

Sujet réalisé par James Batty, Nicola Hands, Chris Noyce et Sam Rollison, élèves de IA en 2006-2007

140 millions de myspaciens: e-moi, e-moi, e-moi

(Le Nouvel Observateur)

La nouvelle tribu des internautes a choisi son territoire: MySpace, un site où l'on n'a que des amis. Dans ce cyberpays, chacun fait ce qui lui plaît et devient le maître du monde. Voyage dans le royaume du nombrilisme participatif.

C'est un monde spacieux et spécial. Il s'appelle MySpace. Un lieu où le plus anonyme des anonymes devient le roi de la fête. Il lui suffit d'entrer dans la danse du web, de créer une page sur myspace.com. Et là, la farandole de l'amitié peut commencer. Appelons-le M.Tout-le-Monde, disons MTM, c'est-à-dire l'immense majorité d'entre nous. Sur MySpace, MTM est l'égal des grandes stars de la planète, Madonna ou Monica Bellucci, avec qui il communique sur un pied d'égalité. Dans MySpace, fini les carrés VIP, les privilèges: chacun est logé à la même enseigne. Le myspacien de base est chouchouté, dorloté. Il surfe à la mode participative. En d'autres termes, il ne s'intéresse qu'à lui, mais rêve d'avoir beaucoup d'amis. Sur MySpace, il est servi. Petit résumé du phénomène: né aux Etats-Unis en 2003, MySpace veut faire communiquer les musiciens entre eux, connus et inconnus. Un site très pointu où l'on échange des grilles d'accords et les derniers potins de la planète rock. Très vite, ses fondateurs, Tom Anderson et Chris De Wolfe, sont débordés. Balayés par une tornade venue de loin: le besoin de communiquer de la génération des 14-30 ans. En quelques mois, MySpace devient un gigantesque forum, un site de rencontres où les tribus se croisent et s'entrecroisent à l'infini. Cette agora virtuelle regroupe 140 millions de fans. Les plus assidus: les adolescents. Aux Etats-Unis, les filles (70%) et les garçons (57%) de 15 à 17 ans disposent d'un « profil » en ligne. MySpace est de loin leur destination préférée (85%) devant d'autres réseaux sociaux moins connus. Et logiquement, en août dernier, sa version française apparaît sur le web. Elle compte déjà 1,2 million d'adeptes.

Comment expliquer un tel raz de marée? D'abord parce que l'accès à MySpace est gratuit. Ce n'est pas rien. Ensuite il y a la qualité de l'accueil. Quand MTM se rend sur le site et crée son profil, il reçoit instantanément un courriel de confirmation: « *Nous espérons que tu vas t'éclater sur MySpace!* » MTM est ravi. Il compte pour ses hôtes. M.Tout-le-Monde n'est pas n'importe qui. Il peut aussi tout faire à partir de sa page personnelle: télécharger des chansons ou des vidéos, animer des photos, chatter, envoyer des messages et des commentaires, en recevoir. Il peut mentir, tricher, se confesser, draguer, flatter, contacter, aimer, vitupérer. Il surfe dans le cyber-éden avec la nonchalance de la génération MP3. Il joue les pirates, les grands seigneurs, les poètes désenchantés, les chanteurs masqués, les homosexuels militants. Il est multicarte, multifantasma. Il se démultiplie à l'infini. « *C'est l'univers de l'égotopie*, analyse Robert Ebguy, sociologue au Centre international de Communication avancée. L'internaute flatte son narcissisme en projetant sur son profil un personnage utopique, un spectacle de lui-même. » Schizo, le myspacien? Affirmatif. Et polymorphe aussi. Il s'invente de nouvelles vies, des personnages multiples. Il se met en spectacles. « *C'est sans doute la raison du succès de MySpace*, ajoute Robert Ebguy. *Au départ, le lieu est fait pour des artistes. Avec les codes de la tribu pop-rock. Or aujourd'hui nous sommes tous des artistes. MySpace, c'est la « Star Academy » de masse...* ». Ainsi, dans le « cyber château » myspacien, notre ami MTM, si seul dans la vie réelle, peut choisir ses amis, son clan, puis les abandonner sans explication. Sur MySpace, il n'y a pas de pression sociale, pas de contraintes, pas de parents rabat-joie. Pour faire taire les emmerdeurs, il suffit de cliquer. Et l'Autre disparaît instantanément. Dans ce paradis schizophrène et ludique, on peut se regrouper par affinités. De véritables réseaux se constituent. Il y a les tribus de gothiques, de cinéastes, de sportifs, de fétichistes du fast-food, de philatélistes, de motards tendance Hells Angels, de fans de tout poil. Certains découvrent par hasard d'anciens camarades de la maternelle. D'autres, de nouvelles tendances. « *Une fille de la fac m'a*

