

Alexia Eychenne

Lilian Coquillaud



L'Insta-Social Club

texte

Alexia Eychenne

dessin

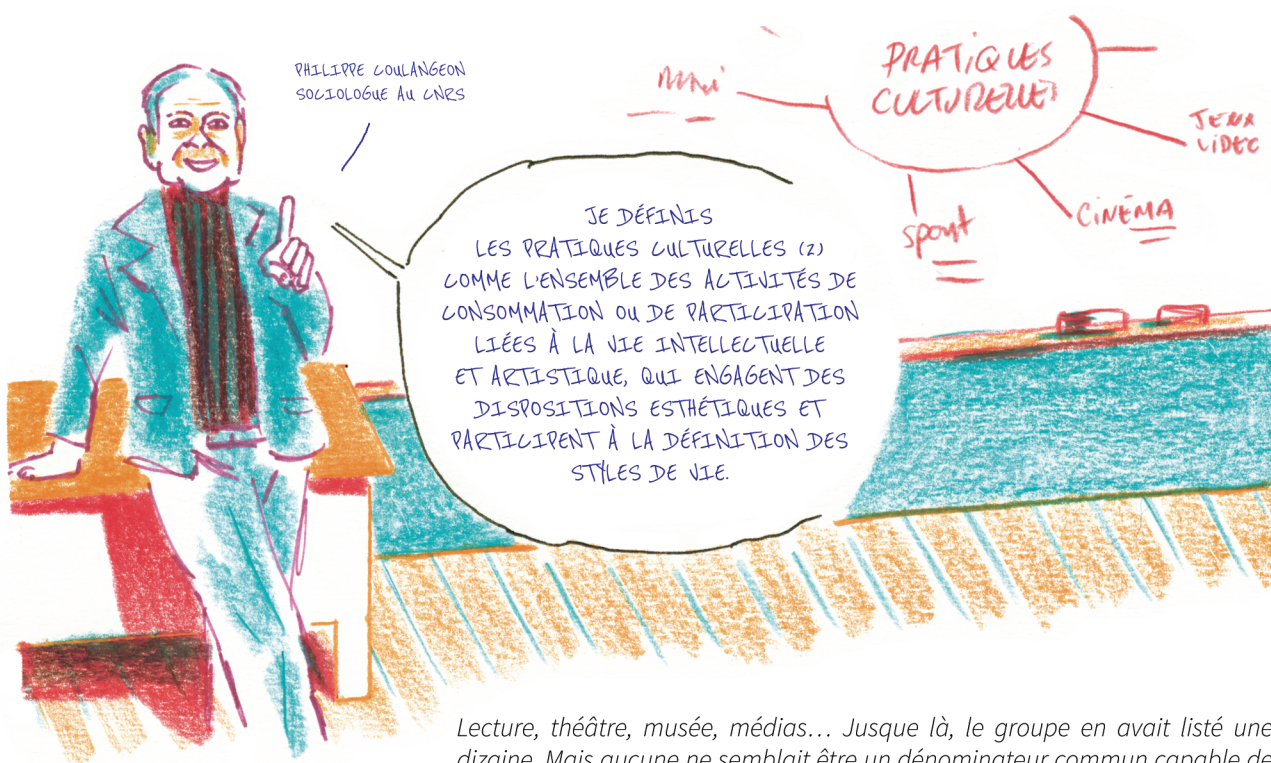
Lilian Coquillaud



Quand Marion (1), 15 ans, s'installe dans le bus pour le lycée, elle sort son téléphone. Du pouce, elle ouvre Instagram et Snapchat pour faire défiler photos et vidéos. Le soir, la routine est la même. En descendant du bus, elle remonte le trottoir, ouvre la porte de chez elle, monte dans sa chambre et se jette sur son lit sans quitter l'écran des yeux.



Dans une classe de 4ème d'un collège du Tarn, au cours d'une heure consacrée aux pratiques culturelles et à la formation citoyenne des adolescents, deux profs s'adressent à la salle :



Lecture, théâtre, musée, médias... Jusque là, le groupe en avait listé une dizaine. Mais aucune ne semblait être un dénominateur commun capable de souder une génération. Jusqu'aux réseaux sociaux.

