

Et maintenant les célébrités virtuelles sur Instagram. Et elles ont autant d'influence que les vraies...



Alors que Instagram ne cesse de nous pousser à comparer notre vie à celles des autres, de nombreux avatars virtuels ont fait leur apparition sur le réseau social. Une nouveauté qui dérange et qui impose un dilemme d'ordre éthique.

Avec Nathalie Nadaud-Albertini

Atlantico : Une étude de la Société Royale de Santé Mentale britannique avait révélé que le décalage entre les images postés sur Instagram et la réalité des utilisateurs constituait un sérieux problème de confusion pour la santé mentale. Or, une étape supplémentaire a été récemment franchie avec l'apparition de mannequins et influenceurs virtuels, présentés comme réels. Au Brésil, l'avatar Miquela compte déjà 815 000 abonnés. Quels dangers ce phénomène peut-il représenter, notamment pour les adolescentes?

Nathalie Nadaud-Albertini : Cette confusion virtuel/réel est d'autant plus inquiétante que c'est avant tout la quête de l'idéal qui est recherchée par ce jeune public. Qu'il s'agisse d'un mannequin virtuel ou pas, les adolescentes sont particulièrement sensibles à cette injonction de perfection physique, et à la manipulation des marques qui jouent sur la confusion pour passer leurs messages. Le processus d'identification, déjà problématique avec les mannequins réels, est poussé à l'extrême et donc encore plus dangereux.

Parmi les abonnés à ces avatars, certains le savent mais d'autre pas et sont souvent seuls face aux images qu'ils reçoivent. Comment peuvent-ils prendre des distances dans un tel contexte?

C'est la question des inégalités d'éducation face à l'image qui est ici posée. Les ados éduqués feront mieux la différence et ne vont pas tomber dans le piège de l'identification, considérant au contraire que ces créatures sont trop éloignés d'eux. Dans leur cas, savoir qu'ils ont affaire à une image virtuelle lève le fait de la ressentir comme une injonction à s'y conformer, car ils savent qu'il s'agit d'une fiction. A l'inverse, l'influenceuse de type "girl next door", bien réelle avec ses complexes et ses défauts, crée une relation de proximité et de confiance rassurante, ce que les marketeurs savent bien par ailleurs.

Ces avatars posent également des questions d'ordre éthique. En jouant sur la confusion virtuel / réel, les marketeurs échappent aux réglementations sur le physique des mannequins et à l'obligation d'information sur les retouches. Ces réglementations ont-elles encore une utilité face à la puissance

des images posées sur Instagram?

Là encore, l'éducation aux images est indispensable pour atténuer le risque de manipulation. Notamment pour les "linksters", cette nouvelle génération née après 2002, qui a tout de suite vécu dans les deux univers, le réel et le virtuel, avec un risque de confusion accru. Il faut impérativement leur apprendre à décrypter un minimum ces images d'avatars et les récits publicitaires construits autour, afin de leur expliquer que ce sont avant tout des marques avec des logiques commerciales qui s'expriment à travers ces images et que la réalité de l'expérience vécue est bien plus complexe et bien plus riche.