

GENRE ET MOTIVATIONS A L'USAGE D'INTERNET CHEZ LES ADOLESCENTS VIVANTS EN COTE D'IVOIRE

Gbomené Hervé Zokou

Institut Pédagogique National de l'Enseignement Technique et Professionnel (IPNETP)

Kodjo Rodrigue N'guessan

Institut National Supérieur des Arts et l'Action Culturelle (INSAAC)

Et

Malan Alain Michel Nindjin

Institut Pédagogique National de l'Enseignement Technique et Professionnel (IPNETP)

nadrey.zok@gmail.com

Résumé

La présente étude exploratoire s'est intéressée au genre et motivations liées à l'usage de l'outil internet chez les adolescents vivants dans la commune de Yopougon. L'objectif était d'identifier les besoins qui justifiaient l'utilisation de l'outil internet chez ces adolescents. Comme hypothèse, les motivations à l'utilisation d'internet chez les adolescents sont liées au sexe. A l'aide de la méthode du tout-venant, nous avons déterminé un échantillon de cent vingt sujets à enquêtés. Le questionnaire d'évaluation à échelle et des entretiens semi-dirigés ont été utilisés comme techniques de collecte de données. Les résultats obtenus à l'aide du test du khi deux de Pearson ont montré que les motivations des adolescents ne sont pas liées au sexe mais variaient en fonction de la spécificité de leurs activités en ligne. Et l'activité la plus régulière, est la fréquentation des

réseaux sociaux. En plus, leurs motivations répondaient aux besoins d'autonomie, de compétence et d'appartenance sociale.

Mots-clés : Internet, motivation intrinsèque, motivation extrinsèque, amotivation, adolescent.

Abstract

This exploratory study looked at the gender and motivations linked to the use of the internet tool among adolescents living in the commune of Yopougon. The objective was to identify the needs that justified the use of the internet tool among these adolescents. As a hypothesis, the motivations for internet use among adolescents are linked to gender. By the all-rounder method, we determined a population of one hundred and twenty subjects to be surveyed. The scale-up assessment questionnaire and semi-structured interviews were used as data collection techniques. The results obtained using Pearson's chi-square test show that adolescents' motivations are not gender-related but vary depending on the specifics of their internet activities. And the most regular activity on the internet is social media traffic. In addition, their motivations for using the Internet met the needs of autonomy, competence and social belonging.

Keywords : Internet, intrinsic motivation, extrinsic motivation, amotivation, adolescents,

Introduction

A l'ère dite du numérique, le monde est en perpétuelle mutation technologique. Les produits et services sont conçus et améliorés en

fonction des exigences actuelles, tout en mettant un point particulier sur la facilité de l'utilisation et en tenant compte des attentes et des besoins des consommateurs. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) en sont des exemples bien remarquables. Cette révolution technologique inhérente à l'évolution de la société lui impose de nouveaux usages et comportements. Autant que les TIC transforment le monde dans son évolution, elles changent de mêmes des habitudes et des besoins de l'homme. Ainsi, de nos jours, ces outils sont utiles dans presque tous les domaines de la société humaine et deviennent indispensables à l'Homme.

Selon B. Lamizet et A. Silem, (1997), internet est une plate-forme de réseautages informationnelle et communicationnelle qui permet de générer des négociations entre les usagers dans le processus relationnel de médiatisation. Son utilisation englobe toutes les tranches d'âge et varie selon les besoins individuels ou communautaires. M. Prensky, (2001) distingue deux générations d'utilisateurs. Il s'agit d'une part de la génération digitale immigration et d'autre part de la génération digitale native ou numérique. La première est composée des personnes âgées et en difficile accoutumance avec la rapide évolution des TIC. Quant à la seconde, elle est composée de jeunes personnes nées dans la période du boom technologique et renvoie, selon l'Union Internationale de la Télécommunication (UIT, 2012), à 30% des jeunes du monde. En particulier ces jeunes sont vus comme les utilisateurs les plus actifs de cette technologie, notamment le téléphone portable, les smartphones, les ordinateurs, la connectivité internet, etc. Ils exploitent ces outils mieux qu'un bon nombre d'adultes, provoquant ainsi un nouveau clivage appelé

la « fracture générationnelle » C. Lobet-Maris et S. Gallez, (2007) ; P. Minotte et J. Y. Donnay, (2010). En conséquence, chaque individu aborde l'internet en fonction de sa personnalité, de ses acquis et de son contexte de vie. La satisfaction d'un certains nombres de besoins grâce à l'utilisation de l'outil internet, peut orienter le comportement des adolescents et en déterminer leurs motivations. La motivation des adolescents vis-à-vis de l'outil internet est caractérisée par son appropriation (E. Bévort, et I. Breda, (2003) ; C. Plessard, (2011)). Cette appropriation, fait référence à une acquisition ou une utilisation personnelle, régulière et quasi quotidienne d'internet.