(1) Les prénoms des adolescents ont été changés

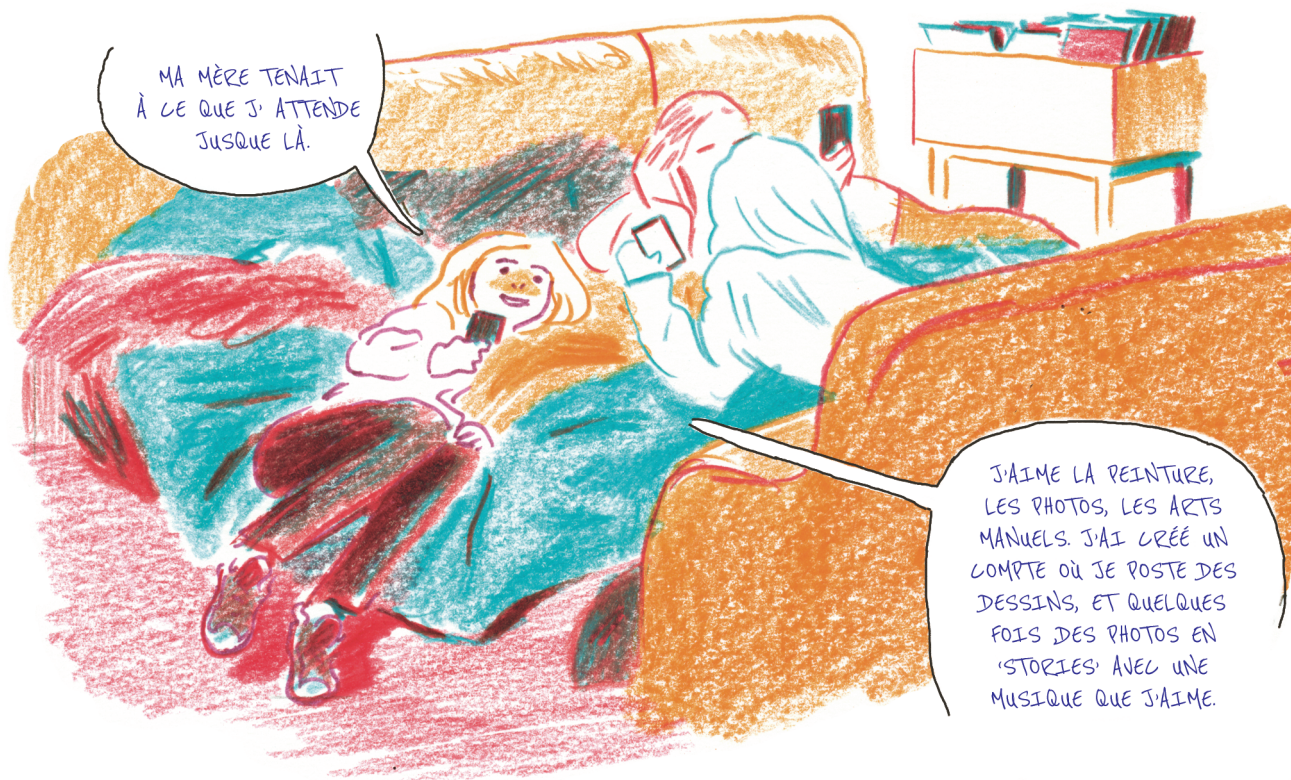
(2) Sociologie des pratiques culturelles, La Découverte, 2010

En France, 92% des 12-17 ans possèderaient un smartphone, selon l'institut de sondage BVA (3), et 78% d'entre eux au moins un compte sur les réseaux sociaux. Snapchat (62%) est suivi par Facebook (53%),

puis Instagram (50%). D'autres plateformes leur disputent l'attention des collégiens et des lycéens, comme TikTok, application de partage de vidéos développée par une entreprise chinoise.

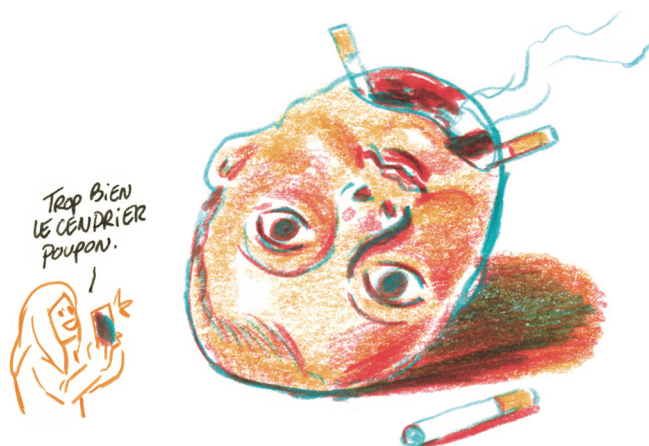


Marion est arrivée sur Instagram et Snapchat à 13 ans, l'âge requis par ces applications pour y créer un compte.



Photo, vidéo, musique, écriture... Les réseaux sociaux s'inscrivent au croisement des pratiques professionnelles et amateurs.

Chacun y est à la fois spectateur et possible producteur. Il y a autant d'usages que d'usagers, d'« Insta » que d'Instagrameurs, de comptes Snapchat que de Snapchateurs... Des passerelles se créent avec des pratiques plus établies.



(3) Les adolescents et les smartphones, sondage BVA mené auprès de 1 100 adolescents de 12 à 17 ans, octobre 2018

JE CHANTE DEPUIS QUE JE
SUIS PETITE, DANS LE
RESTAURANT FAMILIAL ET
MAINTENANT AU CLUB
MUSIQUE DU LYCÉE.

J'AI EU UN COMPTE
INSTAGRAM OÙ JE
METTAIS DES VIDÉOS
DE CONCERTS ET DE
RÉPÉTITIONS.



J'AI VU LE FILM 'PAPICHA'
AU LYCÉE. L'ACTRICE EST
UNE YOUTUBEUSE, JE SUIS
ALLÉE VOIR CE QU'ELLE Y
FAISAIT.

ÇA M'ARRIVE SOUVENT
DE VOIR UN FILM OU UNE
SÉRIE ET DE SUIVRE
ENSUITE LES ACTEURS
SUR INSTAGRAM.

