

Figure de l'insécurité numérique : L'adolescent technophile, maître et esclave de l'image

Oury Géraldine¹, Bolka-Tabary Laure²

¹ ATER à l'université Charles-de-Gaulle - Lille3, laboratoire GERIICO. Adresse électronique : geraldineoury@yahoo.fr

² ATER à l'université Charles-de-Gaulle - Lille3, laboratoire GERIICO. Adresse électronique : laure.bolka@laposte.net

Résumé : Les adolescents sont aujourd'hui des experts du numérique. Internet est pour eux une véritable vitrine identitaire. Ils y créent en effet des contenus où ils se racontent, les journaux intimes, et partagent leurs passions, notamment celles pour les figures des stars auxquelles ils s'identifient. Ce faisant, l'adolescent se révèle également initiateur d'insécurité numérique, une insécurité touchant à la fois les hébergeurs, les stars et les adolescents eux-mêmes.

Mots clés : adolescent, star, journal intime, image, identification, communautés virtuelles, échange, autorégulation.

Summary: Today, teenagers are experts of digital technology. The Internet is a real self identifier for them. Indeed, in this space, they create contents such as diaries where they tell about themselves and share their passions, mainly those targeted at star figures they identify themselves with. By doing so, teenagers also turn out to be the initiators of digital insecurity, this type of insecurity which hits the hosts, the stars and the teenagers as well.

Keywords: teenager, star, personal diary, image, identification, virtual communities, exchange, self-regulation.

Depuis quelques mois, nous assistons sur Internet à l'explosion des sites de partage d'images fixes et de vidéos dont *Youtube*¹, *Dailymotion*² et *Flickr*³ sont les figures de proue. Les images partagées sont de différentes natures : extraits de films ou d'émissions de télévision mais également vidéos et photos personnelles d'anonymes se mettant eux-mêmes en scène ou montrant des personnalités publiques, acteurs, chanteurs et même parfois politiques filmés à leur insu. La montée en fréquentation de ces sites nous semble emblématique du rapport à l'image caractéristique de ce début de millénaire : l'image intime est valorisée, recherchée, consommée, que ce soit celle des « stars » ou celle du citoyen lambda.

L'« adolescent technophile » se pose comme une figure centrale de ces nouveaux phénomènes qui mêlent technologie et société en induisant un nouveau rapport de l'individu au monde. Né dans les années 90, au moment de la démocratisation massive de l'informatique, l'adolescent d'aujourd'hui a grandi connecté à la Toile, « avec une souris au bout des doigts », et s'est forgé presque naturellement une bonne expertise des outils proposés en ligne, tels que les blogs, les forums, les plateformes de *peer to peer* ou encore la messagerie instantanée de type MSN.

Pour questionner le rapport à l'image de ces adolescents producteurs de contenus numériques que nous avons qualifiés de « technophiles », nous avons choisi d'étudier les processus de communication mis en œuvre dans deux types d'« espaces virtuels », à la fois bien distincts et représentatifs de leurs usages d'Internet. Ainsi, nous nous sommes d'abord penchées sur les lieux d'échange et de partage des fans, qui foisonnent de montages colorés à la gloire des idoles du moment ; puis sur les blogs en forme de journaux intimes photographiques, sur lesquels les adolescents publicisent des images de leur vie souvent très personnelles. En effet, ces deux catégories d'espaces se rejoignent autour de la notion de partage, entre phénomènes de publicisation d'images intimes, et d'« intimité » d'images publiques.

Pour autant, nous ne verrons pas Internet comme le lieu d'émergence de rapports idolâtres et fétichistes à la figure de la star et aux images de l'intime, mais plutôt comme le lieu où ces phénomènes sont rendus visibles et, par « contamination », prennent de l'ampleur.

Il faut également souligner ici le fait que dès que les médias traitent du rapport à l'image de l'adolescent technophile, ils produisent et diffusent un discours « fait-diversier » que l'on pourrait qualifier d'inquiétant, voire d'alarmiste. Terrain de jeu du mouvement « pro-ana »⁴, blogs morbides proposant tous les conseils pour réussir son suicide, zones de non-droit où rôdent pédophiles et autres pervers aux dents longues, alléchés par des jeunes qui s'y exposent sans réfléchir aux conséquences... Sur le web l'insécurité serait partout et la vulnérabilité des adolescents totale. Aussi, loin de ces discours médiatiques qui se situent très souvent entre l'émotionnel et la prévention, nous pointerons ensuite les différentes formes d'insécurité et de vulnérabilité générées par la diffusion et le partage des contenus étudiés en examinant les dispositifs de régulation et d'autorégulation existants.

¹ <http://www.youtube.com>

² <http://www.dailymotion.com>

³ <http://www.flickr.com>

⁴ Le mouvement pro-anorexique, dit « pro-ana », a émergé aux Etats-Unis il y a une dizaine d'années. Il s'est ensuite répandu en Europe. Les pro-ana, des adolescentes pour l'essentiel, véhiculent un discours idéologique et militant sur l'anorexie qu'elles assimilent à un choix de vie comme un autre et refusent de voir comme une maladie. Cette « communauté » s'est rassemblée grâce au développement d'Internet, principalement via les blogs, les forums et les listes de diffusion privées.

