

Influenceurs et créateurs de contenus : un phénomène contemporain

Dr. Stéphanie Lukasik, *experte élue au Conseil de l'Europe sur la sécurité en ligne et la responsabilisation des créateurs de contenus et des utilisateurs*



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère d'État

Service des médias, de la connectivité
et de la politique numérique

2 Juillet 2024
Casino, Luxembourg



MSI-eSEC(2024)2

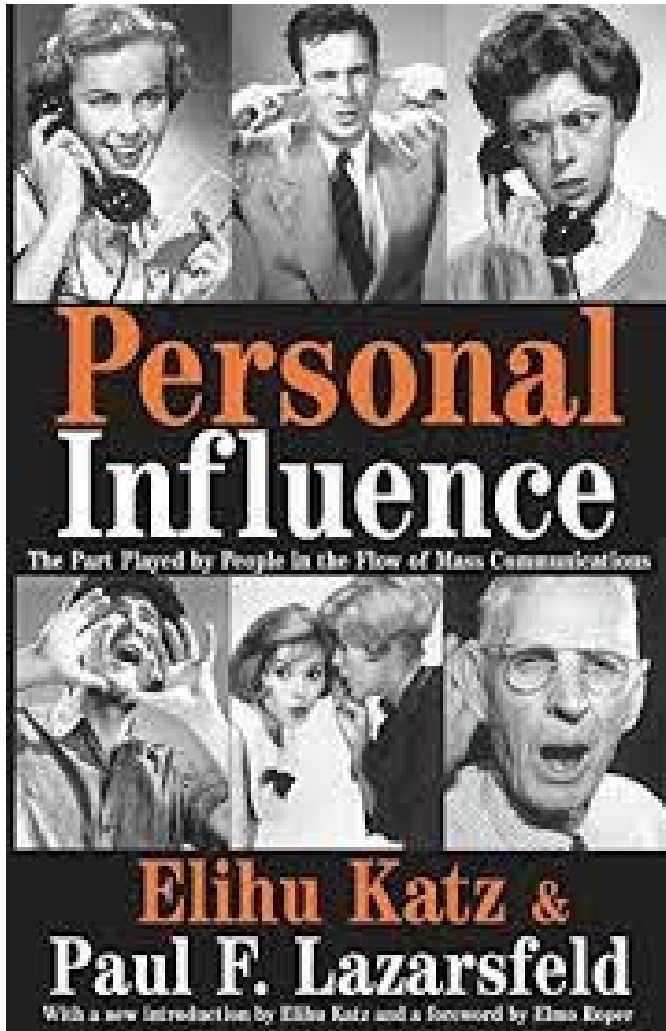
Media
_reform

#2 conférence

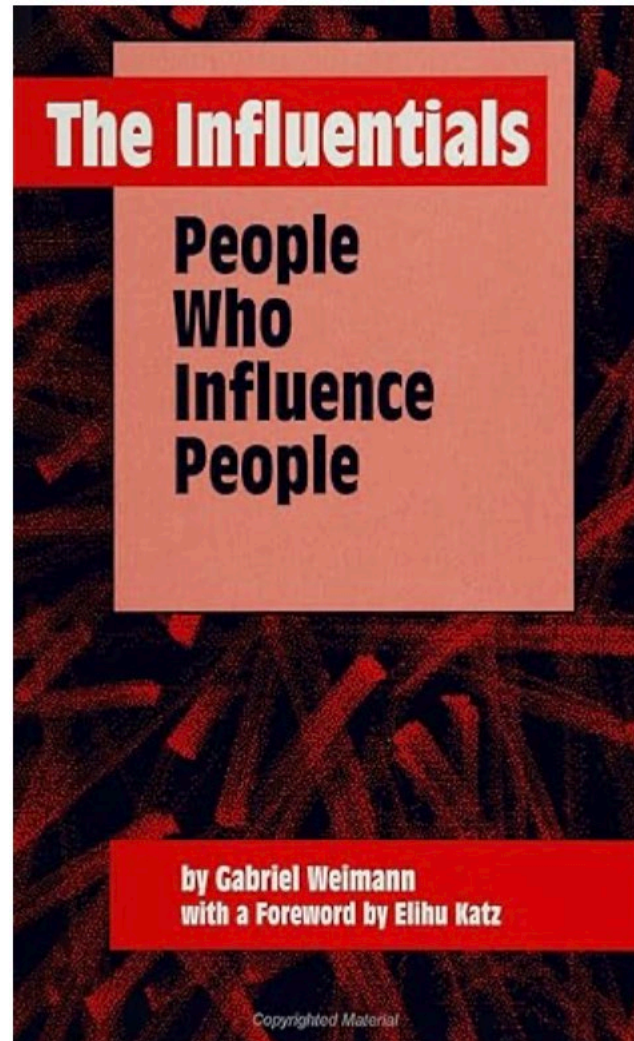
Les influenceurs et les créateurs de contenus :
Ont-ils tous les droits ?

