



HAL
open science

La "photo ordinaire" : récit des banalités quotidiennes sur les réseaux sociaux en ligne. Analyse des usages photographiques sur Instagram

Julie Paillard

► **To cite this version:**

Julie Paillard. La "photo ordinaire" : récit des banalités quotidiennes sur les réseaux sociaux en ligne. Analyse des usages photographiques sur Instagram. Sciences de l'information et de la communication. 2014. dumas-01064899

HAL Id: dumas-01064899

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01064899>

Submitted on 17 Sep 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Julie PAILLARD



Mémoire de Master 1
Recherche et étude en Information-communication

-

**La « photo ordinaire » : récit des banalités quotidiennes sur les réseaux
sociaux en ligne**

Analyse des usages photographiques sur Instagram

Sous la direction de Mlle Laurie SCHMITT

2013-2014

Institut de la communication et des médias
11, avenue du 8 mai 1975, 38434 ECHIROLLES

DECLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : PAILLARD PRENOM : Julie

DATE : 17/06/2014 SIGNATURE : 

Remerciements

Je remercie Mlle Laurie SCHMITT, tutrice de mon mémoire, pour s'être rendue disponible lorsque j'en avais besoin, et pour m'avoir aiguillé et conseillé tout au long de ce travail, sans quoi le projet n'aurait certainement pas vu le jour.

Je remercie M. Bertrand CABEDOCHÉ, enseignant chercheur à l'ICM, pour ses conseils méthodologiques qui m'ont permis de mieux appréhender la recherche en SIC.

Je remercie Caroline, Mathieu, Léon, Marina et Julie qui ont gracieusement accepté de prendre de leur temps pour répondre à mes questions.

Je remercie Antoine BONINO, étudiant en Master Recherche au CELSA, pour son soutien indéfectible et ses conseils bibliographiques.

Je remercie Corinne et Catherine PAILLARD pour leur aide et leurs suggestions.

Résumé

Avec le succès des réseaux sociaux en ligne, la pratique photographique qui leur est associée s'intensifie en même temps qu'elle se transforme peu à peu. Nous assistons aujourd'hui à un engouement tout particulier pour le partage des photographies représentant quelques morceaux de vie, instants quotidiens, environnements personnels et « ordinaires » des personnes inscrites sur les réseaux tels que Facebook, Twitter ou Instagram. Ce présent mémoire s'intéresse à l'intégration de cette « photo ordinaire » dans l'expression de soi sur les espaces personnels en ligne. Notre travail s'attache dans un premier temps à poser le contexte actuel à la fois social et technique dans lequel la « photo ordinaire » puise ses racines. En second lieu, nous développons une approche sur la construction d'une identité numérique à travers la « photo ordinaire ». Enfin, nous cherchons à mettre en lumière les spécificités propres à cette photographie qui mise entre autres sur l'instantanéité de partage, l'exposition quotidienne de soi et son aspect conversationnel. Nous concluons ce travail en adoptant un regard critique sur l'apparente banalité de ces productions photographiques et plus généralement sur la revalorisation des gens « ordinaires » qui s'avérerait en grande partie illusoire.

Mots clés : photographie – réseaux sociaux – pratiques et usages – Instagram – identité numérique – ordinaire – partage instantané – photo conversationnelle – sphère publique

Sommaire

Introduction.....	7
I- UN TERRAIN SOCIAL ET TECHNIQUE PROPICE A LA VALORISATION DU BANAL.....	14
1- Une re-considération du banal sur le plan culturel.....	14
1.1 L'art du banal.....	14
1.2 Une mise en scène des gens « ordinaires » à la télévision.....	16
1.3 Des pratiques photographiques en voie de banalisation.....	19
1.4 Valorisation de la culture amateur à travers les discours autour du web « 2.0 ».....	23
2- Des progrès techniques pour une démocratisation de la pratique photographique amateur.....	26
2.1 La numérisation : pour une pratique « décomplexée ».....	26
2.2 Appareils nomades et connectivité : pour un partage continu	29
3) Un usage déjà amorcé avec les réseaux sociaux en ligne.....	31
3.1 Pratiques de blogging : le récit publicisé de la vie à la manière du journal intime.....	31
3.2 Messageries instantanées, Facebook et Twitter : faire état de son humeur.....	34
3.3 Flickr : un ordinaire ordonné.....	35
II- LA « PHOTO ORDINAIRE » COMME EXPRESSION DES IDENTITES.....	38
1- La « photo ordinaire » au service de la singularité.....	38
1.1 Affirmation des goûts.....	38
1.2 A la recherche d'une reconnaissance : des stratégies de mise en visibilité.....	40
1.3 Expression d'une certaine créativité.....	43
2- La « photo ordinaire » au service d'une identité complexe et changeante.....	45
2.1 Détachement du corps : pour une identité multiple.....	45
2.2 La photographie au rythme de la quotidienneté : pour une identité mouvante.....	47
2.3 Une mise en récit de la banalité.....	48
3- Adopter les valeurs du groupe.....	50
3.1 Une pratique normée : les limites du photographiable	50
3.2 Un exposition de l'intégration au groupe.....	52
3.3 Instagram : Observer et s'inspirer des autres.....	54
III- LA « PHOTO ORDINAIRE » COMME TRAVAIL AU SERVICE DE LA SOCIABILITE.....	57
1- L'intérêt éphémère de la photo ordinaire	57
1.1 Un partage instantané.....	57
1.2 Une illusion de vérité et de spontanéité	59
2- Une reconfiguration des sphères publiques et privées.....	60

3- Une photo conversationnelle.....	63
3.1 La « photo ordinaire » comme conversation.....	63
3.2 La « photo ordinaire » comme « pré-texte » à la conversation	64
4- Une « débanalisation » par la justification de la présence de l'objet.....	66
4.1 Ajouter une plus-value : des compétences nécessaires.....	66
4.2 Ajouter du sens : le banal comme micro-événement.....	68
Conclusion.....	71
Bibliographie.....	74
Annexes.....	77

Introduction

A première vue, la photographie cristallise les grands moments de la vie, l'insolite, l'exception ; elle préserve les instants de la fuite du temps pour donner l'illusion de les revivre à nouveau. Le souvenir lui est traditionnellement associé. Il renvoie lui-même à l'événement marquant, en ce que nous ne cherchons pas particulièrement à garder en mémoire les faits les plus banals et insignifiants de la routine quotidienne. La photographie paraît *a priori* se moquer de l'instant répétitif et usuel puisqu'il pourra être revécu à souhait. « Exceptionnelle, elle saisit des objets d'exception, les « bons moments » qu'elle transforme en « bons souvenirs » »¹. En lui confiant la lourde tâche de conserver la mémoire, les individus lui ont longtemps conféré un rôle important, parfois même sacré. Perdre une photographie c'est perdre une partie de sa mémoire, une partie de soi.

Pourtant, un constat vient remettre en question ces considérations. Sur les réseaux-sociaux nous pouvons voir apparaître de plus en plus de photographies représentant des objets ou des scènes de la vie de tous les jours, dévoilant un quotidien somme toute banal, ordinaire, commun. Les internautes commencent à publier tout à tour des photos de leurs chaussures, de leurs repas, de leur café en terrasse, de leur chat en train de dormir, de leurs pieds plantés dans le sable, et bien plus encore. En même temps que ces objets photographiques s'installent progressivement sur les plate-formes en ligne, les albums thématiques semblent se faire de plus en plus rares. Au regard de cette évolution apparente, les controverses ne manquent pas : beaucoup qualifient cette photographie de « pauvre » et s'insurgent devant une pratique décadente, en perte de valeurs. Mais qu'en est-il réellement ? C'est sur ce rapide constat que nous souhaitons appuyer la suite de notre réflexion.

Lorsqu'il s'agit de désigner un « responsable » de cette photographie d'un genre nouveau, la critique se tourne naturellement vers ceux qui accueillent généreusement la pratique : les réseaux sociaux en ligne. Il est vrai que l'architecture et les logiques de ces dispositifs techniques semblent jouer leur part dans l'émergence d'une photographie plus adaptée aux modalités de la présentation de soi prescrites par les interfaces numériques. Pour comprendre les logiques qui sous-tendent la photographie partagée sur les réseaux sociaux en ligne, il convient avant tout de définir ces derniers.

¹ BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.49

Plusieurs caractéristiques concourent à définir un réseau social selon Pierre Mercklé. Un réseau social offre tout d'abord la possibilité de créer un espace personnel de présentation de soi, où l'internaute peut mettre à disposition de tous les membres du réseau, les informations et les images qu'il souhaite, permettant de dire ce qu'il est et ce qu'il fait, ce qui définit en somme son « profil ». Ensuite une plateforme sociale en ligne permet d'accéder, selon des modalités et à des degrés variés, aux « profils » mis en ligne par les autres membres du réseau. Enfin, un réseau social en ligne permet de nouer des relations avec des membres du réseau, relations qui s'intègrent ensuite aux « profils », et contribuent elles aussi à les définir.

Nous comprenons alors que la photographie ne peut ignorer les caractéristiques spécifiques au terrain numérique qui l'accueille à présent. Avant d'être une photographie pour soi, la photographie en ligne est d'abord une photographie pour les autres. Elle s'insère nécessairement dans des logiques sociales et expressives visibles sur les réseaux sociaux en ligne. A cet égard, Dominique Cardon souligne que l'architecture des réseaux sociaux participe amplement à la création d'une identité numérique puisque les utilisateurs n'ont d'autre choix que de composer avec les modalités auxquelles ils sont soumis. La photographie partagée en ligne doit donc se conformer à des exigences identitaires liées à son nouveau support. Néanmoins, ceci n'explique *a priori* en rien le fait que les internautes accordent désormais un intérêt tout particulier à la banalité du quotidien, aux futilités de l'existence.