1. Les adolescents et leurs idoles : partage et appropriation d'images

1.1 A la recherche des jeunes « fan artistes ⁵»

Afin de proposer une analyse significative des productions visuelles que les adolescents créent et partagent en ligne autour de leurs stars préférées, la première étape fut de réunir un corpus représentatif de ces phénomènes. Nous avons cherché à établir cette représentativité à deux niveaux, en étant exhaustives quant aux supports de diffusion de ces contenus d'une part, et d'autre part en nous centrant sur trois personnalités qui, au regard de nos critères de sélection, nous ont semblé à l'heure actuelle être les préférées des adolescents « technophiles » en France, ou pour le moins celles qui génèrent le plus de « dévotion numérique ».

1.1.1. Les stars préférées de l'adolescent « technophile »

Afin de sélectionner ces personnalités, nous avons principalement eu recours au site *Celebrinet*⁶, portail thématique qui répertorie les contenus numériques élaborés de manière officielle ou personnelle autour de célébrités françaises et étrangères. Les éléments y sont référencés par popularité, en fonction des votes des internautes. Une première lecture du portail nous a permis de constater que les catégories « chanteurs » et « chanteuses » étaient indéniablement celles qui regroupaient le plus de forums, de blogs et de sites personnels. L'observation de quelques uns de ces contenus à la gloire des artistes nous a montré que ceux-ci avaient tous été construits par des adolescents qui soit se présentaient eux-mêmes en mentionnant leur âge, soit étaient reconnaissables au langage SMS⁷ systématiquement employé. En ligne, l'utilisation ou non de ce langage se révèle être un véritable marqueur générationnel : en effet, sur les blogs et autres forums davantage fréquentés par des adultes, le langage SMS est très mal perçu et peut parfois entraîner jusqu'au bannissement de celui qui « maltraitera » ainsi la langue française.

D'autre part, même si ce sont en réalité plutôt des humoristes qui semblent être les personnalités les plus populaires en France, et ce toutes générations confondues (Jean Dujardin, Eric et Ramzy ou encore Jamel Debbouze apparaissent en tête du fameux « top 50 des personnalités préférées des français⁸ »), nous avons rapidement constaté que très peu de sites leur étant consacrés sont référencés sur *Celebrinet*. C'est pourquoi nous supposons que les humoristes ne génèrent pas la même forme de dévotion et d'admiration que les chanteurs auprès des adolescents. Ceux-ci semblent leur préférer les stars de la chanson dont l'attitude et les modes d'expression se basent sur la séduction et l'émotion, dont ils peuvent se dire « amoureux » ou auxquels ils peuvent s'identifier.

Les personnalités sélectionnées sont donc les chanteurs et chanteuses au sujet desquels *Celebrinet* recense le plus grand nombre de sites, blogs et forums, à savoir Matt Pokora,

⁵ Un *fanart* ou *fan art* est un dessin ou un montage d'images réalisé par un fan, à la gloire de son idole. Les premiers « fan artistes » étaient des passionnés de « mangas » (bandes dessinées et films d'animation japonais), qui inventaient des scénarios et des situations inédites dans lesquelles placer leurs personnages préférés.

⁶ www.celebrinet.com

⁷ « Le langage SMS (Short Message Service) est un moyen de communication modifiant les caractéristiques orthographiques voire grammaticales d'une langue afin de réduire sa longueur, dans le but de diminuer la durée requise pour composer l'énoncé. Le langage SMS combine trois procédés pour raccourcir les phrases et les mots : la phonétique ; le rébus typographique (typographie) ; abréviation. » (source : www.wikipedia.fr)

⁸ « Top 50 des personnalités préférées des français 2006 », sondage IFOP – *Le Journal du Dimanche*, décembre 2006.

Jenifer et Lorie. Soulignons également le fait que les deux premières célébrités citées sont issues de la télé-réalité (*Popstars le duel* pour Matt Pokora, *Star Academy* pour Jenifer), et que Lorie s'est faite connaître en diffusant gratuitement ses premières chansons sur Internet. Ils ont donc tous les trois en commun le fait d'avoir rendu visible leur parcours jusqu'au succès : le public a pu les voir s'élever, marche après marche, du statut d'anonyme à celui de star, ce qui tend semble-t-il à susciter l'admiration et la ferveur des plus jeunes et à favoriser les processus d'identification.

1.1.2. Du forum de discussion au site personnel : la diversité des supports de diffusion

Après un tour d'horizon des espaces virtuels sur lesquels s'expriment les jeunes fans et s'exposent les images, nous avons établi un échantillon représentatif de l'ensemble de ces contenus numériques, qui se partagent entre forums, blogs, sites personnels et sites de partage.