- 1. A l'origine des influenceurs : L'influence personnelle**
- 2. Apparition et évolution du phénomène contemporain**
- 3. Professionnalisation des influenceurs**
- 4. Un phénomène qui soulève de nouveaux enjeux et défis**

1. A l'origine des influenceurs : L'influence personnelle de l'Ecole de Columbia (1939-1977)

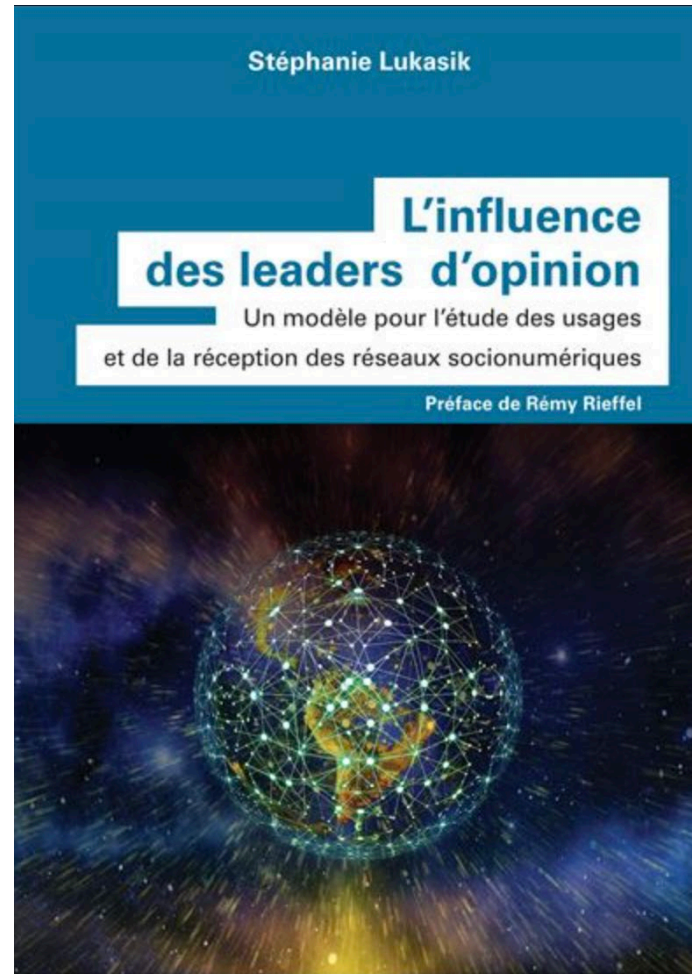


- **11 années** d'études scientifiques en communication **sur l'influence** et **les effets des médias**.
- Les chercheurs ont découvert que **l'influence la plus persuasive à court terme** est **l'influence personnelle** (issue des personnes).
- **Découverte** dans le domaine d'abord **politique** (The People's choice (1944); Voting (1954) puis dans **tous les domaines (mode, achats, culture, etc.)** (Personal influence (1955)).
- **Deux concepts clés** dans le **fonctionnement de l'influence** : le **leader d'opinion du quotidien** et **l'homophilie** (affinité par ressemblance).
- **Répartition des individus** dans les **réseaux sociaux non numériques** selon **deux rôles** : les **leaders** et les **suiveurs (followers)**.

