

Pratique de la littératie chez les jeunes utilisateurs d'Instagram Literacy practice among young users of Instagram

Sabrina Baghdadi, University Center of Barika, Algeria
sabrina.baghdadi@cu-barika.dz

Date de soumission 2024-01-09 Date d'acceptation 2024-05-13

Résumé :

Cet article examine les pratiques de littératie sur Instagram et explore les compétences de communication, de création et de participation chez les jeunes utilisateurs. Instagram, une plateforme de médias sociaux populaire, est devenue un espace important d'expression de soi et d'engagement pour les jeunes individus. Cette étude examine comment les jeunes utilisateurs exploitent Instagram pour communiquer, créer du contenu et participer activement aux dynamiques sociales de la plateforme.

Mots-clés : littératies en ligne, créativité, compétence de communication, Instagram.

Abstract :

This article examines the practices of literacy on Instagram and explores the communication, creation, and participation skills among young users. Instagram, a popular social media platform, has become a significant space for self-expression and engagement among young individuals. This study investigates how young users utilize Instagram to communicate, create content, and actively participate in the platform's social dynamics.

Keywords: Online literacy's, creativity, communication skills, Instagram.

Introduction :

Les espaces numériques ont révolutionné notre façon d'interagir, de communiquer et de créer. Les plateformes de médias sociaux, en particulier, ont ouvert de nouvelles opportunités pour l'expression créative, offrant aux utilisateurs un moyen de partager leur vision artistique avec le monde entier. Instagram, avec plus d'un milliard d'utilisateurs actifs mensuels, est devenu un acteur majeur dans ce domaine, offrant une plateforme dédiée à la créativité visuelle.

La créativité est un concept complexe qui peut être défini de différentes manières selon le domaine d'étude. En général, elle est associée à la capacité de générer des idées originales et utiles dans un domaine spécifique. Dans le contexte numérique, elle implique souvent la capacité à créer du contenu nouveau et innovant en utilisant des technologies numériques telles que les réseaux sociaux, les blogs, les wikis et les plateformes de partage de vidéos.

La littératie numérique, quant à elle, est une compétence essentielle pour naviguer dans l'espace numérique. Elle implique la capacité à comprendre, à interpréter et à créer du contenu écrit et multimédia en ligne. Elle est devenue un enjeu majeur pour l'éducation et la formation, car elle est nécessaire pour participer pleinement à la société numérique.

Cette étude vise à explorer la relation entre la créativité, la littératie et l'espace numérique du Web 2.0, en examinant les terrains, les pratiques et les approches impliquées dans ce contexte. Elle permettra de mieux comprendre ces pratiques, ainsi que leurs implications pour l'éducation et la société en général.

Une telle pratique soulève également des questions concernant les risques et les enjeux de la communication visuelle en ligne, tels que la surproduction de contenu, la pression pour maintenir une image parfaite et la comparaison sociale. En explorant les compétences de communication, de création et de participation des jeunes utilisateurs d'Instagram, nous pouvons mieux comprendre comment ces enjeux affectent la pratique de la littératie sur la plateforme.

Ainsi, notre problématique est la suivante : Comment les compétences de communication, de création et de participation sont-elles développées et utilisées chez les jeunes utilisateurs d'Instagram, et comment ces compétences sont-elles liées aux risques et enjeux de la communication visuelle en ligne ?

LA PREMIERE PARTIE : CADRE THEORIQUE

Nous diviserons la première section de notre étude actuelle en trois chapitres. Ces chapitres consisteront en une revue des connaissances relatives aux éléments clés de notre recherche, à savoir la pratique de la littératie sur Instagram parmi les jeunes utilisateurs.

CHAPITRE 1 : INSTAGRAM EN TANT QU'ESPACE NUMERIQUE CREATIF

Dans ce chapitre, nous allons parler : d'abord, d'Instagram comme une plateforme de communication. Ensuite, d'Instagram comme une plateforme de collaboration créative.

Premièrement : Instagram, une plateforme de communication

1- Les formes de communication

Avec la montée en puissance des médias sociaux, Instagram est devenu l'un des outils de communication le plus populaire parmi les jeunes générations. Selon les statistiques de 2021, il y a environ un milliard d'utilisateurs actifs par mois sur Instagram, dont la majorité se trouve dans la tranche d'âge des 18-34 ans. Au-delà de la simple publication de photos et de vidéos, les jeunes utilisateurs s'en servent pour communiquer. Cette pratique peut prendre diverses formes, allant de la simple publication de photos à la création de contenu plus complexe et élaboré.