Selon une étude réalisée en France, 95% des personnes âgées de 12-17 ans sont des internautes et 68% d'entre eux déclarent se connecter tous les jours ou presque à internet chez eux, au collège, au lycée ou dans les lieux publics tels que les cybercafés (CREDOC, (2003) ; D. Assouline, (2008)). En Côte d'Ivoire, 78% de personnes âgées de moins de 35 ans ont montré un fort attrait pour le numérique⁸⁷. L'enthousiasme de ces jeunes pour l'outil internet est bien observable du fait de leur présence régulière et massive dans les cybercafés ou de leur possession d'une technologie pourvue d'un système de connexion sans fil, leur donnant directement accès à internet⁸⁸. Sur internet, les activités les plus observables des jeunes

⁸⁷ Autorité de Régulation des Télécommunications de Côte d'Ivoire : <https://www.artci.ci/index.php/marches-regules/10-observatoire-du-secteurs-des-telecoms/sevice-mobile/89-abonnes-service-mobile.html> consulté le mercredi 16 septembre 2020 à 15:02

⁸⁸ Idem

sont les discussions en ligne sur les sites de rencontre et réseaux sociaux (ARTCI, 2020).

Ce mode de socialisation permet à certains de se faire des amis, des rencontres amoureuses ou coquines et même de planifier un rendez-vous physique. D'autres vont sur internet pour télécharger des fichiers multimédias et applications. Par contre, une certaine tranche de cette jeunesse se sert du réseau pour faire de l'arnaque ou du « broutage » (Soro, 2012) ; le quel phénomène a suscité de nombreuses études au nombre desquels on peut citer celles de (A. Sergerie, et J. Lajoie, (2007, pp. 149-159) ; D. Assouline, (2008) ; B. Maomra, (2009) ; P. Minotte et J. Y. Donnay, (2010) ; A. F. Loukou, (2012) ; A. Akadje, et al., (2017)). Or, toutes ces études, ne se sont pas intéressées à la question de la motivation chez les adolescents. Il nous semble utile, aux regards des différentes activités menées par les adolescents sur internet, de connaître et comprendre leurs motivations réelles. Alors nous nous posons les questions de savoir : quels sont les principaux types de motivations qui caractérisent ces adolescents dans leurs activités en ligne ? Autrement dit, ces derniers ont-ils une motivation autodéterminée dans les activités sur internet ? Quels sont les principaux besoins sous-jacents à ces motivations ? L'objectif de la présente recherche est donc d'identifier les besoins qui justifient l'utilisation de l'outil internet chez les adolescents vivants dans la Commune de Yopougon.

1. Matériels et méthode

1.1. Matériel de recherche

Cet article porte sur l'utilisation de l'internet donc sur un ensemble de technologies de l'information et de communication qui lui sont associées (téléphone, ordinateurs, connectivité Internet, etc.).

Il porte aussi sur les adolescents qui sont les utilisateurs de ces technologies. Il s'agit à ce niveau de connaître et de comprendre leurs motivations à l'utilisation de l'outil internet.

L'espace d'étude est la Côte d'Ivoire un pays en développement d'Afrique subsaharienne, et particulièrement la Commune de Yopougon. Une commune cosmopolite qui regorge de nombreuses potentialités économiques et socioculturelles. Yopougon est l'une des treize (13) communes du District d'Abidjan. Elle est la plus grande commune de Côte d'Ivoire en termes de superficie et de population. Avec une étendue de 153,4 km², soit 7,4% de la superficie du District d'Abidjan (2079 km²), elle est limitée au Nord par les communes d'Abobo et d'Anyama, au Sud par le port d'Abidjan et l'Océan Atlantique et à l'Ouest par la commune de Songon. Elle est une commune de plus de 2 000 000 d'habitants composés de plusieurs communautés ethniques venant des régions du pays et des pays limitrophes de la Côte d'Ivoire dont 56.1% de jeunes de moins de 20 ans⁸⁹. Elle est, la plus grande commune économique de la zone UEMOA⁹⁰ avec 300 entreprises industrielles⁹¹. Elle est suffisamment représentative

⁸⁹ <http://yopougon-info.blogspot.com/2014/09/presentation-de-la-commune.html>, consulté le 17 septembre 2020

⁹⁰ UEMOA : Union Economique et monétaire ouest africain

⁹¹ <http://yopougon-info.blogspot.com/2014/09/presentation-de-la-commune.html>

des autres communes du pays et même de la plupart des communes de la sous-région. Elle est caractérisée par une urbanisation accélérée et une population composite qui bénéficie d'un grand nombre de réseaux internet (Adsl, Wifi, fibre optique...). Tout le monde veut désormais être « connecté », avoir son adresse électronique, ses amis virtuels vivant souvent dans ces pays développés qui restent la référence absolue pour une jeunesse qui s'interroge sur son avenir au pays (M. J-J. Bogu, 2009). Selon le même auteur, les crimes ou maux qui touchent l'internet (cybercriminalité, etc.) sont le plus souvent tributaires des quartiers populaires ou pauvres en Afrique (op.cit.). Raison pour laquelle la Commune de Yopougon pour cette étude.

