représentatif de la population source répartie comme suit : Yopougon 80, Marcory 30 et Treichville 20 soit un total de 130 jeunes dont l'âge varie entre 15 et 35 ans résidant dans ces communes. Le choix de cette tranche d'âge se justifie par le fait qu'elle est jeune, elle est active sur les RSN et elle la plus touchée par les nouvelles infections au VIH. L'enquête s'est déroulée de Juin à Novembre 2022.

La recherche documentaire a permis d'avoir accès aux informations sur l'usage des RSN par les jeunes, et aussi de connaître leurs pratiques et attitudes face au VIH. L'enquête par questionnaire a donné avec exactitude les RSN les plus prisés par les jeunes, il a également permis de quantifier la fréquence d'usage des RSN.

4.- Présentation des résultats

Le but de cette étude est de déterminer l'efficacité des actions de sensibilisation sur le VIH/SIDA à travers l'usage des RSN sur la jeunesse Abidjanaise. De ce fait, il a s'agit d'identifier les plateformes de discussions et de déterminer la fréquence d'usage des RSN. Ensuite, de

démontrer la pertinence de l'usage des RSN et des messages pour la sensibilisation des jeunes sur le VIH/SIDA à Abidjan. Les résultats se présentent sous trois axes.

4.1.- Connaissance des jeunes sur le VIH et les plateformes numériques

La lutte contre le VIH/SIDA s'est principalement axée sur les campagnes de sensibilisation des populations avec différents moyens de sensibilisation afin que les populations puissent recevoir les informations. Les effets positifs de ses sensibilisations se font ressentis sur les réponses données par les enquêtés. En effet, tous les enquêtés ont répondu par l'affirmative en ce qui concerne la connaissance de la maladie. Tous les enquêtés ont déjà entendu parler du VIH/SIDA, soit un taux de 100% comme le présente le graphique sous-dessous. Pour déterminer la connaissance des jeunes sur les modes de transmission du VIH/SIDA, une réponse à choix multiple a été soumise aux enquêtés. De ce fait, la réponse (Par les rapports sexuels non protégés) a obtenu un taux de 74,70%. Certains enquêtés ont estimé que la maladie se transmet par le sang. Ainsi, 70,60% des enquêtés ont choisi la réponse (Par le sang). La réponse (De la mère à l'enfant) a un taux de 45,90% contre 34,60% pour la réponse (Par les rapports sexuels). 3,30% ont répondu (Par le contact physique) et 1,90% (Par la toux). Il en est de même pour la connaissance des symptômes du VIH/SIDA qui n'est pas une évidence chez les jeunes. Parmi les répondants par la négative, 51,20% sont de sexe féminin et 48,80% sont de sexe masculin. Le taux des enquêtés ayant reçu un message de sensibilisation est de 80,20% contre 19,80% qui n'ont pas reçu de messages de sensibilisation. De même, les canaux les plus utilisés pour diffuser les messages sont la télévision avec 44,00% suivie de près par les SMS avec 40,20%. À côté de ces deux canaux, il y a les réseaux sociaux numériques qui ont un taux de 16,70%. L'étude présente que, pour ceux qui ont

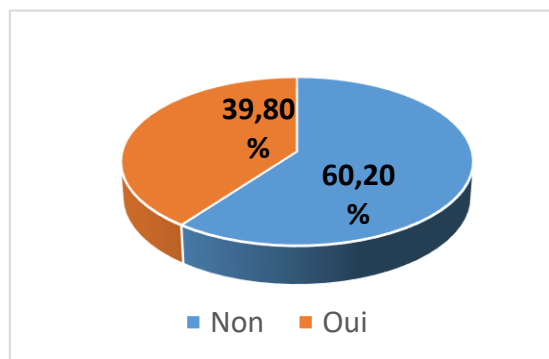
reçu au moins une fois des messages estiment que c'est Facebook qui est le réseau social le plus utilisé avec un taux de 89,10%.