Les images peuvent se retrouver exposées sur des forums dédiés à la star, où chaque internaute enrichit un sujet (ou « topic ») par des commentaires écrits, des images, et s'identifie par le biais d'un profil⁹ illustré ou d'une signature. L'image de la star y est alors exploitée, réinvestie de sens et parfois même volontairement détournée par diverses formes de montages. Les sites perso et les blogs regroupent également toutes sortes de photographies ainsi que de nombreuses productions visuelles personnalisées. Les commentaires des visiteurs y sont également présents mais, contrairement au cas des forums, ils ne s'insèrent généralement pas dans une discussion suivie. Parmi les ressources référencées dans *Celebrinet*, nous avons retenu, pour chacune des personnalités sélectionnées, les deux adresses Internet les plus populaires de chaque catégorie.

Les images qui se retrouvent sur Internet peuvent aussi l'être de manière « brute », via le *peer to peer* ou les espaces de partage d'images et de vidéos organisés selon un principe de libre accès. Nombre de sites personnels « pointent » en effet vers ces images, qui ne sont donc pas nécessairement appréhendées de manière isolée : elles complètent bien souvent blogs et forums qui les citent ou y renvoient par l'intermédiaire d'hyperliens. Au-delà des contenus référencés sur *Celebrinet*, nous avons donc choisi de centrer également notre attention sur les sites *Youtube*, *Dailymotion* et *Flickr*¹⁰. Leur indexation par mots clefs est effectuée par les internautes qui les déposent. Ceux-ci peuvent également se regrouper en communautés¹¹ et commenter les images. La recherche visant à nourrir notre corpus s'est effectuée suivant cette logique, en formulant des requêtes à partir du nom de chacune des stars. Ensuite, afin d'orienter la recherche vers des productions d'amateurs et d'écarter plus facilement tous les contenus officiels, nous avons ajouté au nom de la célébrité les termes « star », « montage », « fan » et « perso » qui ont permis de générer le nombre le plus important de réponses pertinentes. Nous avons arrêté le corpus à dix-huit sites pour des raisons de faisabilité des observations.

1.2. Modalités d'appropriation et de partage de l'image de la star

Les images mises en ligne par les jeunes « fan artistes » sont de nature fixe ou séquentielle. Il peut s'agir de captures d'écran, de photographies ou de vidéos personnelles des célébrités, prises par exemple lors d'une sortie de studio d'enregistrement ou d'une séance d'autographes. On trouve aussi des montages d'images de tous types, qu'elles soient extraites

⁹ Fiche signalétique comportant des informations sur l'utilisateur que celui-ci est libre de renseigner (bien souvent : sexe, âge, ville, centres d'intérêt).

¹⁰ <http://www.flickr.com>

¹¹ Communautés de « fans » ou personnes partageant un quelconque intérêt commun.

d'une émission de télévision, de sites Internet ou de pages de magazines. Ceux-ci sont souvent agrémentés d'une musique d'ambiance, ou d'éléments textuels ou graphiques qui viennent se superposer à l'image. Nous avons pu distinguer cinq catégories de reprises d'images par le montage. Cette typologie est bien entendu artificielle mais elle facilite grandement l'identification de quelques tendances distinctes concernant les thématiques abordées et les motivations des montages.

- les images d'apparitions publiques (signatures d'autographes, sortie de concert) où stars et fans se rencontrent ;
- les montages thématiques d'images de la star (par exemple les mosaïques de photographies de M.Pokora, rassemblées en fonction de la couleur de ses tenues vestimentaires : « casquette verte », « casquette rouge », « jogging rose » ; ou le « bisou », une succession musicale d'images de Jenifer qui envoie des baisers, etc.) ;
- les montages d'images véhiculant un message d'amour ou d'admiration par surimpression de texte (« Lorie ma star », « Jenifer je t'aime ») ;
- les montages d'images visant à célébrer un événement dans la vie de la star, mélangeant souvent photos de la vedette et du fan (l'exemple le plus courant dans notre corpus est « l'anniversaire de Jenifer ») ;
- les parodies, qui concernent très majoritairement la chanteuse Lorie, et dans lesquelles l'adolescent se met en scène à la place de la star ou décontextualise des images la représentant. La décontextualisation consiste à modifier différents éléments visuels ou sonores des images (les parodies sont plus fréquentes sous formes de vidéos, avec par exemple un morceau de hard-rock violent synchronisé sur des images tirées de différents clips de Lorie.)

Les quatre premières catégories relèvent du « fan art » et permettent au jeune admirateur d'exprimer un savoir-faire et de se rendre populaire auprès des autres fans qui consultent les mêmes sites. Dans le cinquième type d'images partagées, la parodie permet à l'adolescent de se construire, soit à travers une identification directe à la star (notamment en se travestissant pour lui ressembler), soit à travers une opposition à celle-ci (en tournant son attitude ou ses chansons en ridicule). Le fait que Lorie soit la seule à être parodiée n'est pas anodin. En effet, la tonalité plus naïve et enfantine de ses textes s'y prête davantage et permet à l'adolescent de se différencier, d'affirmer sa maturité croissante et son recul critique en maniant l'humour et la provocation.

