



## Impact des réseaux sociaux sur les jeunes du District de Basoko, Ville de Bandundu

---

**Tigana LUWEY MPIA**

Université de Bandundu (UNIBAND), R. D. Congo.

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

**Résumé :** Ceci conduit à des réflexions sur l'impact des réseaux sociaux sur les jeunes de la commune de Basoko dans la ville de Bandundu, République Démocratique du Congo, à l'ère du numérique.

Mots-clés : Impact, réseaux sociaux, Jeune

**Impact of social networks on young people in Basoko District, Bandundu.**

**Abstract:** This leads to reflections on the impact of social networks on young people in the commune of Basoko in the town of Bandundu, Democratic Republic of Congo, in the digital age.

**Keywords:** Impact, social networks, youth

### Introduction

Notre monde a connu une explosion et une révolution des réseaux sociaux ces dernières années. Il existe également un certain nombre de phénomènes émergents qu'il convient d'arrêter afin d'explorer leurs mystères et de comprendre l'ampleur de leur impact sur la communication et les interactions naturelles entre les individus. Pour cette raison, nous menons une étude sur l'impact des réseaux sociaux sur les jeunes de la ville de Bandundu. Je vais donc commencer par une question afin que je puisse me concentrer sur un auteur en particulier.

### *Problématique*

Sur Internet, les réseaux sociaux sont des plateformes de mise en relation des personnes en ligne. Vous pouvez publier des photos, des vidéos ou des textes personnels qui peuvent être consultés par toute personne connectée à votre réseau. Les réseaux sociaux les plus populaires tels que Facebook et Twitter sont des sources d'information indépendantes. Il existe des réseaux sociaux professionnels tels que LinkedIn et d'autres sujets qui rassemblent des personnes ayant des intérêts communs. Les réseaux sociaux sont désormais utilisés non seulement par de nombreuses stars, mais aussi par les politiciens et les grandes entreprises, ce qui les rend indispensables dans le domaine de la communication et de l'actualité (DUPIN, A. 2020).

Les réseaux sociaux font désormais partie intégrante de la vie des jeunes et des communautés. Cependant, pour les utiliser efficacement, vous devez bien comprendre leur nature et leurs avantages.

De ce point de vue, notre recherche commence par les préoccupations suivantes :

Comment les réseaux sociaux affectent-ils la vie des jeunes Basoko ?

A quoi servent-ils les réseaux sociaux ?

### *Hypothèse de la recherche*

Nous partons de l'hypothèse que même si les réseaux sociaux comportent des risques différents, ils influencent les jeunes de différentes manières, ce qui à son tour a un impact positif sur la vie des jeunes à Bandundu ville. Les jeunes sont confrontés à de nombreux risques et dangers associés à l'abus des réseaux sociaux et à d'autres formes de fraude, de tromperie et de violence.

### Plan

Nous développons nos considérations sur trois points principaux : le premier définit les concepts de base de cette étude, le second aborde la méthode et théorie et le troisième présente les résultats de la recherche sur l'impact des réseaux sociaux sur les jeunes dans la commune dans ville de Bandundu.

## **1. Définitions des concepts clés**

### *1.1. Réseaux sociaux*

Les réseaux sociaux sont des sites Web, des applications mobiles et des plateformes qui vous permettent de créer des liens sociaux en ligne. Ce sont des systèmes qui fournissent aux utilisateurs des outils et des interfaces qui facilitent l'interaction.

En marketing, le terme « médias sociaux » est en fait lié aux « faits sur les médias sociaux ». Il intègre donc tous les sites et plateformes qui existent sur le web, vous permettant de vous constituer un réseau d'amis, de connaissances et de communautés<sup>1</sup>.

Un réseau social est un ensemble d'identités sociales, telles que des individus et des organisations, reliées par des liens créés par l'interaction sociale. Ils s'expriment à travers les structures ou formes dynamiques des groupes sociaux. Un réseau social est un site Web où les membres d'un même réseau peuvent rester en contact. Vous devez avoir un "profil d'utilisation" qui vous permet de partager une variété d'informations avec d'autres. Ces informations sont accessibles à tous les membres du réseau.

