

**Usages des médias numériques et santé mentale des étudiants de
l'Université Alassane Ouattara de Bouaké : entre vulnérabilités
psychologiques, usages informationnels et opportunités de
sensibilisation**

Lego Adam KONE

Enseignant-Chercheur,

Département des sciences du langage et de la communication

Université Alassane Ouattara (UAO)

Bouaké, Côte d'Ivoire

Email – legokoney@gmail.com

Résumé

Cette étude analyse les relations entre les usages des médias numériques et la santé mentale des étudiants de l'Université Alassane Ouattara de Bouaké, en considérant leurs vulnérabilités psychologiques, leurs pratiques informationnelles et les possibilités de sensibilisation. Une méthodologie mixte a été mobilisée, combinant une phase qualitative exploratoire auprès de deux médecins et une enquête quantitative menée auprès de 370 étudiants, du 15 au 31 mai 2026, au moyen d'un questionnaire administré en ligne et en présentiel. Les résultats montrent une forte intégration des médias numériques dans les pratiques quotidiennes des étudiants, mais des perceptions contrastées concernant leurs effets psychologiques. Parallèlement, 64,9 % des enquêtés recherchent des informations relatives à la santé mentale en ligne et 56,8 % reconnaissent le potentiel des médias numériques en matière de sensibilisation. L'étude souligne ainsi leur caractère ambivalent et préconise le développement de stratégies numériques institutionnelles, fiables et adaptées aux pratiques communicationnelles des étudiants.

Mots-clés : Médias numériques ; Santé mentale ; Étudiants ; Vulnérabilité psychologique ; Sensibilisation ; Côte d'Ivoire.

Abstract

This study examines the relationship between digital media use and the mental health of students at Alassane Ouattara University in Bouaké, focusing on psychological vulnerabilities, information-seeking practices, and opportunities for awareness-raising. A mixed-methods approach was adopted, combining an exploratory qualitative phase involving two medical doctors with a quantitative survey of 370 students conducted from 15 to 31 May 2026 through online and face-to-face questionnaires. The findings reveal a strong integration of digital media into students' daily practices, alongside contrasting perceptions of their psychological effects. Moreover, 64.9% of respondents use digital media to seek mental health information, while 56.8% acknowledge their potential for mental health awareness. The study therefore highlights the ambivalent nature of digital media, which may both increase certain psychological vulnerabilities and provide opportunities for prevention. It recommends the development of reliable, institutionally supported digital communication strategies adapted to students' media practices.

Keywords: Digital media; Mental health; Students; Psychological vulnerability; Awareness-raising; Côte d'Ivoire.

Introduction

La révolution numérique constitue l'un des phénomènes les plus marquants du XXI^e siècle. L'essor d'Internet, des réseaux sociaux numériques, des applications mobiles et des plateformes numériques a profondément transformé les modes de communication, d'information et d'interaction sociale. Les médias numériques occupent désormais une place centrale dans la vie quotidienne des populations, en particulier chez les jeunes, qui représentent l'une des catégories les plus connectées au monde : selon l'Union internationale des télécommunications, les 15-24 ans constituent la tranche de population la plus active sur Internet à l'échelle mondiale (UIT, 2023). Dans le contexte universitaire, cette forte connectivité fait des médias numériques des outils incontournables : les étudiants utilisent quotidiennement Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, X, YouTube ou les plateformes d'apprentissage en ligne pour rechercher des informations, collaborer dans le cadre de travaux universitaires et maintenir leurs relations sociales. Comme le montre M. Castells (2010), les sociétés contemporaines sont désormais structurées autour de réseaux

numériques qui redéfinissent les modalités de production, de diffusion et d'échange de l'information.

Toutefois, si les médias numériques offrent de nombreuses opportunités, ils soulèvent également des préoccupations croissantes en matière de santé mentale. Celle-ci, définie par l'Organisation mondiale de la Santé comme un état de bien-être permettant à un individu de réaliser son potentiel, de faire face aux difficultés normales de la vie et de contribuer à sa communauté (OMS, 2022), est devenue une question majeure de santé publique. Les étudiants figurent parmi les populations les plus exposées aux troubles psychologiques — anxiété, stress, dépression, épuisement émotionnel —, fragilisés par les exigences académiques, les difficultés économiques, les incertitudes liées à l'avenir professionnel et les transformations sociales contemporaines. Dans ce contexte, les médias numériques apparaissent comme des espaces ambivalents. D'un côté, ils peuvent favoriser le développement de risques psychosociaux à travers la dépendance aux écrans, le cyberharcèlement, la comparaison sociale excessive, la surcharge informationnelle ou l'exposition à des contenus anxiogènes : plusieurs recherches associent l'usage intensif des réseaux socionumériques à une baisse de l'estime de soi, à l'isolement social et à une augmentation des symptômes anxieux ou dépressifs (J. M. Twenge et W. K. Campbell, 2018 ; C. L. Odgers et M. R. Jensen, 2020). De l'autre, ces mêmes plateformes constituent des espaces privilégiés de sensibilisation, d'éducation et de soutien psychologique : elles permettent la diffusion d'informations sur la santé mentale, l'accès à des communautés d'entraide et la promotion de comportements favorables au bien-être, y compris par le soutien entre pairs (J. A. Naslund et al., 2016).