Il semble en effet nécessaire de voir plus loin qu'une prétendue nouveauté impulsée par les seuls dispositifs techniques accessibles sur le web. Josiane Jouët démontre à ce titre que « les pratiques de communication s'élaborent en effet autour d'une double médiation. Cette dernière est à la fois technique car l'outil utilisé structure la pratique, mais la médiation est aussi sociale car les mobiles, les formes d'usage et le sens accordé à la pratique se ressource dans le corps social. Il se produit une rencontre entre les évolutions techniques et le changement social »². Si nous souhaitons comprendre l'émergence d'une pratique photographique qui se tourne de plus en plus vers les objets ordinaires, il sera alors essentiel de relever les mutations éventuelles au sein du contexte social. D'autant plus que « les types de pratiques sont récurrents dans la mesure où ils s'inscrivent dans la durée et où les outils nouveaux doivent se mouler en eux, ou du moins les prendre en compte. Ils impliquent un sens, ils sont sous-

2 JOUËT Josiane « Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication »

tendus par des normes d'action ou des valeurs »³. En somme, il est impératif de garder à l'esprit que les réseaux sociaux qui accueillent la pratique s'imprègnent eux-mêmes des considérations sociales existantes.

De même, Pierre Bourdieu affirmait que « comprendre une photographie [...] c'est aussi chiffrer le surplus de signification qu'elle trahit en tant qu'elle participe de la symbolique d'une époque, d'une classe ou d'un groupe artistique »⁴. Ainsi, tout le long de ce travail, nous chercherons à comprendre les modalités de cette photographie que nous appellerons « photographie ordinaire » et que nous tentons à présent de définir. Pour cela, nous nous reportons dans un premier temps aux réflexions de Roland Barthes sur la photographie dont le principe est le « choc »⁵. A partir de là nous verrons en quoi la « photo ordinaire » s'en éloigne.

La photo « choc », selon Roland Barthes, est créée sous l'effet de « surprises » diverses. La première « surprise » possible est la rareté du sujet photographié, elle peut se manifester aussi par l'instant décisif capturé au bon moment, par la prouesse (parvenir à immobiliser un phénomène invisible à l'œil nu), par la contorsion technique (retouches, montages, flou, etc.) et enfin, par la trouvaille qui consiste à photographier des scènes incongrues sortant de l'ordinaire. La photo qui nous intéresse est « ordinaire » en ce qu'elle se différencie du principe « choc » de la photo décrite ici par l'auteur. En effet, elle ne cherche pas la rareté du référent photographique ou la trouvaille, au contraire, elle se tourne davantage vers l'objet commun, connu de tous. Elle ne tient pas non plus à capturer l'instant décisif ou à réaliser une quelconque prouesse puisqu'elle s'intéresse principalement à l'élément figé, à l'objet « sans vie ». Et enfin, elle n'est pas dans la contorsion technique, même si elle ne s'y désintéresse pas complètement, il ne s'agit pas de dénaturer la scène ou de « tricher ».

Précisons que nous qualifions la photo d'« ordinaire » parce qu'elle représente des scènes et des objets « ordinaires », et non pas parce que sa pratique est « ordinaire », même si nous n'excluons pas le fait qu'elle puisse le devenir. Pour compléter cette distinction entre la photo « choc » et la « photo ordinaire », nous souhaitons définir le terme « ordinaire ». « *Ordinarus*, confirme le Robert historique

3 MIEGE Bernard, « La différenciation des pratiques ». In : *La société conquise par la communication III. Les Tic entre innovation technique et ancrage social*

4 BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.25

5 BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p.57

de la langue française, signifie en latin impérial « rangé par ordre », et dérive du substantif *ordo*, ordre. Ainsi les individus ordinaires s'opposent-ils aux personnes extraordinaires dans la mesure où, contrairement à elles, ils ne sortent pas du lot »⁶ ; de ce fait, les scènes et les objets « ordinaires » expriment à travers la photographie une existence partagée et commune d'une large collectivité d'individus.

Après avoir expliqué en quoi nous la qualifions d'« ordinaire », nous tenons à énumérer les points qui la caractérisent de manière plus concrète :

- Avant tout, il s'agit d'une photographie réalisée à l'aide d'un smartphone. Certains commencent à inventer des néologismes pour qualifier la pratique photographique sur smartphone : la « phoneographie »⁷.
- Elle est ensuite partagée sur les réseaux sociaux directement à partir du terminal mobile avec lequel elle a été prise. Le partage peut se faire en différé ou instantanément après la prise de vue.
- Enfin, comme nous l'avons vu, elle représente des scènes et des objets « ordinaires » qui rythment la vie quotidienne.

Au regard des diverses spécificités que nous venons d'énoncer, il semblerait que la « photographie ordinaire » soit en marge des pratiques photographiques amateurs étudiées par Pierre Bourdieu dans son ouvrage intitulé *Un art moyen*, consacré à la photographie comme pratique sociale. Pour l'auteur, la photographie amateur est très souvent associée aux loisirs et aux vacances parce qu'elle offre le moyen de créer une rupture dans la quotidienneté. Aussi, elle avait pour fonction principale de fixer les événements rituels de la vie familiale. Traditionnellement, la photographie n'a donc pas pour vocation d'immortaliser le quotidien, la scène « ordinaire ». Pourtant, à côté de cette forme traditionnelle, à travers les réseaux sociaux en ligne qui l'accueillent, « la photographie est de plus en plus invitée à enregistrer les événements quotidiens, à donner de nouvelles couleurs à la sociabilité de proximité et à favoriser la mise en scène des individualités »⁸. A cet égard, nous pouvons observer ces derniers temps un engouement économique pour le rachat des applications smartphones dont le concept tout entier est basé sur l'échange de la « photo ordinaire » : Instagram fût la première acquise par Facebook pour un

6 WRONA Adeline, *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*, p.352

7 <http://julietromeo.net/index.php?article21/de-la-photographie-a-la-phoneographie>

8 BEUSCART J-M., CARDON D., PISSARD N., PRIEUR C., « Pourquoi partager des photos de vacances avec des inconnus ? »

milliard de dollars et Snapchat fait de la résistance malgré les sommes astronomiques proposées par Facebook et Google. Les acteurs du web y voient assurément l'avenir de la photographie amateur sur les réseaux sociaux. Aussi, un nouvel appareil photo, à accrocher autour du cou, promet de ne plus laisser échapper le moindre instant en déclenchant automatiquement la prise de vue tout au long de la journée. L'argument marketing porte sur la spontanéité des clichés qui se rapprocheraient d'un quotidien plus réel. Il semblerait que « l'ordinaire » soit de plus en plus érigé comme une valeur légitime permettant de retrouver une certaine authenticité.

Nous sommes alors amenés à nous questionner sur l'émergence d'un tel objet. La « photographie ordinaire » annonce-t-elle un réel changement dans les comportements à l'égard du quotidien ? Est-elle le résultat d'une véritable mutation dans la façon de se représenter ? Est-elle en train de redéfinir les manières de se présenter aux autres sur les réseaux sociaux ? Qu'apporte-t-elle dans les échanges numériques, dans la sociabilité en ligne ? L'objet de ce mémoire sera de répondre à la question suivante : Dans quelle mesure la « photographie ordinaire » participe-t-elle, en même temps qu'elle témoigne, de l'évolution des formes d'expression sur les réseaux sociaux en ligne ? Afin d'élucider cette problématique, il s'agit d'explorer trois hypothèses questionnant précisément ces formes d'expression.

Notre première hypothèse porte sur l'intérêt grandissant pour les vies « ordinaires ». Dans une société de plus en plus complexe les individus se réfugieraient dans les futilités du quotidien. L'homme ordinaire ne chercherait plus à cacher sa banalité, il se revendique tel qu'il est, c'est à dire simple et authentique.

Notre deuxième hypothèse propose que la « photographie ordinaire » soit soumise, au même titre que la photo « traditionnelle », aux logiques identitaires sur les espaces numériques d'expression. C'est à dire qu'elle participe à la valorisation de soi en même temps qu'elle réaffirme l'appartenance au groupe. En exposant son quotidien, l'utilisateur se définit à la fois à travers ce qui lui est propre et par ce qu'il possède de commun avec le groupe. La « photographie ordinaire » viendrait donc exposer un quotidien à la fois spécifique, singularisant, et « rassembleur ».

Notre troisième hypothèse questionne le point suivant : la « photographie ordinaire » fait office de conversation. Elle investit une pratique existante qui est celle de la conversation quotidienne sur « la

pluie et le beau temps ». Elle fait conversation également parce qu'elle est pratiquement toujours accompagnée par le texte et qu'elle incite un retour immédiat de la part des internautes.

Notre quatrième hypothèse porte son intérêt sur le rapport à l'objet photographique : la « photographie ordinaire » serait un objet de moins en moins « sacré ». Par sa publication instantanée, elle met davantage l'accent sur l'action en train de se produire que sur le souvenir à préserver.

En terme de méthodologie, notre premier corpus comprend quatre entretiens semi-directifs réalisés auprès de cinq utilisateurs de l'application Instagram âgés de 21 à 27 ans. Nous avons choisi d'interroger uniquement des personnes en possession d'un compte « public », c'est à dire accessible à n'importe qui, afin d'avoir accès à leurs productions photographiques. L'analyse portera sur les usages et les pratiques des « photographies ordinaires ».

Notre deuxième corpus comprend 17 captures d'écran des photographies telles qu'elles apparaissent sur les comptes Instagram respectifs des personnes interrogées. Nous nous en servirons pour analyser les éléments discursifs venant des utilisateurs et des autres membres du réseau social. Parfois, ces photographies nous seront utiles pour illustrer certains propos avancés au cours des entretiens.

Un dernier corpus comprend une centaine de captures d'écran de la page Internet Instant Peeping qui affiche en temps réel les photographies publiées par des comptes « publics » et géolocalisés dans Paris. Chaque capture d'écran permet de voir quatre photos simultanément, ce qui nous a permis d'identifier au total 381 photos. La série a été enregistrée entre 21h52 et 22h18. Nous avons procédé à un comptage des photographies que nous avons classé dans des groupes thématiques afin de nous faire une idée sur les objets les plus photographiés.