Les images et vidéos partagées présentent des récurrences dans leurs contenus et dans leurs mises en page. Les adolescents signent souvent leurs créations de leur pseudonyme ou du nom de leur site perso. Nous pouvons noter également que tous les montages qui ne relèvent pas de la parodie sont adressés directement à la star. Dans les blogs comme dans les sites de partage et certains sites perso, les images peuvent être commentées, et l'adolescent invite souvent vivement le visiteur à réagir sur ce qu'il aura visionné.

D'une manière générale, il y a dans tous les sites observés création d'un dialogue avec la star et tendance à l'effacement de la barrière traditionnelle entre le fan et son idole. L'adolescent la veut proche de lui, d'où certains montages mêlant, par la magie du détournement et du copier-coller, l'image de la star et celle du fan qui réécrit ainsi son histoire. Les productions de ce genre visent le plus souvent à donner l'image illusoire d'un couple amoureux ou de deux « bonnes copines ». Pour autant, le montage ne semble pas viser à duper le visiteur mais permet à l'adolescent de mettre en valeur son savoir-faire technique et de susciter les commentaires admiratifs, parfois même envieus, de ceux qui visionneront ses créations. L'ensemble des échanges qui accompagnent cette circulation d'images oscille ainsi entre

rivalité et complicité. Les bricoleurs d'images les plus habiles sont admirés, parfois enviés, et font souvent généreusement profiter les moins doués de leur savoir-faire. Ainsi, nous avons pu observer que chacun des forums étudiés comportait une rubrique « créations », dans laquelle sont présentées les fameuses œuvres. Les fans qui ne maîtrisent pas le graphisme sont invités à y laisser leurs commandes d'avatars¹², de fonds d'écrans et de montages divers, qui sont ensuite exécutées et offertes par les plus doués. Curieusement, nous avons également pu remarquer que l'affirmation d'une proximité relative avec la star (« je l'ai rencontré ») est très bien acceptée de la part des membres les plus anciens sur les forums, alors que les nouveaux venus sont tenus de faire profil bas, sous peine d'être invariablement suspectés de chercher à se faire valoir et d'être « traités » de menteurs et d'orgueilleux.

Ces observations s'inscrivent dans la continuité des réflexions menées ces dernières années autour du rapport de l'adolescent technophile aux médias et aux figures des célébrités. Cette nouvelle tendance à la production artisanale de contenus est en effet soulignée par Pascal Lardellier [Lardellier 06] dans *Le pouce et la souris*. Dans cet ouvrage, ce dernier met en avant l'importance des communautés, de cette « tyrannie de la majorité », également décrite en 2005 par Dominique Pasquier [Pasquier 05]. Jean-François Hersent [Hersent 03] note quant à lui que le rapport aux médias et à l'image consacre le règne de l'intimité et valorise l'expérience.

Cette promotion de l'expérience se manifeste aussi dans la prolifération des blogs d'adolescents. Exemples significatifs, la plateforme de blogs *MySpace*¹³ est le second site le plus visité au monde avec plus de 100 millions d'utilisateurs, et le français *Skyblog*¹⁴ héberge aujourd'hui environ 8 millions de blogs¹⁵, tenus à 97% par des utilisateurs âgés de 13 à 18 ans dont 60% de filles¹⁶. Tout cela est à relier à l'émergence, chez les jeunes, d'une nouvelle culture reliée aux médias, une culture du zapping pour Hersent mais aussi, selon Tisseron [Tisseron 02], une culture qui se singulariserait par la création de nouveaux rituels autour de ceux-ci.

2. Les journaux intimes en ligne

2.1 Le blog, lieu privilégié de l'exposition de l'intimité adolescente

L'orientation des blogs, espaces d'auto-publication en ligne, est beaucoup plus personnelle que celle des autres contenus créés par les adolescents. Les images qui y sont diffusées dévoilent leur quotidien sous la forme d'un journal visuel : ceux-ci « romancent » leur vie par l'image et, de par la portée du média Internet, ils la publicisent largement.

Afin de construire cette seconde partie de notre corpus, qui nous semble elle aussi révélatrice du nouveau rapport à l'image intime des adolescents, nous nous sommes intéressées à la plateforme *Skyblog* qui est plébiscitée par les jeunes francophones. En observant leurs discours dans les contenus qu'ils créent en ligne et en prêtant l'oreille aux discussions

¹² « Dans le langage courant des forums de discussion ou services de dialogue en ligne (chat), le nom *avatar* désigne également (...) l'image que l'on utilise pour se représenter (que ce soit une image de soi-même, de quelqu'un d'autre ou d'une chose que l'on aime ou à laquelle on s'identifie). » (source : *Wikipedia*)

¹³ <http://www.myspace.com/>

¹⁴ <http://www.skyblog.com/>

¹⁵ Sur le site *Skyblog*, on peut observer l'évolution constante du nombre de création de nouveaux blogs. Il s'en crée plus de 19000 par jour.