En Côte d'Ivoire, l'augmentation rapide du taux de pénétration d'Internet et l'expansion des usages numériques chez les jeunes rendent cette problématique particulièrement pertinente. Les étudiants ivoiriens sont de plus en plus présents sur les réseaux socionumériques et utilisent massivement les technologies numériques dans leurs activités académiques et personnelles. Pourtant, les recherches consacrées aux interactions entre médias numériques et santé mentale dans le contexte universitaire ivoirien demeurent relativement limitées. Cette situation justifie la nécessité d'explorer les effets des usages numériques sur le bien-être psychologique des étudiants, afin de mieux comprendre les risques auxquels ils sont exposés ainsi que les opportunités offertes par ces outils en matière de communication et de promotion de la santé mentale.

Dès lors, la présente étude s'intéresse aux relations entre médias numériques et bien-être psychologique des étudiants autour de la question centrale suivante : comment les étudiants de l'Université Alassane Ouattara perçoivent-ils les relations entre leurs usages des médias numériques, leur bien-être psychologique et les opportunités de sensibilisation à la santé mentale ? Trois objectifs spécifiques en découlent : analyser les usages des médias numériques et les perceptions que les étudiants associent à leurs effets sur le bien-être psychologique ; identifier leurs pratiques informationnelles en matière de santé mentale sur les médias numériques ; examiner le potentiel attribué aux médias numériques comme outils de sensibilisation, de prévention et d'orientation vers l'aide psychologique.

1. Cadre théorique et conceptuel

La théorie des usages et gratifications, développée par Katz, Blumler et Gurevitch (1973), constitue le premier cadre d'analyse. Elle considère les publics comme des acteurs relativement actifs qui sélectionnent les médias en fonction de besoins informationnels, relationnels, identitaires ou de divertissement. Dans cette étude, elle permet d'interpréter la place de WhatsApp, TikTok, Facebook et des autres dispositifs numériques dans les pratiques étudiantes, mais aussi le recours à ces espaces pour rechercher des informations relatives à la santé mentale. L'intérêt de cette approche réside ainsi dans le déplacement du regard, des seuls effets supposés des médias vers les motivations, les usages et les gratifications recherchées par les étudiants.

La théorie de l'apprentissage social de Bandura (1977) complète cette perspective en soulignant le rôle de l'observation, des modèles et des interactions sociales dans l'acquisition de comportements et de représentations. Appliquée aux environnements socionumériques, elle permet d'éclairer l'exposition répétée à des modèles de réussite, d'apparence, de modes de vie ou de comportements, ainsi que les phénomènes de comparaison sociale évoqués dans l'enquête. Elle permet également d'envisager les plateformes comme des espaces où des comportements favorables au bien-être, au recours à l'aide ou à la prévention peuvent être rendus visibles et socialement valorisés. L'articulation de ces deux cadres conduit à retenir la chaîne analytique suivante : besoins et motivations → choix et usages des médias numériques → exposition, interactions et comparaison sociale → perceptions et expériences psychologiques déclarées → recherche d'information → potentiel de sensibilisation et d'orientation. Ce modèle ne postule pas une causalité automatique

entre usage numérique et santé mentale ; il sert à analyser les significations que les étudiants attribuent à leurs pratiques et aux opportunités communicationnelles du numérique.

2. Méthodologie

Cette étude adopte une démarche à dominante quantitative précédée d'une phase qualitative exploratoire. Ce choix vise à croiser, d'une part, les perceptions de professionnels de santé sur les relations possibles entre pratiques numériques et bien-être psychologique et, d'autre part, les usages et perceptions déclarés par les étudiants. La recherche a été menée à l'Université Alassane Ouattara de Bouaké auprès d'étudiants régulièrement inscrits dans cet établissement.