Afin d'élucider nos questionnements, il s'agira de se demander dans un premier temps en quoi les contextes socio-historique et les évolutions techniques offrent un terrain propice à la valorisation des individus « ordinaires » et l'expression des banalités au sein de la sphère publique. Nous étudierons alors les idéologies qui légitiment progressivement les mutations de la pratique photographique vers une production plus « décomplexée », moins solennelle. Il conviendra dans un second temps de voir en quoi la « photographie ordinaire » reproduit des formes de présentation de soi en ligne. Nous étudierons comment cette photographie sert de façon plus complète et subtile la construction identitaire

sur les interfaces en ligne. Nous verrons dans un dernier temps dans quelle mesure le rapport à « photographie ordinaire » se distingue de celui à l'œuvre pour la photographie « traditionnelle ». Nous observerons quelles en sont les conséquences sur les manières de s'exprimer et d'engager la sociabilité sur les interfaces en ligne qui lui sont consacrées.

I- UN TERRAIN SOCIAL ET TECHNIQUE PROPICE A LA VALORISATION DU BANAL

Nous chercherons dans ce premier chapitre à décrire dans quels contextes social et technique actuels la « photographie ordinaire » s'inscrit afin d'éviter tout déterminisme et de comprendre quelles en sont les conséquences sur la pratique photographique et la façon d'appréhender la vie ordinaire.

1- Une re-considération du banal sur le plan culturel

Pour tenter d'expliquer cet actuel engouement pour la photographie des objets ordinaires, nous explorerons ici les origines d'une (re)valorisation du banal à différents niveaux d'un point de vue socio-historique. La pratique photographique qui nous intéresse semble en effet avoir été héritée de diverses évolutions structurelles au sein des domaines de l'Art et de la télévision, ainsi qu'au sein des pratiques photographiques existantes bien avant l'utilisation massive des réseaux sociaux. Dans cette même logique, nous nous intéresserons aux effets des discours professionnels autour du « Web participatif » qui semblent avoir participé à la légitimation d'une production amateur.

1.1 L'art du banal

Une réflexion sur la question du banal au sein du champ artistique se justifie par le fait qu'il est parfois, sinon toujours, révélateur de certaines tendances sociétales émergentes, tout en y participant. A ce sujet, Gisèle Freund insiste sur le fait que « tout changement dans la structure sociale influe aussi bien sur le sujet que sur les modalités de l'expression artistique »⁹.

Les premières représentations des objets les plus insignifiants du quotidien, auxquelles font directement référence les photographies de nourriture partagées en nombre sur les réseaux sociaux, remontent au XVIIIe siècle avec un intérêt certain pour la production des natures mortes en peinture. Avant cette

⁹ FREUND Gisèle, *Photographie et société*, p.5

période, quelques œuvres de ce type se sont manifestées mais sans réellement s'imposer comme genre distinct. D'autant plus qu'au Moyen Age, au temps de l'hégémonie catholique, il s'agissait avant tout d'honorer les personnages bibliques ; les objets présents sur l'image avaient pour fonction première de contextualiser ou signifier la scène représentée. Cette attention accordée aux « objets sans qualité »¹⁰ se poursuivra au XIXe siècle en peinture, notamment avec des artistes comme Van Gogh et sa désormais très célèbre œuvre intitulée « Chaussures », qui, à nouveau, vient manifestement faire un parallèle avec les photos de chaussures prises chaque jour pour être partagées sur la toile. Plus récent, les *ready-made*, initiés par la première Fontaine de Marcel Duchamp en 1917, vont faire leur apparition dans l'enceinte des musées, non sans difficulté. Cette œuvre, aujourd'hui reconnue comme telle, sera la plus controversée du XXe siècle puisqu'elle ne semblait pas renfermer la qualité essentielle et intrinsèque d'une œuvre, c'est-à-dire le travail de l'artiste. Or, il a ensuite été reconnu que le travail artistique pouvait aussi résider dans le fait d'extraire un objet de la vie quotidienne en lui ôtant sa simple valeur d'usage. Pour la première fois, l'art moderne fait entrer le banal dans les musées et non plus sa simple représentation comme c'était le cas avec les natures mortes. Puis viendra à la fin des années 50 les emblèmes néo pop, dont Andy Warhol reste la figure majeure, qui vont à l'encontre de l'art dit « légitime » : les artistes du mouvement considèrent que toute représentation est nécessairement d'origine populaire.

Les premiers balbutiements dans l'art du banal laissent place à un réel intérêt pour la vie et les objets ordinaires chez les artistes photographes. Dominique Baqué souligne cette mouvance qui s'inscrit dans les années 90 et qui consiste à systématiquement jouer sur le « registre de la banalité et de la dérision »¹¹. Les photographies portent sur des objets ou des scènes du quotidien, dénuées de toute connotation qui se rapporte aux images médiatiques et publicitaires. Ainsi, « l'art du banal entend, selon les modalités qui lui appartiennent en propre, restaurer le Réel, - aussi insignifiant ou infime soit-il »¹². En somme, l'ambition ici est de participer à la « désublimation généralisée du monde »¹³, un monde de l'image, un monde de l'illusion qu'il convient d'authentifier. Nous verrons plus loin que, même si les photographies des objets ordinaires semblent s'inspirer de certaines de ces considérations, une grande part d'affect et de sens les compose, à l'inverse de ces photographies professionnelles qui se veulent vidées de toute émotion.

10 JOST François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé-réalité*, p.13

11 BAQUE Dominique, *Photographie plasticienne, l'extrême contemporain*, p.23

12 Ibid.

13 Ibid. p.27

Dans les années 90, un autre mouvement se met progressivement en place : l'utilisation et la reproduction des photographies amateurs par les artistes photographes eux-mêmes. Ces derniers commencent à considérer les photographies des gens ordinaires pour leur authenticité, l'esthétique populaire étant gage de sincérité. L'art contemporain se détourne de l'art traditionnel, cet art qui estime que la technique n'est rien sans le talent et que l'inspiration doit primer avant tout. Un concours organisé en France en 1992 illustre parfaitement cette tendance : « les photographes amateurs étaient invités à envoyer non pas leurs plus belles photos, comme dans un concours habituel, mais au contraire leurs clichés « ratés » ; une exposition fut montrée à Poitiers sous le titre Fautographique ». »¹⁴ A la suite de cette initiative, d'autres expositions ont mis sur le devant de la scène des collectes d'images privées et des « manifestations comme les Rencontres photographiques d'Arles qui présentent désormais des expositions d'amateurs conjointement à celles des grands professionnels »¹⁵. Ainsi, il semblerait que les gens ordinaires soient reconsidérés pour leur « vérité », pour la banalité de leur quotidien.

Les réflexions actuelles des artistes contemporains semblent prendre leur source dans une forme de contestation de la société de consommation. La critique artistique prône « un renversement des valeurs »¹⁶ pour valoriser l'individu ordinaire et son quotidien en raison de son authenticité. La spontanéité est recherchée pour un retour aux « vraies » valeurs, et pour se réaliser, les artistes n'hésitent plus à recourir à la contribution des profanes. Les photographies des objets ordinaires partagées sur les réseaux sociaux emprunteraient donc une logique proche de ces considérations qui ont fait leur apparition il y a déjà plusieurs années. Le champ artistique s'est imprégné de ces préoccupations sociétales et les créations s'en sont trouvées modifiées, pour à leur tour accentuer le climat actuel, qui veut que l'on accorde davantage de crédit au banal et dans lequel s'insère la pratique photographique amateur.

1.2 Une mise en scène des gens « ordinaires » à la télévision

Nous verrons ici en quoi les programmes télévisés apparus ces trente dernières années constituent une

14 MARESCA Sylvain, « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne, Éléments d'histoire orale »

15 Ibid.

16 REBILLARD Franck, *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, p.90

continuité avec les aspirations artistiques du XXe siècle, et par là, en quoi ils contribuent eux aussi à légitimer la pratique photographique qui nous intéresse.

Au début des années 80, le paysage audiovisuel évolue principalement en raison du mouvement de privatisation des chaînes. Les programmes se veulent alors plus « libres » et commencent à explorer la vie des gens ordinaires. Une des premières émissions du genre est « Moi je », lancée en 1982 par Pascale Breugnot, qui montrera la voie aux futurs programmes dans l'exploitation de l'intime. Ici les gens ordinaires sont mis sur le devant de la scène pour montrer leur mode de vie, leurs vices, les soucis du quotidien. Il ne s'agit pas encore d'exhiber un quotidien d'une extrême banalité, puisque les témoignages portent sur une spécificité peu commune, néanmoins, la télévision n'hésite plus à aller chercher du côté de la subjectivité. François Jost explique à ce propos que ce type d'émissions, mettant l'accent sur les profondeurs de l'intime, prolonge un sentiment qui commence à se généraliser : « la conviction personnelle comme mesure de toute chose »¹⁷. L'opinion ou le sentiment personnel de tout un chacun devient légitime, au même titre que celui des personnages publics. Nous verrons que cette pensée se retrouve dans les « photographies ordinaires », et constitue même l'une de ses principales caractéristiques : chacun a droit à la parole, à revendiquer sa subjectivité dans la sphère publique.