Les enquêtes sur les usages culturels des réseaux sociaux sont balbutiantes. Les codes en perpétuelle évolution. Les premières études laissent toutefois penser que plus les jeunes sont sensibles à la culture dans la vie « réelle », plus leur activité en ligne sera similaire.

« Les plus friands de pratiques culturelles numériques sont aussi ceux ayant le plus de pratiques non-numériques. (...) Le numérique paraît absorber, voire nourrir, plus que concurrencer les pratiques non-numériques », analyse l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire.(INJEP) (4).



Mais à la différence des pratiques classiques conseillées par les parents ou l'école, les ados explorent ces territoires en autonomie.

« La période récente a vu l'émergence de la culture du numérique en parallèle à la mise en place d'une 'culture de la chambre', l'appropriation d'un espace propre par les adolescents, voire pré-adolescents, fortement influencée par ces nouvelles technologies, poursuit l'INJEP. Le numérique (...) offre ainsi une occasion supplémentaire de se construire en tant qu'individu à part entière. »

NOTRE GÉNÉRATION,
CELLE DES 2000s, EST
SURTOUT CONCENTRÉE
SUR INSTAGRAM.

QUAND JE VOIS UNE PHOTO
DRÔLE, JE ME DIS QUE JE NE
PEUX PAS GARDER ÇA POUR MOI.



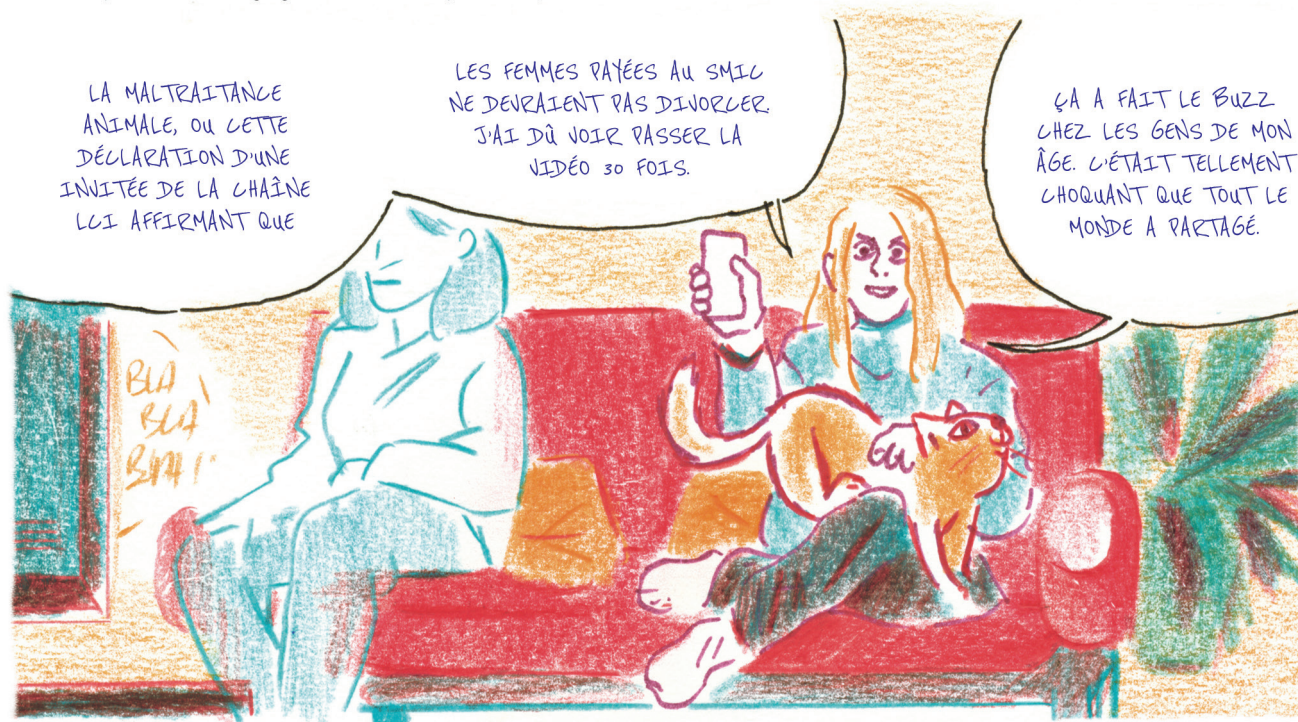
SUR TIKTOK, CERTAINS
FONT DES MONTAGES, C'EST
ÇA QUI REND LES VIDÉOS
MIEUX TRAVAILLÉES.

FACEBOOK ? Y A MA
GRAND-MÈRE DESSUS...

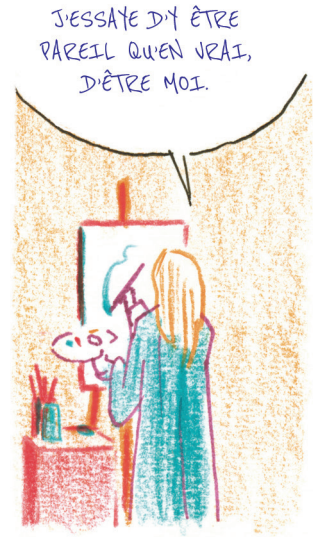
Pour les ados, ce processus de construction passe aussi par la formation des opinions. Les réseaux constituent une agora virtuelle où l'on affûte ses idées. Ils sont même devenus le premier mode d'information des 15-34 ans, 71% les consultant tous les jours (5).