---

<sup>1</sup> BUYLE, J.P. et ali, *Les Réseaux sociaux et le Droit*, Bruxelles, Larcier, 2014, p.87

- Les avantages des réseaux sociaux

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont devenus de véritables outils numériques pour le développement des entreprises en ligne. Ce sont des instruments indépendants de stratégie marketing et commerciale. Identifiez trois principaux avantages de posséder et de développer un réseau social :

- Cela vous permet de mieux connaître votre destination. D'un point de vue marketing, c'est un énorme avantage en termes de positionnement et de différenciation sur le marché. Il s'agit d'établir des relations avec nos clients, d'assurer un véritable dialogue avec nos amis et de mieux comprendre leurs désirs, leurs besoins et leurs attentes.

- Les réseaux sociaux sont le véritable moteur de la notoriété d'aujourd'hui. Permettre des interactions sociales positives telles que les likes, les retweets et les partages représente une réelle opportunité pour les entreprises et les marques d'augmenter leur visibilité. De telles interactions peuvent indiquer l'engagement d'un utilisateur particulier et générer de la visibilité.

- Les réseaux sociaux sont aussi un moyen de communication optimal et rentable. En effet, vous pourrez répondre à votre groupe cible de manière ciblée et le joindre à tout moment.

- Catégories de réseaux sociaux

Comme mentionné ci-dessus, les réseaux sociaux se répartissent en plusieurs catégories : partage, réseautage, discussion, publication et collaboration.

Les réseaux de partage

Ce type de réseau social est utilisé pour partager du contenu quel que soit le format ou l'audience.

Réseau dédié pour la mise en réseau

Le réseautage, également connu sous le nom de réseautage, est le processus de création, de développement et de maintien de réseaux professionnels. Les principaux réseaux sociaux dans ce domaine sont LinkedIn ou Vidéo, où vous pouvez suivre des entreprises et des sujets, ainsi que créer des liens pour un recrutement ciblé.

***Réseau de discussion***

Ces médias sociaux peuvent faciliter la discussion entre les utilisateurs dans les forums et les chats, ainsi que les appels vidéo et la messagerie instantanée, grâce à des outils interactifs.

### *Réseau collaboratif*

Ce dernier type de réseau social est plus adapté à un usage professionnel et permet à plusieurs intervenants de collaborer efficacement sur un même projet. Ils sont couramment utilisés dans la gestion de projet pour gérer les plannings, les tâches, etc.

Donc, selon cette définition, il y a trois avantages principaux :

- ❖ Les réseaux sociaux vous permettent d'interagir avec votre communauté et de construire des relations tangibles.
- ❖ Les réseaux sociaux permettent de développer des interactions sociales (like, retweet, share) qui révèlent l'engagement communautaire.
- ❖ Les réseaux sociaux vous permettent de rester en contact avec votre communauté, même lorsque vous êtes en déplacement. À l'ère des smartphones et des tablettes, les cibles sont toujours connectées et peuvent donc recevoir des informations à tout moment.

### Les intérêts des réseaux sociaux

Les trois grands intérêts des réseaux sociaux :

- ❖ Les médias sociaux permettent d`réaliser un entretien contre-poil son état et ainsi une anecdote concrète
- ❖ Les médias sociaux permettent de hausser les interactions sociales naïf une disposition de la portion d`un état et entraînant de la virilité
- ❖ Les médias sociaux permettent de proclamer contre de son état à foule moment, comparable en traité de mobilité.

A l`époque des Smartphones et tablettes, les cibles sont assidûment connectées et ainsi assidûment irascible de apparaître des informations.

