

CHÈRIE, J'AI YOUTUBÉ LES GOSSSES

GAZOUILLIS, ANNIVERSAIRES, PREMIERS PAS...

CERTAINS PARENTS POSTENT TOUT LEUR BONHEUR SUR INTERNET.

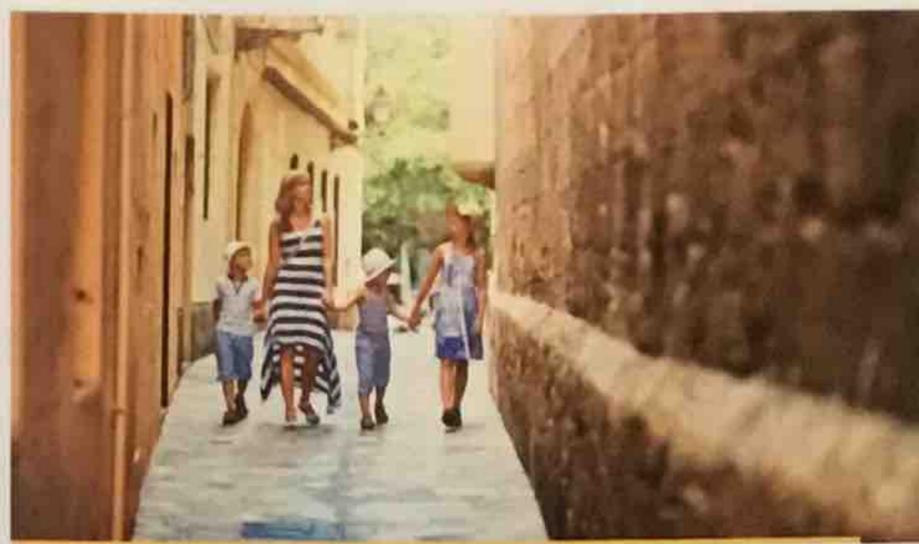
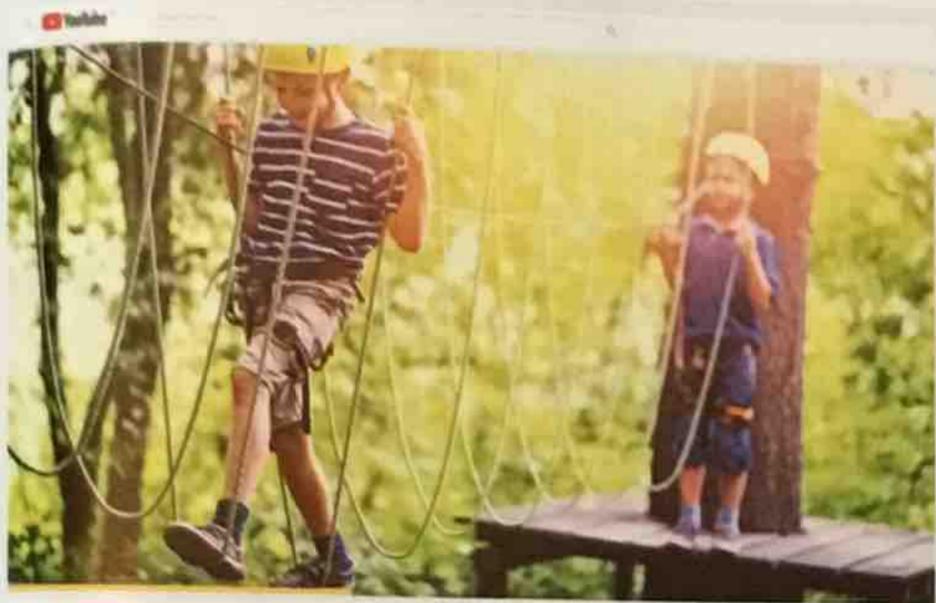
AU POINT DE VOLER L'INTIMITÉ DE LEURS ENFANTS ?

ENQUÊTE SUR UN PHÉNOMÈNE QUI FAIT POLÉMIQUE. PAR HÉLÈNE GUINHUT

Lily-Rose, bouclettes blondes, tétine dans la bouche et robe à volants, s'agrippe à son papa. « Tu viens voir maman ? Allez, viens ! » l'encourage sa mère en tendant les bras. Après quelques allers-retours hésitants, la fillette d'à peine 1 an succombe aux chatouilles de son père en riant aux éclats. La scène est suivie d'une séquence où son frère, Éden, 3 ans, s'initie au jardinage. Banales images du bonheur comme en filment toutes les familles. Sauf que cette vidéo n'est pas destinée à papy et mamie, mais à des milliers d'inconnus. Publiée sur YouTube, elle a été vue plus de

47 500 fois. Car Laure, la mère d'Éden et de Lily-Rose, est une des youtubeuses famille les plus influentes de France. Sa chaîne, Allo Maman, qui raconte le quotidien de son couple et de ses deux enfants depuis trois ans, compte plus de 210 000 abonnés. Même le père a sa propre chaîne, forcément baptisée Allo Papa Family.