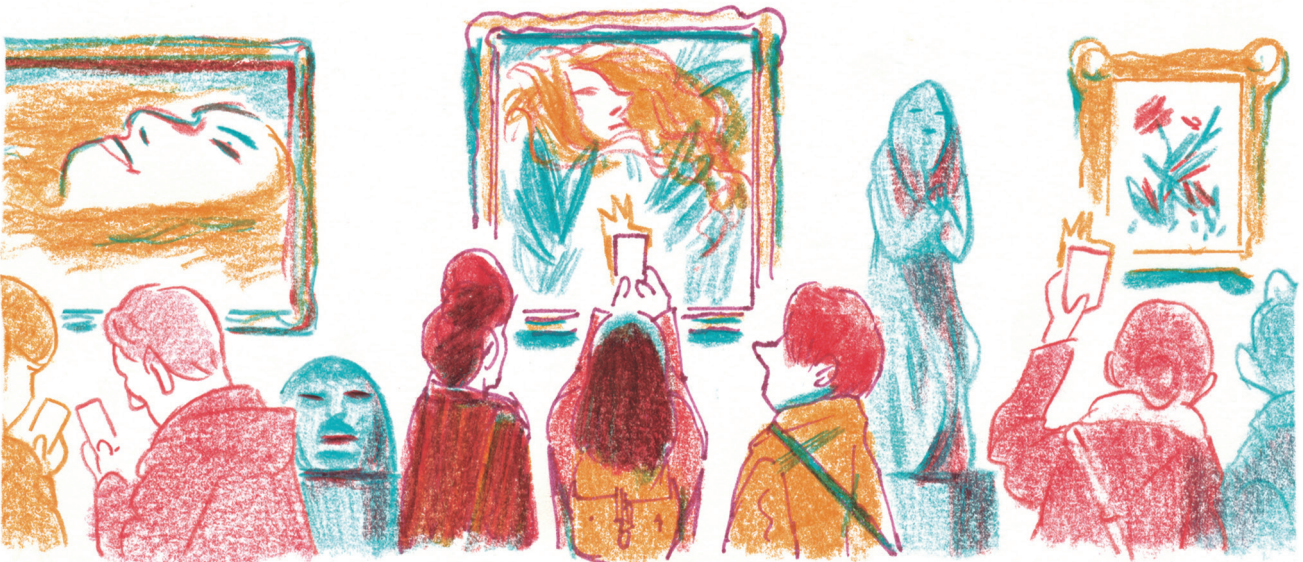
Marion y affine ses engagements en relayant ce qui la révolte.



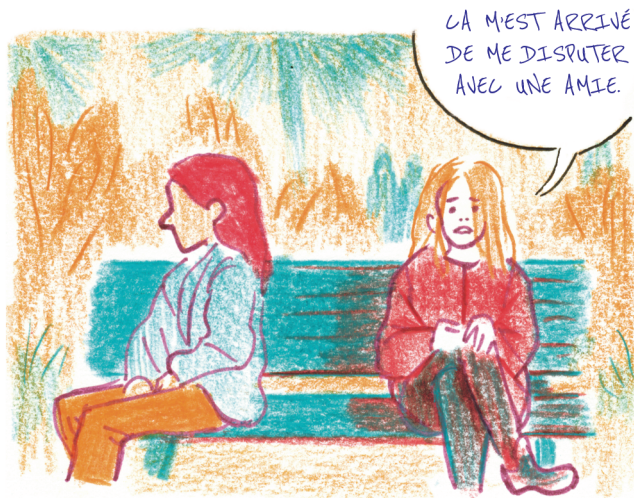
Marion compare les réseaux sociaux à une page blanche sur laquelle elle compose chaque jour, touche par touche, son autoportrait.



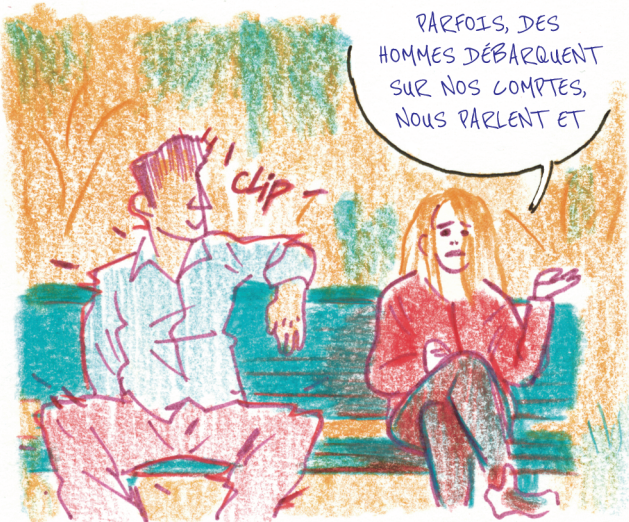
À un âge clé pour la construction de soi, ce portrait est indissociable du regard des autres. Chaque publication est l'occasion de recueillir l'approbation de ses pairs. La tentation est grande d'embellir le réel, de revendiquer des goûts, des pratiques et un moi factices.