Dans les *talk-shows* qui suivront, « les échanges verbaux se font moins avec l'animateur qu'entre les invités. En d'autres termes, on dialogue, on devise, on discute, comme on pourrait le faire chez soi, ou presque »¹⁸. Dès lors, la parole populaire est valorisée aux yeux des téléspectateurs, et au vu du succès des programmes de ce type il semblerait qu'ils apprécient observer le « spectacle » de la banalité. Pascal Bruckner et Alain Finkielkraut justifient cette attitude réceptive face à la banalité du quotidien par un désenchantement des hommes, un monde désabusé par la révolution, le rêve et l'évolution. Le quotidien devient alors le seul refuge possible et « chacun, désormais a le droit d'être futile, ordinaire, simple [...] et l'on a tort de mépriser l'aspiration têtue et muette des majorités silencieuses à jouir de leur bonheur médiocre »¹⁹. En 1999, l'émission « C'est mon choix » vient accentuer et à nouveau révéler l'intérêt accordé à la vie ordinaire des gens ordinaires. Avec des sujets tels que « Je suis une bagarreuse », « J'en ai marre des cheveux et des poils » ou « J'exhibe ma vie privée sur Internet »²⁰, les participants peuvent se livrer à des témoignages très personnels à propos de futilités sans grand intérêt

17 JOST François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé-réalité*, p.68

18 Ibid. p.106

19 Ibid. p.68

20 http://fr.wikipedia.org/wiki/C'est_mon_choix consulté le 30/05

a priori pour les téléspectateurs. Ce qui lui vaudra à ce titre de nombreuses critiques. Cela étant, ce dernier exemple en matière de *talk-show* démontre à quel point « il faut à présent se singulariser. Le Moi-je, apparu sur les écrans de télévision au tournant des années 1980, s'affirme à présent avec arrogance. Quel que soit le motif de sa différence, quelle que soit, il faut bien le dire, son absurdité, on est fier et on clame bien haut : « c'est mon choix »²¹. Nous retrouvons ici des similitudes avec la « photo ordinaire » que nous verrons plus loin : elle revendique un quotidien à la fois ordinaire, parfois intime et singularisé, et s'établit sur le mode de la conversation, de l'échange.

Les talk-shows ont introduit un nouveau climat au sein de la télévision française des années quatre-vingt, un climat qui s'avère davantage propice à l'arrivée de la *télé-réalité* déjà présente dans de nombreux pays occidentaux. *Loft Story* fait donc son apparition sur M6 en avril 2001 pour promettre aux téléspectateurs de filmer les candidats, enfermés dans un loft, « 24h sur 24 par 26 caméras et 50 micros »²² et de ne rien laisser s'échapper. Pour faire simple, la chaîne donne rendez-vous chaque jour au téléspectateur pour qu'il puisse regarder le quotidien de jeunes inconnus, les observer manger, se laver, discuter, vaquer aux occupations les plus banales qui soient. De plus, là où l'animateur avait encore un rôle d'intermédiaire dans les talk-shows, il s'efface désormais pour laisser place à une supposée spontanéité. « Ainsi, « l'homme quelconque » se voit-il sommé d'être le héraut de la banalité. »²³ Le cinéma était le lieu de l'aventure, de l'extraordinaire, de l'imprévu ; l'aventure télévisuelle se trouve à présent dans la banalité exposée. Chose surprenante lors du lancement de l'émission : la chaîne proclame haut et fort donner la parole aux gens ordinaires et l'érige comme une nouveauté. Or, comme le montre François Jost, la nouveauté réside dans l'action de la présenter comme telle. Partout dans les médias, on vante le « rôle libérateur »²⁴ de la chaîne. Ceci prouve finalement à quel point la place de l'individu *lambda* a évolué. « Il faut dire qu'en envahissant nos téléviseurs, le culte du banal a fondamentalement changé. Il ne relève plus d'un processus d'individuation, attentif à la différence de chacun, mais d'un droit revendiqué par le téléspectateur à se regarder vivre. »²⁵ Les réseaux sociaux sur lesquels sont publiées les photographies montrant le quotidien de chacun semblent participer du même esprit que la *télé-réalité*, comme Instagram par exemple. Nous pouvons relever quelques caractéristiques communes à ces deux médias. Tout d'abord la *télé-réalité* et Instagram sont

21 JOST François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé-réalité*, p.112

22 http://www.youtube.com/watch?v=Y_Vwc5pl8QY consulté le 30/05

23 JOST François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé-réalité*, p.67

24 Ibid. p.105

25 Ibid. p.118

basés sur un « format journée », il s'agit là d'exposer un quotidien au jour le jour. De plus, le principe est pour l'un comme pour l'autre d'observer les « morceaux de vie », les « petits riens » du quotidien d'autrui. Enfin, sont offerts en spectacle les besoins élémentaires de chaque être-humain (manger, se vêtir, etc.). Et nous pourrions rajouter que la *télé-réalité* ne fait pas qu'exposer la spontanéité du quotidien comme elle tient pourtant à le faire croire : il s'agit en fait de donner un peu d'intérêt grâce au montage de séquences réalisées en post-production. Ainsi, le travail consiste en la mise en scène d'un quotidien qui, sans cela, serait cruellement dépourvu de dynamisme et de rebondissements nécessaires à la captation du téléspectateur. Ce procédé se retrouve sur Instagram puisque, nous le verrons, les utilisateurs se voient obligés de sélectionner des parties de leur occupations journalières pour les mettre en récit et espérer attirer un public.

Finalement, il est intéressant d'observer les évolutions apparues ces dernières années en terme de programmation audiovisuelle pour comprendre comment les individus se sont peu à peu familiarisés avec une monstration de la banalité dans les médias de masse. Une personne ordinaire, « sans qualité » spécifique, peut à présent faire l'objet d'un programme grand public et connaître son « quart-d'heure de célébrité » pour reprendre l'expression d'Andy Warhol. La télévision a donc joué sa part dans le processus de légitimation d'exposition du banal. Ainsi, les individus, et plus particulièrement les jeunes générations, seraient de plus en plus enclins à dévoiler leur propre banalité dans la sphère publique.

1.3 Des pratiques photographiques en voie de banalisation

Nous nous intéressons ici aux pratiques photographiques professionnelles et amateurs qui pré-existaient avant l'avènement des « photographies ordinaires » afin d'en extraire des caractéristiques communes. En effet, nous considérons que la photographie des objets ordinaires, qui s'étend aujourd'hui sur les réseaux sociaux, emprunte aux formes précédentes quelques unes de ses caractéristiques actuelles.

La photographie amateur connaît son essor en 1888 avec la sortie du premier appareil photo Kodak qui permettait de faire une centaine de photos pour vingt-cinq dollars. Par ce procédé innovant, un grand nombre de personnes peut désormais immortaliser des souvenirs avec cet appareil facile d'utilisation et peu encombrant. La photographie fait donc son entrée dans la sphère privée et les apprentis photographes vont pouvoir conserver les moments les plus marquants de leur vie. « Mais il fallut

attendre les années 1960 pour voir les Français acheter en masse leur premier appareil photo »²⁶. Jusqu'à présent, seules quelques personnes qui pouvaient se le permettre, en particulier les citadins, se faisaient « tirer le portrait » par des photographes professionnels. Ces « portraits-cartes » ont été initiés par Eugène Disderi en 1854 qui a eu l'idée de les développer en plusieurs exemplaires pour qu'ils puissent être partagés. A cette époque déjà, la photo avait pour fonction de « rendre présent l'absent »²⁷ puisque leurs propriétaires les laissaient au domicile de leur entourage en cas d'absence ou les envoyaient par voie postale. « Le portrait-carte fabrique donc de la relation, en suscitant la présence simultanée des deux individus engagés dans l'échange »²⁸. Cette fonction de la photographie, qui traduit une intention de diffuser sa propre image dans la sphère publique, se retrouve actualisée aujourd'hui sur les réseaux sociaux en ligne. Entre temps, le succès de la photographie amateur s'explique selon Gisèle Freund en raison des améliorations techniques réduisant le risque de rater une photo, mais aussi parce que l'homme mène une vie de plus en plus monotone. « Il est enrégimenté et dominé par la technostrucure qui lui laisse de moins en moins d'initiative. A l'époque de l'artisanat, il avait encore la satisfaction d'exprimer sa personnalité et ses aspirations ; aujourd'hui, il est réduit à n'être qu'un minuscule rouage dans une société de plus en plus automatisée. Faire des photos lui donne l'illusion de satisfaire son désir de création »²⁹. Ce sentiment semblerait se perpétuer aujourd'hui et pourrait en partie expliquer l'engouement pour la « photographie ordinaire » que nous avons relevé jusqu'ici.

Au moment où la photographie amateur devient possible, des photo-clubs apparaissent, regroupant des passionnés qui ont pour ambition de photographier autrement. La pratique qui s'exerce dans ces photo-clubs³⁰ se situe à mi-chemin entre l'art professionnel et l'amateurisme. Les membres ont pour vocation de valoriser l'acte photographique et refusent de se soumettre à l'esthétique populaire. Ainsi, ces mouvements en marge des pratiques répandues vont introduire la photographie d'objets nouveaux que la majorité des gens n'avaient pas idée de prendre. Même si cette photographie issue des photo-clubs s'impose davantage comme un art que comme objet communicationnel et social, elle nous intéresse parce qu'elle a certainement contribué à « décomplexer » l'usage de l'appareil, souvent limité aux événements exceptionnels et cérémonies en tout genre.