Venus des États-Unis, les family vlogs – contraction de vidéo et de blog – sont apparus en France il y a quelques années. Suivant l'exemple des Bratayley (plus de 6 millions d'abonnés) ou des



Shaytards (5 millions), qui sont à YouTube ce que la famille Kardashian est à la chaîne E!, des familles françaises se sont lancées. Le genre a ses propres règles : chaque épisode, qui peut durer jusqu'à trente minutes, est précédé d'un générique où tous les membres de la famille – animaux de compagnie compris – sont présentés. Peu de rebondissements : repas du soir, fous rires du bébé, jeux dans la piscine ou brossage de dents font l'ordinaire... Mais certains événements comme les voyages au bout du monde ou les anniversaires sont filmés en grande pompe. Aux commandes, les parents, des millennials au sourire radieux. « Outre-Atlantique, le modèle est plus assumé. Les Bratayley sont allés jusqu'à faire un Facebook live des obsèques d'un de leurs enfants. Les parents français se sont emparés de YouTube plus tard, ils représentent la première génération de consommateurs de vidéos, ceux qui ont suivi Cyprien et Norman », observe le journaliste Vincent Manilève, auteur de « YouTube derrière les écrans » (éd. Lemieux)

A chaque chaîne, son univers. En s'abonnant à FamilyCoste, on suit les aventures d'une famille qui voyage en camping-car entre les plages de Cancun et la baie du Mont-Saint-Michel. Sur Famille Épanouie, Amélie et Fabien*, parents d'Arthur, 5 ans, de Gaspard, 3 ans, et de Constance, 1 an, expliquent comment gérer les disputes entre frères et sœurs, faire l'école à la maison ou inciter un enfant à ranger ses jouets. « Notre but est d'aider les autres, d'inspirer les gens qui nous suivent, témoigne Fabien. Si nous filmons les enfants, c'est uniquement parce que ça apporte quelque chose à nos abonnés. Quand on voit Arthur faire du vélo à 3 ans, cela montre aux autres parents que c'est

possible. » Maëva, qui a créé sa chaîne, Mava Chou Vlog, en 2015, abonde : « Les gens voulaient savoir comment je m'organisais avec quatre enfants. Quand j'ai commencé à faire des vlogs, la chaîne a explosé. Je le fais pour ma communauté virtuelle, j'ai l'impression de faire du bien. Mais, au-delà de YouTube, ça permet d'engranger ses souvenirs. » À regarder Timothy Coste, 5 ans, aller aux urgences au Mexique après s'être blessé le menton, ou la vidéo « Ma fille a un amoureux », dans laquelle Eliora, héroïne du Journal d'une maman, mange des haricots verts avec le petit Eden de la chaîne Allo Maman, on a surtout l'impression d'être devant de la télé-réalité version junior. Une référence que rejettent toutes les youtubeuses interrogées, celles-ci préférant comparer leurs vidéos à des séries. « C'est un peu hypocrite, nuance Vincent Manilève. Les parents disent qu'il n'y a pas de mise en scène, ce qui est le cas, mais, quand la caméra est allumée, les enfants se mettent une sorte de pression pour être divertissants et expressifs. Même inconsciemment, cela change leur façon d'agir. »

Face à ce phénomène, les psychologues s'alarment. « Cela pose la question de l'enfant comme une prolongation narcissique de soi, comme un trophée ou une vitrine, constate le psy Michaël Stora. Si l'enfant est un sujet, on peut se demander si son consentement est éclairé. » Une question en effet épineuse. « Avant l'âge de 3 ans, un enfant a du mal à différencier la fiction du réel. Il y a aussi une confusion très gênante entre le parent, le parent-réalisateur, l'enfant et l'enfant-acteur. C'est seulement à partir de 10 ans qu'il peut envisager le fonctionnement d'une plateforme comme YouTube et son ○○○