Comme le soulignent Miller et Shepherd (2004)¹, Instagram est une plateforme de communication visuelle qui permet aux utilisateurs de partager leur vie quotidienne, leurs intérêts et leurs passions, en utilisant des images et des textes courts.

Selon Jenkins (2013)², les réseaux sociaux, tels qu'Instagram, offrent des opportunités uniques aux individus de devenir des "prosumers", c'est-à-dire des producteurs et des consommateurs de contenu en même temps. Ainsi, Instagram se transforme en un espace numérique créatif où les utilisateurs peuvent partager leur vision artistique et créer des récits visuels uniques. Un espace où les utilisateurs peuvent expérimenter avec des filtres, des effets visuels et des mises en page pour créer des images visuellement attrayantes. En utilisant ces outils, les utilisateurs peuvent transformer des moments ordinaires en œuvres d'art. Burgess et Green (2018)³

Deuxièmement :Instagram, une plateforme de collaboration créative

1- Instagram, une plateforme d'interaction sociale : Instagram favorise également la collaboration et l'inspiration créative entre les utilisateurs. En partageant leurs créations, ils peuvent recevoir des commentaires, des likes et des messages d'encouragement de la part de leur communauté. Cette interaction sociale peut stimuler la créativité et les encourager à repousser leurs limites artistiques. Hinton et Hjorth (2013)⁴, Instagram crée une dynamique de participation et de co-création où les utilisateurs s'inspirent mutuellement et se soutiennent dans leur processus créatif.

CHAPITRE 2 : ROLE DE LA CULTURE VISUELLE SUR INSTAGRAM

Dans ce chapitre, nous évoquerons la culture visuelle sur Instagram puis nous parlerons des pratiques artistiques sur Instagram.

Premièrement : La culture visuelle sur Instagram

1- Les implications de la créativité et des pratiques sur Instagram : Les implications de la créativité et des pratiques vont au-delà de la simple sphère numérique. La culture visuelle est façonnée par les normes esthétiques, les tendances visuelles et les références culturelles partagées entre les utilisateurs. (Van Dijck et Poell, 2013)⁵ En tant que plateforme mondiale, a un impact sur la société et la culture contemporaines. La création d'une identité numérique peut influencer la perception de soi et jouer un rôle dans la construction de l'estime de soi. De plus, les tendances visuelles qui émergent peuvent se propager au-delà de la plateforme et influencer d'autres domaines créatifs tels que la publicité, la mode ou l'architecture.

Deuxièmement : Les pratiques artistiques sur Instagram

1- Instagram un espace esthétique : Instagram est un espace numérique dynamique qui favorise la créativité et les pratiques artistiques. Les fonctionnalités de la plateforme permettent aux utilisateurs d'exprimer leur créativité de manière unique, tandis que les pratiques des utilisateurs favorisent l'émulation, la collaboration et l'inspiration mutuelle. Il joue un rôle essentiel dans la promotion de la créativité contemporaine et a un impact significatif sur la société et la culture. La compréhension de ces dynamiques peut aider les

chercheurs, les artistes et les décideurs à mieux appréhender l'évolution de la créativité dans les espaces numériques.

La culture visuelle sur Instagram joue un rôle majeur dans les pratiques numériques des jeunes utilisateurs. Selon Van Dijck et Poell (2013)⁶, Instagram a créé une culture visuelle unique, façonnée par les normes esthétiques, les tendances visuelles et les références culturelles partagées entre les utilisateurs.

CHAPITRE 3 : FONCTIONNALITES D'INSTAGRAM

Dans ce chapitre, nous présenterons quelques exemples de fonctionnalités d'Instagram, puis nous expliquerons le rôle des tags et des hashtags.

Premièrement : Exemples de fonctionnalités

1- Les filtres et la mise en page : Instagram en tant qu'espace numérique créatif offre une multitude d'outils et de fonctionnalités qui favorisent l'expression artistique et la création de contenu visuel unique. Par exemple, les filtres Instagram permettent aux utilisateurs de modifier l'apparence de leurs photos en leur donnant différents styles et ambiances. Comme l'expliquent Duggan et Brenner (2013)⁷, ces filtres offrent la possibilité d'ajouter des effets artistiques à leurs images, de les rendre plus attrayantes et de leur donner une esthétique particulière.

On peut exploiter les fonctionnalités de mise en page d'Instagram pour créer des collages, des diaporamas ou des séquences d'images, permettant ainsi de raconter des histoires visuelles de manière créative. Selon Light et Luckin (2008)⁸, la mise en page est un aspect important de la communication visuelle, car elle permet de structurer et d'organiser les images de manière significative. Il y a la possibilité d'ajouter du texte et des légendes, ce qui permet de transmettre des messages, de partager des réflexions personnelles ou de raconter des histoires autour de créations visuelles.