Les hommes d`disposition sur les réseaux sociaux Les utilisateurs des réseaux sociaux peuvent affairer luxuriant engagements :

- ❖ La masse : fanfare des utilisateurs des médias sociaux pour ainsi dire foule le monde
- ❖ Les inactifs : ils aiment votre page, sont abonnés à votre état malheureusement n`y viennent jamais, ou effroyablement rarement
- ❖ Passif : ils prennent cependant pouvoir de vos gazettes qui apparaissent pendant à eux récent d`actualité •
- ❖ Cliqueurs : ils cliquent sur vos gazettes pendant lequel en connaissance plus
- ❖ Le partageur : ils partagent vos gazettes
- ❖ Les commentateurs : ils commentent vos gazettes

## **L'Internet**

Ensemble de réseaux mondiaux interconnectés qui permettent aux ordinateurs et aux serveurs de communiquer efficacement à l'aide d'un protocole de communication commun (IP). Nos principaux services sont le Web, le FTP, la messagerie et les groupes de discussion. Grâce à Internet, les informations sont transmises à l'aide d'un ensemble normalisé de protocoles de transmission de données. Internet permet le développement d'applications, le courrier électronique, la messagerie instantanée, les applications peer-to-peer et World Wide Web.

Internet peut être utilisé comme un moyen de communication qui nous permet de rester en contact avec des amis et de socialiser dans le monde entier. Internet donne accès à des services innovants tels que : comme la télévision haute définition, la téléconférence, les visites virtuelles, la messagerie instantanée, le courrier électronique, etc.

### *1.2. Réseaux sociaux et jeunesse*

Les réseaux sociaux et les messageries instantanées. 40 % de cela avec des boutons pressions. En moyenne, les 15-24 ans utilisent 3,9 services de réseaux sociaux et de messagerie instantanée chaque mois, contre 2,9 il y a un an.

#### **- Utilisateurs des réseaux sociaux**

Sur Facebook, les gens parlent depuis longtemps de "fans", ou fans de votre page. Maintenant, nous parlons davantage des abonnés. C'est un mot qui est également utilisé sur Instagram et Twitter. Sur Youtube on parle d'"abonnés" en Abuntern ou en anglais. Sur LinkedIn, vous pouvez être un contact si vous avez une relation directe avec ce compte, mais vous pouvez également être un abonné ou un suiveur si vous souhaitez simplement suivre le contact.

Internet a consacré l'essor des réseaux sociaux et est devenu pour certains un véritable média social, permettant aux internautes et aux professionnels de créer des pages de profil et de partager des informations, des photos et des vidéos sur leurs réseaux. Partagez un espace qui se démarque en termes d'utilité (personnelle, de travail, de conférence, etc.), de logo et d'audience. Selon Médiamétrie/Netrateds, un peu plus d'un tiers du temps de navigation sera passé sur les réseaux sociaux et les messageries instantanées en 2020. Près de 49 millions de personnes, soit 8 Français sur 10, l'utilisent désormais.

### *1.3. Types de réseaux sociaux*

Ceci n'est pas une liste complète des réseaux sociaux existants, mais au moins une liste des réseaux sociaux les plus populaires.

- Instagram

Instagram est une application, un réseau social, un service de partage de photos et de vidéos fondé et lancé en octobre 2010 par l'Américain Kevin Systrom et le Brésilien Michel Mike Krieger.

- WhatsApp

WhatsApp (ou WhatsApp Messenger) est une application mobile multiplateforme qui fournit un système de messagerie instantanée cryptée de bout en bout sur les réseaux cellulaires et Internet. WhatsApp a connu un énorme succès au début des années 2010.

- Tweeter

Twitter est un réseau social de microblogging géré par Twitter Inc. Il permet aux utilisateurs d'envoyer des micro-messages gratuits, appelés Tweets ou Tweets6, sur le Web, via la messagerie instantanée ou SMS. Ces messages sont limités à 280 caractères. Twitter a été fondé le 21 mars 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass.

- Facebook

C'est un ensemble d'expressions et de constructions identitaires. Facebook est un réseau social développé à l'origine par une grande université américaine. Le public cible a augmenté rapidement et s'étend désormais à toute personne, entreprise ou organisation qui souhaite partager des informations et un contenu riche avec d'autres.