« économie », ajoute ce spécialiste du numérique et auteur, avec Anne Ulpat, de « Hyper connexion » (éd. Larousse). Le respect de la vie privée est également en jeu. Pour Béatrice Copper-Royer, psychologue et cofondatrice de l'association e-Enfance, ces vlogs « sont d'une impudeur totale. Nous sommes plongés dans leur quotidien, on pénètre chez eux, au cœur de leurs émotions : l'intimité de l'enfant n'est pas protégée. » Même si elle est vigilante sur les contenus qu'elle met en ligne sur Mava Chou Vlog, Maëva a déjà vécu une expérience désagréable : « J'avais filmé les cadeaux de Noël dans le garage. Un camarade de classe de Libbie a vu la vidéo et le lui a dit. J'étais en colère. » Depuis, Maëva ne filme que rarement son aînée de 8 ans, qui songe déjà à créer sa propre chaîne.

S'il est encore trop tôt pour connaître les conséquences de cette exposition précoce, Béatrice Copper-Royer ne présage rien de bon : « Cette mise en scène de soi peut développer une aisance à parler en public, mais ce rapport à l'image est à haut risque. Cela favorise un narcissisme énorme. Cela me fait penser aux enfants mannequins qui se sentaient vite responsables de leurs parents. À l'adolescence, où le besoin d'intimité est fort, ils peuvent avoir le sentiment qu'on leur a un peu volé leur enfance. » Et Michaël Stora

“
 CELA POSE
 LA QUESTION
 DE L'ENFANT
 COMME UNE
 PROLONGATION
 NARCISSIQUE
 DE SOI.
 ”

MICHAËL STORA,
 PSYCHOLOGUE

de renchérir : « On peut imaginer que l'enfant va développer une forme d'exhibitionnisme, de mise en scène de soi-même. Il risque de faire une crise d'adolescence aussi spectaculaire qu'il aura été idéalisé. » Une vision que conteste Katy, qui partage le quotidien de son aînée de 13 ans avec les internautes sur sa chaîne Katy's Family : « Celle-ci a énormément apporté à Betty, elle a plus confiance en elle. Elle a été victime de harcèlement scolaire à cause d'un handicap moteur. Grâce à YouTube, elle s'est rendu compte que le monde regorge de gens bien intentionnés, qui la respectent avec son handicap, au point de l'admirer. C'est toujours une agréable surprise pour elle d'être reconnue dans la rue par des abonnés. »

En Italie ou en Autriche, des ados ont porté plainte contre leurs parents pour avoir partagé des photos d'eux sur Facebook.

En France, on ne recense pour l'instant aucun cas similaire, mais l'association Open (Observatoire de la parentalité & de l'éducation numérique) a saisi la justice en mai pour dénoncer le « travail illégal » des enfants sur YouTube. La plainte vise surtout l'unboxing – pratique consistant à filmer des enfants en train de tester des jouets –, mais concerne aussi les vlogs famille. Reconnaître cette activité comme un travail permettrait d'encadrer les horaires pendant lesquels l'enfant est filmé, mais aussi d'obliger les parents à déposer les revenus générés sur un compte à la Caisse des dépôts et consignations. « Nous sommes sur une ligne floue, explique M^e Christine Aubague, avocate de l'association. Trois condi-

tions permettent de parler de travail : il faut un lien de subordination – or, lorsque des parents filment leur progéniture, il est difficile pour les enfants de refuser –, une prestation régulière et une rémunération. » Bien que souvent dérisoires, les revenus générés par le nombre de vues mais surtout les partenariats avec les marques peuvent parfois dépasser un smic mensuel à partir de 50 000 abonnés, estime Vincent Manivèle. Directement concerné par ce débat, Mickaël, de la chaîne Studio Bubble Tea, sur laquelle ses filles de 6 et 10 ans testent des jouets et partagent un peu de leur vie, répond : « Ce n'est pas du travail puisque les activités se passent en famille à la maison, dans les parcs d'attractions ou en voyage. Il n'y a pas de contraintes, pas d'horaires, et mes filles ont le dernier mot sur les vidéos. Le travail, ce sont les parents qui s'y collent avec la mise en ligne, les messages de fans ou de partenaires... »

Si cette question est désormais entre les mains du procureur, une autre va très vite se poser : celle du droit à l'oubli numérique. Une chaîne YouTube peut être supprimée, mais qu'en est-il des vidéos ou des extraits téléchargés et partagés par les internautes ? Pour Lily-Rose, dont les abonnés ont pu suivre la naissance dans une vidéo vue plus d'un million de fois, il sera difficile de faire valoir ce droit. ■

* Afin de préserver leur vie privée, les youtubeurs interrogés n'ont pas souhaité que leurs noms de famille apparaissent.