26 MARESCA Sylvain, « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne, *Éléments d'histoire orale* »

27 WRONA Adeline, *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*, p.94

28 Ibid. p.95

29 FREUND Gisèle, *Photographie et société*, p.201

30 BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*

Un autre type de photographie est apparu au début du XXe siècle³¹, sa production est professionnelle mais son usage est étendu à l'ensemble de la population : la carte postale. Même si à l'inverse des photographies prises pour être partagées sur les réseaux sociaux, la carte postale ne représente pas le quotidien des gens qui l'utilisent, néanmoins, elle leur permet de se l'approprier. Les gens en voyage se procurent telle ou telle carte parce qu'elle correspond à ce qu'ils vivent sur le moment. En outre, elle est utilisée pour correspondre avec les proches à la manière des « photos ordinaires » qui nous intéressent. Le message n'est certes pas transmis instantanément mais joue sur l'instant qui est en train d'être vécu. La carte postale comportait donc déjà des caractéristiques que l'on retrouve aujourd'hui dans la « photographie ordinaire » : l'interactivité, l'attachement, l'instantanéité et la banalité. Une étude « réalisée à l'Université de Lancaster et à l'Université Métropolitaine de Manchester (Royaume-Uni), sous la direction de Julia Gillen et Nigel Hall [...] soulignent que la carte postale est le premier support à permettre d'exercer une écriture quotidienne et informelle ». Ce qui compte c'est l'instant transcrit, et par cela, le message signifie surtout ceci : « J'ai été là et j'ai pensé à toi ». Lors de notre entretien, Mathieu a eu la même réflexion au sujet des photos qu'il partage sur Instagram : il le fait parfois à l'attention d'un proche pour montrer que l'objet photographié lui fait penser à l'ami en question ; il parle alors de « clin d'œil ». Georges Perec donne dans son ouvrage « L'infra-ordinaire » une série d'exemples de cartes postales qui peuvent à nouveau confirmer la ressemblance avec les formes actuelles en photographie. Nous pouvons en citer quelques-unes : « Nous traversons Quiberon. Douce inaction. On mange très bien, je prends un peu de ventre. Baisers à vous »³², « Nous avons trouvé une chambre à l'hôtel des Fleurs. Il fait beau. On va à la plage. Tu verrais mes coups de soleil ! Mille pensées »³³, « On est à l'hôtel de France. Bouffe et service impeccable. Je lis Proust. Bises »³⁴. Ici nous remarquons que les messages tournent autour des mêmes sujets qui sont le lieu de vacances, le temps, les repas, les rencontres et une petite attention accordée au destinataire en fin de message. Globalement, les photographies partagées sur Instagram portent sur les mêmes thèmes, à la différence près qu'elles offrent au destinataire la preuve physique de chaque fait avancé. Les fameux coups de soleil attrapés durant les vacances pourront être pris en photo et partagés en guise de preuve sur les réseaux sociaux. Afin d'expliquer le succès de la carte postale – que nous pourrions également associer au succès des « photo ordinaires » -, Moisés de Lemos Martins, Madalena Oliveira et Maria da Luz Correia affirment

31 DE LEMOS Martins, DA LUZ CORREIA Maria, OLIVEIRA Madalena, « Les images numériques s'imaginent l'archaïque : mettre en perspective les cartes postales »

32 PEREC Georges, *L'infra-ordinaire*, p.63

33 Ibid. p.62

34 Ibid. p.65

qu'elle « s'accorde surtout avec la sensibilité postmoderne, où « le présent, les circonstances, l'aléatoire et les émotions » gagnent de plus en plus d'importance »³⁵.

Pour finir sur les pratiques photographiques pré-existantes, nous souhaitons nous intéresser rapidement à la photographie journalistique. Celle-ci semble en effet se rapprocher sur certains points de la « photo ordinaire ». La première fonction de la photographie en journalisme est de venir appuyer le propos écrit ; elle fait « ancrage »³⁶. Comme nous le verrons par la suite, la photo que nous étudions est elle aussi presque toujours accompagnée par de l'écrit sous forme de messages plus ou moins longs. Aussi, l'information médiatique, qu'accompagne la photographie de presse, est quotidienne dans la plupart des cas. Enfin, comme le rappelle Eliséo Veron, la photographie de presse – qu'il nomme « photo testimoniale »³⁷ - joue sur le présent de l'actualité, sur la captation de l'instant événementiel : « toujours instantanée (par opposition à la pose), elle est là parce qu'elle est la saisie de l'événement dont on parle dans le texte qui l'accompagne : l'instant même où la voiture de tel pilote de Formule 1 sort de la piste, l'instant même où le nouveau Premier ministre entre à Matignon, etc. Au moment où on la consomme pour la première fois, elle est, pourrait-on dire, du présent pur, c'est l'« avoir été là » de quelques heures, ou tout au plus d'il y a quelques jours. »³⁸. Hormis le caractère exceptionnel des situations qu'elle immortalise, la photo de presse paraît somme toute très proche de la « photo ordinaire ». Là où la photo journalistique fait le récit du monde, la « photo ordinaire » semble faire le récit de la vie quotidienne et ordinaire. Ceci étant, nous pouvons supposer que les gens ordinaires se sont familiarisés avec ce genre photographique et qu'ils s'en inspirent plus ou moins consciemment aujourd'hui. A ce titre, Adeline Wrona explique que « la rencontre entre la photographie et le développement médiatique a engendré la diffusion des portraits et suscite le « désir bibliographique » »³⁹. Elle ajoute, après avoir étudié des portraits de gens connus et d'anonymes, que les portraits de célébrités sont illustrés à l'aide de nombreuses photos les montrant dans leur quotidien. Ainsi, il se pourrait que les gens ordinaires se mettent à reproduire ces formes de portraits sur les plates-formes en ligne dans l'espoir de valoriser ce qu'ils sont, à l'image des gens connus.

35 DE LEMOS Martins, DA LUZ CORREIA Maria, OLIVEIRA Madalena, « Les images numériques s'imaginent l'archaïque : mettre en perspective les cartes postales »

36 BARTHES Roland, « Rhétorique de l'image »

37 VERON Eliséo, « De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo »

38 Ibid.

39 WRONA Adeline, *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*, p.170

Finalement, nous avons pu voir qu'en marge de la photographie traditionnelle pratiquée par la majorité des amateurs (mariages, famille, fêtes, vacances etc.)⁴⁰, se sont développés divers usages précédant la « photo ordinaire » présente sur les réseaux sociaux en ligne. Ces usages révèlent des pratiques sociales qui se perpétuent au fil du temps et qui ont très certainement contribué à l'émergence de ce nouvel usage de la photographie.

1.4 Valorisation de la culture amateur à travers les discours autour du web « 2.0 »

Nous nous attachons à montrer dans cette partie en quoi les discours sur le « web participatif » contribuent à légitimer l'expression d'une culture amateur qui constitue un terrain propice au partage des productions photographiques.

Introduit par Tim O'Reilly en 2005, le « web 2.0 » est annoncé comme la voie à prendre par les acteurs du web pour le faire prospérer. Selon lui, un renouveau s'impose : il faut intégrer les internautes dans le processus de production des contenus. Grâce à la numérisation, certains avancent que les « contraintes techniques et économiques sont largement diminuées, permettant à tout un chacun, ou quasiment, de devenir créateur de contenus »⁴¹. Aussi, il est souligné que le « web collaboratif » inverserait les pouvoirs et que les amateurs, auparavant « passifs », pourraient désormais passer sur le devant de la scène. « Certains essayistes annoncent ainsi le remplacement des « médias de masse » par les « médias des masses » (De Rosnay, 2006). »⁴² Les acteurs du web ne sont pas les seuls à adopter ce type de discours, ils sont confirmés par les journalistes qui n'hésitent pas à utiliser le terme de « révolution ». De même, la société de mesure d'audience Médiamétrie, dans sa première synthèse dédiée au « web 2.0 », avance la chose suivante : « Création de contenus, partage de fichiers, personnalisation de pages web, collaboration en ligne : une révolution prend forme sur internet au fur et à mesure que les outils et les sites du web 2.0 se démocratisent. L'internaute n'est plus un simple utilisateur, il devient acteur du web et participe au développement de la « deuxième génération » d'internet »⁴³. Dans ce contexte, la pratique amateur devient légitime aux yeux des internautes et ces nouvelles considérations vont encourager les apprentis photographes à partager leurs productions personnelles. D'autant plus que,

40 MARESCA Sylvain, « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne, Éléments d'histoire orale »

41 BOUQUILLON Philippe, MATTHEWS Jacob T., *Le Web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication*, p.10

42 REBILLARD Franck, *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, p.11

43 Ibid. p.35

comme nous l'avons vu précédemment, la société est en accord avec ce genre de discours : de plus en plus, les gens ordinaires sont considérés et les pouvoirs en place contestés. Les aspirations sociales rencontrent donc un projet qui leur correspond. Ainsi, les discours autour de ce « web collaboratif » et son application constituent un terrain favorable à l'émergence de la « photographie ordinaire » puisqu'elle demande à ce que l'individu *lambda* se donne à voir dans la sphère publique ou semi-publique, à ce qu'il s'estime légitime pour exposer une partie de sa vie sur la toile.

Dans ce climat, des sites d'un nouveau genre font leur apparition et revendiquent de détourner les instances classiques de socialisation pour offrir aux utilisateurs les moyens de valoriser leurs relations interpersonnelles. Facebook, Twitter, Instagram et bien d'autres encore sont à nouveau le résultat de discours autour du « web collaboratif » présenté comme un moyen d'accéder à un « nouveau stade d'expansion sociale »⁴⁴. A travers ces discours, les acteurs construisent un imaginaire autour des réseaux sociaux, et plus largement autour des TIC. Cet imaginaire laisse croire aux usagers qu'ils vont désormais pouvoir augmenter leur sociabilité, qu'ils ne seront plus jamais seuls, toujours connectés à leurs proches, et plus encore, qu'ils vont pouvoir s'ouvrir au monde entier. En mettant l'accent sur les échanges interindividuels, les usagers sont encouragés à dévoiler plus largement leur vie privée dans le but de valoriser la relation. Lorsque nous relevons les mots utilisés sur les pages d'accueil des sites de réseaux sociaux, nous remarquons d'ailleurs à quel point l'argument est mis en avant : « *Instagram is a fast, beautiful and fun way to share your life with friends and family* »⁴⁵. A ce titre, le journal Le Monde déclare la chose suivante : « une mini-caméra ou un ordinateur portable vous donnent accès à des millions de personnes »⁴⁶. Ces discours d'accompagnement créent donc une sorte d'acceptation autour de l'expression de soi sur Internet et favorisent de ce fait la pratique même s'ils ne l'impulsent pas complètement. Nous pouvons considérer qu'ils ont leur importance dans l'engouement pour la « photo ordinaire » puisqu'elle s'inscrit dans des logiques de partage, de sociabilité et d'expression de soi sur le web.