- Jeunesse

C'est l'aspect social de l'adolescence qui se définit par opposition à la génération pleinement mature, moment de développement où l'homme a tous les moyens.

## **2. Méthode et Théorie**

### *2.1. La Méthode*

Cette étude utilise une approche ethno-sociologique, permettant d'aller sur les lieux, d'interagir avec la cible et de comprendre son mode de vie. De plus, descendre sur le terrain permet de comprendre comment les cibles perçoivent l'impact des réseaux sociaux. Cette méthode consiste à décrire un groupe humain en analysant leurs manières de vivre de communiquer dans la société, c'est-à-dire de comprendre la pratique sociale de certain groupe à partir de ce qu'il donne dans la réalité (Gérard DEREZE, 1993).

## 2.2. La théorie

Nous utilisons la théorie de l'usage et gratification de Katz et Gurevich. La théorie de l'utilisation et de la gratification postule que "les individus utilisent la communication de masse pour se connecter (ou parfois se déconnecter) avec les autres (soi-même, famille, amis, nation, etc.) par le biais de relations instrumentales, émotionnelles ou intégratives" (Katz, Blumler & Gurevich, 1974).

## 3. Résultat d'enquête

### 3.1. Rappel méthodologie et échantillonnage

#### - Rappel méthodologie

Comme déjà mentionné ci-dessus, nous avons utilisé des méthodes ethnosociologiques pour mener à bien notre travail. Cette méthode nous permet de descendre sur le terrain et d'atteindre notre public cible, comment nous communiquons à travers les réseaux, à quelle fréquence nous nous connectons et ce qui attire les jeunes sur les réseaux sociaux. Pour y parvenir, nous avons utilisé des techniques de questionnement écrit, de documentation et de webgraphie.

#### - Présentation de l'univers d'enquête

Notre recherche a été menée dans la ville de Bandung, plus précisément dans la ville de Basoko. Comme il n'est pas possible d'atteindre adéquatement tous les thèmes qui entrent dans ce champ de recherche, il a été nécessaire de mener une enquête auprès d'un sous-ensemble des jeunes qui composent la population de parents éligibles comme l'échantillon ci-dessous avant de présenter le questionnaire d'enquête.

#### - Échantillonnage

C'est l'acte de collecter ou d'extraire des échantillons pour faciliter l'administration des enquêtes et des entretiens. La réalisation d'une enquête consiste à échantillonner une partie de la population parentale selon des critères bien définis ou de manière aléatoire. On parle alors de méthodes probabilistes et non probabilistes, selon que le sujet a la même chance, compte tenu des critères précités de maintien ou non du sujet dans l'échantillon. Nous randomisons l'échantillon et constituons l'échantillon de 30 jeunes sans critères préalables.

Pour mener l'étude, nous avons choisi un système en face-à-face avec des jeunes de la ville de Bandung vivant dans la commune Basoko pour savoir comment les réseaux sociaux affectent leur vie. Pour calculer les résultats de l'enquête, nous utilisons le logiciel d'analyse statistique "Statistical Package for the Social Sciences, en abrégé "SPSS". Logiciel qui calcule automatiquement les données enregistrées et affiche les résultats.

- Présentation du questionnaire

Notre enquête se compose de deux parties. L'une porte sur l'identité du répondant et l'autre est la question de base de l'enquête. Les identités des répondants fournissent des informations sur le sexe et l'âge, et les questions varient en fonction du sujet sélectionné pour la recherche ou l'analyse. Il y a donc un total de 11 questions, chacune fournissant des informations sur un sujet spécifique. Posséder un smartphone Android, utiliser les réseaux sociaux, à quelle fréquence vous vous connectez aux réseaux sociaux, ce qui est le plus attrayant sur les réseaux sociaux, quels aspects ils contribuent à votre vie, etc. Nos vies ont changé grâce à nos connexions aux réseaux sociaux.