4.2.- Attitudes des jeunes face aux réseaux sociaux numériques et aux messages sur le VIH

L'interaction dans un processus de communication est très indispensable, car elle permet au récepteur du message de donner son opinion sur le contenu du message. En fait, l'interaction rend la communication dynamique et permet aux acteurs d'être au même niveau d'information. Aussi, l'interaction entre les acteurs engagés dans un processus permet de renforcer la motivation, d'améliorer et d'ajuster le comportement au regard des attentes exprimées afin d'avoir une relation plus efficace.

Par conséquent, l'interaction entre les jeunes et les plateformes numériques de sensibilisation administrées par les pairs navigateurs se doit d'être dynamique afin d'inciter le changement de comportement souhaité.

Graphique 2 : Taux de connaissance des plateformes numériques de sensibilisation



Source : Données de l'étude, Konan, 2022

Le contenu des réseaux sociaux numériques est très vaste, de ce fait si la communication pour la promotion des plateformes numériques de sensibilisation n'est pas

Usage des réseaux sociaux numériques et pertinence des messages dans la lutte contre le VIH/SIDA chez les jeunes abidjanais.

faite en amont, en aval, les jeunes ne pourront pas avoir accès aux informations diffusées sur ces plateformes numériques. Les résultats indiquent que le taux des jeunes qui ne connaissent pas les plateformes numériques de discussion est de 60,20%. Le taux des jeunes ayant connaissance de ses plateformes est de 39,80%, un taux largement inférieur à la moyenne comme l'atteste le graphique.

Les messages diffusés sur les plateformes numériques par les acteurs de la lutte contre le VIH/SIDA doivent intéresser les jeunes et les amener à interagir sur ces plateformes. Le fait d'interagir inscrit les acteurs et les jeunes dans un processus de communication. Ce processus de communication se trouve fondé, car l'information envoyée sur les réseaux sociaux numériques par les acteurs, à travers l'impact qu'elle aura chez les jeunes les amènera à donner leur avis sur cette information. Ainsi, cette rétroactivité de l'information permet de décrire le véritable contexte d'interaction et d'échange. Ainsi, le taux d'interaction est de 64,20% contre 35,80%, ce qui indique que plus de la moitié des enquêtés ont déjà interagi avec les acteurs de la lutte. Les jeunes sur les réseaux sociaux numériques créent des groupes de discussions dans lesquels ils se rejoignent pour programmer des rencontres festives. Ces groupes numériques sont généralement des endroits où le sexe n'est pas un sujet tabou et les jeunes s'adonnent à toutes formes de pratiques à risque les exposant aux Infections Sexuellement Transmissibles (IST). De plus, lors des interactions entre les jeunes et les pairs navigateurs, les résultats montrent les fréquences du niveau de langue utilisé pour transmettre les messages. Ainsi pour 44,20%, le niveau de langue était courant, pour 42,50% c'était plutôt familier, et pour 13,40% le langage était soutenu.

4.3.- Pratiques sexuelles des jeunes et pratiques sur les réseaux sociaux numériques

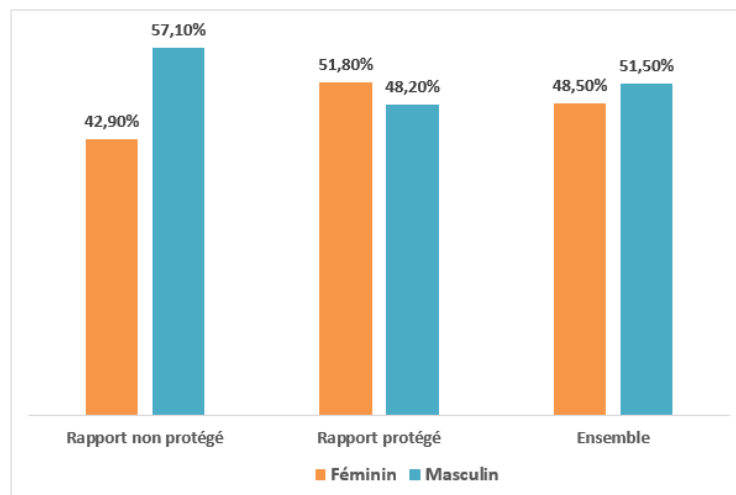
Les résultats présentent les tendances des enquêtés actifs sexuellement par tranche d'âge. Pour la tranche d'âge (15-20 ans), ceux qui sont actifs sont estimés à 21,20% contre 47,50% qui ne le sont pas. Ce taux se justifie par le fait que pour cette tranche d'âge beaucoup sont encore trop jeunes pour expérimenter l'activité sexuelle. De ce qui est de la tranche d'âge (21-26 ans), le taux des enquêtés actifs sexuellement est de 32,80%, contre 28,30% pour ceux qui ne le sont pas. C'est le même constat chez les enquêtés de la dernière tranche d'âge (27-35 ans). Pour cette tranche d'âge, 46,00% sont actifs sexuellement contre 24,20%.