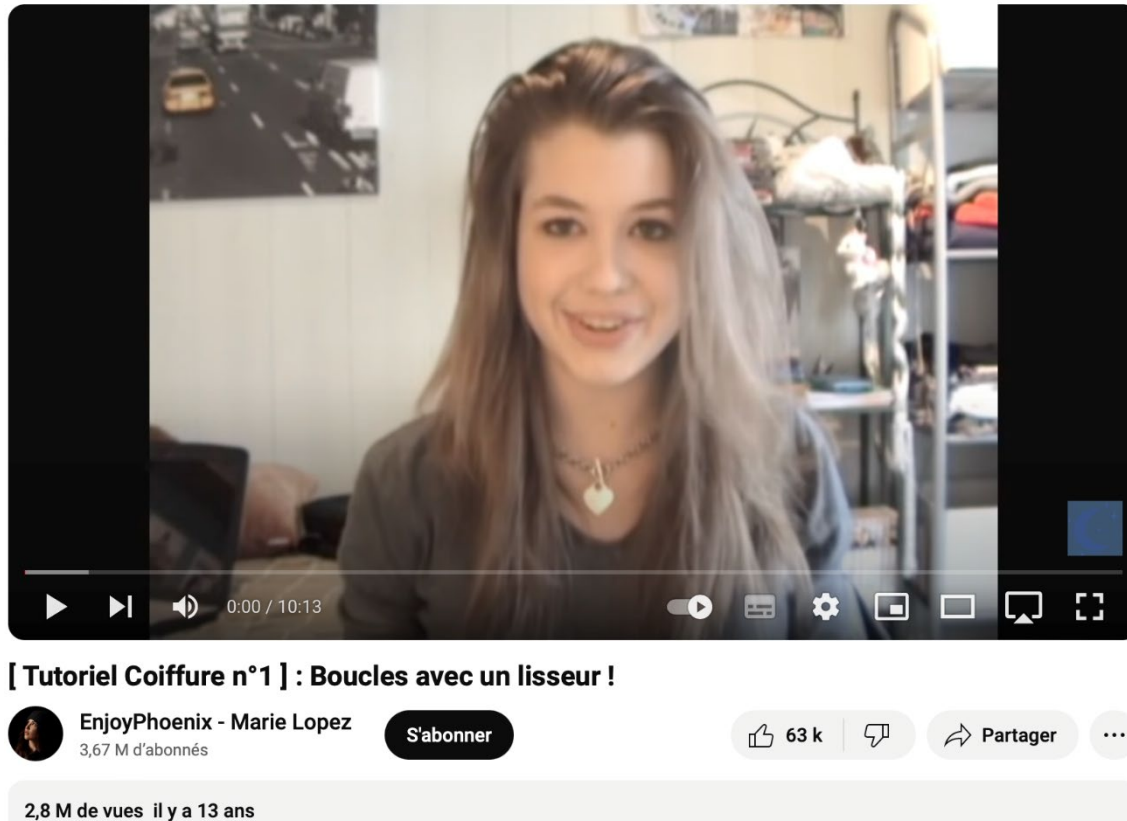


- Le Professeur **Gabriel Weimann (1994)** va rebaptiser le leader d'opinion en « **influential** » très proche du terme actuel « **influenceur** ».
- **Les concepts clés** de l'Ecole de Columbia (Lazarsfeld, Katz) et de Gabriel Weimann vont être **utilisés dans des pratiques professionnelles à visée lucrative pour inciter au comportement d'achat (marketing d'influence) ou viser un public cible** (stratégies de communication, relations publiques).

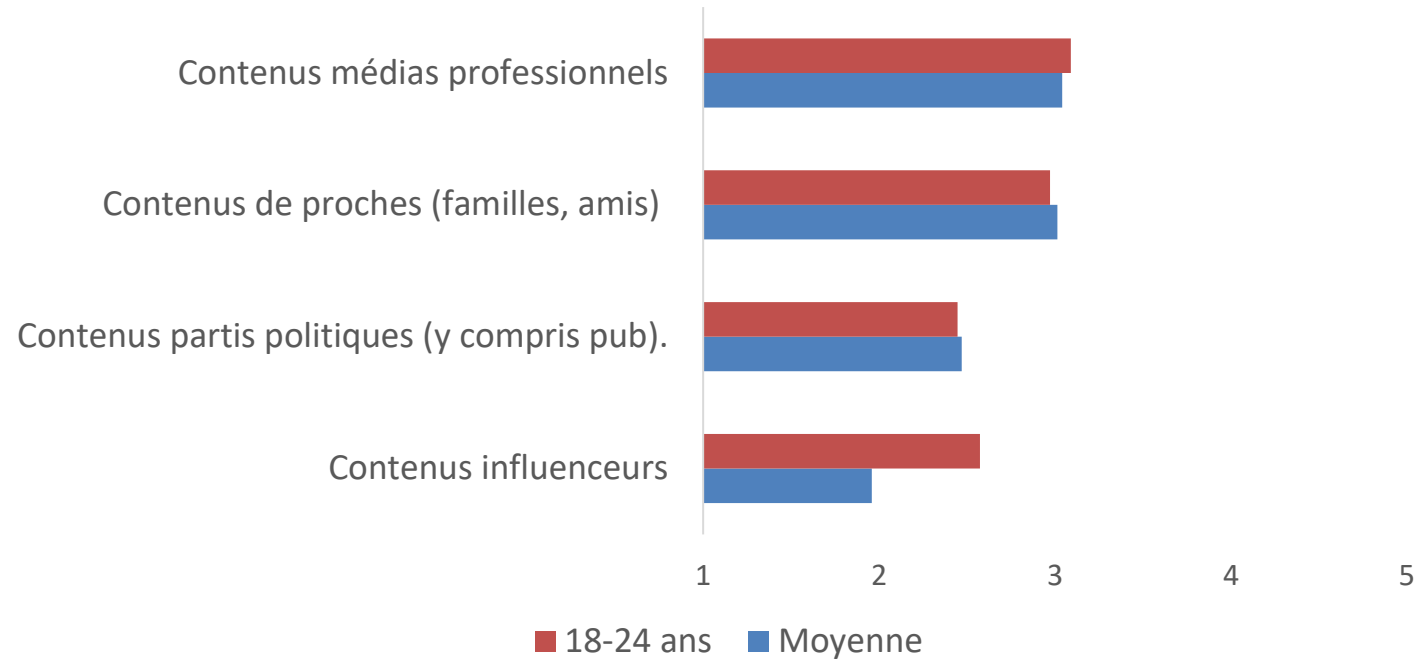
Une influence plus que jamais d'actualité sur les réseaux sociaux