L'étude porte sur 370 étudiants régulièrement inscrits à l'Université Alassane Ouattara. Le questionnaire a été administré en ligne et en présentiel. En l'absence, dans le protocole disponible pour la présente rédaction, d'éléments permettant de documenter précisément le mode de constitution de l'échantillon et le calcul de sa taille, l'analyse est limitée à une portée descriptive. Les résultats ne permettent donc ni une généralisation statistique à l'ensemble des étudiants ivoiriens ni l'établissement de relations causales entre usages numériques et santé mentale.

3. Résultats

L'enquête quantitative réalisée auprès des étudiants a permis de recueillir 370 questionnaires exploitables. L'analyse des données porte principalement sur les caractéristiques des répondants, leurs pratiques d'utilisation des médias numériques, leurs usages informationnels en matière de santé mentale, leur perception des effets psychologiques de ces médias ainsi que leur appréciation de leur potentiel en matière de sensibilisation et de prévention.

3.1. Usages des médias numériques et perceptions du bien-être psychologique

3.1.1. Caractéristiques des répondants

Tableau 1 : Répartition des répondants selon l'âge

Tranche d'âge	Effectif	Pourcentage
Moins de 20 ans	20	5,4 %
20 à 24 ans	300	81,1 %
25 à 29 ans	50	13,5 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026

La population enquêtée est essentiellement constituée de jeunes âgés de 20 à 24 ans, qui représentent 81,1 % de l'échantillon. Les répondants âgés de 25 à 29 ans constituent 13,5 %, tandis que ceux de moins de 20 ans ne représentent que 5,4 %. Cette forte concentration dans la tranche de 20 à 24 ans correspond au profil d'une population principalement étudiante. Elle présente un intérêt particulier pour l'étude des usages numériques, cette catégorie d'âge étant fortement concernée par l'utilisation quotidienne des réseaux sociaux et des plateformes numériques.

3.1.2. Principaux médias numériques utilisés

Tableau 2 : Principaux médias numériques utilisés (question à réponses multiples)

Médias numériques	Effectif	Pourcentage des répondants
WhatsApp	330	89,2 %
TikTok	240	64,9 %
Facebook	200	54,1 %
YouTube	70	18,9 %
Sites d'information	70	18,9 %
Instagram	10	2,7 %
X	10	2,7 %
BonChat	10	2,7 %

Source : données de l'enquête, mai 2026

Les données mettent en évidence une nette domination de WhatsApp dans les pratiques numériques des étudiants. En effet, 89,2 % des répondants déclarent utiliser cette plateforme. TikTok arrive en deuxième position avec 64,9 %, suivi de Facebook avec 54,1 %. YouTube et les sites d'information sont utilisés chacun par 18,9 % des enquêtés. Ces résultats montrent que les pratiques numériques des étudiants sont principalement structurées autour des réseaux sociaux et des applications de messagerie instantanée. WhatsApp, TikTok et Facebook constituent ainsi les principaux espaces numériques dans lesquels les étudiants sont susceptibles d'être exposés à des informations relatives à la santé mentale. Cette configuration présente un intérêt stratégique pour les actions de communication et de sensibilisation. Toute politique de communication en santé mentale destinée aux étudiants gagnerait à tenir compte de la forte présence de ces derniers sur ces plateformes.

3.1.3. Temps quotidien consacré aux médias numériques

Tableau 3 : Temps moyen passé quotidiennement sur les médias numériques

Durée d'utilisation	Effectif	Pourcentage
Moins d'une heure	40	10,8 %
1 à 3 heures	200	54,1 %
4 à 6 heures	80	21,6 %
Plus de 6 heures	50	13,5 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026

Plus de la moitié des étudiants interrogés, soit 54,1 %, déclarent consacrer entre une et trois heures par jour aux médias numériques. Par ailleurs, 21,6 % y passent entre quatre et six heures quotidiennement, tandis que 13,5 % déclarent une durée supérieure à six heures. Seulement 10,8 % des répondants utilisent les médias numériques moins d'une heure par jour. Ainsi, 35,1 % des participants déclarent passer au moins quatre heures quotidiennement sur les médias numériques. Ces résultats témoignent de l'importance de ces dispositifs dans les pratiques quotidiennes des étudiants. Une telle exposition augmente potentiellement les occasions d'accès à des contenus informationnels, éducatifs ou préventifs, mais peut également accroître l'exposition à des contenus susceptibles d'affecter le bien-être psychologique.