1.2. Méthode de recherche

En vue de recueillir des informations pertinentes sur les motivations à l'utilisation de l'Internet. L'étude a recours à l'échantillon accidentel selon la méthode du tout-venant qui consistait à inclure tout participant adhérant au protocole de sélection. Conformément à cette démarche, les caractéristiques des groupes ne sont pas établies en fonction d'une recherche encore moins d'un moment précis. Au terme de la procédure de sélection, les sujets enquêtés étaient au nombre de cent soixante-quinze (175) au départ dont soixante-treize (73) garçons et soixante et une (61) filles. Afin de vérifier l'influence du facteur sexe sur la motivation liée à l'utilisation d'internet, nous avons pris en compte la notion de parité dans le traitement des données étant donné que l'usage d'internet concerne les

filles autant que les garçons. Par conséquent, nous avons tiré au sort treize (13) garçons parmi les soixante-treize (73) et une (1) fille parmi les soixante et une (61) des questionnaires collectés. Au total, l'échantillon s'est constitué de soixante (60) garçons et de soixante (60) filles dont l'âge varie entre 12 et 18 ans scolarisés ou non.

Nous nous sommes inspirés du modèle de l'Echelle de Motivation Globale (EMG-28) réalisée par F. Guay, G. A. Mageau et R. J. Vallerand (2003), pour l'élaboration du questionnaire et l'adapté à notre étude. Ce modèle permet de recueillir des données qualitatives indirectes et prend appui sur la technique projective, qui consiste pour le répondant à s'associer un degré d'échelle pour chaque énoncé. Chaque énoncé est mesuré sur une échelle de un (1) à sept (7) niveau correspondant à : pas du tout (niveau 1), très peu (niveau 2), peu (niveau 3), moyen (niveau 4), assez (niveau 5), beaucoup (niveau 6) et exactement (niveau 7). La cotation du questionnaire tient compte de cette échelle.

Toutefois, pour certains aspects particuliers de l'étude (enrichir les explications des résultats du questionnaire par exemple), des entretiens semi-directifs ont été nécessaires auprès de quelques jeunes volontaires dans des cybercafés en particulier. Ces entretiens nous ont permis de recenser les préférences ou besoins des adolescents en termes d'utilisation de l'internet comme moyen de communication, d'outil d'apprentissage, d'information, de divertissement ou canal de téléchargement ou de transaction. A ce niveau, nous n'avons pas rencontré de difficultés particulières dans la mobilisation des informations.

Afin, d'identifier les motivations qui justifient l'utilisation de l'outil internet par les adolescents vivants en Côte d'Ivoire, l'étude, pour l'essentiel, s'est appuyée sur le modèle théorique d'auto-détermination (TAD) de Deci et Ryan (1985, 2000) qui nous ont fourni les différentes argumentations et des repères aux résultats attendus.

Par essence, la recherche se déroule dans l'espace et dans le temps. Ainsi que préalablement précisé, l'espace concerné est la Commune de Yopougon (Côte d'Ivoire). La connaissance de ce cadre spatial et de l'environnement national et communal de l'internet a facilité les observations empiriques. Le temps d'évaluation de cette recherche couvre une période allant du 02 au 30 août 2019.

La recension des écrits obtenus à la suite des recherches via le moteur de recherche Google et les bases de données informatisées des sites ARTCI et corporatifs spécialisés ont permis d'avoir accès à divers types de documents : articles scientifiques parus, données statistiques, etc. La lecture de ces articles sur le sujet a été également d'un apport significatif dans l'acquisition des connaissances sur la question.

De plus, d'un point de vue scientifique et épistémologique, l'étude s'appuie sur un certain nombre d'hypothèses heuristiques, c'est-à-dire de postulats qui aident à la découverte dans ce type de recherche. Par exemple, entre autres, nous formulons l'hypothèse que les motivations liées à l'utilisation d'internet chez les adolescents vivants en Côte d'Ivoire sont fonction du genre (sexe).

Les données recueillies ont été effectuées à l'aide du logiciel SPSS Statistic 17.0 et présentées dans des tableaux sous la forme d'effectifs et

de fréquences selon le sexe. Afin de vérifier toute influence de la variable indépendante (sexe) sur la variable dépendante (motivation), un test statistique à l'aide du khi deux carré de Pearson a été fait afin de juger de la significativité des différences.