3.2. Présentation des résultats d'enquête

- Déterminants sociaux

Tableau n°1 Identification selon le sexe

Sexe	Nombre	Pourcentage
Masculin	16	53,3
Féminin	14	46,7
Total	30	100,0

Ce tableau par rapport à l'identification des enquêtés selon le sexe, nous avons 54% des enquêtés de sexe masculin, 46% des enquêtés de sexe féminin ce qui nous donne un pourcentage de cent pour cent.

Tableau n°2 identification des enquêtés selon tranche d'âge.

Tranche d'âge	Nombre	Pourcentage
15 - 20 ans	3	10,0
21 - 25 ans	10	33,3
26 - 30 ans	8	26,7



31 - 35 ans	9	30,0
Total	30	100,0

Dans ce tableau, selon l'identification des enquêtés selon la tranche d'âge nous avons 10% des enquêtés qui ont une tranche d'âge de 15 à 20 ans, 33,3% des enquêtés ont une tranche d'âge de 21 à 25 ans, 26,7% des enquêtés ont une tranche d'âge de 26 à 30 ans, 30% des enquêtés qui ont une tranche d'âge de 31 à 35 ans.

- Résultat d'enquête proprement dit

*Question 1 : avez-vous un téléphone Androïde ?*

*Tableau n°3 avoir le téléphone Androïde*

Téléphone Androïde	Nombre	Pourcentage
Oui	27	90,0
Non	3	10,0
Total	30	100,0

Selon l'identification des enquêtés selon ceux qui ont le téléphone androïde, nous avons 90% des enquêtés ont le téléphone Androïde et 10% des enquêtés n'ont pas le téléphone androïde.

*Question 2 : utilisez-vous les réseaux sociaux ?*

*Tableau n°4 usage des réseaux sociaux*

Usage réseaux sociaux	Nombre	Pourcentage
Oui	25	83,3
Non	5	16,7
Total	30	100,0

Selon l'identification des enquêtés selon l'utilisation des réseaux sociaux, nous avons 83,3% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux et 16,7% des enquêtés n'utilisent pas les réseaux sociaux.

*Question 3 : l'utilisez-vous avec votre vraie identité ?*

*Tableau n°5 vraie identité*

Vraie Identité	Nombre	Pourcentage
Oui	20	66,7
Non	5	16,7

Total	25	83,3
Missing System	5	16,7
Total	30	100,0

Selon l'identification des enquêtés selon les réseaux sociaux avec la vraie identité, nous avons 66,7% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux avec leurs vraies identités, 16,7% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux avec une fausse identité et 16,7% des enquêtés n'ont pas prononcés à cette préoccupation.

*Question 4 : si non Pourquoi ?  
Tableau n°6 justification*

Sinon Pourquoi	Nombre	Pourcentage
Je n'aime pas être connu	3	60,0
Je n'aime pas parler de moi	1	20,0
4,00	1	20,0
Total	5	100,0
Missing System	25	
Total	30	

Selon l'identification des enquêtés selon les réseaux sociaux avec la vraie identité, nous avons 60, % des enquêtés utilisent les réseaux sociaux avec leurs fausses identités parce qu'ils n'aiment pas être connu et 40% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux avec une fausse identité parce qu'ils n'aiment pas parler deux.

*Question 5 : qu'est-ce-qui vous attire plus dans les réseaux?  
Tableau n°7 ce qui attire de plus*

CE QUI ATTIRE	Nombre	Pourcentage
les affaires	9	36,0
Les commentaires	6	24,0
les Vidéos & Photos	8	32,0
les influences sociales	2	8,0
Total	30	100,0



Selon l'identification des enquêtés selon ce qui attire plus dans les réseaux sociaux, nous avons 36% des enquêtés sont attirés par les affaires sur les réseaux sociaux, 24% des enquêtés sont attirés par les commentaires faites sur les réseaux sociaux, 32% des enquêtés sont attirés par les publications des photos et vidéos sur les réseaux sociaux et 8% des enquêtés sont attirés par les influences sur les réseaux sociaux.