Vivre de plain-pied dans les réseaux sociaux n'empêche pas Marion de se montrer critique sur ce qu'ils peuvent faire de nous, sur les mauvais instincts qu'ils flattent parfois.



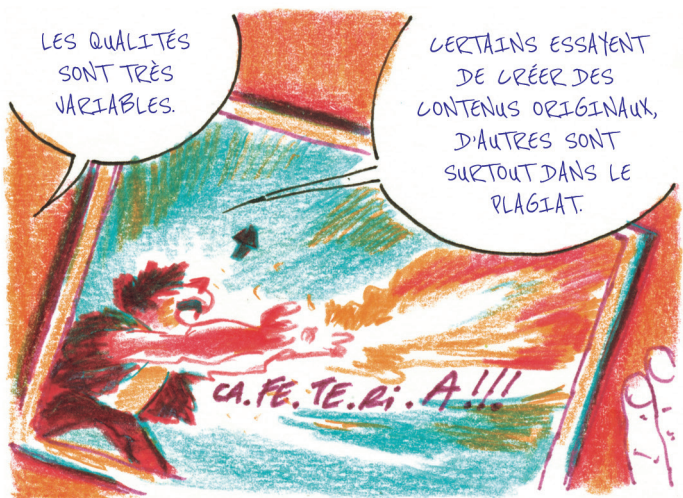
Ou sur leurs dangers bien réels, notamment envers les adolescentes.



Armand, élève en seconde, prend ses distances avec les règles sociales qu'inventent les ados sur les réseaux.



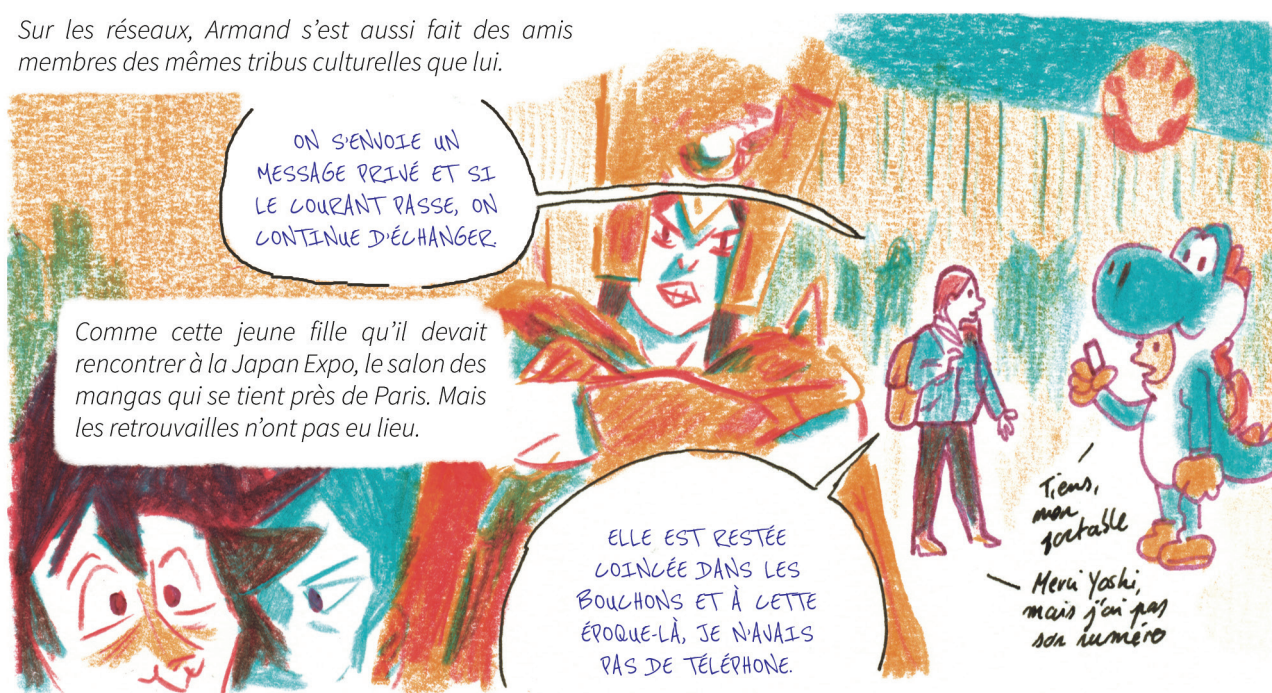
Instagram, c'est autre chose. Armand y suit des comptes de dessins et de mangas. La France est le deuxième pays lecteur de BD japonaises et cet engouement déteint en ligne.



Lui publie des montages d'images créés sur une appli de retouche et qu'il espère « esthétiques ».



Sur les réseaux, Armand s'est aussi fait des amis membres des mêmes tribus culturelles que lui.



Celle d'avant les réseaux, quand la communication n'était pas virtuelle, instantanée et continue, quand on pouvait déconnecter facilement.