Tableau 4 : Passage sur les médias numériques

Réponses	Effectif	Pourcentage
Oui	240	64,9 %
Non	130	35,1 %
Total	370	100 %

3.1.4. Perception de l'influence des médias numériques sur le bien-être psychologique

Tableau 5 : Perception de l'influence des médias numériques sur le bien-être psychologique

Modalités	Effectif	Pourcentage
Tout à fait d'accord	90	24,3 %
D'accord	50	13,5 %
Neutre	90	24,3 %
En désaccord	40	10,8 %
Tout à fait en désaccord	100	27,0 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026.

Les opinions apparaissent particulièrement partagées sur l'influence des médias numériques sur le bien-être psychologique. Les réponses favorables à cette affirmation représentent 37,8 % de l'échantillon, proportion identique à celle des répondants exprimant leur désaccord (37,8 %). Par ailleurs, 24,3 % adoptent une position neutre. L'absence d'une tendance nettement dominante révèle donc une perception ambivalente de l'influence psychologique des médias numériques. L'effet de ces derniers ne semble pas être perçu de manière uniforme par les étudiants. Cette hétérogénéité peut notamment être liée à la diversité des usages, à la nature des contenus consultés et aux expériences individuelles des utilisateurs.

3.1.5. Perception de l'effet des contenus numériques sur le stress et l'anxiété

Tableau 6 : Perception de l'effet des contenus numériques sur le stress et l'anxiété

Position regroupée	Effectif	Pourcentage
Accord	110	29,7 %
Neutre	60	16,2 %
Désaccord	200	54,1 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026.

Face à l'affirmation « Les contenus consultés peuvent augmenter mon stress ou mon anxiété » Une majorité des répondants, soit 54,1 %, rejette l'idée selon laquelle les contenus numériques consultés augmenteraient leur stress ou leur anxiété. À l'inverse, 29,7 % reconnaissent cette possibilité, tandis que 16,2 % demeurent neutres. Bien que le désaccord soit majoritaire, près de trois étudiants sur dix reconnaissent néanmoins une relation entre les contenus numériques auxquels ils sont exposés et l'augmentation de leur stress ou de leur anxiété. Ce résultat ne permet donc pas d'exclure l'existence de vulnérabilités psychologiques associées aux usages numériques chez une partie des étudiants.

3.1.6. Réseaux socionumériques et comparaison sociale

Tableau 7 : Perception de la comparaison sociale favorisée par les réseaux socionumériques

Position regroupée	Effectif	Pourcentage
Accord	120	32,4 %
Neutre	80	21,6 %
Désaccord	170	45,9 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026.

Répondant au postulat « Les réseaux sociaux favorisent la comparaison sociale entre étudiants ? », Près de la moitié des répondants (45,9 %) ne considèrent pas que les réseaux sociaux favorisent la comparaison sociale entre étudiants. Cependant, 32,4 % partagent cette perception et 21,6 % adoptent une position neutre. Ces résultats révèlent que la comparaison sociale induite par les réseaux numériques n'est pas unanimement ressentie. Toutefois, le fait qu'environ un tiers des répondants reconnaisse ce phénomène demeure notable sur le plan sociocommunicationnel, notamment en raison des effets que la confrontation répétée aux représentations de la réussite, de l'apparence physique ou du mode de vie d'autrui peut produire chez certains utilisateurs.

3.2. Pratiques informationnelles et potentiel de sensibilisation

3.2.1. Recherche d'informations relatives à la santé mentale

Tableau 8 : Utilisation des médias numériques pour rechercher des informations sur la santé mentale

Modalités de réponse	Effectifs (n)	Pourcentages (%)
Oui	239	64,7 %
Non	131	35,3 %
Total	370	100%

Source : données de l'enquête, mai 2026

Une majorité des étudiants interrogés, soit 64,9 %, déclare utiliser les médias numériques pour rechercher des informations relatives à la santé mentale, contre 35,1 % qui affirment ne pas recourir à ces supports à cette fin. Ce résultat met en évidence la fonction informationnelle des médias numériques dans le domaine de la santé mentale. Au-delà de leurs usages communicationnels et récréatifs, ces dispositifs constituent donc, pour une proportion importante des étudiants, une source d'information sur les questions psychologiques. Cette observation suggère que les plateformes

numériques peuvent constituer un canal pertinent pour la diffusion de messages de prévention et de promotion de la santé mentale auprès des étudiants.