2. Apparition et évolution du phénomène contemporain

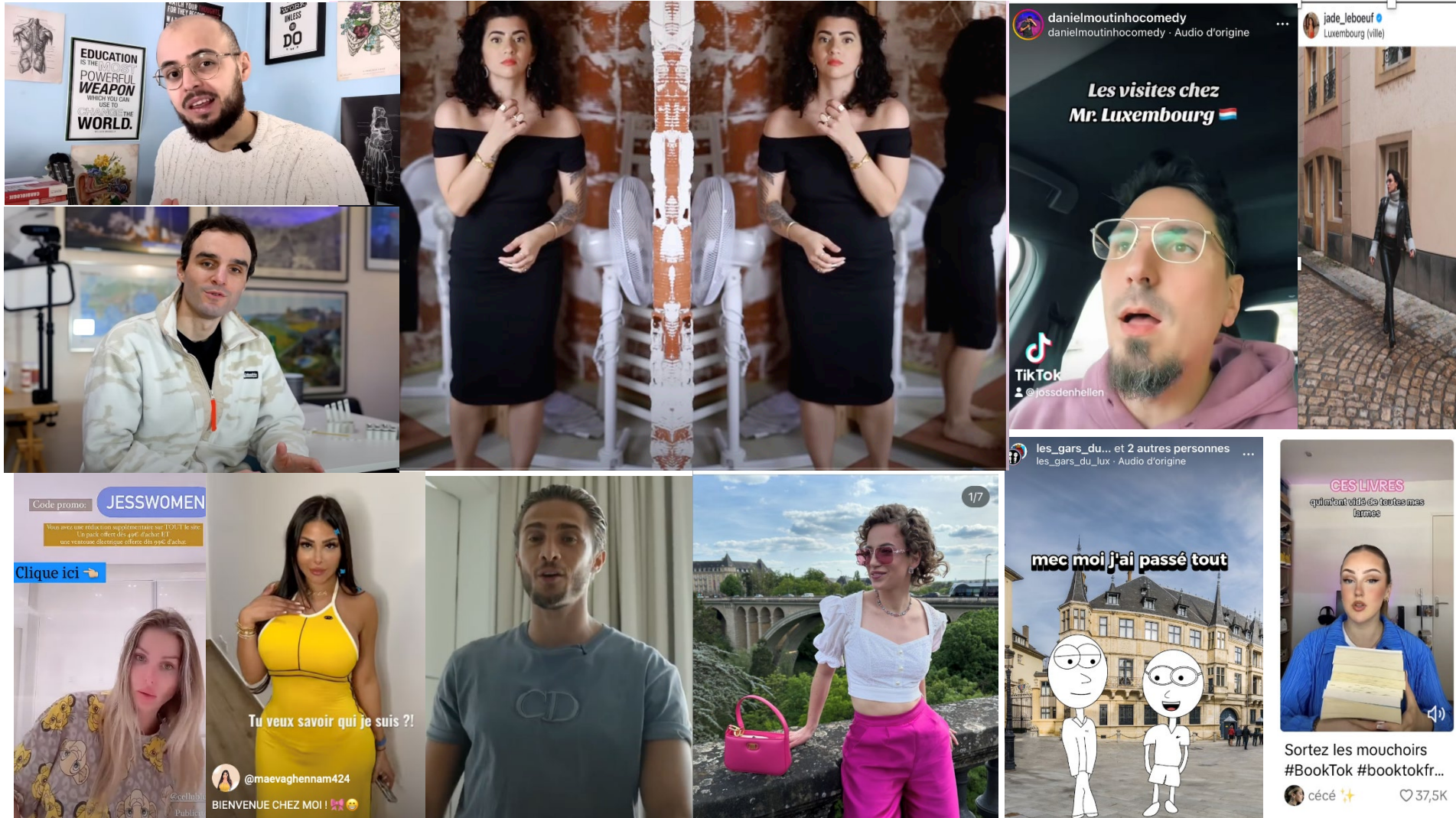


- **Les premiers créateurs de contenus** se sont faits connaître majoritairement avec *YouTube*, il y a **13 ans en 2011 en créant du contenu sur un domaine (nouveaux médias individualisés)**.
- A l'origine, la création de contenu n'est pas une **catégorisation professionnelle permanente**.
- Grâce à leurs communautés, ils sont devenus **influenceurs** car les individus les suivent avant tout pour leurs contenus.



- **Les contenus créés par les usagers (proches et influenceurs) sont devenus de véritables sources d'information sur tous les sujets chez les 18-24 ans au Luxembourg.**
- **Ils concurrencent les journalistes en raison des contenus qui correspondent davantage aux centres d'intérêt des usagers (information personnalisée).**

Influenceurs et créateurs de contenus : Tous les mêmes ?



3. Professionnalisation des influenceurs : une pratique professionnelle lucrative et des dérives



- Le terme « **influenceur** » relève d'une « **prétention communicationnelle à influencer** » (Grignon, 2020).
- Cette appellation vise à légitimer une **pratique professionnelle dépendante des plateformes des réseaux sociaux numériques** avec la précarité algorithmique (Duffy, 2020) et **des usagers** qui constituent leur(s) **communauté(s)** et **arguments économiques** auprès des **marques et annonceurs**.
- **Création des premières agences d'influenceurs et polémiques liées aux influenceurs** (ex : France, agence *Shauna Events de Magalie Berdah* (création en 2017) les « **influvoleurs** » dénoncés par le rappeur Booba & le collectif d'aide aux victimes d'influenceurs (AVI); affaire Chiara Ferragni en Italie).

L'influenceur luxembourgeois Dylan Thiry visé en 2023 par des accusations de trafic d'adoption d'enfants