2. Résultats et interprétations

2.1. Rapport entre les motivations à l'utilisation d'internet et le sexe chez les adolescents

Les données du tableau 1, permettent de vérifier l'hypothèse selon laquelle la motivation de l'usage de l'outil internet chez les adolescents est liée au genre (sexe).

Tableau 1 : Répartition des adolescents par sexe selon le type de motivation à l'utilisation d'internet.

Types de motivations	GARÇONS		FILLES		ENSEMBLE (Filles et Garçons)	
	Nb*	P*	Nb	P	Nb	P
Motivations extrinsèques	07	5,83	14	11,67	21	17,50
Motivations intrinsèques	52	43,33	44	36,67	96	80,00
Amotivation	01	0,83	02	1,67	03	02,50
Total	60	50,00	60	50,00	120	100

Source : Données d'enquête

Nb* : Effectif des adolescents ; P* : Proportion en pourcentage

Les données du tableau 1, montrent que les adolescents ont une motivation intrinsèque liée à l'utilisation de l'internet, (soit 80%) contre une motivation extrinsèque, (soit 17,5%) et (2,5%) pour l'amotivation.

Alors, ceci revient à dire que les adolescents (filles et garçons) ont une motivation intrinsèque élevée dans leur usage de l'outil internet.

Par ailleurs, à travers le résultat du test de khi carré de Pearson, nous constatons qu'à 2 degrés de liberté (ddl) et au seuil de probabilité (05), X^2 calculé (3,33) est inférieur au X^2 théorique (5,99). Alors, la différence de motivation entre ces deux sexes n'est pas significative ($X^2 = 3,33$; $p > 05$). En conclusion, la motivation à l'usage de l'outil internet chez les adolescents n'est pas liée au genre (sexe).

Cependant, au niveau de la motivation intrinsèque, il y a trois (3) types besoins. Alors dans le tableau 2 ci-après, nous allons déterminer lequel de ces besoins est plus en vue selon le sexe par les adolescents.

Tableau 2 : Répartition des adolescents par sexe selon les niveaux de la motivation intrinsèque

Types de motivations intrinsèques	GARÇONS		FILLES		ENSEMBLE (Filles et Garçons)	
	Nb	P	Nb	P	Nb	P
A la stimulation	08	8,33	08	8,33	6	16,67
A la connaissance	4	5,41	0	1,25	4	66,66
A l'accomplissement	9	0,41	7	6,25	6	16,67
Total	9	4,16	4	5,83	6	100

Source : Données d'enquête

Dans le tableau 2, nous pouvons remarquer une proportion élevée de la motivation intrinsèque basée sur la connaissance, soit 66,66% contre

une motivation intrinsèque basée sur la stimulation et celle basée sur l'accomplissement, soit respectivement à 16,67%. Cela revient à dire que la motivation intrinsèque basée sur la connaissance est plus en vue par la majorité des adolescents dans l'usage de l'internet.

Quand n' est-il de la motivation extrinsèque ? Le tableau 3 ci-dessous, nous donne les proportions du type de régulation le plus en vue selon le sexe.

Tableau 3 : Répartition des adolescents par sexe selon les niveaux de motivation extrinsèque.

Types de motivation extrinsèque	GARÇONS		FILLES		ENSEMBLE (Filles et Garçons)	
	Nb	P	Nb	P	Nb	P
La régulation identifiée	09	42,86	07	33,33	16	76,19
La régulation introjectée	01	4,76	01	04,76	02	09,52
La régulation externe	01	4,76	02	09,53	03	14,29
Total	11	52,38	10	47,62	21	100

Source : Données d'enquête

Nous constatons des données du tableau 3, qu'une proportion élevée de la motivation extrinsèque de régulation identifiée⁹², soit (76,19%),

⁹² **La motivation extrinsèque de régulation identifiée** : implique que l'individu commence à prendre conscience de l'intérêt qu'il porte à l'activité qu'il mène. Non seulement il en valorisé, mais qu'il trouve également important de la pratiquer. Deci et Ryan (1985 ; 2000), évoquent les processus d'internalisation et d'intégration. Les adolescents ont une appropriation réelle de l'outil internet et sont conscients du but à atteindre grâce à son utilisation.

contre 09,52% pour la motivation extrinsèque de régulation introjectée⁹³ et 14,29% pour la motivation extrinsèque de régulation externe⁹⁴. De même, lorsqu'on considère le sexe, on remarque que la motivation extrinsèque de régulation identifiée est élevée, soit respectivement 42,86% pour les garçons et 33,33% pour les filles.