parlé de MySpace, raconte Lydie, 22 ans. Elle est dans un réseau de mode, et elle a plein de plans super. Alors j'ai créé ma page, je lui ai demandé de m'accepter parmi ses amis. Depuis, je reçois plein de mails sur les magasins pas chers, les créateurs, etc. » Au-delà des tribus, ce qui rapproche les myspaciens? Le zapping permanent. Le besoin frénétique de vivre mille vies. Comme Nora, étudiante en histoire de l'art. Nora a deux profils sur MySpace. Sur le premier, elle apparaît sous les traits d'une jolie blondinette intellectuelle, passionnée par la nouvelle vague du cinéma turc. Sur le deuxième, elle est une femme fatale délurée, à tendance masochiste. Une seule femme, trois vies. « L'homme n'a jamais eu une identité unique, estime Stéphane Hugon, sociologue au Centre d'Etudes sur l'Actuel et le Quotidien de la Sorbonne. Un salarié marié, par exemple, fréquentait deux milieux, le familial et le professionnel. Il avait donc deux identités, voire une troisième s'il était dans l'équipe de foot. Mais il était forcé de cacher ses différentes casquettes. La grande nouveauté avec le numérique, c'est que l'existence de plusieurs identités est reconnue, et même valorisée. Pardoxalement, ces jeux de rôle, loin de dissimuler l'individu, le révèlent. » Comment appréhender cette polyphonie des moi? Formidable paradoxe que ce gigantesque supermarché des ego. « Les jeunes générations se méfient des institutions, de l'Etat, des médias, souligne Robert Ebguy. Les petites solidarités ont disparu. La notion même de société est branlante. Que reste-t-il? MySpace, un espace privé à moi, où je suis actif et où je montre ce que je veux. »

Lové dans son lit, au chaud, le myspacien chatte avec ses « amis ». « C'est plus à la mode que Meetic, confie Adeline, 17 ans. Mais attention aux imposteurs! J'ai rencontré un mec dans un café. Il n'était pas musicien, il n'avait pas 20 ans et... je l'ai trouvé moche, en vrai! ». L'usage n'a pas échappé à certains pervers. En janvier, le « réseau » connaît ses premiers déboires. Aux Etats-Unis, cinq filles de 14 et 15 ans se font agresser sexuellement par des hommes qu'elles ont rencontré sur le site. Ils se faisaient passer pour des teenagers. Les familles des victimes ont porté plainte contre MySpace. « La sécurité sur internet est une responsabilité partagée entre les fournisseurs de services et les familles », précise Hermanshu Nigam, responsable de la sécurité de MySpace. « Internet est un des endroits les plus sûrs, certainement plus sûrs que le monde réel », rassure Marc Mayor, directeur général de MySpace-France. Pour lui, MySpace est une bulle de bonheur dans un monde de brutes. Sa force? Il est créatif et branché. « Le réseau est marqué par son style d'origine, celui de la musique de Los Angeles. » Surf, sex and sun? « Pas seulement, poursuit Marc Mayor. Nous sommes aussi le plus grand rassemblement de musiciens de la planète, plus de 3 millions d'artistes nous ont rejoints: les jeunes talents comme les célébrités. » Que viennent donc faire les stars dans ce fourre-tout virtuel? Elles font leur « marché », cherchent de nouveaux fans, en jouant le jeu de nous-sommes-tous-des-amis. Elles font du marketing participatif. Business et fraternité. Elles annoncent les dates de sortie de leur prochain film ou mettent en écoute leur musique. Pas d'illusions cependant. Madonna, Björk ou Monica Bellucci risquent peu de répondre en personne aux mails de leurs milliers d'amis. Leurs assistants s'en chargent. Les exceptions? Alain Souchon, par exemple. Pour prouver qu'il est un honnête myspacien, le chanteur se filme lui-même pianotant sur son clavier d'ordinateur. « C'est un formidable outil d'autopromotion, confesse l'écrivain Tatiana de Rosnay. Je découvre des gens du même métier, et je discute avec des lecteurs que je n'aurais certainement pas eu l'occasion de rencontrer ailleurs. » Ses amis écrivains, David Foenkinos, Serge Joncour, Arnaud Catherine, Jessica Nelson ou Christophe Paviot, sont eux aussi des habitants de la planète MySpace. Serge Joncour: « Le plus important, c'est la consanguinité entre les membres. Moi, je suis publié. Un auteur m'envoie ses textes. Lui, il aimerait être publié. Nous appartenons à la même communauté! Et parfois on se croise dans une soirée... » Tribalisme et dialogue.