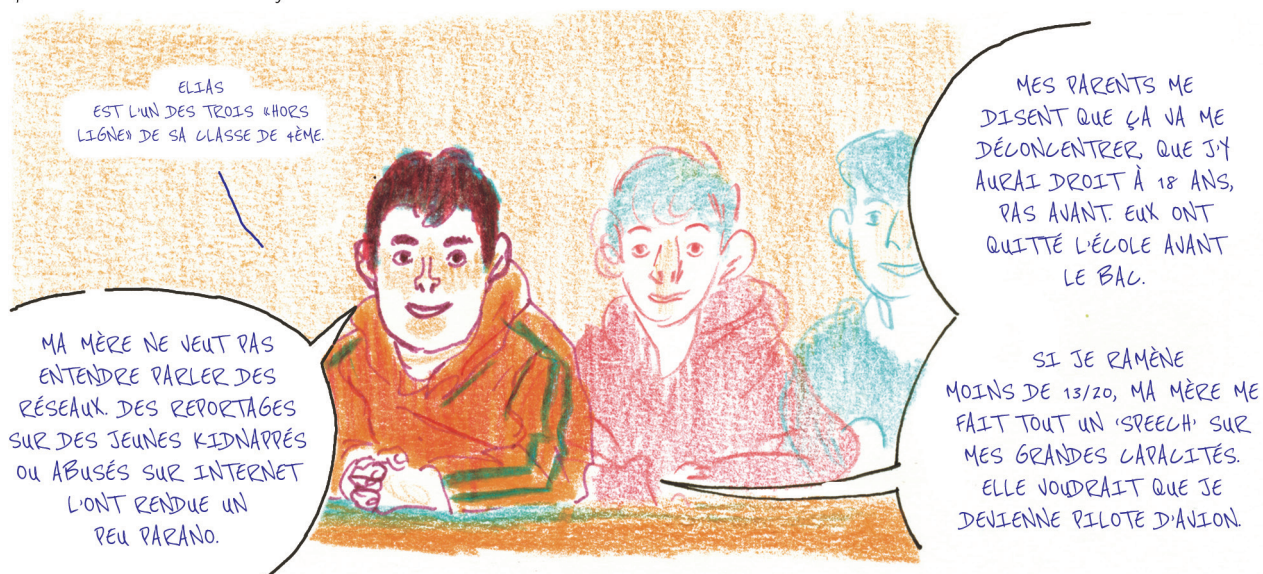
Marion est parfois nostalgique d'une époque qu'elle n'a pas connue.



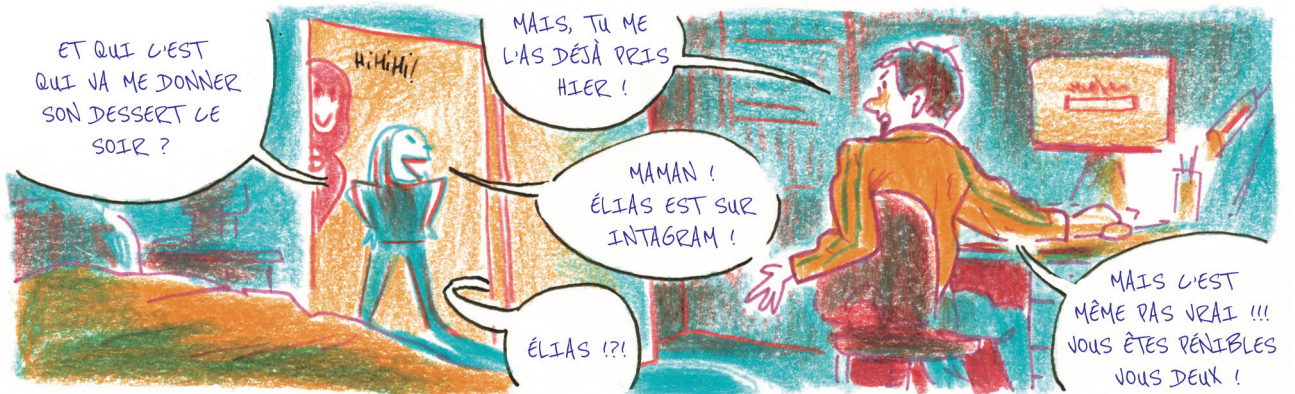
À la différence d'une sortie au musée, d'un film, d'une bande-dessinée dont on tourne la dernière page, l'offre sur les réseaux sociaux ne s'arrête jamais. Au risque de générer une forme de souffrance.



Selon l'institut BVA, 22% des adolescents équipés d'un smartphone n'ont créé aucun compte sur les réseaux sociaux. Leur part atteint 27% chez les jeunes des zones rurales.



Elias a bien tenté de s'inscrire en douce sur Instagram, mais il n'a « pas été très malin ». Son compte, créé sous sa vraie identité, se repère quand on cherche son nom sur Google. Ses sœurs s'en sont aperçu et s'en servent comme d'un moyen de pression. Elias n'arrive pas à supprimer ce compte encombrant...

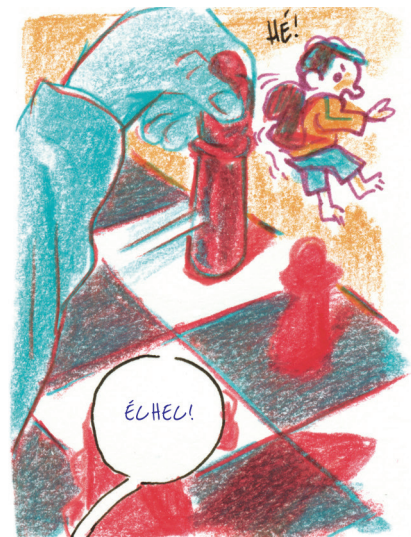


Sans réseaux, Elias a l'impression de se priver d'un lien aux autres. Lui qui ne regarde pas les infos a « su pour les Gilets jaunes un mois après tout le monde ».