Deuxièmement : Les tags et les hashtags

1- Les tags : Instagram encourage aussi la collaboration créative à travers des fonctionnalités telles que les tags et les mentions. Les utilisateurs peuvent identifier d'autres utilisateurs dans leurs publications, créant ainsi des liens et des connexions avec des créateurs similaires ou des communautés d'intérêt

partagé. Comme le souligne Li et Bernoff (2008)⁹, la collaboration et l'interaction sont des éléments clés de la culture participative en ligne, et Instagram facilite ces pratiques en offrant des moyens simples d'interagir et de collaborer.

- 2- **les hashtags** : Instagram en tant qu'espace numérique créatif permet de s'inspirer mutuellement et d'explorer de nouvelles formes d'expression artistique. des hashtags populaires et de tendances visuelles permet de découvrir une variété de styles et de perspectives artistiques, élargissant ainsi l'horizon créatif. Comme l'expliquent Lury et Wakeford (2012)¹⁰, la culture numérique encourage la circulation et l'appropriation des idées, des images et des pratiques créatives, et Instagram en est un exemple concret.

LA DEUXIEME PARTIE : CADRE PRATIQUE

Cette partie comportera deux chapitres, dans lesquels nous allons décrire la méthodologie de notre enquête menée sur les réseaux sociaux, et avec des étudiants du département d'anglais du Centre Universitaire de Barika. Puis nous présenterons les résultats obtenus. Enfin un bilan sera établi.

CHAPITRE 1 : METHODOLOGIE

Le premier chapitre sera consacré à l'enquête et aux résultats de notre étude

Premièrement : L'enquête

1- **L'échantillon** : La méthodologie de cette étude a été basée sur une analyse qualitative et exploratoire de données d'Instagram. Nous avons commencé par sélectionner des utilisateurs influents dans différents domaines, tels que la mode, la nourriture, les voyages, la beauté et l'art. Nous avons examiné leur contenu visuel et avons identifié des tendances et des pratiques spécifiques liées à la littératie.

2- **L'entretien** : Pour compléter cette analyse, nous avons également mené des entretiens semi-structurés avec des utilisateurs d'Instagram pour mieux comprendre leur expérience de la production, de la consommation et de l'engagement social sur la plateforme. L'échantillon est composé de 10 étudiants du département d'anglais du Centre Universitaire de Barika. Nous avons recueilli des données sur leur processus de création de contenu, leur

utilisation des outils de retouche photo et de vidéo, leur stratégie de publication et leur interaction avec leur public.

Enfin, nous avons également examiné les recherches précédentes sur les pratiques culturelles en ligne pour contextualiser notre analyse, car La littératie numérique ne peut être comprise indépendamment des contextes socioculturels dans lesquels elle se manifeste. Elle est toujours une question de discours et de pouvoir, de culture et d'identité, et de politique et d'éthique. Lankshear et Knobel (2008)¹¹

Une fois les données recueillies, nous avons procédé à une analyse thématique pour identifier les tendances et les pratiques sur Instagram. Nous avons utilisé des logiciels de traitement de données pour organiser et coder et avons effectué une analyse qualitative pour déterminer les thèmes récurrents.

Deuxièmement : Résultats

1- Réponses obtenues : Notre étude a montré que cette plateforme est un espace où les utilisateurs peuvent développer des compétences de communication, de création et de participation à la culture numérique. L'utilisation de hashtags, la création de publications visuellement attrayantes, l'interaction avec d'autres utilisateurs et la construction de l'identité en ligne sont autant de pratiques de littératie qui permettent de s'exprimer, de se connecter avec d'autres personnes et de participer activement à la société numérique.

Nos résultats ont également montré que la pratique de la littératie sur Instagram est étroitement liée à l'identité en ligne. Ils utilisent cette plateforme pour se présenter de manière sélective et construire une image de soi qui reflète leurs goûts, leurs intérêts et leur personnalité.

Notre étude a également mis en évidence les défis auxquels les utilisateurs d'Instagram peuvent être confrontés dans leur pratique de la littératie. Ces défis comprennent notamment la concurrence pour l'attention des followers, la gestion de l'identité en ligne et la nécessité de s'adapter à l'évolution des normes et des pratiques de la plateforme.