Nous pouvons donc dire que dans la majorité, les adolescents de l'échantillon ont dans leur usage de l'outil internet une motivation extrinsèque de régulation identifiée, c'est-à-dire qu'ils prennent conscience de l'intérêt qu'ils porte à l'activité qui se mène sur internet et conscients de l'importance de l'outil internet dans l'atteinte de leurs objectifs. Par conséquent, leurs (filles et garçons) motivations sont autodéterminées dans l'usage de l'internet.

Quand est-il des besoins liés à l'usage de l'outil internet ? Le tableau 4 suivant nous présente les effectifs et proportions de ses besoins.

2.2. Les principaux besoins liés à l'usage de l'outil internet

Les données du tableau 4 sont l'aboutissement l'objectif qui consiste à identifier les principaux besoins qui sont liés à l'usage de l'outil internet par les adolescents.

⁹³ **La motivation extrinsèque de régulation introjectée** : c'est lorsque l'individu commence à intérioriser ce qui influence ses comportements et ses actions. A ce niveau l'adolescent même l'activité malgré qu'elle semble moins plaisante. On dira que sa motivation pour l'activité n'est pas autodéterminée, Deci et Ryan (op. cit.).

⁹⁴ **La motivation extrinsèque de régulation externe** : représente la motivation extrinsèque elle-même, c'est-à-dire que l'individu soit motivé par des éléments externes tels que des récompenses matérielles ou simplement l'évitement des punitions, Deci et Ryan (op. cit.).

Tableau 4 : Répartition des adolescents par sexe selon les besoins liés à l'utilisation de l'outil internet

Types de besoins	GARÇONS		FILLES		ENSEMBLE (Filles et Garons)	
	Nb	P	Nb	P	Nb	P
Communication	31	25,83	20	16,67	51	42,5
Apprentissage	19	15,83	20	16,67	39	32,5
Divertissement	07	05,83	15	12,50	22	18,33
Information	03	02,50	05	04,17	08	06,67
Total	60	49,99	60	50,01	120	100

Source : Données d'enquête

Le tableau 4 ci-dessus, montre que 51 sur 120 adolescents, vont sur internet pour communiquer soit 42,5%. De même, une bonne proportion 39 sur 120, soit 32,5%, y vont pour apprendre de nouvelles choses ou renforcer d'autres. Par contre, 22 d'entre eux, soit 18,33% vont se divertir sur internet. Quant aux besoins d'information (d'ordre général), il est faible. Ces derniers sont au nombre de 8 sur 120, avec une proportion de 6,66%. Même si on considère la comparaison par sexe, on remarque que les besoins de communication et d'apprentissages sont les plus élevées, soit respectivement, 25,83% chez les garçons et 16,67% chez les filles. On peut donc dire que les activités des adolescents sur internet, se justifient plus par un besoin de communication et d'apprentissage selon le sexe.

Toutefois, ils sont intrinsèquement plus motivés à la connaissance (recherche d'information, apprentissage) dans l'usage de l'outil internet.

En sommes, les adolescents de cette étude sont motivés extrinsèquement de régulation identifiée et intrinsèquement à la connaissance, à l'apprentissage et à la communication. Ces motivations répondent aux besoins d'autonomie, de compétence et d'appartenance sociale. En revanche, l'internet représente pour eux, une plate-forme de communication, de socialisation et d'affirmation de soi.

Que nous disent les recherches antérieures sur l'objet de la présente étude ?

3. Discussions

Au cours de cette étude, nous avons eu pour objectif d'identifier les besoins justifiant l'usage de l'outil internet chez les adolescents vivants dans la commune de Yopougon. Cet objectif nous a conduits à des résultats que nous allons discuter à la lumière des travaux antérieurs.

3.1. Motivations à l'usage d'internet chez les adolescents

L'analyse des échelles de motivations présentées dans les tableaux 1, 2, et 3, montre que les adolescents présentent dans la majorité une motivation intrinsèque liée à la connaissance et à l'accomplissement et une motivation extrinsèque de régulation identifiée. Ces deux formes de motivations intrinsèques sont les niveaux les plus élevées selon la théorie d'autodétermination (TAD) de L. Deci, et R.M. Ryan, (2000, pp. 68-78).

Selon la théorie (TAD), les individus parvenant à satisfaire par exemple leur besoin d'autonomie agissent par motivation intrinsèque et par régulation identifiée. Selon ces auteurs, la régulation identifiée est une forme de motivation extrinsèque plus autodéterminée, parce qu'elle implique une valorisation consciente du but de l'action. Quant à leur motivation intrinsèque à la connaissance, la TAD soutient que ce type de motivation est caractérisé par le plaisir de découvrir de nouvelles choses. Elle est donc liée au besoin d'informations, soit à visée personnelle ou relative à autrui et à la société. Le besoin d'informations à visée personnelle concerne l'acquisition ou le renforcement de connaissances. A cet effet, beaucoup utilisent les moteurs de recherches comme nous l'affirme un groupe d'adolescent : « Google nous aide à faire des recherches pour nos diverses préoccupations ». Les informations recherchées par nos enquêtés sont diverses et tendent à assouvir des besoins spécifiques. Par exemple, deux de nos répondants, dont l'un à 16 et l'autre 18 ans, y vont couramment consulter les résultats des matchs de football.