3.2.2. Perception de la fiabilité des informations relatives à la santé mentale en ligne

Tableau 8 : Perception de la fiabilité des informations sur la santé mentale en ligne

Position regroupée	Effectif	Pourcentage
Accord	190	51,4 %
Neutre	40	10,8 %
Désaccord	140	37,8 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026.

Un peu plus de la moitié des étudiants interrogés (51,4 %) déclarent percevoir comme fiables les informations relatives à la santé mentale qu'ils trouvent en ligne. À l'opposé, 37,8 % expriment leur désaccord, tandis que 10,8 % restent neutres. Ces résultats renseignent sur la confiance déclarée des étudiants envers certaines informations numériques ; ils ne constituent pas une évaluation objective de leur qualité scientifique. La proportion importante de répondants exprimant des réserves souligne néanmoins l'enjeu de l'identification des sources et de la validation des contenus de santé mentale diffusés en ligne.

3.2.3. Contribution perçue des médias numériques à la sensibilisation

Tableau 9 : Perception de la contribution des médias numériques à la sensibilisation à la santé mentale

Position regroupée	Effectif	Pourcentage
Accord	210	56,8 %
Neutre	30	8,1 %
Désaccord	130	35,1 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026

La majorité des répondants, soit 56,8 %, considère que les médias numériques contribuent à sensibiliser les étudiants aux questions de santé mentale. Les opinions défavorables représentent 35,1 %, tandis que 8,1 % des participants restent neutres. Cette tendance confirme la reconnaissance par les étudiants du potentiel

éducatif et préventif du numérique. Les médias numériques ne se limitent donc pas, dans les représentations des enquêtés, à des espaces de divertissement ou d'interactions sociales ; ils peuvent également constituer des instruments de communication au service de la prévention et de la promotion de la santé mentale.

3.2.4. Campagnes numériques et recours à l'aide psychologique

Tableau 10 : Perception de la capacité des campagnes numériques à encourager le recours à une aide psychologique

Position regroupée	Effectif	Pourcentage
Accord	210	56,8 %
Neutre	20	5,4 %
Désaccord	140	37,8 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026.

Plus de la moitié des répondants (56,8%) estiment que les campagnes numériques sont susceptibles d'encourager les étudiants à solliciter une aide psychologique. Toutefois, 37,8 % ne partagent pas cette opinion. La tendance majoritaire suggère que la communication numérique peut jouer un rôle dans l'orientation vers les dispositifs de prise en charge. La diffusion de messages appropriés, la présentation des services disponibles et l'intervention de professionnels pourraient notamment contribuer à réduire certaines barrières informationnelles ou sociales associées au recours aux soins psychologiques.

3.2.5. Implication des établissements d'enseignement

Tableau 11 : Perceptions de l'implication des établissements d'enseignement

Position regroupée	Effectif	Pourcentage
Accord	220	59,5 %
Neutre	20	5,4 %
Désaccord	130	35,1 %
Total	370	100 %

Source : données de notre enquête, 2026

Près de six étudiants sur dix (59,5 %) souhaitent une utilisation accrue des médias numériques par les établissements d'enseignement dans le cadre de la sensibilisation à la santé mentale. Les opinions défavorables représentent 35,1 % de l'échantillon et les positions neutres seulement 5,4 %. Ce résultat traduit une attente

envers les institutions éducatives. Les étudiants paraissent reconnaître à leurs établissements un rôle possible dans la production et la diffusion d'informations numériques relatives à la santé mentale. Une communication institutionnelle mieux structurée pourrait ainsi contribuer à rendre les messages de prévention plus accessibles et plus crédibles.

3.3. Expériences et exposition aux contenus préventifs

3.3.1. *Expérience personnelle déclarée d'un impact négatif des médias numériques*

Tableau 12 : Expérience d'un impact négatif des médias numériques sur la santé mentale

Réponses	Effectifs	Pourcentages
Oui	170	45,9 %
Non	200	54,1 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026.

Si 54,1 % des répondants déclarent n'avoir jamais ressenti d'impact négatif des médias numériques sur leur santé mentale, 45,9 % rapportent une expérience contraire. La proximité entre les deux proportions mérite une attention particulière. En effet, presque un étudiant sur deux reconnaît avoir déjà expérimenté personnellement un effet négatif lié aux médias numériques. Ce résultat nuance les réponses précédentes relatives au stress et à l'anxiété et montre que les vulnérabilités associées aux pratiques numériques concernent une proportion importante de la population étudiée.