Ainsi « déconnecté », Elias a du temps libre pour d'autres pratiques culturelles. Tournois d'échecs, mangas, poèmes...



Il aimerait pouvoir interrompre le fil de ses pensées, utiliser les réseaux comme une soupape.



Au collège comme au lycée, grâce aux réseaux sociaux, tout le monde connaît Adèle.



Cette étudiante de terminale s'est fait un nom sur le réseau TikTok. Son compte suivi par 2,5 millions d'abonnés fait d'elle une « influenceuse » de la plateforme en France.

J'AI COMMENCÉ AU COLLÈGE, EN FILMANT DES CHORÉGRAPHIES AVEC MES COPINES. ENTRE LA 3ÈME ET LA 2ÈME, JE GAGNAIS 50 000 ABONNÉS PAR SEMAINE.

La jeune fille y publie aujourd'hui des vidéos de play-back sur des chansons ou des extraits de films, un format appelé « acting ». Elle s'est construit une communauté de « fans » qui suivent ses créations.

JE PRENDS BEAUCOUP DE TEMPS POUR RÉPONDRE AUX COMMENTAIRES. LES COLLÉGIENNES ME VOIENT UN PEU COMME LEUR GRANDE SŒUR.



Si, en théorie, TikTok pourrait développer l'inventivité des internautes en démocratisant des outils de montage vidéo, Adèle a vite compris que le réseau encourageait certaines productions de masse au détriment des autres.

SI ON FAIT DU PLAY-BACK SUR UNE CHANSON D'AYA NAKAMURA, C'EST SÛR QUE ÇA MARCHE. IL Y A DES 'HASHTAGS' POUR CLASSER LES VIDÉOS ET TIKTOK LA METTRA EN AVANT, ALORS QUE DES CLIPS MIEUX TRAVAILLÉS, PEUT-ÊTRE PLUS CRÉATIFS, NE LE SERONT PAS.

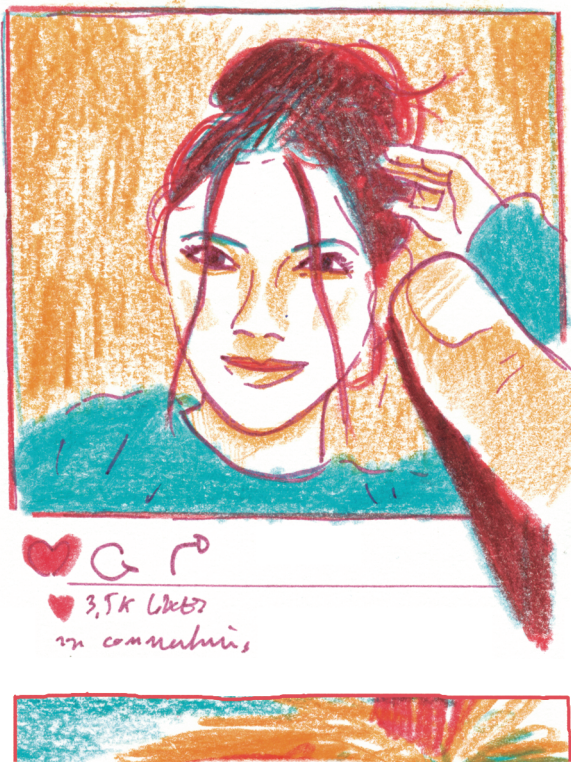


Les réseaux sociaux se fondent aussi sur des algorithmes qui recommandent aux utilisateurs des contenus proches de leurs goûts. Au risque de nous enfermer dans des « bulles de filtres », un champ restreint en fonction de ce que les réseaux imaginent savoir de nous.



« Avec le numérique, la culture est de moins en moins une économie de prototype : le traitement des données massives par les éditeurs de contenus permet de réduire les risques, basculant de plus en plus vers une offre ciblée

en fonction des goûts et consommations des internautes, au risque de les enfermer dans un univers uniformisé conçu pour eux et paradoxalement de les priver de la diversité offerte », prévient le ministère de la Culture (6).



Sur le web aussi, la culture et le divertissement sont des marchés. Grâce à ses communautés TikTok et surtout Instagram, Adèle a été approchée par des marques appréciées des adolescentes pour leur faire bénéficier de sa notoriété.



En échange, elle a voyagé à Cannes et à Barcelone, participé à des séances photos. Après le bac, elle veut étudier le marketing.

(6) Chiffres clés 2019 : statistiques de la culture et de la communication, ministère de la Culture, Presses de Sciences-Po, 2019

TikTok, l'une des plateformes qui enregistre la plus forte croissance dans le monde, cristallise tous les débats autour des nouvelles pratiques culturelles apparues sur les réseaux sociaux. Beaucoup de collégiens adorent, mais au lycée, son nom suscite comme un malaise.