Les acteurs du web ne font pas que légitimer une production amateur et l'expression de soi pour une sociabilité étendue. Les mutations des conditions de production affectent également « la configuration

44 BOUQUILLON Philippe, MATTHEWS Jacob T., *Le Web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication*, p.5

45 <http://instagram.com/> « *Instagram est un moyen rapide, beau et marrant de partager ta vie avec les amis et la famille* »

46 REBILLARD Franck, *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, p.11

esthétique des contenus »⁴⁷. Philippe Bouquillon explique que les acteurs présentent cette évolution comme un renouvellement esthétique et affirment que de nouvelles formes apparaissent. La photographie des objets ordinaires, *a priori* « sans qualité », semblerait rentrer dans ce cadre, c'est-à-dire que même si les usagers tiennent à préserver une certaine esthétique sur Instagram (par l'utilisation des filtres), le champ du « photographiable » s'est considérablement élargi. De nouvelles scènes peuvent désormais faire l'objet d'une photographie alors qu'auparavant ce type de photos aurait été considéré totalement « inutile » dans un contexte social. Ainsi, l'exigence esthétique de la photographie s'est réduite. De même, Philippe Bouquillon suppose que « l'ensemble de ces phénomènes d'inclusion du consommateur dans la création »⁴⁸ conduit à « l'affaiblissement de la valeur symbolique des productions culturelles »⁴⁹. Il précise néanmoins que cette perte précède ces phénomènes. La « photographie ordinaire » perdrait ainsi en partie de sa force symbolique, son caractère solennel, et même si cette perte n'est pas toute récente, si elle s'inscrit dans un changement de longue durée, les applications concrètes du « web participatif » l'accentuent fortement.

Un certain nombre de chercheurs s'accordent sur le fait que ces discours professionnels contribuent principalement à restaurer l'image du web et qu'il convient de nuancer les effets annoncés. Néanmoins, Franck Rebillard soutient qu'« il faut aussi « prendre au sérieux » ces productions discursives, tout comme les soubresauts économiques (montée en puissance d'entreprises) et sociaux (pratiques émergentes) qui les accompagnent. »⁵⁰ Même s'il est faux de dire que les logiques structurantes de production et d'usage ont radicalement changé, il ne faut pas non plus considérer que ces discours sont complètement illusoire. Ces derniers contribuent en effet à légitimer certaines pratiques, comme nous l'avons vu plus haut, et s'attachent à accorder un crédit particulier aux gens ordinaires. A titre d'exemple, la transparence est également de plus en plus érigée comme une donnée essentielle par les acteurs : les marques doivent se soumettre aux exigences des consommateurs et leur fournir des informations exactes sous peine d'être sanctionnées par eux. Le fait d'exposer son quotidien rentre finalement dans cette logique de transparence. Chacun peut dès lors estimer que sa vie, même ordinaire, peut être racontée et exhibée sur la toile. Dans ce contexte, la « photographie ordinaire » peut faire son apparition et assumer pleinement sa banalité.

47 BOUQUILLON Philippe, MATTHEWS Jacob T., *Le Web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication*, p.45

48 Ibid. p.48

49 Ibid

50 REBILLARD Franck, *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, p.12

Nous avons donc vu dans quel contexte la photographie des objets ordinaires, du quotidien, a émergé. Ce nouvel usage s'insère dans une logique de valorisation de l'ordinaire, ou plus précisément de l'homme ordinaire, qui n'est pas récente et qui traverse divers champs amateurs et professionnels : aussi bien au niveau des considérations artistiques, de la programmation télévisuelle, des pratiques amateurs et journalistiques, ou encore de l'imaginaire véhiculé par les discours autour du « web 2.0 ». Tous instaurent en quelque sorte un contexte socio-culturel favorable à la croissance d'une « photographie ordinaire ».

2- Des progrès techniques pour une démocratisation de la pratique photographique amateur

Après s'être penchés sur le contexte socio-culturel dans lequel s'insère la « photo ordinaire », nous nous intéresserons à présent aux dernières évolutions techniques apportées par l'industrie photographique et chercherons à comprendre en quoi elles favorisent aussi la photographie des objets du quotidien.

2.1 La numérisation : pour une pratique « décomplexée »

La première évolution technique que nous étudions ici concerne la numérisation de la photographie. Il s'agit de voir quels ont été ses effets sur les usages existants et d'observer si elle en a fait apparaître de nouveaux.

André Gunthert affirme que l'une des plus importantes mutations technologiques de la photographie, après l'invention du négatif, est très certainement l'apparition de la photographie numérique. Dès le milieu des années 1990, à la mise sur le marché des premiers appareils photographiques numériques, le succès est au rendez-vous auprès du grand public. Depuis longtemps déjà, l'industrie photographique cherche à rendre la pratique la plus accessible possible dans l'espoir de toucher l'ensemble de la population : c'était déjà le cas avec la sortie du premier Kodak en 1888 qui permit aux amateurs de produire leurs propres clichés. Par la suite, les progrès techniques n'ont cessé d'aller dans le sens d'une pratique plus soutenue et universelle. Le numérique appliqué aux appareils photographiques s'insère donc dans une continuité qui vise à intensifier la pratique. De plus, il entre dans un imaginaire autour

de la notion d'espace-temps où les individus cherchent toujours plus à abolir la distance qui les sépare de leurs proches, ainsi qu'à réduire l'attente entre le moment de la prise et le visionnage de l'image. En effet, Sylvain Maresca expose le fait que l'usage même de la photographie introduit une nouveauté : « la possibilité de connaître le visage d'une personne sans l'avoir jamais rencontrée. La distance se trouve ainsi annulée par l'image ». ⁵¹ Concernant le temps, Quentin Bajac parle du « vieux rêve de l'image instantanée » ⁵² qui a déjà trouvé son illustration dans l'invention du Polaroid. Le numérique s'impose alors comme une évolution incontournable aux yeux des concepteurs, impliquant des changements de rapports entre photographies et individus.

Ces changements interviennent en raison de trois innovations, trois fonctionnalités propres aux appareils numériques. La première relève de la capacité de stockage, augmentée grâce aux formats numérisés et compressés. Cette nouveauté offre à l'utilisateur la possibilité de prendre un plus grand nombre de clichés, et par cela, de ne pas se limiter à quelques scènes de l'existence, mais au contraire, de se permettre d'immortaliser n'importe quel moment du quotidien. Ainsi, nous pouvons supposer que l'appareil numérique, d'une certaine manière, participe à la « désacralisation » de la pratique photographique. Là où la photographie devait se restreindre au début à la mise en mémoire des temps forts de la vie, elle peut désormais s'étendre à des scènes plus anodines, des fêtes entre amis, des balades, les enfants qui grandissent etc. Cela étant dit, cet usage de la photographie n'est pas apparu soudainement lorsque les appareils numériques ont commencé à faire leur entrée sur le marché, puisqu'il se retrouve également dans l'utilisation de l'appareil argentique. Néanmoins, il a pu s'intensifier avec les nouvelles modalités offertes par le numérique.

Une autre nouveauté accompagne l'appareil photo numérique : un nouveau mode de transfert de la photographie. En effet, avant sa numérisation – et encore aujourd'hui avec la prise argentique ou pour ceux qui souhaitent développer leurs photos – la photographie prenait forme seulement après le tirage sur papier photo à partir des négatifs, ce qui nécessitait le plus souvent l'intervention d'une instance professionnelle en possession du matériel et des compétences requises. La pratique amateur était alors dépendante des savoirs-faire experts et représentait un coût non négligeable. Avec le numérique, la pratique s'autonomise, elle se débarrasse de certaines contraintes qui pouvaient la freiner jusqu'ici. De plus, nous pouvons supposer qu'en s'autonomisant, elle permet aux utilisateurs de s'exprimer

51 MARESCA Sylvain, « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne, Éléments d'histoire orale »

52 BAJAC Quentin, *Après la photographie ? : de l'image argentique à la révolution numérique*

davantage, de photographier des moments plus intimes puisque les photographies peuvent rester confidentielles, ne pas être soumises au regard du professionnel. La pratique photographique se fait petit à petit moins stricte, plus « décomplexée » et cette caractéristique sera déterminante pour l'émergence de la photographie des objets ordinaires. Autre conséquence liée au mode de transfert : la photographie se familiarise avec ce nouveau support qu'est l'écran. André Gunthert affirme à ce propos que « la transformation de l'image en information la rend indépendante du support matériel, qui n'en est qu'un véhicule temporaire ». Ainsi, la photographie, qui avait depuis longtemps vocation à être diffusée dans la sphère publique, bénéficie à présent de moyens incontestablement plus efficaces au service du partage. A ce titre, Patrice Flichy confirme un engouement pour le partage des productions personnelles en affirmant que « plus de la moitié des utilisateurs d'ordinateur se sont livrés à une activité d'autoproduction créative. »⁵³

Enfin, une dernière fonctionnalité vient s'ajouter aux innovations proposées par le numérique : la possibilité de visionner l'image pendant et directement après la prise sur l'écran de contrôle de l'appareil. Les utilisateurs peuvent ainsi profiter du résultat et rectifier ce qui ne convient pas en réitérant la prise de vue autant de fois que nécessaire. Ils prennent dès lors le pouvoir sur l'image produite puisque l'écran devient miroir et autorise l'ajustement. En offrant un contrôle supplémentaire, cette nouveauté favorise le partage des photos de soi sur Internet. Aussi, comme nous avons pu l'évoquer avant, la prise de vue se « débride » parce que l'appareil autorise la photo « ratée » ; une crainte disparaît pour laisser place à une pratique presque « désinvolte ». Ce nouveau rapport jouera son rôle dans l'apparition de nouvelles formes photographiques et la « photo ordinaire » en constitue l'une d'entre-elles.

Ainsi, par l'utilisation de l'appareil photo numérique, « l'utilisateur possède désormais un complet contrôle de la chaîne de production de l'image, de la prise de vue à sa mise en forme finale. »⁵⁴ La pratique photographique devient alors plus accessible aux amateurs, ils peuvent se l'approprier et c'est peut-être cela qui explique le succès de la photographie numérique. Il semblerait que ces évolutions techniques aient bien modifié certains aspects de la photographie qui se veut moins solennelle, plus intime et paradoxalement plus propice à sa diffusion dans la sphère publique. Très vite, le numérique va entraîner l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché, qui vont intégrer la pratique photographique à la

53 FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires*, p.20

54 BAJAC Quentin, *Après la photographie ? : de l'image argentique à la révolution numérique*

téléphonie mobile.