*Question 6 : pour quel but utilisez-vous les réseaux sociaux?  
Tableau n°8 le but de l'utilisation des réseaux sociaux*

But	Nombre	Pourcentage
les Arnaques	3	12,0
les relations Amoureuses	7	28,0
les relations amicales	5	20,0
Les Publications	9	36,0
Suivre la vie des stars sur les réseaux sociaux	1	4,0
Total	30	100,0

Selon l'identification des enquêtés selon le but aspects de l'utilisation des réseaux sociaux, nous avons 12% des enquêtés utilise les réseaux sociaux pour les arnaqués les internautes, 28% des enquêtés sont utilisent les réseaux sociaux pour les relations amoureuses, 20% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux pour les relations amicale, 36% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux pour les publications sur les réseaux sociaux, 4% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux pour suivre la vie des stars sur les réseaux sociaux.

*Question 7 : quelle est l'influence des réseaux sociaux sur votre vie ?  
Tableau n°9 l'influence des réseaux sociaux sur la vie*

Influence des réseaux sociaux	Nombre	Pourcentage
Positive	16	60,0
Négative	14	40,0
Total	30	100,0

### L'INFLUENCE

Selon l'identification des enquêtés selon l'influence réseaux sociaux sur leurs vies, nous avons 60% des enquêtés dont les réseaux sociaux à une influence positive dans leurs vies et 40% des enquêtés dont les réseaux sociaux ont une influence négative dans leurs vies.

### 3.3. Interprétation de résultat d'enquête

Il s'agit dans ce point de faire parler nos différents résultats d'enquête concrètement, il est question de relever les aspects les plus saillants, mieux les émergences et les convergences de point de vue des enquêtes par rapport à l'influence des réseaux sociaux auprès de jeunes Bandundu-ville précisément dans la commune de Basoko.

Ceci d'autant plus que les réseaux sociaux ont produits de société et reflète la société de leur émergence ainsi les habitudes acquises dans les réseaux sociaux tiennent ou ne tiennent pas compte des habitudes du public cible.

- Par rapport à avoir un téléphone Androide

*Question : avez-vous un téléphone Androide ?*

Par rapport à avoir un téléphone portable androide nous pouvons confirmer que les jeunes de la ville de Bandundu ont des téléphones androides.

Le tableau n°3 relatif à avoir le téléphone Androide relève que 90% des enquêtés ont le téléphone Androide et 10% des enquêtés n'ont pas le téléphone androide.

- Par rapport à l'utilisation des réseaux sociaux

*Question: utilisez-vous les réseaux sociaux ?*

Le tableau n°4 avait révélé que 83,3% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux et 16,7% des enquêtés n'utilisent pas les réseaux sociaux. Nous pouvons conclure que la jeunesse Bandundoise utilise les réseaux sociaux.

- Par rapport à l'utilisation des réseaux sociaux avec une vraie identité

*Question: l'utilisez-vous avec votre vraie identité ?*

Le tableau n° 5 avait révélé que 66,7% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux avec leurs vraies identités, 16,7% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux avec une fausse identité et 16,7% des enquêtés n'ont pas prononcé à cette préoccupation. Nous concluons en disant que les jeunes de la commune de Basoko dans Bandundu-Ville utilisent les réseaux sociaux avec leurs propres identités.

**- Par rapport à la justification**

*Question : si non Pourquoi ?*

Le tableau n°6 avait révélé que 60 % des enquêtés utilisent les réseaux sociaux avec leurs fausses identités parce qu'ils n'aiment pas être connu et 40% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux avec une fausse identité parce qu'ils n'aiment pas parler deux.