3.3.2. *Consultation de contenus consacrés à la prévention des troubles psychologiques*

Tableau 13 : Consultation de contenus numériques portant sur la prévention des troubles psychologiques

Réponse	Effectif	Pourcentage
Oui	200	54,1 %
Non	170	45,9 %
Total	370	100 %

Source : données de l'enquête, mai 2026.

Une légère majorité des étudiants interrogés, soit 54,1 %, déclare avoir déjà consulté un contenu numérique traitant de la prévention des troubles psychologiques. À l'inverse, 45,9 % affirment ne jamais l'avoir fait. Ces résultats attestent d'une certaine circulation

des contenus préventifs auprès des étudiants, mais montrent également que leur couverture demeure limitée. Près de la moitié des répondants n'a encore jamais consulté de contenu numérique explicitement consacré à la prévention des troubles psychologiques. Il existe donc une marge importante pour renforcer la visibilité et l'accessibilité de ce type de communication.

4. Discussion

Les résultats de cette recherche mettent en évidence le caractère ambivalent des relations entre médias numériques et santé mentale des étudiants. D'une part, les usages numériques peuvent être associés à certaines formes de vulnérabilité psychologique ; d'autre part, les mêmes dispositifs constituent des espaces privilégiés d'information, de sensibilisation et d'orientation en matière de santé mentale. Cette double dimension est discutée à partir de deux axes : les vulnérabilités psychologiques associées aux usages numériques et le potentiel informationnel et préventif de ces médias.

4.1. Usages des médias numériques et vulnérabilités psychologiques : une relation complexe et différenciée

Les résultats révèlent d'abord une forte intégration des médias numériques dans les pratiques quotidiennes des étudiants de l'Université Alassane Ouattara. WhatsApp est utilisé par 89,2 % des enquêtés, TikTok par 64,9 % et Facebook par 54,1 %. Par ailleurs, 35,1 % des répondants déclarent consacrer au moins quatre heures par jour aux médias numériques. Cette présence importante confirme que les plateformes numériques constituent désormais un environnement communicationnel structurant de la vie étudiante.

Toutefois, les résultats ne permettent pas d'établir une relation uniforme entre intensité des usages numériques et vulnérabilité psychologique. Les perceptions relatives à l'influence des réseaux sociaux numériques sur le bien-être sont parfaitement partagées : 37,8 % des étudiants reconnaissent cette influence, 37,8 % la contestent et 24,3 % adoptent une position neutre. De même, 54,1 % des enquêtés rejettent l'idée selon laquelle les contenus numériques consultés augmenteraient leur stress ou leur anxiété, contre 29,7 % qui reconnaissent cet effet. Ces données traduisent donc une **hétérogénéité des expériences psychologiques du numérique**.

Cette tendance converge avec les conclusions de **Valkenburg, Meier et Beyens (2022)**. À partir d'une revue de 25 travaux de synthèse, ces auteurs constatent que la majorité des études décrivent les relations entre utilisation des médias sociaux et santé mentale comme faibles ou inconsistantes, tandis que certaines mettent en

évidence des effets négatifs plus substantiels. Ils insistent ainsi sur la diversité des effets du numérique selon les individus et les modalités d'utilisation. Les résultats de la présente étude rejoignent également ceux d'**Odgers et Jensen (2020)**, qui concluent que les associations entre quantité d'utilisation quotidienne des technologies numériques et bien-être psychologique sont généralement faibles et que les données disponibles ne permettent pas d'établir simplement un lien causal. Leur synthèse met en évidence des résultats tantôt positifs, tantôt négatifs, tantôt nuls. Cette observation trouve un écho particulier dans notre enquête, où les opinions favorables et défavorables concernant l'influence psychologique des médias numériques représentent exactement la même proportion.

Une nuance importante apparaît néanmoins lorsqu'on considère l'expérience personnelle des étudiants. **45,9 % des enquêtés déclarent avoir déjà ressenti un impact négatif des médias numériques sur leur santé mentale.** Ce résultat montre que, même en l'absence d'un consensus collectif sur les effets du numérique, une proportion importante d'étudiants rapporte une expérience négative. Il invite à dépasser une lecture fondée exclusivement sur le temps d'écran pour prendre en considération la **nature des usages, les contenus consultés, les caractéristiques individuelles et le contexte social de l'utilisateur.**

Ainsi, les résultats convergent globalement avec les deux travaux comparatifs : les médias numériques ne produisent pas mécaniquement les mêmes effets psychologiques chez tous les utilisateurs. La vulnérabilité semble davantage résulter de l'interaction entre les caractéristiques individuelles, l'intensité et les modalités d'utilisation, les contenus consommés et les expériences sociales vécues en ligne. Cette interprétation conduit à privilégier une approche différenciée des risques numériques plutôt qu'une conception déterministe faisant des réseaux sociaux une cause systématique de mal-être psychologique.