Les « **contenus créés par l'utilisateur** » (...) *ont un impact considérable en ce qu'ils permettent plus facilement aux utilisateurs de façonner et d'influencer l'opinion d'autres utilisateurs* ».

Directive « **Services de médias audiovisuels** » (AVMS, 2018)

4. Un phénomène qui soulève de nouveaux enjeux et défis

- **Protection des enfants et de la santé mentale**
 - **Kidinfluencers** et « Sephora Kids », placement de produit pourtant interdit dans les contenus pour enfants (AVMS).
 - **Risque de dysmorphie corporelle** et d'incitation à la chirurgie esthétique très tôt.
 - **Challenges dangereux** blackout sur TikTok (jeu du foulard, déjà 82 décès d'enfants dans le monde).
 - **Hypersexualisation** des enfants.



Des enjeux qui vont au-delà des enjeux commerciaux et de la publicité

Protection des mineurs :

- Les créateurs de contenus et influenceurs peuvent constituer une porte d'entrée vers les comportements sexuels dangereux, la pornographie et la commercialisation du corps (plateforme britannique OnlyFans (2016) (études BBC news (2021 & Titheradge, 2022); plateforme française Mym (2010)).
- Des contenus des kidinfluenceurs réutilisés pour inciter à la pédopornographie sur Instagram (étude Stanford et Wall Street Journal (2023); ARTE (2024)).

ECONOMIE • ÉTATS-UNIS • INSTAGRAM

Criminalité. L'algorithme d'Instagram favorise les réseaux pédocriminels

Selon une enquête du "Wall Street Journal" menée avec des chercheurs de Stanford et de l'université du Massachusetts à Amherst, les systèmes de recommandation du réseau social font la promotion de comptes dédiés à l'achat et à la vente de contenus pédopornographiques. Auprès du journal américain, Meta admet l'existence de "problèmes" au sein de ses services de sécurité.