En effet, les adolescents de sexe féminin comme de sexe masculin accordent une place non-négligeable à internet au sein de leurs diverses activités scolaires comme extrascolaire. Hormis, les informations pédagogiques, internet constitue un moyen de communication et d'échange pour ces derniers. L'étude réalisée par C. Plessard (2011), fait les mêmes observations. Toutefois, l'apprentissage et la documentation scolaire par le biais d'internet est plus prononcé dans notre cas. Autant

qu'une bibliothèque ou en substitue, internet permet aux adolescents d'avoir rapidement accès à un certain nombre d'informations désirées.

L'une des principales activités des adolescents de cette étude, est la fréquentation de réseaux sociaux. Etant de la génération digitale native M. Prensky, (2001), sont autant de véritables passionnés de chats, avec les doigts toujours en attente de rédaction d'un nouveau message.

Sur les réseaux, chacun a ses petites habitudes. Il y a ceux qui viennent exclusivement pour le tchat et pour se faire des amis, ceux qui sont des passionnés de vidéo en ligne, de partage d'image. « Je suis constamment sur Facebook car j'appartiens à un petit club de collectionneurs de chaussure de sport. Je viens afficher mes dernières trouvailles et voir celles de mes amis » affirme un jeune de 17 ans. « Moi j'aspire à être mannequin après mes études, donc je viens pour afficher mes photos. Elles me permettront d'être vue par des stylistes ou des responsables d'agence » déclare une jeune adolescente de 14 ans.

En outre, l'internet leur permet d'avoir des renseignements divers à travers le monde entier (actualités, scoops, tendances, buzz...). L'un des aspects qui fondent leurs motivations pour internet est le côté interactif des informations. Ils peuvent y participer en laissant des commentaires (concernant les réseaux sociaux). Un adolescent de 16 ans soutien : « j'aime rechercher sur Instagram de belles images pour mon blog, afficher mes meilleures photos sur le mur de Facebook et surtout commenter les vidéos ».

L'internet en tant qu'outil d'information et communication, réunissant en son sein les médias traditionnels (la télévision, la

radiodiffusion, la presse écrite ...), leur fournirait une pléiade d'activités et de divertissements auxquels ils y prennent un réel plaisir. Le divertissement constitue une autre activité préférée de nos répondants. Un adolescent de 12 ans affirme : « je vais sur le net pour jouer aux jeux vidéo ... » et une autre adolescente de 16 ans soutient que « Je vais regarder les vidéos qui font le buzz sur internet ». On remarque que le besoin d'information et de communication motivent aussi les adolescents à accéder aux réseaux sociaux.

Toutefois, les diverses activités de ces adolescents sur internet pourraient être relatives à leur aspirations et besoins actuels. Selon L. Deci, et R.M. Ryan, (1985), trois (3) besoins psychologiques sont à la base de la motivation humaine, soit le besoin d'autonomie⁹⁵, le besoin de compétences⁹⁶ et le besoin d'appartenance sociale⁹⁷. Les bases théoriques de la TAD présentent ces trois besoins comme nécessaires à l'atteinte d'une motivation autodéterminée. Par conséquent, nous pouvons dire que les adolescents de l'étude sont autonomes dans leurs différentes utilisations d'internet. En plus, ils sont extrinsèquement motivés de régulation identifiée, ce qui signifie que leurs accès à l'internet ne souffrent

⁹⁵ **Besoin de compétence** : Fait référence à la sensation que peut éprouver l'individu lorsqu'il réagit effectivement avec son environnement tout en exerçant ses capacités et en contrôlant les éléments qui conduisent au succès dans une tâche qui représente un défi.

⁹⁶ ⁹⁶ **Besoin d'autonomie** : Fait référence à la nécessité pour l'individu de se sentir comme étant celui à la base de ses choix au moment d'initier un comportement directement lié au fait d'agir soit par intérêt pour l'activité, soit en vertu des valeurs auxquelles il adhère.