4.2. De la vulnérabilité à l'opportunité : le potentiel informationnel et préventif des médias numériques

Le deuxième enseignement majeur concerne la fonction informationnelle des médias numériques. L'enquête révèle que **64,9 % des étudiants utilisent les médias numériques pour rechercher des informations relatives à la santé mentale.** Cette proportion indique que les plateformes numériques ne constituent plus seulement des espaces de sociabilité et de divertissement, mais deviennent également des ressources mobilisées par les étudiants

pour accéder à des connaissances concernant leur bien-être psychologique.

Cette fonction informationnelle s'accompagne néanmoins d'une interrogation relative à la qualité des contenus. Si 51,4 % des répondants considèrent trouver des informations fiables sur la santé mentale en ligne, 37,8 % expriment une opinion contraire. Le numérique apparaît donc simultanément comme un espace d'accès à l'information et comme un environnement dans lequel la crédibilité des sources constitue un enjeu majeur. Cette observation rejoint indirectement Odgers et Jensen (2020), qui appellent à dépasser les discours généraux sur les effets des technologies numériques pour s'appuyer sur des données plus rigoureuses et mieux différencier les formes d'utilisation.

Les résultats montrent surtout que les étudiants reconnaissent aux médias numériques une fonction préventive. **56,8 % estiment qu'ils peuvent contribuer à la sensibilisation à la santé mentale**, et une proportion identique considère que les campagnes numériques peuvent encourager le recours à une aide psychologique. De plus, 59,5 % souhaitent que les établissements d'enseignement utilisent davantage les médias numériques dans leurs actions de sensibilisation.

Ces résultats permettent d'élargir la perspective développée par Valkenburg et al. (2022). Alors que leur revue se concentre principalement sur les relations entre médias sociaux et santé mentale, la présente recherche met davantage en évidence la **dimension communicationnelle et préventive** de ces plateformes. Les étudiants ne sont pas uniquement exposés à des risques : ils peuvent également rechercher activement des informations, consulter des contenus préventifs et considérer les plateformes comme des supports susceptibles de favoriser le recours à l'aide.

Une limite subsiste cependant : seuls **54,1 % des étudiants déclarent avoir déjà consulté un contenu numérique consacré à la prévention des troubles psychologiques**, contre 45,9 % qui n'en ont jamais consulté. Il existe donc un décalage entre le **potentiel reconnu des médias numériques** et l'exposition effective aux contenus de prévention. Cette différence constitue un résultat important pour la communication en santé : l'existence des plateformes et leur forte fréquentation ne garantissent pas automatiquement l'accès à une information préventive pertinente.

Ces observations plaident en faveur d'une stratégie de **communication numérique en santé mentale** reposant sur trois principes complémentaires : la production de contenus scientifiquement validés, leur adaptation aux pratiques

communicationnelles des étudiants et leur diffusion prioritaire sur les plateformes effectivement utilisées par ceux-ci, notamment WhatsApp, TikTok et Facebook. Les établissements universitaires et les professionnels de santé pourraient, dans cette perspective, intervenir comme producteurs et garants de contenus crédibles, tout en associant les étudiants à leur conception et à leur diffusion.

4.3. Lecture des résultats à partir des usages et gratifications et de l'apprentissage social

La théorie des usages et gratifications permet d'abord d'interpréter la forte présence de WhatsApp, TikTok et Facebook comme le résultat de choix inscrits dans des besoins de communication, de sociabilité, d'information et de divertissement. Le fait que 64,9 % des étudiants déclarent rechercher en ligne des informations relatives à la santé mentale montre que le numérique remplit également une gratification informationnelle spécifique. Les étudiants ne sont donc pas seulement exposés passivement aux plateformes : ils peuvent les mobiliser comme ressources dans leurs démarches d'information sur le bien-être psychologique.

La théorie de l'apprentissage social permet, pour sa part, d'éclairer les perceptions relatives à la comparaison sociale et à l'exposition aux contenus. Les résultats ne démontrent pas un effet causal des modèles observés en ligne, mais le fait que 32,4 % des répondants considèrent que les réseaux socionumériques favorisent la comparaison sociale indique que, pour une partie des étudiants, l'environnement numérique constitue un espace d'observation et d'évaluation de soi par rapport à autrui. La même logique peut être mobilisée positivement : des contenus mettant en scène des comportements de recherche d'aide, des pratiques favorables au bien-être ou des témoignages de recours aux professionnels peuvent contribuer à rendre ces conduites plus visibles et socialement accessibles. Cette lecture conforte l'intérêt d'une communication numérique de santé fondée à la fois sur les usages réels des étudiants et sur la qualité des modèles et messages proposés.