Le taux des enquêtés actifs sexuellement est élevé pour ces deux tranches d'âge, car dans ces tranches la plupart des jeunes sont actifs professionnellement et économiquement. Beaucoup cherchent à ranger leur vie sentimentale tout comme beaucoup veulent expérimenter leur compétence sexuelle. À la suite des tendances des enquêtés actifs sexuellement, le graphique ci-dessous présente la préférence des types des rapports sexuels des enquêtés.

Les enquêtés de sexe masculin préfèrent les rapports sexuels non protégés soit 57,10% contre 42,90% pour les enquêtés de sexe féminin. Pour les enquêtés de sexe féminin 51,80% préfèrent à la différence des enquêtés de sexe masculin qui représentent 48,20%.

Une analyse sur la préférence des types de rapports sexuels selon la tranche d'âge montre que les enquêtés dont l'âge se situe entre 15 et 20 ans préfèrent les rapports sexuels protégés soit un taux de 38,60% contre 21,20% sur le taux des enquêtés qui préfèrent les rapports non protégés.

Graphique 3 : Répartition des préférences des rapports sexuels selon le sexe



Source : Données de l'étude, Konan, 2022

C'est la même tendance chez les enquêtés dont l'âge varie entre 21 et 26 ans. En effet, 31,60% préfèrent les rapports protégés contre 29,80% des enquêtés qui optent pour les rapports non protégés. La tendance s'inverse avec la dernière tranche d'âge c'est-à-dire celle dont l'âge s'inscrit entre 27 et 35 ans. Cette tranche d'âge préfère les rapports sexuels non protégés avec 49,00% contre 29,80% des enquêtés issus de cette tranche d'âge qui préfèrent les rapports sexuels protégés.

Outre les pratiques sexuelles des jeunes, au niveau du numérique les jeunes interagissent avec les pairs navigateurs pour ceux qui ont connaissance de l'existence des plateformes. Les résultats révèlent que le taux d'interaction est de 64,20% contre 35,80%, ce qui indique que plus de la moitié des enquêtés ont déjà interagi avec les acteurs de la lutte. L'interaction des jeunes se fait de manière individuelle car vu la sensibilité de la thématique, les jeunes préfèrent que leurs conversations soient discrètes.

5.- Discussion des résultats

5.1.- Connaissance des jeunes sur le VIH et les plateformes numériques

Les résultats de l'enquête CAP montrent que tous les enquêtés ont connaissance de l'existence du VIH/SIDA, car ils ont au moins une fois entendu parler de la maladie. Certes les acteurs ont joué un rôle prépondérant quant à sensibilisation sur la maladie. Cependant, force est de constater que la connaissance des différents modes de transmission de la maladie demeure jusqu'à présent une certaine incertitude chez les populations. En effet, pour 1,90% des enquêtés la maladie se transmet par toux, et pour 3,30% elle se transmet par le contact physique. En Côte d'Ivoire, l'analphabétisme est encore un véritable problème de développement. En effet, le taux d'analphabétisme en 2023 est de 45% en Côte d'Ivoire. Ce chiffre se présente comme une entrave au processus de développement, car les populations ne sachant pas lire et écrire ne pourront bénéficier des projets ou programmes mis en œuvre pour leur bien-être.