SOURCE: **Courrier international** • Lecture 1 min. • Publié le 8 juin 2023 à 18h54

Quand elle veut tourner une vidéo avec AD 🤖👉

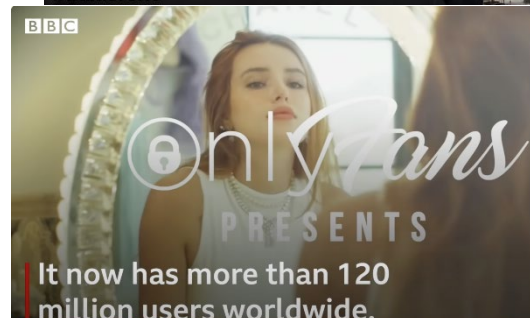


Republier

AD • 2022-12-28

Une petite puce super motivée ❤️
@sheyniofficelle #fy #pourtoi
#pourtapage #foryou #foryourpage
#adlaurent

BBC



It now has more than 120 million users worldwide.

arte



qui peuvent être des images légales,

Rani Govender
Chargée de plaidoyer - National Society for the Prevention of Cruelty to Children



Leurs publications :
des instants anodins, des danses.

► Sources - Pédocriminalité, les failles d'Instagram

De nouveaux médias individualisés qui posent question pour le développement de l'esprit critique des citoyens

- **Manque de pluralisme : la réception de l'information par le prisme des créateurs de contenus peut aboutir à un manque d'esprit critique avec des effets anti-démocratiques sur la formation des opinions et des choix des citoyens.**
- **Pas d'obligation éthique, déontologique, du respect du contradictoire ou encore de mobiliser des sources légitimes** pour les créateurs de contenus.
- **Contenus qui peuvent créer de la confusion** auprès des usagers (ex : Dr Nozman).
- **Contenus problématiques** de développement personnel, santé et spiritualité (risques de dérives sectaires).


FIGURE 1 : CAPTURE D'ECRAN DU 16 DECEMBRE 2022

Il y a 1 mois

Salut j'adore tes vidéos Nozman, j'ai une question pour toi. Actuellement ayant une maladie ou je n'ai aucune faim, on me dit de prendre des médicaments à prendre entre les repas ça va faire 3 jours que je ne mange pas donc je prend pas les médicaments. Quelle serait les risques de prendre ce médicament sans manger. Merci si tu vois ce message et continue comme ça 👍.

Moins

👍 🗨️ Répondre



Le Miracle de la Détoxification (Robert Morse - Recette jus) Vidéo 2023

Regenere / Thierry Casasnovas 906 k abonnés

S'abonner

👍 7,3 k 🗨️ Partager 📄 Télécharger

Conclusion et pistes de réflexion sur les influenceurs et les créateurs de contenus

- **Des connaissances scientifiques neutres** nécessaires pour saisir l'ampleur du phénomène, protéger les mineurs et les citoyens dans le respect de la liberté d'expression et d'information.
- **Se limiter à la compréhension des professionnels ne permet pas une compréhension exhaustive du phénomène et de ses effets sur les individus.**
- **La responsabilité limitée des plateformes** en tant qu'hébergeurs et organisateurs de contenus créés par l'utilisateur.
- Le **Digital Services Act (DSA)**, s'applique pour les contenus illicites et la modération *a posteriori*.
- La **Directive AVMS** laisse une marge de manœuvre nationale (amendement du 26 février 2021 de la loi sur les médias électroniques des médias de 1991).
- Développer la corégulation, l'autorégulation et l'éducation des citoyens aux réseaux sociaux pour favoriser la **sécurité en ligne** et la **responsabilisation des créateurs de contenus et des utilisateurs**.

Influenceurs et créateurs de contenus : un phénomène contemporain

Dr. Stéphanie Lukasik, *experte élue au Conseil de l'Europe sur la sécurité en ligne et la responsabilisation des créateurs de contenus et des utilisateurs*



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère d'État

Service des médias, de la connectivité
et de la politique numérique

Merci de votre attention

2 Juillet 2024

Casino, Luxembourg



MSI-eSEC(2024)2

Media
_reform

#2 conférence

Les influenceurs et les créateurs de contenus :
Ont-ils tous les droits ?