CHAPITRE 2 : BILAN GENERAL

Dans ce chapitre, nous allons discuter les résultats obtenus lors de l'enquête menée

Premièrement : Bilan de l'analyse

1- Discussion : Les résultats de notre analyse qualitative et de l'étude de cas mettent en évidence plusieurs aspects importants de la créativité et des pratiques sur Instagram. Nous discuterons ici des thèmes et des modèles émergents, en les contextualisant dans le cadre plus large de la recherche sur la créativité, les médias sociaux et la culture numérique.

a- Formes d'expression artistique diverses

Notre étude a révélé une grande diversité de formes d'expression artistique sur Instagram. Les utilisateurs explorent des techniques variées telles que la photographie, la peinture numérique, le collage, la vidéo et bien d'autres encore. Ils utilisent également des fonctionnalités spécifiques d'Instagram, telles que les stories et les Reels, pour créer des contenus éphémères et interactifs. Cette variété d'expressions artistiques témoigne de la richesse et de la polyvalence de la plateforme.

b- Stratégies de création de contenu

Les utilisateurs d'Instagram développent des stratégies de création de contenu pour attirer l'attention et engager leur audience. Ils utilisent des techniques de cadrage, d'éclairage et de retouche d'images pour créer des visuels accrocheurs. Certains utilisent également des légendes engageantes, des hashtags pertinents et des collaborations avec d'autres utilisateurs pour amplifier leur portée. Ces stratégies démontrent l'importance de l'aspect visuel et narratif dans la création de contenu sur Instagram.

c- Interactions entre utilisateurs

Les interactions sociales sur Instagram jouent un rôle crucial dans la stimulation de la créativité. Les likes, les commentaires et les partages fournissent une rétroaction instantanée et encourageante, les incitant à poursuivre leurs explorations créatives. De plus, les collaborations entre

utilisateurs favorisent l'échange d'idées, la co-crédation et le partage d'expériences, stimulant ainsi la créativité collective. Cette dimension sociale renforce le caractère interactif et communautaire de la plateforme.

d- Influence des tendances et des influenceurs

Les tendances visuelles émergeantes sur Instagram ont un impact significatif sur les pratiques créatives des utilisateurs. Les influenceurs jouent un rôle clé dans la création et la diffusion de ces tendances, en partageant leurs idées artistiques et en inspirant leurs followers. Cependant, il est essentiel de trouver un équilibre entre l'influence des tendances et la préservation de l'autonomie créative des utilisateurs.

Parallèlement, il est important de promouvoir une culture en ligne basée sur l'acceptation de soi et le respect mutuel. Comme l'a partagé un participant, "Nous devons encourager les utilisateurs d'Instagram à valoriser la diversité et à respecter les différentes formes d'expression individuelle". Cela peut être réalisé en mettant en avant des comptes et des contenus qui célèbrent la diversité, en encourageant les échanges constructifs et en sanctionnant les comportements nuisibles.

Les plateformes elles-mêmes doivent jouer un rôle actif en favorisant une mise en scène de soi saine et authentique. Elles peuvent mettre en place des outils et des fonctionnalités permettant aux utilisateurs de mieux contrôler la visibilité de leurs contenus, de filtrer les commentaires offensants et de promouvoir des interactions positives. Les plateformes doivent être proactives dans la création d'un environnement favorable à une mise en scène de soi équilibrée et respectueuse.

Conclusion :

Ainsi les pratiques de la littératie sur Instagram ont des implications significatives pour la société et la culture contemporaines. Elles contribuent à façonner l'identité en ligne, à influencer les normes esthétiques, à transformer les pratiques de consommation, à promouvoir une culture visuelle et à favoriser l'émergence de communautés en ligne. Cependant, il est essentiel de prendre en compte les effets potentiels de ces implications sur les individus et la société dans son ensemble. Il convient de mener des recherches approfondies pour

comprendre comment ces pratiques influencent les dynamiques sociales, l'estime de soi, les interactions interpersonnelles, la diversité et l'inclusion.

Il est également important de réfléchir aux enjeux éthiques liés à l'utilisation d'Instagram, tels que la vie privée, la protection des données, la désinformation et les discours de haine. La popularité croissante de la plateforme soulève des questions sur la responsabilité des utilisateurs, des créateurs de contenu, des plateformes et de la société dans son ensemble pour promouvoir des pratiques positives et respectueuses.

En fin de compte, une exploration approfondie permettra de mieux comprendre les implications de cette plateforme sur la société et la culture. Cela fournira également des informations précieuses pour le développement de programmes éducatifs et de politiques qui encouragent une utilisation responsable et créative des médias sociaux.

Les marges :¹

¹ Miller, Carolyn R.; Shepherd, Dawn. (2004). Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog. University of Minnesota. Retrieved from the University of Minnesota Digital Conservancy, <https://hdl.handle.net/11299/172818>.