5.2.- Attitudes des jeunes face aux réseaux sociaux numériques et aux messages sur le VIH

Les jeunes sont confrontés à une hémogénie de médias modernes depuis l'avènement de l'internet. Face à cette prépotence d'internet, pour Balleys (2017), les usages du numérique sont totalement intégrés au mode de vie adolescent contemporain. De plus, parlant des avantages qu'offre internet, la société de demain est au bout des claviers comme le préconisent Brotcorne et Valenduc (2009). De surcroît, les avantages des technologies numériques sont présentés comme la condition indispensable d'une pleine intégration économique, sociale et culturelle. Les données de l'étude sont indéniables, parce que les réseaux sociaux numériques représentent le principal moyen de communication des

jeunes avec un taux estimé à 55,10%. Les résultats indiquent que les jeunes font la part belle à Facebook” avec un taux de 87,70%. En effet, dans un contexte marqué par la fréquence importante des usages d’Internet et des réseaux sociaux par les jeunes selon Médiamétrie (2020), Facebook, le célèbre réseau social compterait près de trois milliards d’utilisateurs actifs dans le monde.

En Côte d’Ivoire, le nombre est estimé à environ 6 millions d’usagers estiment Bamba et Karimu (2022). De même, l’étude révèle que le taux d’usage avec une fréquence de plus de trois fois par jour est de 68,50%. Malgré que les enquêtés estiment que les messages sont écrits dans un niveau de langue acceptable, les jeunes n’accordent pas un grand intérêt à ces messages parce qu’ils s’adonnent toujours à une sexualité à risque. Il est donc impératif de rappeler le taux très élevé d’analphabètes. La population de plus de 15 ans et analphabète ne sachant ni lire et écrire dans une langue quelconque est de 51,5% au niveau national (INS, 2021).

5.3.- Pratiques sexuelles des jeunes et pratiques sur les réseaux sociaux numériques

En ouvrant la fenêtre sur la sexualité, nous constatons qu’elle est perçue de différente manière sous l’angle sociologique. Elle a fait l’objet de divers travaux, ainsi pour Émile Durkheim (1911) la sexualité a bel et bien un caractère double, car elle heurte la morale et elle est, en même temps, constitutive de la morale. À sa suite, Bozon (2001), résume la sexualité à des constructions sociales, désignant des constellations très diverses de pratiques, d’interactions, d’émotions et de représentations, qui délimitent des territoires de relations d’ampleur plus ou moins grande et donnent lieu à des processus de construction de soi variés.

Les résultats de l’enquête indiquent que pour la tranche d’âge (15-20 ans), les jeunes sexuellement actifs sont estimés à 21,20% sur un total de 32,10%. Ce taux est très alarmant, vu la jeunesse de cette tranche d’âge.

S'adonner aux relations sexuelles découle d'une précocité saisissante. Toujours selon les résultats, la tranche d'âge des plus jeunes, c'est-à-dire ceux dont l'âge est compris entre 15 et 20 ans préfère les rapports sexuels non protégés à un taux de 21,20%. Le taux de préférence des rapports sexuels non protégés chez les jeunes de 21 à 25 ans est de 29,80%. Le pic des taux quant à la préférence des rapports sexuels non protégés est chez la tranche de 26 à 35 ans avec un taux de 49,00%.

Plusieurs facteurs expliquent cette préférence des rapports sexuels non protégés de la part des jeunes. Dans sa réflexion Mazou (2014) pense que l'engagement des jeunes dans l'activité sexuelle dépend largement du milieu dans lequel ils vivent, des perceptions que la société a des relations sexuelles, du rôle assigné à l'activité sexuelle. Le test de dépistage est négligé par les jeunes car 62,10% vivent dans l'ignorance concernant leur statut sérologique.