⁹⁷ **Besoin d'appartenance sociale** : Fait référence au besoin de se sentir connecter avec d'autres personnes de son environnement social, d'accorder et/ou de recevoir de l'attention de la part des personnes significatives pour soi et d'appartenir à une communauté ou un groupe.

d'aucune pression psychologique. Extrinsèquement, moins motivés de régulation externe, ces derniers utilisent internet de façon libre et sans contrainte externe. Ils sont donc intrinsèquement motivés dans cette utilisation, ce qui signifie qu'ils prennent plaisir à le faire. Ils prennent plaisir à découvrir également de nouvelles choses (à la connaissance), à relever des nouveaux défis (à l'accomplissement), à se divertir (à la stimulation). Ainsi, les résultats de l'étude corroborent ceux des travaux antérieurs selon lesquels les adolescents sont intrinsèquement motivés à l'utilisation de l'outil internet.

3.2. Principaux besoins liés à l'usage de l'outil internet par les adolescents.

Les résultats de l'étude relèvent que les principaux besoins liés à l'usage de l'outil internet par les adolescents sont les besoins de communications, besoins d'apprentissages suivis des besoins de divertissements et des besoins d'informations. Ces résultats sont en partie en accord avec ceux de E. Bévort et I. Breda, (2003) pour qui, l'apprentissage et la recherche d'information caractérisent l'une des principales activités des adolescents. Les adolescents cherchent par le biais de l'outil internet à développer certaines compétences. Ils accèdent aux réseaux sociaux afin d'avoir des cours pratiques d'initiation pour certains et complémentaires pour d'autres. D'autres encore, y vont rechercher des solutions pratiques, des astuces et des tutoriels de certains logiciels. Quant aux besoins d'appartenance sociale, les réseaux sociaux en sont les plus sollicités. Les adolescents passent ainsi plusieurs heures dans les

cybercafés à se connecter aux réseaux. Ce mode de socialisation permet à ces jeunes de ne pas se sentir claustre, car il leur permet de rester en contact avec des amis et parents proches ou lointains. Pour renchérir, une adolescente de 18 ans affirme : « Facebook et WhatsApp me permettent d'avoir à tout moment, les nouvelles de mes parents partis à l'étranger ».

Hormis, les informations pédagogiques, internet leur permet d'avoir accès à des informations d'ordre personnel. Internet constitue de même un moyen de communication et d'échange. Plausiblement, l'une des activités principales des adolescents de l'étude est la fréquentation de réseaux sociaux. Les adolescents de la présente étude, étant de la génération digitale native, sont autant de véritables passionnés de chats, avec les doigts toujours en attente de rédaction d'un nouveau message. Cette activité qui demeure l'une des plus courantes, fait partie de leur quotidien. En outre, ils y accèdent grâce au téléphone portable qui est l'outil préféré d'accès (surtout les adolescents les plus âgés) similairement à l'étude de C. Plessard (2011). Ces adolescents adulent de ce fait, les applications de certains sites, blogs et logiciels de communication directs ou par messageries instantanées. Hors connexion, ils se contentent de communiquer avec leurs pairs par SMS.

Pour ces adolescents, au niveau de la socialisation, internet représente un avantage pour eux. Ils y expriment, loin du regard des parents ou d'autres figures d'autorités, leur individualité et leur identité. Internet fait aujourd'hui partie du processus de socialisation entre pairs qui caractérise la période d'adolescence J-F. Biron et B. Dasereau, (2011). Donc, la fréquentation des réseaux sociaux par les adolescents, leur permet

aussi de répondre à leurs besoins de socialisation et d'affirmation de soi, lesquels besoins s'apparentent à ceux évoqués par A. Maslow, (1943, pp. 370-396) et P. Alderfer, (1969, pp. 142-175). C'est au niveau des réseaux sociaux que les adolescents de l'étude, sont de vrais utilisateurs d'internet. Ils ne sont pas sédentaires à un réseau, mais fréquentent la majeure partie de leur temps le web. Qualitativement cette forme d'utilisation est similaire à certaines études, notamment celle de C. Plessard, (2011).

Conclusion

La présente étude s'est intéressée sur le genre et les motivations liées à l'utilisation de l'outil internet chez les adolescents vivants dans la commune de Yopougon. L'objectif était d'identifier les motivations qui justifiaient l'utilisation de l'outil internet chez ces adolescents. Pour atteindre l'objectif, nous avons formulé une hypothèse selon laquelle les motivations liées à l'utilisation d'internet chez les adolescents vivants en Côte d'Ivoire sont fonction du genre (sexe). Pour vérifier cette hypothèse, nous avons eu recours à l'échantillon accidentel selon la méthode du tout-venant pour déterminer les cent vingt (120) adolescents auprès de qui, nous avons soumis un questionnaire d'évaluation à échelle. De plus, nous avons réalisé des entretiens semi-dirigés auprès de quelques jeunes de cette même population. Ainsi, nous sommes parvenus à la conclusion selon laquelle les motivations des adolescents ne sont pas liées aux sexes mais variaient en fonction de la spécificité de l'activité qu'ils menaient sur internet. L'activité la plus régulière de nos adolescents à travers ce medium (internet) était la fréquentation des réseaux sociaux (Facebook,

WhatsApp...). Une étude pourrait être menée sur l'impact des réseaux sociaux sur le système éducatif formel et familial. Par ailleurs, les adolescents (filles et garçons) de la commune de Yopougon sont motivés extrinsèquement de régulation identifiée et intrinsèquement à la connaissance, à l'apprentissage et à la communication. Donc, leurs motivations sont autodéterminées. Ces formes de motivations répondent aux besoins d'autonomie, de compétence et d'appartenance sociale.