« Dans une société cloisonnée et hiérarchisée, déclare Jean-Charles de Castelbajac, le parrain de MySpace Boudoir, la nouvelle communauté mode du site, MySpace permet de contourner le parcours classique de construction d'une carrière. » Le grand couturier y a rencontré de jeunes créateurs du monde entier. « C'est un capteur de tendances et un lieu de découverte d'artistes », ajoute-t-il. MySpace, un dénicheur de talents? Dans l'édition, Stephen Carrière et Guillaume Robert

(éditeurs des jeunes écrivains branchés, comme Florian Zeller) y détectent des futurs best-sellers. Et les musiciens? Ils ne représentent que 1% ou 2% des membres. Ce qui ne les empêche pas d'avoir leurs légendes: celle d'Arctic Monkeys et de Lily Allen, des groupes nés sur MySpace. Comme eux, les petits groupes fédèrent des communautés de fans. Exemple: Q, le chanteur de missRose: *« L'astuce, c'est de se créer un large réseau d'amis. Les gens se recommandent ta page, et ils viennent écouter ta musique. »* Les maisons de disques aussi. Parfois elles tombent sur une pépite et l'engagent. *« Des directeurs artistiques et des programmeurs se baladent sur le site, raconte Pamela Hute, chanteuse pop française, une des pionnières de MySpace. Mais il ne faut pas rêver. Il faut avoir beaucoup d'amis pour être repéré. Ce sont les pages très fréquentées que les majors surveillent. »* C'est la stratégie du bouche-à-oreille. Un pied de nez au matraquage de masse des majors comme Universal ou Sony. Paradoxe: aujourd'hui, le site parraine lui-même des groupes, révélés lors du « MySpace Secret Shows », le grand rendez-vous des myspaciens. Va-t-il provoquer la mort, à moyen terme, des grandes maisons de disques? Va-t-il surtout devenir, comme YouTube ou Secret Life, un grand marché virtuel où l'on viendra chasser le consommateur? Et si cette bulle de bonheur n'était pas aussi rose? Le myspacien a un gros défaut. Il est totalement dépendant de son réseau. Il passe des heures à surfer de page en page à la recherche de lui-même à travers les autres. Il est fondamentalement addict. A force de se démultiplier, ne va-t-il pas finir par se perdre? *« MySpace est un exil en dehors de la réalité, un exode de l'identité, dit le philosophe et urbaniste Paul Virilio. Il s'est même emparé de la création artistique pour la virtualiser. Seule la publicité est capable de faire la promotion d'un tel univers. Cette fuite est tragique pour l'avenir... »*

(Lena Mauger)

Questions:

A. Compréhension et lexique: reformulez les passages soulignés

B. Compréhension et synthèse: En faisant référence à la première moitié de l'article, résumez, dans vos propres mots, les avantages pour l'internaute qui sont offerts par MySpace.

C. Stylistique: Comment le style arrive-t-il à montrer le groupe cible de l'article et de MySpace? Repérez surtout les verbes et les anglicismes et faites des commentaires sur leur utilisation.

D. Réaction

1. Directeur/directrice d'un lycée, vous vous inquiétez fortement de l'influence de MySpace et d'autres « cyberpays » sur les adolescents d'aujourd'hui. Écrivez une lettre à un journal de gauche, exprimant votre point de vue. Employez un style très soutenu.
2. Jeune musicien, cherchant à rencontrer un grand succès, vous savez combien il est difficile de promouvoir votre musique. Écrivez un article pour une revue musicale, racontant vos expériences, et donnant votre avis sur internet comme moyen de publicité. Employez un style plutôt familier.