À NOTRE ÂGE, ÊTRE
SUR TIKTOK, C'EST
PLUTÔT LA HONTE...
IL Y A BEAUCOUP DE
PLUS JEUNES QUE
NOUS.

MES AMIS SONT
VITE PASSÉS À
AUTRE CHOSE PARCE
QUE ÇA S'ÉPUISE.

JE PENSE QUE
BEAUCOUP DE
LYCÉENS ONT L'APPLI,
MAIS QU'ILS NE
L'ASSUMENT PAS.

Les adultes, eux, avouent n'y
rien comprendre.

ADÈLE? C'EST UNE STAR
ICI, VOUS VERRIEZ LES
COLLÉGIENNES QUAND
ELLES LA VOIENT! JE VOUS
AVOUE QUE, MOI, C'EST UN
PHÉNOMÈNE QUI ME
DÉPASSE...

En permettant la libre expression du plus grand nombre, les réseaux sociaux rebattent les cartes. « La numérisation de la société n'a pas seulement un effet sur les contenus et les supports culturels, elle imprime également une marque sur la légitimité des acteurs à définir ce qui entre dans le champ de la culture ou non et à produire des biens culturels », note l'INJEP (4).

Les figures d'autorité habituelles - les parents, l'éducation nationale ou encore les médias traditionnels - qui jouaient jusque là le rôle de prescripteurs culturels sont bousculées.

« Mais les réseaux sociaux sont aussi un outil de veille plus 'classique' qui permet aux jeunes de se tenir informés des actualités du moment (institutions publiques, presse, activités culturelles, etc.) », relève l'étude(5).

Une réconciliation entre ces mondes semble possible.

L'éducation nationale s'intéresse par exemple de plus en plus aux réseaux sociaux et réfléchit au rôle qu'elle peut jouer dans l'apprentissage de leurs pratiques.

ISABELLE MOLETTA,
PROFESSEURE DOCUMENTALISTE
À ALBI

LES NOUVEAUX PROGRAMMES DE
2NDE PRÉVOIENT UN ENSEIGNEMENT
EN SCIENCES NUMÉRIQUES ET
TECHNOLOGIQUES POUR ESSAYER DE
RENDRE LES ÉLÈVES MOINS
PASSIFS DEVANT LA MACHINE.

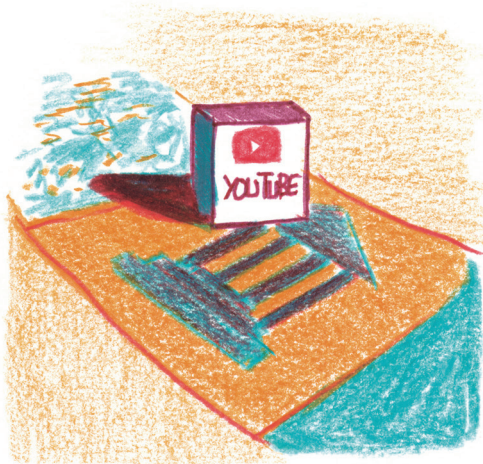
J'ESSAIE DE LEUR DONNER LES
CLÉS D'UNE UTILISATION PLUS
PROFESSIONNELLE DES RÉSEAUX
SOCIAUX, PAR EXEMPLE EN SE
SERVANT DE TWITTER OU
D'INSTAGRAM COMME D'OUTILS DE
VEILLE ET DE DIFFUSION DE
L'INFORMATION.

ON NE VA PAS LEUR
APPRENDRE À FAIRE DES
'STORIES', CE N'EST PAS
NOTRE PLACE. MAIS À
PRENDRE DU RECUL, À
TROUVER D'AUTRES
USAGES, À POSER UN
CADRE, ÇA OUI.

(4) Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2019, Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP), novembre 2019
(5) Les jeunes et l'information, ministère de la Culture et Médiamétrie, novembre 2017

La question se pose aussi pour les institutions culturelles. Le ministère de la Culture (6) voit dans les technologies l'occasion d'une « formidable hybridation des contenus », « brouillant les frontières entre domaines et registres culturels, ainsi qu'entre les formes savantes et populaires ».

En 2018, un clip de Jay-Z et Beyoncé tourné au Louvre, à Paris, et vu des millions de fois grâce aux réseaux sociaux, a par exemple aidé à faire connaître le musée auprès des plus jeunes.



Dans les médiathèques d'Albi, les adolescents sont bien présents, mais pas toujours comme le voudraient les adultes.



Depuis quelques années, ses équipes cherchent donc à « trouver des ponts » avec leurs pratiques. Début décembre 2019, les médiathèques organisaient une série d'événements autour de la culture « geek », dont une conférence intitulée « Se cultiver avec YouTube – oui, c'est possible ! ».



(6) Chiffres clés 2019 : statistiques de la culture et de la communication, ministère de la Culture, Presses de Sciences-Po, 2019

Les médiathèques se sont aussi lancées sur Instagram pour faire connaître leurs activités à destination des ados. Et même s'essayer aux « bookfaces ».



Lancée par des bibliothécaires américains, cette mode consiste à composer des selfies à partir d'une partie de son visage et de la couverture d'un livre. Des librairies ont gagné des milliers d'abonnés sur leurs comptes Instagram en se prêtant au jeu.



Ou comment détourner le narcissisme des réseaux sociaux au service de la promotion des œuvres.