Références bibliographiques

- Akadje, A., Zady, M. C. et Azi, W. J., 2017 : Parents Et " Broutage " À Abidjan. *Journal scientifique européen, ESJ*, 13 (5), 285.
<https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n5p285>.
- Loukou A. F., 2012 : « La diffusion de l'Internet en Côte d'Ivoire. Obstacles et implications », Netcom [En ligne], 26-3/4 | 2012, mis en ligne le 13 mars 2014, consulté le 11 novembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/netcom/1045> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/netcom.1045>.
- Alderfer P. 1969: « An empirical test of a new theory of human needs », *Organisation Behavior and Human Performance*, 4, 2, pp. 142-175.
- Assouline D. 2008 : L'impact des nouveaux médias sur la jeunesse. Annexe au procès-verbal de la séance du 22 octobre 2008, session ordinaire de 2008-2009 : Senat Français.

- Autorité de Régulation des Télécommunications de Côte d'Ivoire :
<https://www.artci.ci/index.php/marches-regules/10-observatoire-du-secteurs-des-telecoms/sevice-mobile/89-abonnes-service-mobile.html> consulté le mercredi 16 septembre 2020 à 15:02
- Soro B., 2008 : Téléphonie mobile : les parts de marché de chaque entreprise. Quotidiens le mandat : parution du lundi 18 juin 2012.
- Bévort E. et Breda I. 2003 : Les jeunes et internet : représentation, usages et appropriation en 2000 ? Synthèse de la recherche internationale de CLEMI (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information) : Ministère de l'Education Nationale (France).
- Biron J-F. et Dasereau B., 2011 : Les préoccupations et les impacts associés à l'utilisation d'internet dans les milieux des jeunes d'âge scolaire. Rapport de synthèse : agence de la santé et des services sociaux de Montréal, Québec.
- Bogu M. J-J., 2009 : Usages et appropriation des TIC par les jeunes ivoiriens : de l'espoir au désenchantement. In La revue électronique <http://www.tic.ird.fr/IMG/pdf/BOGU-NetEtSesDemons.pdf>.
- CREDOC, 2003 : Le Net : une fracture numérique plus générationnelle que sociale in rapport « la diffusion des technologies de l'information dans la société française ». Conseil général des technologies de l'information (département du ministère de

l'économie) et de l'autorité de régulation des télécommunications (ART).

Deci E. L. et Ryan R. M., 2000 : "Sel-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social développement, and well-being". *American psychologist*, 55 (1),pp. 68-78.

Deci E. L. et Ryan R.M., 1985: Intrinsic motivation and sel-détermination in human behavior, new york: plenum press.

Guay F., Mageau G. A. et Vallerand R. J., 2003 : Echelle de Motivation Globale (EGM-2008). *Society for personnality and coial psychology*, 29: 8.

Kreden E. et Fontar B., 2010 : Les jeunes et internet : de quoi avons-nous peur ? Synthèse d'étude sur les usages d'internet par les jeunes. France.

Lamizet B. et Silem A., 1997 : Dictionnaire encyclopedique des sciences de l'information et de la communication. Ellipses, paris.

Lobet-Maris C. et Gallez S., 2007 : « Les pratiques numériques des jeunes, catalyseur d'une certaine fracture générationnelle », communication orale au colloque international "figures contemporaines de la transmission".

Maslow A., 1943: A theory of human motivation. *The psychological review*, 50, 4, pp 70-396.

Minotte P. et Donnay, J. Y., 2010 : Les usages problématiques d'internet et des jeux vidéo. Recherche de l'institut wallon pour la santé mentale : Wallonie.

- Plessard C., 2011 : Usages des TIC, pratiques d'internet et risques associés. Rapport final de l'étude réalisée auprès des collégiens élus au conseil général des jeunes de la Gironde : France.
- Prensky M., 2001 : Digital natives, digital immigrants. MCB University Press.
- Sergerie A. et Lajoie J., 2007 : Internet : usage problématique et usage approprié. Revue québécoise de psychologie, 28, 2, pp. 9-159.
- Union Internationale des Télécommunications (UIT) (2012), World Telecommunication/ICT Indicators data base, <http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/index.html>