¹⁶ <http://www.internetactu.net/?p=6481>

banales entre jeunes, nous avons également pu constater une particularité lexicologique intéressante : beaucoup d'adolescents ne disent pas tenir un blog mais bien un « skyblog ». Le nom propre est devenu nom commun, et révèle par là même à quel point cette plateforme fait partie du quotidien de l'adolescent technophile. Les fameux « skyblogs » sont répertoriés de manière thématique : il s'agit généralement pour l'adolescent de partager une passion (les stars en sont un exemple) ou de se raconter en images (sa vie, ses amours, ses amis).

Skyblog répertoriant plusieurs millions de blogs d'adolescents, nous avons procédé à une sélection qui nous permette de nous centrer sur les journaux intimes. Comme pour notre premier corpus, nous avons réalisé une recherche par mots clefs tirés du vocabulaire familier et en gardant encore une fois à l'esprit le fait que les contenus sont indexés par les adolescents eux-mêmes, avec leurs propres mots. Ainsi, les termes « journal », « photo », « vie » et « moi » nous ont permis de sélectionner une quinzaine de blogs.

2.2 Le blog comme espace public de construction identitaire

Les blogs observés sont tous construits selon la même logique. L'adolescent y recherche l'approbation de ce qu'il est au-delà des classiques cercles familiaux et amicaux. La plupart du temps, cette quête ne passe pas tellement par l'écriture ; elle se caractérise surtout par la mise en ligne massive et la théâtralisation d'images personnelles (photographies et/ou vidéos), parfois accompagnées de quelques mots voire de quelques phrases. Pour Evelyne Broudoux [Broudoux 04], qui étudie les pratiques d'autopublication en ligne d'images détournées, « les discours en images ouvrent (...) des significations instituant de nouvelles relations avec le texte, en particulier ils libèrent l'image de sa fonction illustrative du texte ». Avec les contenus en ligne autopubliés, et notamment dans les blogs d'adolescents, il est clair que les images tendent de plus en plus à se suffire comme discours. Ces journaux intimes présentent en effet une prédilection pour les images. Le texte est souvent laconique et rédigé en langage SMS ; il sert surtout à référencer les éléments visuels et à les contextualiser. A travers l'écrit, l'adolescent appelle également l'internaute à juger les images qu'il dévoile de lui (« lâchez vos coms¹⁷ », « me voilà, chui kro moche, franchement comment vous me trouvé ? »). Cet appel au commentaire est motivé par l'attente d'une reconnaissance qui se réalise à travers le regard et le jugement individuel de l'autre. Sur *Skyblog* cette reconnaissance passe notamment par la popularité dans la communauté des « skyblogueurs » : de même que le nombre de visiteurs d'un blog, les commentaires qui lui sont apportés visent à faire grimper ses statistiques pour espérer devenir « skyblog star ». Ces commentaires se font donc parfois selon un système d'échange « donnant-donnant » (celui qui laisse un commentaire positif sur un blog s'attend à en recevoir un en retour sur le sien, et va souvent jusqu'à le réclamer explicitement).

De la même manière que pour le corpus précédent, nous avons établi une typologie représentative des images présentes dans les « journaux intimes ». Celle-ci s'organise en cinq catégories :

- les images de l'adolescent : il se représente souvent seul, dans des poses étudiées jouant sur la séduction, et appelle l'internaute à juger de sa beauté plastique et de son « staile¹⁸ » ;

¹⁷ Vocabulaire des blogs : abréviation fréquemment utilisée pour « commentaires »

¹⁸ Néologisme familier fréquemment employé par les jeunes, dérivé de *style*, qui reprend la phonétique du mot anglais correspondant (allure, tchatte, bagout).

- les images des copains : celles-ci sont souvent accompagnées de déclarations d'amitié « à la vie à la mort » ;
- les images du « petit copain », de la « petite copine » : elles apparaissent généralement retouchées (entourées de cœurs, de petits anges et parfois assorties de déclarations d'amour en surimpression) ;
- les photos « délires », qui ne prennent sens que dans la connivence avec les proches et sont donc peu compréhensibles pour les non-initiés ; dans la plupart des cas, cette singularité est largement soulignée voire revendiquée.
- les photos de fêtes et de soirées : les adolescents aiment aussi se montrer dans un contexte festif, un verre à la main, entourés de leurs amis. De cette manière également, ils semblent chercher à affirmer leur maturité, qui passerait notamment par une vie nocturne nouvelle pour eux.

Les adolescents oscillent entre un fort désir d'affirmer leur personnalité, leur individualité, et un consensus fort dans le choix des thèmes photographiques ainsi que dans leur répartition : quelques photos de soi, beaucoup de photos des autres. Ceux qui outrepassent ce consensus, que l'on pourrait même qualifier de règle implicite, se retrouvent violemment stigmatisés. Ainsi, la blogueuse « MissKokotte »¹⁹, qui ne publie que des photos d'elle, déclenche critiques, moqueries et agressions, tout en apparaissant paradoxalement dans le top 100 des skyblogs les plus visités. A l'image de cet exemple, si la transgression semble pouvoir faire le succès d'un blog, celle-ci amène aussi l'exclusion et l'isolement. De manière plus générale, on peut dire que les images véhiculées montrent des adolescents en pleine construction identitaire. Ils sont en recherche de légitimation et se placent dans un travail d'acceptation de soi passant par le corps et s'effectuant de manière forte à travers le regard des autres. Ces autres peuvent être des inconnus (supposés plus « objectifs » ?). L'adolescent se montre également au cœur de son processus de socialisation et d'appartenance communautaire : il s'affiche volontiers entouré de ses amis (et petit(e)s ami(e)s).