En définitive, la confrontation avec Odgers et Jensen (2020) et Valkenburg et al. (2022) confirme la nécessité d'abandonner une conception univoque des effets des médias numériques sur la santé mentale. Les résultats obtenus à Bouaké montrent simultanément l'existence de **vulnérabilités pour une partie des étudiants et d'opportunités informationnelles et préventives pour une majorité d'entre eux**. La contribution spécifique de cette étude réside ainsi dans le déplacement de la problématique du seul registre des « effets » du numérique vers celui de ses **usages communicationnels en**

santé mentale. L'enjeu n'est donc pas uniquement de réduire l'exposition des étudiants aux médias numériques, mais de développer les compétences critiques nécessaires à leur utilisation responsable et de transformer ces espaces en véritables supports de sensibilisation, de prévention et d'orientation vers l'aide psychologique.

4.4. Limites de l'étude

Deuxièmement, les informations disponibles ne permettent pas de documenter précisément le mode de constitution de l'échantillon ni la justification statistique de l'effectif de 370 participants.

Conclusion

Cette recherche avait pour objectif d'analyser les usages des médias numériques des étudiants de l'Université Alassane Ouattara, les perceptions qu'ils associent à leur bien-être psychologique et les opportunités offertes par ces dispositifs en matière d'information et de sensibilisation à la santé mentale. Les résultats mettent d'abord en évidence une forte intégration du numérique dans la vie étudiante, dominée par WhatsApp, TikTok et Facebook. Ils révèlent ensuite des perceptions contrastées des effets psychologiques : les opinions sont partagées concernant l'influence globale du numérique sur le bien-être, tandis que 45,9 % des répondants déclarent avoir déjà ressenti personnellement un impact négatif. Ces données invitent à éviter toute lecture déterministe faisant des médias numériques une cause uniforme de vulnérabilité psychologique.

Parallèlement, l'étude montre l'importance des usages informationnels. Près des deux tiers des répondants déclarent rechercher en ligne des informations relatives à la santé mentale, 56,8 % attribuent aux médias numériques un potentiel de sensibilisation et la même proportion considère que des campagnes numériques pourraient encourager le recours à une aide psychologique. Les résultats mettent ainsi en évidence l'ambivalence communicationnelle du numérique : espace où peuvent être rencontrés des contenus perçus comme problématiques, il constitue également une ressource potentielle d'information, de prévention et d'orientation. L'apport de l'étude aux Sciences de l'information et de la communication réside précisément dans ce déplacement du seul questionnement sur les « effets » vers l'analyse des usages, des significations et des possibilités d'intervention communicationnelle.

Sur le plan pratique, les résultats plaident en faveur de stratégies universitaires de communication numérique en santé mentale fondées sur des contenus scientifiquement validés, adaptés aux pratiques médiatiques des étudiants et diffusés prioritairement sur les plateformes qu'ils utilisent effectivement. La participation des étudiants à la conception des messages, associée à l'expertise des professionnels de santé, pourrait renforcer leur pertinence et leur crédibilité. Ces propositions doivent néanmoins être appréciées à la lumière des limites de l'étude. Des recherches ultérieures pourraient étendre l'enquête à plusieurs universités ivoiriennes, mobiliser des échelles psychométriques validées, approfondir les entretiens qualitatifs et recourir à des analyses statistiques permettant d'examiner les associations entre types d'usage, intensité d'exposition, caractéristiques des contenus et indicateurs de bien-être psychologique.

Références bibliographiques

- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., Marsch, L. A., & Bartels, S. J. (2016). The future of mental health care: Peer-to-peer support and social media. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 25(2), 113–122. <https://doi.org/10.1017/S2045796015001067>
- Odgers, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Annual Research Review: Adolescent mental health in the digital age: Facts, fears, and future directions. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(3), 336–348. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13190>
- Organisation mondiale de la Santé. (2022). *Rapport mondial sur la santé mentale : Transformer la santé mentale pour tous*. Organisation mondiale de la Santé.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>
- Union internationale des télécommunications. (2023). *Facts and figures 2023: Measuring digital development*.

Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology*, 44, 58–68. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>