5.4.- Problématique de la pertinence des messages

17

Dans le cadre de la lutte contre le VIH/SIDA, face aux comportements sexuels à risque des jeunes, les acteurs fédèrent leurs forces et se donnent pour mission d'informer et de sensibiliser ces jeunes sur les pratiques saines. Sensibiliser le public revient à l'initier, sous l'influence des médias, à une question ou à l'objet d'un débat public, qui est censé le concerner soutient Balle (1998). De plus pour Bahi (2006, p. 90)

« L'information diffusée sur un problème de santé fournit des données démographiques, sociologiques, psychologiques à même d'influencer la perception que les individus ont de ce problème et, ainsi, de les sensibiliser à la question. »

Usage des réseaux sociaux numériques et pertinence des messages dans la lutte contre le VIH/SIDA chez les jeunes abidjanais.

Cette pensée confirme le fait qu'un message de sensibilisation en matière de santé publique doit tenir compte de certains contours de sorte à ne pas créer la psychose ou engendrer le désintéressement chez les individus. Selon les résultats, 86,20% jugent le langage accessible, c'est-à-dire que les messages reçus sont faciles à comprendre contre 13,80% qui ne les trouvent pas accessibles. Ces messages étaient diffusés dans un langage dont le niveau était compréhensible pour les jeunes. De ce fait, pour 44,20%, le niveau de langue était courant, pour 42,50% plutôt familier, et pour 13,40% le langage était soutenu. La pertinence se doit d'être requise dans les messages afin d'amener les jeunes à mettre en pratique les recommandations du message. En effet, l'efficacité des capacités perceptives varie d'un individu à un autre, selon Sperber et Dierdre (1989). La véritable inquiétude réside dans l'efficacité de l'action communicationnelle, celui de la prise de décision, celui du passage de l'intention d'agir à l'action concrète elle-même. Afin de pousser les individus à l'action, c'est-à-dire à adopter le comportement souhaité, les messages doivent être compréhensibles et pertinents.

18

Conclusion

En somme, cet article sur l'usage des réseaux sociaux numériques et pertinence des messages dans la lutte contre le VIH/SIDA chez les jeunes en Côte d'Ivoire a pour objectif de déterminer l'impact des messages diffusés à travers les réseaux sociaux numériques sur les comportements sexuels des jeunes en Côte d'Ivoire pendant les campagnes de lutte contre le VIH/SIDA. Basé sur la théorie de la pertinence développée par Speiber et Deirdre, dans cette étude nous avons utilisé une méthodologie mixte qui a combiné l'approche qualitative et quantitative. Ainsi, ce travail propose aux ONG la mise en place d'un service de communication digitale permanente qui diffusera les messages et assurera l'interaction avec les jeunes. Créer la proximité avec les jeunes et l'intensification des messages aura un impact

positif sur leur comportement. De même, l'État doit élaborer des politiques sanitaires visant à promouvoir l'éducation sexuelle des adolescents. Aussi, il faut susciter la discussion sur le VIH sur les différentes plateformes numériques des acteurs de la lutte. Puis, utiliser les influenceurs et les jeunes web humoristes pour faire passer des messages en l'endroit des jeunes.

Cette étude a montré que les jeunes sont plus en contact permanent avec les réseaux sociaux numériques, car ils les ont intégrés dans leur vécu quotidien. Cependant, ne serait-il pas important de maximiser les sensibilisations via ce canal ?

Bibliographie

Bahi, A. A. (2006). *Élaboration des messages en communication pour la santé et problématique du changement de comportement*. Repéré à <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2019/06/08-2009A-Actes-de-Douala-Bahi.pdf>

19

Balle, F. (1998). *Dictionnaire des médias*. Paris, France : Larousse.

Balleys, C. (2017). *Socialisation adolescente et usages du numérique. Synthèse de la revue de littérature (Rapport d'études)*. Paris, France : INJEP.

Bamba, S. et Karimu, W. (2022). Reconfiguration des relations entre la télévision et son public à l'ère du numérique : une étude des programmes des chaînes ivoiriennes La 3, Life Tv et NCI sur Facebook. *Akofena*, 3(6), 421-434.

Bozon, M. (1988). Par-delà le quantitatif et le qualitatif. Pour une analyse des mécanismes de différenciation. *Actes du colloque de l'AIDELF. Démographie et différences* du 7 au 10 juin 1988. Université de Montréal.