L. Allard et F. Vandenberghe [Allard 03], étudiant les pages perso, espaces aux contenus souvent similaires à ceux des blogs, parlent d'une « « figuration de soi » qui se réalise à travers la page web²⁰ », d'un « bricolage identitaire » des créateurs des pages. Selon elles, « les sites personnels représentent des formes culturelles autocentrées, délimitant ce que nous nommerons *self culture* ou *culture sur mesure* et que nous relierons à un *individualisme expressif contemporain*²¹ ». A une époque où l'expression individuelle est valorisée, les journaux intimes photographiques apparaissent effectivement chez les adolescents comme des tentatives de construction identitaire permettant à la fois de s'intégrer à un groupe, doté de règles et de codes bien précis, et de marquer sa particularité en tant qu'individu.

3. De la maîtrise technique à l'esclavage : l'adolescent générateur d' « insécurité numérique »

Les différents sites étudiés nous conduisent à distinguer trois formes de mises en danger numériques :

- Celle des hébergeurs des sites d'adolescents, qui endossent une responsabilité par rapport aux contenus diffusés ;

¹⁹ <http://misskokotte02.skyblog.com/>

²⁰ p. 212.

²¹ p.193.

- Celle des adolescents, qui en s'exposant, s'exposent aux critiques gratuites et potentiellement destructrices ;
- Celle des stars, dont l'image est déformée puis publicisée sans autorisations préalables.

Ces trois formes de mises en danger s'avèrent porteuses d'insécurité numérique. Elles sont à la fois consécutives et intrinsèques au développement de contenus en ligne par les adolescents.

3.1. Du modérateur à la « cyber délation » : une régulation « institutionnalisée »

Afin de prévenir et contrôler les contenus qui « dérapent » (les propos valorisant l'anorexie ou le suicide par exemple), les hébergeurs tentent de mettre en place des systèmes de régulation. Ceux-ci sont en effet considérés par la loi comme responsables éditoriaux de l'ensemble des pages qu'ils hébergent et possèdent donc une part de responsabilité dans tous les dérapages qui peuvent être commis par les internautes. Mais comment une plateforme telle que *Skyblog*, prisée par les adolescents²² et hébergeant plusieurs millions de pages, pourrait elle exercer un contrôle exhaustif sur tout ce qui y est diffusé ? La réponse à cette question complexe est apportée par l'hébergeur avec la mise en place d'un outil appelé le « cybercop²³ », qui fait jouer pleinement la logique coopérative entre la plateforme et ses usagers. Le « cybercop » est un service permettant aux internautes de signaler en quelques clics tous les contenus jugés dangereux, illégaux ou portant atteinte au droit à l'image de quelqu'un. La « charte des blogs », interne à la plateforme, vient encadrer cette collaboration. Le lien vers la page « cybercop » est accessible depuis chacune des pages des blogs hébergés par *Skyblog*. Les signalements sont supposés entraîner la vérification du contenu d'un blog par des modérateurs, qui peut aboutir à sa suppression quasi-immédiate lorsque la charte n'a pas été respectée.

Le « cybercop » est-il un outil de régulation réellement efficace ou un simple dispositif de communication ? La question reste en suspens et les internautes demeurent partagés sur le sujet. Il semble néanmoins que les skyblogs pro-anorexiques, qui foisonnaient jusqu'à récemment sur la plate-forme, en aient quasiment disparu. Mais sans l'intérêt manifesté par les médias pour ce « mouvement », l'opération aurait-elle été aussi rapidement menée ?

D'autre part, chacun sait qu'Internet est également le royaume de l'instantanéité. Un blog se crée en quelques clics, et les contenus illicites peuvent être copiés-collés vers une nouvelle page en quelques minutes. Nous pouvons donc légitimement nous demander si la forme d'insécurité générée par la prolifération et la mobilité des contenus n'est pas une composante intrinsèque du réseau Internet dont il ne pourra sans doute jamais totalement se défaire.

3.2 L'adolescent et la publicisation de l'intime : une autorégulation « bricolée »

L'adolescent est volontaire pour s'exposer. L'Internet lui fournit le moyen de « romancer » sa vie par l'image et, de par la portée du média, de la publiciser largement. Nous avons vu que l'image supplante les mots, elle est souvent offerte brute, peu ou pas expliquée et sa publicisation génère et encourage les commentaires souvent tout aussi bruts et sans recul des autres jeunes internautes. Ces commentaires, couverts par l'anonymat, peuvent se révéler

²² Au point que le mot « skyblog » a pris valeur de nom commun dans le lexique des jeunes générations (« Elle a mis ma photo sur son skyblog, elle me kiffe », « tu me passes ton skyblog ? »).