2.2 Appareils nomades et connectivité : pour un partage continu

Comme nous l'avons précisé, la photographie des objets ordinaires est réalisée et publiée sur les réseaux sociaux à l'aide d'un smartphone. Ce support structure nécessairement la pratique. Nous tentons donc d'analyser dans cette partie ce qu'implique la prise de vue via ce type de terminal mobile.

Les constructeurs de téléphones mobiles ont très rapidement souhaité intégrer de nouvelles fonctionnalités aux appareils initialement conçus pour l'échange oral et la transmission de messages écrits. L'appareil photo fut l'une des premières options intégrée au téléphone mobile et donna la voie aux smartphones qui offrent désormais la possibilité de se connecter à Internet. Une récente étude IPSOS⁵⁵ analysant les tendances du marché photographique indique que l'équipement en smartphone égale désormais l'équipement en appareil photo compact numérique chez les pratiquants de photo. Le smartphone est donc considéré aujourd'hui comme un appareil à part entière pour la réalisation des photographies.

Au vu des témoignages recueillis lors des entretiens, nous pouvons affirmer que le smartphone est privilégié à l'appareil photo classique car il présente tout d'abord l'avantage d'être peu encombrant. L'appareil photo traditionnel est encore utilisé par la majorité des personnes interrogées dans un objectif bien particulier ou lorsque le moment s'y prête, c'est-à-dire lors d'occasions bien particulières, prévues en amont (voyages, fêtes, événements, balades, réceptions familiales...). L'une d'entre-elles nous a même confié ne plus du tout utiliser ce type d'appareils : Julie ne se sert désormais plus que de son smartphone pour immortaliser les moments de sa vie. Mathieu, lui, évoque la démarche supplémentaire que nécessite l'appareil photo : il faut penser à le prendre, l'allumer, puis le connecter à l'ordinateur pour en extraire les clichés. A cela il ajoute le fait de perdre en spontanéité ; un élément qui s'avère essentiel pour immortaliser les instants du quotidien. A l'inverse, le smartphone est toujours à portée de main et fait figure d'objet ancré dans la quotidienneté. Nous supposons ainsi que la production des photographies immortalisant les scènes les plus banales de la vie quotidienne va de pair avec le caractère nomade du smartphone. N'exigeant pas d'effort particulier, la prise de vue peut se faire

⁵⁵ http://www.sipac.org/pdf/2013_barometre_photo_API_Ipsos.pdf : 76 pour le compact et 75 pour les smartphones

sans interrompre trop longtemps l'action en train de se jouer. A cet égard, lorsque nous défilons les profils Instagram des personnes interrogées, nous relevons très peu de photos « posées » qui aurait nécessité une pause dans l'action. Le terminal mobile semble donc déterminer les situations et les sujets à photographier. De plus, nous pouvons penser que la banalisation, l'intériorisation aussi, de la pratique sur smartphone va dans le sens d'une banalisation généralisée des objets photographiés. En somme, les smartphones contribueraient à augmenter le champ du « photographiable ».

Un autre avantage du smartphone a été évoqué lors des entretiens : la possibilité de publier la photographie directement après la prise de vue. Comme l'expliquait Mathieu, la spontanéité est un critère important, sinon essentiel, pour photographier les objets du quotidien. Cette spontanéité est rendue possible grâce au caractère nomade du smartphone comme nous l'avons vu mais également grâce aux modalités de connexion. Le fait de pouvoir se connecter à tout moment offre à l'utilisateur le moyen de partager tous les instants du quotidien qu'il estime bon de publier au moment même où il les vit. Les réseaux sociaux ont d'ailleurs rapidement souhaité développer des applications smartphones pour faciliter la diffusion des productions photographiques. Instagram est avant tout une application rachetée par Facebook pour devenir un réseau social, mais elle proposait avant cela de publier les photographies retouchées sur des réseaux sociaux en ligne tels que Facebook et Twitter ou de les transmettre par mail. De plus, « Jouët et Pasquier (1998) expliquent qu'une culture de l'écran s'est formée ces dernières années, à travers l'utilisation répétée et successive de ces terminaux. »⁵⁶ Les utilisateurs, et plus particulièrement les jeunes générations, se sont familiarisés avec les interfaces graphiques des dispositifs techniques qui « impliquent chaque fois des postures de manipulation très voisines »⁵⁷. Nous pouvons alors supposer que les applications smartphones reprennent une sorte de logique qui s'est progressivement installée sur les écrans et qui sollicite les usagers à rendre compte de leur vie presque quotidiennement. En effet, les canaux de communication se sont multipliés (SMS, mails, réseaux sociaux, messageries instantanées etc.) et sont surtout basés sur un mode de fonctionnement bien particulier, qui s'approche de l'immédiateté : le destinataire du message attend un retour rapide, presque immédiat de la part du destinataire. En somme, les écrans, de plus en plus connectés, ont peu à peu installé un mode de communication qui s'inspire de la conversation. A titre d'exemple, les smartphones ont ajouté une fenêtre de conversation pour l'envoi de SMS afin de remplacer l'ancien mode présent sur les GSM qui fonctionnait par message isolé et non par zone de

56 REBILLARD Franck, *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, p.42

57 Ibid.

dialogue propre à chaque contact. Ainsi, il semblerait que la photographie s'adapte elle aussi à ce mode de communication, emprunté à la conversation en face à face, et prescrit par la nouvelle génération de terminaux mobiles.

Nous avons pu voir quelles étaient les évolutions techniques affectant les usages de la photographie. La numérisation constitue l'une des innovations les plus importantes puisqu'elle ouvrit la voie aux acteurs de la téléphonie mobile qui proposeront à leur tour de nouvelles modalités pour la communication à distance. Pour citer Quentin Bajac, la numérisation « a incontestablement relancé, non seulement l'industrie mais également l'activité : rendant la pratique encore plus accessible, dépouillant un peu plus l'acte photographique de sa magie et l'image photographique de son aura, elle s'inscrit dans le droit fil de chacune des mutations antérieures, vers une démocratisation toujours plus grande de l'image photographique »⁵⁸. En somme, ces innovations techniques inscrivent la photographie dans la quotidienneté, l'immédiateté et la conversation. Nous comprenons alors en quoi elles jouent une part importante dans l'émergence de la « photo ordinaire » qui reprendra l'ensemble de ces caractéristiques.

3) Un usage déjà amorcé avec les réseaux sociaux en ligne

Dans cette nouvelle partie nous chercherons à observer les pratiques d'écriture déjà présentes sur les réseaux sociaux en ligne pour voir en quoi elles ont orienté les usages de la photographie partagée sur ce type de plate-formes, et par là, comprendre en quoi elles sont structurantes dans la pratique de la « photographie ordinaire ». Pour cela, nous nous intéressons ici aux blogs personnels ainsi qu'aux réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter ou Flickr.

3.1 Pratiques de blogging : le récit publicisé de la vie à la manière du journal intime

Nous souhaitons nous pencher sur le blog parce qu'il constitue en France l'une des premières plate-formes d'auto-publication utilisée massivement chez les jeunes (en particulier Skyblog ouvert en 2002)⁵⁹ et qui nous paraît témoigner de formes d'expression communes à la « photographie ordinaire ».

58 BAJAC Quentin, *Après la photographie ? : de l'image argentique à la révolution numérique*

59 <http://fr.wikipedia.org/wiki/Skyrock.com>

Tout d'abord, définissons ce qu'est un blog : « Un *blog* n'est, au départ, qu'un format de publication, c'est-à-dire un dispositif permettant de rendre publics, sur le *Web*, des contenus dans une mise en forme spécifique »⁶⁰. Pour Oriane Deseilligny, les blogs se caractérisent selon trois spécificités : l'organisation chronologique des « posts », du plus récent au plus ancien ; l'interactivité avec la possibilité d'ajouter des « commentaires » à chaque « post » pour le lecteur ; les listes des liens hypertextes qui renvoient sur d'autres blogs et qui reflètent en même temps le réseau social du blogueur. Nous remarquons que cette architecture sera systématiquement reprise par toutes les interfaces de réseau social en ligne, notamment par Instagram. Elle sera en partie déterminante dans la construction des usages. En effet, si nous reprenons les trois spécificités des blogs, nous pouvons dégager trois logiques, dont au moins deux ont déjà été énoncées dans les parties précédentes : une logique de l'instant par l'organisation chronologique des « posts », une logique conversationnelle par la pratique du commentaire, et une logique de groupe à travers les liens hypertextes.

Cette dernière logique montre à quel point le blog reproduit une pratique déjà présente en dehors des sites de réseaux sociaux mais aussi à travers les photographies traditionnelles. Pierre Bourdieu affirmait à cet égard que « la photographie elle-même n'est rien, le plus souvent, que la reproduction de l'image que le groupe donne de son intégration »⁶¹. Le blog semble donc être un « instrument de revendication de l'appartenance au groupe »⁶², pour reprendre l'expression de Cédric Fluckiger, avec pour spécificité d'être plus largement diffusé dans la sphère publique.