Usage des réseaux sociaux numériques et pertinence des messages dans la lutte contre le VIH/SIDA chez les jeunes abidjanais.

Bozon, M. (2001). Orientations intimes et constructions de soi. Pluralité et divergences dans les expressions de la sexualité. *Sociétés contemporaines*, 41-42, 11-40.

Brotcorne, P. et Valenduc, G. (2009). Les compétences numériques et les inégalités dans les usages d'internet : Comment réduire ces inégalités ? *Les Cahiers du numérique*, 5, 45-68.

Castells, M. (1998). *La société en réseaux. L'ère de l'information*. Paris, France : Fayard.

Dan, S. et Deirdre, W. (1989). *La pertinence : Communication et cognition*. Paris, France : Les éditions de minuit.

Digital-Mag. (2023). *Les chiffres clés des utilisateurs des réseaux sociaux en Côte d'Ivoire 2023*. Repéré à <https://www.digital-mag.ci/les-chiffres-cles-des-utilisateurs-des-reseaux-sociaux-en-cote-divoire-2023>.

20

Dramé, A. (2013). Analyse des stratégies de communication pour la réduction du taux de nouvelles contaminations au VIH/SIDA chez les femmes en Côte d'Ivoire. *Communication en Question*, 1(1), 1-18.

Durkheim, E. (1911). Débat sur l'éducation sexuelle. *Bulletin de la Société française de philosophie*, Vol 2, 241-251. Repéré à http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/textes_2/textes_2_08/education_sexuelle.html

Grice, H. P. (1979). Logique et conversation. *Communications*, 30(1), 57-72.

INS. (2021). *Recensement Général de Population et de l'Habitat*. Institut National de Statistique. Abidjan. Côte d'Ivoire : INS.

Koné, H. et Sy, H. J. (1995). *La communication pour le développement durable en Afrique*. Abidjan, Côte d'Ivoire : Presse Universitaire de Côte d'Ivoire (PUCI).

Le Grignou, B. et Neveu, E. (2017). *Sociologie de la télévision*. Paris, France : La Découverte.

Mazou, G. H. (2014). Comportement sexuel à risque des jeunes scolarisés : une analyse des déterminants sociaux du non-usage du préservatif chez les élèves du lycée moderne 2 de Bouaké. *European Scientific Journal*, 10(2), 115-128.

Médiamétrie. (2020). L'Année Internet 2019. Résultats & Repères. *Communiqué de presse*. Repéré à <https://www.mediametrie.fr/fr/resultats-reperes>

ONU. (2016). « Souffrances et exclusion » mais aussi « espoir et opportunités » : *l'Assemblée générale achève sa Réunion de haut niveau sur le VIH/sida*. Repéré à <https://press.un.org/fr/2016/ag11790.doc.htm>

21

ONUSIDA. (2014). *90-90-90 Une cible ambitieuse de traitement pour aider à mettre fin à l'épidémie du sida*. Genève, Suisse : ONUSIDA. Repéré à https://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/90-90-90_fr.pdf

ONUSIDA. (2021). *Country fact sheets Côte d'Ivoire 2021, change HIV and AIDS Estimates*. Repéré à <https://www.unaids.org/fr/regionscountries/countries/ctedivoire>

ONUSIDA. (2022). *Fiche d'information 2022, Statistiques mondiales sur le VIH*. Repéré à https://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/UNAIDS_FactSheet_fr.pdf

Usage des réseaux sociaux numériques et pertinence des messages dans la lutte contre le VIH/SIDA chez les jeunes abidjanais.

PNLS. (2020). *Plan Stratégique National de Lutte contre le VIH, le SIDA et les Infections Sexuellement Transmissibles 2021-2025*. Abidjan. Côte d'Ivoire : PNLS.

Rice, R. E. et Atkin, C. K. (2001). *Public Communication Campaigns* (3rd. ed.). Thousand Oaks (CA), England : Sage.
Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovation* (4th ed.). New York, USA : Free Press.