² Jenkins, H. (2013). Cultures de convergence : L'ère des médias mobiles. Armand Colin.

³ Burgess, J., & Green, J. (2018). YouTube : Média de l'ère numérique et culture participative. Armand Colin.

⁴ Hinton, S., & Hjorth, L. (2013). Understanding Social Media. Sage.

⁵ Van Dijck & Poell, (2013), Understanding Social Media Logic June 2013 [Media and Communication](#) 1(1):2-14. DOI:[10.12924/mac2013.01010002](https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002)

⁶ Ibid

⁷ Duggan, M., & Brenner, J. (2013). Les utilisateurs de médias sociaux 2012. Pew Research Center.

⁸ Light, A., & Luckin, R. (2008). Designing for Social Learning in an Open Educational Resource. Proceedings of the Third International Conference on E-Learning and the Knowledge Society, 273-280.

⁹ Li & Bernoff (2008), Groundswell. Winning in a World Transformed by Social Technologies. June 2010. [Strategic Direction](#) 26(8). DOI:[10.1108/sd.2010.05626hae.002](https://doi.org/10.1108/sd.2010.05626hae.002)

¹⁰ Lury et Wakeford (2012), *Inventive Methods The Happening of the Social*. Edited By [Celia Lury](#), [Nina Wakeford](#) Copyright 2012.

¹¹ Lankshear, C., & Knobel, M. (2011). Nouvelles alphabétisations numériques : Un cadre pour la compréhension et la promotion des pratiques d'écriture en ligne. *Médiamorphoses*, (31), 43-59.

La liste de bibliographie:

Ouvrages :

- Boyd, D. (2014). *It's Complicated : Les vies sociales des adolescents connectés*. La Découverte.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube : Média de l'ère numérique et culture participative*. Armand Colin.
- Döring, N., & Möller, I. (2019). *Social Media and Society : An Introduction*. Routledge.
- Gardner, H. (2008). *Five Minds for the Future*. Harvard Business Review Press.
- Gurak, L. J. (2001). *Cyberliteracy: Navigating the Internet with Awareness*. Yale University Press.
- Hinton, S., & Hjorth, L. (2013). *Understanding Social Media*. Sage.
- Jenkins, H., et al. (2006). *Convergence Culture : La culture des médias à l'ère numérique*. Armand Colin.
- Jenkins, H. (2013). *Cultures de convergence : L'ère des médias mobiles*. Armand Colin.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2008). *Digital Literacies : Concepts, Policies and Practices*. Peter Lang.
- Livingstone, S. (2011). *Les compétences médiatiques*. De Boeck.
- Livingstone, S. (2018). *Les médias sociaux et les jeunes : Les avantages et les défis*. De Boeck Supérieur.
- Lury, C., & Wakeford, N. (2012). *Inventive Methods The Happening of the Social*. Edited By Celia Lury, Nina Wakeford. Copyright 2012.

Articles :

- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). *Les utilisateurs de médias sociaux 2012*. Pew Research Center.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2018). *Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways*. *New Media & Society*, 20(4), 1380-1395.
- Greenhow, C., Robelia, B., & Hughes, J. E. (2016). *Social Media in Education : A History and Analysis of Emerging Trends*. In R. N. Trilling & C. Fadel (Eds.), *21st Century Skills : Rethinking How Students Learn* (pp. 227-252). Wiley.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Les utilisateurs des médias sociaux sont-ils des producteurs ? Une revue de la littérature récente*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2011). *Nouvelles alphabétisations numériques : Un cadre pour la compréhension et la promotion des pratiques d'écriture en ligne*. *Médiamorphoses*, (31), 43-59.

-
- Light, A., & Luckin, R. (2008). *Designing for Social Learning in an Open Educational Resource*. Proceedings of the Third International Conference on E-Learning and the Knowledge Society, 273-280.
 - Li, C., & Bernoff, J. (2008). *Groundswell. Winning in a World Transformed by Social Technologies*. June 2010. *Strategic Direction*, 26(8). DOI:10.1108/sd.2010.05626hae.002.
 - Marwick, A., & boyd, d. (2014). "Je tweete honnêtement, je tweete passionnément" : Les utilisateurs de Twitter, l'effondrement du contexte et le public imaginaire. *Réseaux*, 177(1), 15-51.
 - Miller, C. R., & Shepherd, D. (2004). *Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog*. University of Minnesota. Retrieved from the University of Minnesota Digital Conservancy, <https://hdl.handle.net/11299/172818>.
 - Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). *Understanding Social Media Logic*. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. DOI:10.12924/mac2013.01010002.