²³ En français : cyber-policier.

potentiellement dangereux pour le psychisme et l'intégrité morale de l'émetteur. Ainsi, il se construit en se rendant vulnérable, entre maîtrise technique de l'image et dépendance. Nous proposons la notion d'« esclavage²⁴ » pour pointer cette relation ambiguë : le fait que les images soient systématiquement décontextualisées transforme cette volonté de maîtrise en soumission. Sans explications, sans travail sur les légendes, l'adolescent n'a pas le pouvoir d'orienter la lecture des images de lui qu'il diffuse. Il va alors tenter de se protéger par l'autorégulation « bricolée » des contenus qu'il crée et partage.

Des phénomènes d'autorégulation sont en effet mis en place par les adolescents eux-mêmes, qu'ils s'expriment sur des blogs, des forums ou des sites personnels. Dans les exemples issus de notre corpus, il s'agit avant tout de se protéger, d'éviter d'exposer ce que l'on offre de soi à des critiques parfois cruelles, souvent gratuites et rarement argumentées. Ainsi, sur le Skyblog de « MissKokotte », la fonction « commentaires » a été purement et simplement désactivée par l'émettrice après un message d'avertissement destiné à des visiteurs trop durs à son goût : *« Désoler je disais pour l'épais(se) ki a marquer cas sur mon blog et ki se trouve intelligent(e) désoler mais moi je trouve cas pas intelligent de sa part. À l'avenir assumez ce que vous dite ou décolisse de ce site!! Laissez vos commentaires mais de bons commentaires! J'espère que le message a été bien compris par le conn(e)!! bonne visite sur mes blogs!! »*.

Les adolescents « fans », eux aussi, se protègent des commentaires désobligeants, qu'ils aient été formulés à leur encontre ou à celle de leur idole. Sur les forums consacrés à Matt Pokora, Jenifer ou Lorie, on discute et on échange des images personnalisées entre fans et, de toute évidence, les esprits moqueurs ou critiques ne sont pas les bienvenus. Ces communautés demandent généralement une inscription préalable à toute contribution écrite ou visuelle aux discussions en cours. Celle-ci est parfois même nécessaire pour pouvoir simplement visualiser les contenus proposés. Cette organisation a ses limites puisque l'inscription est ouverte à tous et reste non-sélective, mais elle semble générer une forme de « tri » entre des internautes réellement motivés pour intervenir et ceux qui le feraient de façon plus impulsive si cette « barrière » ne les décourageait pas. Nous avons pu vérifier cela en parcourant l'ensemble des fils de discussion tenus ces derniers mois, ce qui nous a permis de constater que les moqueries, les critiques et les messages agressifs y étaient quasiment inexistantes. Il va sans dire que la modération systématique des interventions sur chacun de ces forums constitue une barrière supplémentaire à l'« insécurité ».

Lorsqu'un internaute parvient néanmoins à se jouer de ces multiples niveaux de protection et à poster une intervention agressive, la logique communautaire s'exprime pleinement. Ce sont l'ensemble des fans qui montent au créneau pour défendre leur idole ou l'un d'entre eux, et souvent réclamer le bannissement de l'indélicat. A de nombreuses reprises, nous avons ainsi constaté que les adolescents technophiles fonctionnent par « clans » et qu'ils se protègent les uns les autres d'attaques émanant de l'extérieur. Toutes ces observations nous amènent à rapprocher ces procédés du concept de braconnage, emprunté à M. de Certeau [Certeau 80]. En inscrivant ses démarches personnelles dans des logiques communautaires plutôt fermées et des formes de solidarité organisées, l'adolescent technophile producteur de contenu se recrée sa « bulle protectrice » dans un réseau pourtant fondamentalement ouvert. Nous l'avons vu, la protection reste en effet relative. De ce fait, la mise en ligne de contenus personnels le maintient inévitablement en situation de vulnérabilité permanente.

3.3. Le fan, la star et le droit à l'image : une vulnérabilité « instrumentalisée »

²⁴ Cet esclavage peut être qualifié de sémiotique, dans la mesure où l'adolescent, de par sa sous-exploitation du référencement textuel, est fortement soumis à l'arbitraire de l'interprétation des images.

Tout comme l'adolescent, qui se rend vulnérable en s'exposant au regard de l'autre, la star doit publiciser son image pour être « reconnue » (au sens strict du terme) et s'expose donc elle aussi volontairement, rendant son image tout aussi vulnérable.

Ainsi qu'on peut le lire sur les sites *Droitdunet*²⁵ et *Droitweb*²⁶, toute personne dispose d'un droit exclusif sur son image dès lors que celle-ci fait partie de sa vie privée et intime. De surcroît, les photographies ayant fait l'objet d'une première publication sont à la fois soumises au droit à l'image – qui touche la personne photographiée – et au droit d'auteur. Les images copiées par les adolescents sur les sites officiels ou celles scannées sur les magazines sont donc théoriquement « volées ».