**- Par rapport à ce qui attire dans les réseaux sociaux**

*Question: qu'est-ce-qui vous attire plus dans les réseaux?*

Le tableau n°7 avait révélé que 36% des enquêtés sont attirés par les affaires sur les réseaux sociaux, 24% des enquêtés sont attirés par les commentaires faites sur les réseaux sociaux, 32% des enquêtés sont attirés par les publications des photos et vidéos sur les réseaux sociaux et 8% des enquêtés sont attirés par les influences sur les réseaux sociaux.

**- Par rapport au but de l'utilisation des réseaux sociaux**

*Question 6 : pour quel but utilisez-vous les réseaux sociaux?*

Le tableau n°8 avait révélé que 12% des enquêtés utilise les réseaux sociaux pour les arnaqués les internautes, 28% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux pour les relations amoureuses, 20% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux pour les relations amicale, 36% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux pour les publications sur les réseaux sociaux, 4% des enquêtés utilisent les réseaux sociaux pour suivre la vie des stars sur les réseaux sociaux.

**- Par rapport à l'influence des réseaux sur la vie des jeunes**

*Question: quelle est l'influence des réseaux sociaux sur votre vie ?*

Le tableau n°9 avait révélé que 60% des enquêtés dont les réseaux sociaux à une influence positive dans leurs vies et 40% des enquêtés dont les réseaux sociaux ont une influence négative dans leurs vies. Nous concluons en disant que les réseaux sociaux à une influence positive dans la vie de la jeunesse.

## Conclusion

Il ressort de notre étude que les réseaux sociaux sont utilisés par la jeunesse Bandundoise à une influence positive dans leurs vies.

Les réseaux sociaux ont une grande influence sur le comportement des jeunes. En fait, les dernières générations ont grandi numériquement. Accessible dès le plus jeune âge. Tout ce qui se passe sur les réseaux sociaux ou sur le "web" est virtuel, et pour certains la frontière entre réalité et fiction n'est pas si grande. Les jeunes trop actifs sur les plateformes sociales sont indirectement exposés à une série de peurs qui affectent leur santé psychologique. L'impact des médias sociaux sur la santé mentale et émotionnelle des adolescents se manifeste de plusieurs façons.

## Bibliographie

- AIMES, N., Réseaux sociaux : définition, liste des sites les plus populaires en France et chez jeunes, PUF, 2015
- ASANA, T., les avantages des réseaux sociaux, Bruxelles, Deboeck, 2013
- BALLE, F., Médias et sociétés, Paris, Montchrestien 12<sup>ème</sup> éd, 2005
- BATON, H., E., Télévision et Fonction Parentale, Paris, Harmattan, 2005
- BELEKE, J, les défis de la jeunesse, Kinshasa, ed. Médiaspaul, 2021
- BLADIER, C., *La boîte à outils des réseaux sociaux*, Bruxelles, Dunond, 2016
- BUYLE, J.P. et ali, *Les Réseaux sociaux et le Droit*, Bruxelles, Larcier, 2014
- CAVAZZA, F., *les communautés réseaux sociaux*, Paris, PUF, 2013
- DORSEY, J. *Confirmé aux commandes de Twitter*, le réseau social américain, Paris, PUF, 2013
- FONTAINE, P., *Instagram partagera vos données avec Facebook dès janvier prochain*, Bruxelles Déboeck, 2013,
- KAWASAKI, G., PEG FITZ, P., *L'art des réseaux sociaux. Stratégies gagnants par un usage professionnel*, Paris, PUF, 2015
- OLSON, P., *Exclusive: The Rags-To-Riches Tale Of How Jan Koum Built WhatsApp Into Facebook's*, Paris, PUF, 2019
- PUNGI, L., *guide pratique du bon usage des réseaux sociaux*, coll. médiation, Kinshasa, 2013
- RAULINE, N., *Snapchat, WhatsApp, Line, trois start-up au succès fulgurant sur les Échos Business*, Bruxelles, Deboeck, 2014
- RISSOAN, R., *Les Réseaux sociaux. Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+.* *Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de la communication*, Paris, EdiEni, 2011