Une autre composante du droit à l'image concerne leur détournement. Les photographies des personnes sont en effet autorisées pour une utilisation bien définie et strictement encadrée par la loi, qui contrôle autant les contextes que les zones et les types de publication. Celui qui les publie est donc tenu de ne pas nuire à l'image de la personne photographiée en portant atteinte à son intimité ou à sa dignité.

Si l'adolescent accroît la vulnérabilité intrinsèque à son âge en publicisant sa vie, il est donc également provocateur d'une autre forme de vulnérabilité lorsqu'il « s'approprie » les visages de ses stars préférées pour les remodeler et les recontextualiser à sa guise, posant ainsi en de nouveaux termes la question du droit à l'image. Ainsi que nous l'avons observé, les photos et vidéos des stars se retrouvent souvent sur des sites personnels, des blogs ou des forums de fans, recontextualisées ou décontextualisées au centre de créations de type « fanart²⁷ ». L'« image » de la star nourrit alors l'imaginaire ; elle vient s'inclure dans les vies de ces jeunes qui la manipulent, elle devient leur propriété. Le rapport à celle-ci se noue donc autour des notions de fétichisme et d'appropriation publique.

Parfois aussi, l'adolescent dérape dans des proportions bien plus graves, par exemple en réalisant de petits films portant gravement atteinte à l'image d'un homme politique (ces derniers temps, Nicolas Sarkozy en est souvent le principal héros).

Mais la vulnérabilité de la star ne doit pas être pensée uniquement en termes juridiques. Les reprises et « vols » d'images sont bien souvent anticipés et participent du « marketing viral », qui permet d'accroître la popularité d'un produit ou d'une personnalité en générant une publicité volontaire de la part des consommateurs-internautes qui reprennent et s'échangent les images. Par ce biais, les images des stars se multiplient et deviennent sans cesse plus visibles. Les adolescents se font donc les promoteurs « naïfs » de leurs idoles. Cette approche va totalement à l'encontre des discours médiatiques sur le rapport des stars à l'image. En effet ceux-ci les présentent généralement comme des victimes trop souvent dépossédées de leur image. Cette réflexion sur les pratiques de marketing viral nous incite à proposer une approche plus nuancée de ces phénomènes autour des notions de « posture victimaire instrumentalisée » ou de « vulnérabilité instrumentalisée ». Le vol et la réappropriation des images rendent en effet la surreprésentation médiatique de certaines personnalités à la fois possible et plus acceptable pour le public.

Conclusion

²⁵ www.droitdunet.fr

²⁶ www.droitweb.com

²⁷ L'« encyclopédie libre » *Wikipedia* nous apprend que le fan art est, dans certains pays, assimilé à une violation du droit d'auteur. Voir la page <http://fr.wikipedia.org/wiki/Fanart>.

Internet est un outil qui contribue largement à répandre l'illusion d'un effacement des frontières entre le public et le privé, l'anonymat et la célébrité.

Bien loin de certains discours médiatiques alarmistes et autres faits-divers aussi sordides qu'anecdotiques, le fait d'être exposés à l'insécurité numérique et de chercher à y échapper contribuerait-il à développer chez les adolescents de nouvelles formes de créativité et de solidarité ? De son côté, la star s'expose publiquement, ce qui engendre l'appropriation et la manipulation de son image : elle construit son image en la rendant vulnérable et instrumentalise ainsi sa vulnérabilité.

Nous avons souhaité montrer ici que l'« insécurité numérique » ne doit pas seulement être discutée en termes sécuritaires mais qu'elle doit également être analysée comme un nouveau type de rapport au monde, un nouveau mode d'échange social, et comme un invariant propre à l'Internet qui entraîne la création de logiques communautaires spécifiques visant à s'en protéger.

Bibliographie

Allard, L., Vandenberghe, F. : *Express yourself! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité reflexive peer to peer*. In : Réseaux n°117, 193-219. Hermès, 2003.

Broudoux, E. : *Pratiques autoritatives de publication électronique d'images détournées*. In : Premières rencontres Autour de l'Illustration. Illustration, images et libertés, (Grandpierre, K., Durampart, M.), Vincennes, PUV, 2004. [en ligne] <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00001140.html> Consulté le 1er avril 2007.

Hersent, J.-F. : *Les pratiques culturelles adolescentes. France, début du troisième millénaire*. In : BBF n°3, 12-21, 2003. [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr>> Consulté le 3 avril 2007.

Lardellier, P. : *Le pouce et la souris. Enquête sur la culture numérique des ados*. Fayard, Paris, 2006.

Pasquier, D. : *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*. Éd. Autrement, Paris, 2005.

Tisseron, S. : *Enfants sous influence : les écrans rendent-ils les jeunes violents ?* Armand Collin, Paris, 2002.

De Certeau, M. : *L'invention du quotidien, 1. Arts de faire*, Gallimard, Paris, 1980.