Une particularité liée au groupe se dessine avec l'utilisation du blog, c'est-à-dire que tout acte d'écriture est nécessairement tourné vers l'autre à la différence du journal intime. Serge Tisseron introduit à ce sujet la notion d'espace *extime*. L'auteur la définit avec les termes suivants : « J'ai désigné sous le nom d'extimité le désir qui nous incite à montrer certains aspects de notre soi intime pour les faire valider par les autres, afin qu'ils prennent une ampleur plus grande à nos propres yeux. »⁶³ Nous comprenons alors que la pratique d'auto-publication introduite en masse chez les jeunes par les blogs a pour principal objectif le retour des pairs. Les utilisateurs chercheraient à faire valider leur moi intime qui ne possédait pas de public jusqu'ici. Précisons que nous parlons de « blogs ordinaires », ne présentant pas

60 DESEILLIGNY Oriane, « Pratiques d'écriture adolescentes : l'exemple des *Skyblogs* »

61 BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.48

62 DESEILLIGNY Oriane, « Pratiques d'écriture adolescentes : l'exemple des *Skyblogs* »

63 TISSERON Serge, *Les tyrannies de la visibilité : être visible pour exister ?*, p.121

de thématique particulière, n'exigeant pas de compétences spécifiques, où les utilisateurs livrent seulement leurs expériences, leurs sentiments plus ou moins intimes. Les blogs thématiques demandent quant à eux des connaissances dans un domaine de prédilection. Ces blogs renvoient à la question de l'amateur que Nolwenn Hénaff nous propose de définir : « Au sens propre, un amateur est quelqu'un qui aime une ou plusieurs choses, un art. On parle par exemple d'amateur de musique, d'amateur de chevaux... C'est aussi une personne qui effectue une tâche sans être rémunérée, et nous pourrions ajouter sans chercher à l'être. A priori rien n'oppose les amateurs et les professionnels. Les amateurs⁶⁴ sont ceux qui aiment ce qu'ils font. Ainsi, même si l'amateur est moins sur le registre de l'intimité, il s'exprime selon ce qui le touche, ce qui lui tient à cœur, ce qui fonde son moi intérieur, au même titre que la personne *lambda* qui tient un blog plus « ordinaire ». Nous retrouvons cette distinction au niveau des profils Instagram des personnes interrogées : Caroline a ouvert son compte annexe à son blog et l'a placé sous les thématiques beauté et recettes de cuisine ; Mathieu et Léon ont une pratique hybride, c'est-à-dire qu'ils publient des photos en général en rapport avec un thème spécifique (le graphisme et la montagne pour Mathieu, le sport et le régime alimentaire pour Léon) mais ils alimentent aussi leur compte avec des instants de vie plus intimes ; quant à Julie et Marina, leur compte ne présente pas de thématique, elles donnent seulement à voir leur quotidien, sans faire référence à un domaine particulier. C'est pourquoi nous pensons que les « photographies ordinaires » s'insèrent dans une logique héritée des pratiques de « blogging » et qu'elles présentent en grande partie les mêmes caractéristiques.

A ces similitudes vient s'ajouter une sorte d'expression de la banalité. A l'image des journaux intimes, le blog se présente parfois comme une sorte de recueil des objets du quotidien comme l'explique Philippe Lejeune à propos des « *journaux-herbiers* »⁶⁵. Les individus y ajoutent des tickets de métro, des photos, des places de cinéma, des fleurs séchées, des collages, des dessins, etc. Oriane Deseilligny fait alors une comparaison avec les blogs et parle de « foisonnement documentaire »⁶⁶. Patrice Flichy confirme l'accent mis sur la quotidienneté à travers le blog « qui évoquent le plus souvent les activités quotidiennes du blogueur, ainsi que ses rumeurs. »⁶⁷ Nous relevons donc un intérêt certain pour le commun, le banal, et la mise en mémoire du quotidien sur les blogs comme dans les journaux intimes. Ainsi, il semblerait que prendre des photos d'un quotidien parfois des plus communs est en parfaite continuité avec les pratiques déjà présentes sur les anciens espaces d'expression en ligne.

64 HENAFF Nolwenn, *Les tyrannies de la visibilité : être visible pour exister ?*, p.162

65 DESEILLIGNY Oriane, « Pratiques d'écriture adolescentes : l'exemple des *Skyblogs* »

66 Ibid.

67 FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires*, p.28

Pour résumer, dans un contexte social annonçant les prémices d'une exposition de soi au sein de la sphère publique, les blogs introduisent les premières modalités de cette exposition en ligne. Ils offrent aux utilisateurs la possibilité de s'exprimer comme bon leur semble. La majorité d'entre-eux vont privilégier le récit des expériences intimes, souvent ordinaires, qu'ils vont charger de sentiments, de subjectivité.

3.2 Messageries instantanées, Facebook et Twitter : faire état de son humeur

Nous cherchons à présent à montrer en quoi les réseaux sociaux actuels tels que Facebook ou Twitter, qui précèdent Instagram, font l'éloge de la banalité et des instants du quotidien. Nous pensons qu'il sont à la fois le baromètre d'une tendance sociétale, comme dit précédemment, mais qu'ils contribuent également à renforcer cette tendance.

Patrice Flichy soutient que « si la photographie a toujours été liée aux souvenirs personnels et aux moments forts de la vie, elle est aujourd'hui de plus en plus associée aux activités quotidiennes »⁶⁸. En effet, depuis ses débuts, Facebook par exemple propose à l'utilisateur d'exprimer sa « pensée du jour » à travers le statut écrit en lançant une sorte d'injonction : « Exprimez-vous »⁶⁹. Cette fonctionnalité est mise en avant par le réseau social puisqu'elle apparaît en haut de la page, au dessus du fil d'actualité, comme si l'utilisateur devait avant toute chose faire état de son humeur. Aujourd'hui, sur cette même zone, le réseau social propose de partager une photo ou une vidéo en plus du statut. Il semblerait que l'image soit considérée presque au même titre que le statut écrit ; la photo peut désormais faire office de « conversation », elle a la possibilité d'exprimer une idée, une humeur, une pensée. Le statut était une fonctionnalité déjà présente sur les messageries instantanée comme MSN et incitait l'internaute à rendre compte de ses états d'âme journaliers. Quant au réseau social Twitter, au départ son concept est même entièrement basé sur le récit du quotidien, de la banalité. A cet égard, il s'agit pour son inventeur, Jack Dorsey , de « rapprocher les gens en exposant les petits détails de la vie dont nous ne parlons pas nécessairement parce que nous pensons qu'ils sont sans importance. Quelque chose comme prendre son petit-déjeuner, quelque chose que nous faisons tous, mais dont nous parlons pas nécessairement aux

68 Ibid. p.26

69 Annexe 5, p.111

autres parce que nous savons que nous le faisons tous »⁷⁰. Les réseaux sociaux se donnent alors à voir comme des intermédiaires permettant de rapprocher les gens qui ont en commun certaines « petites choses du quotidien ».

En offrant des concepts basés sur la banalité du quotidien, les réseaux sociaux en ligne participent eux aussi à la légitimation d'une vie ordinaire assumée et exposée. La « photographie ordinaire » se présente alors comme le prolongement d'une forme d'expression en ligne déjà engagée dans la quotidienneté.

3.3 Flickr : un ordinaire ordonné

Il nous semble intéressant d'étudier les usages de Flickr pour voir comment ils amorcent les nouveaux usages de la photographie sur les réseaux sociaux. En effet, ce site communautaire est l'un des premiers à proposer un concept qui repose entièrement sur la publication de photographies. Afin de relever ces usages, nous nous reportons ici à un article coécrit par Beuscart, Cardon, Pissard et Prieur, intitulé « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? Les usages de Flickr ».

Les auteurs évoquent un changement qui accompagne la pratique photographique sur les sites de partage, offrant par là une « large publicité à des productions qui circulaient jusqu'alors dans un périmètre étroit »⁷¹. Ainsi, la conversation autour des photographies peut se faire au delà du cercle de proches et espérer s'adresser aux inconnus. Dès lors, nous pouvons nous demander en quoi les photographies personnelles procureraient un intérêt pour les gens qui ne font pas partie de l'entourage familial ou amical puisque, comme l'expliquait Pierre Bourdieu, la photographie a pour fonction principale de mémoriser les temps forts de la vie collective. Flickr prouve que cette fonction n'est pas une condition nécessaire au partage des photographies. Ce qui est nécessaire en revanche, c'est que la photographie fasse conversation. Sur Flickr, « l'image photographique va elle-même, de façon exclusive, être porteuse d'éléments conversationnels qui nourrissent les échanges entre des inconnus »⁷². Nous verrons plus loin à quelle point cette particularité est essentielle pour la « photo ordinaire » sur Instagram. Ainsi, la discussion s'engage autour des contenus parce que ces derniers

70 JOST François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé-réalité*, Préface

71 BEUSCART J.-M., CARDON D., PISSARD N., PRIEUR C., « Pourquoi partager des photos de vacances avec des inconnus ? »

72 Ibid.

interpellent. « Il peut certes s'agir de discuter des qualités esthétiques des clichés, en continuité avec les pratiques des photographes amateurs ; mais les conversations portent aussi sur le contenu ordinaire des photographies : photos de famille, de vacances, de lieu de travail, documentation d'une pratique spécifique (sport, skate, street art, jardinage, etc.), d'événements publics ou privés, indépendamment de toute recherche esthétique »⁷³. En effet, l'échange devient possible à partir du moment où de mêmes centres d'intérêts se rencontrent ; les gens n'ont alors pas besoin de se connaître : ils approuvent, se complimentent, donne leur point de vue, etc. Ce qui compte c'est le lien qui les unit, la passion qu'ils partagent et non pas le lien d'ordre familial ou amical.

Aussi, les auteurs expliquent que les photographies peuvent s'insérer dans des groupes thématiques. A titre d'exemples, on peut y trouver des groupes sur les chiens, les fleurs, ou des groupes plus atypiques comme les œufs de pâques ou encore les barbecues. « Ces groupes se caractérisent d'abord par le fait que l'objet thématisé est souvent très étroitement associé à l'environnement familial des personnes. [...] Ces pratiques renvoient directement au monde photographié des amateurs ordinaires, qui se soucient moins d'offrir une esthétique photographique, que de capturer ce qui leur est cher »⁷⁴. Les auteurs ajoutent que Flickr se différencie des plate-formes comme Facebook, qui s'adressent à un cercle de membres relativement connus, par le fait que les photographes détournent généralement l'objectif de leur propre personne pour l'orienter vers leur environnement. Nous ne rejoignons pas totalement cette affirmation puisque de nombreuses « photographies ordinaires », racontant chaque jour les péripéties ordinaires du quotidien, sont publiées sur Facebook ou Instagram, deux réseaux sociaux qui impliquent le regard des proches.

Enfin, Flickr vient témoigner d'une nouvelle pratique photographique que les auteurs appellent la « *photographie continue* »⁷⁵. Comme nous l'avons évoqué plus haut, cette pratique prendrait ses racines dans le nouveau « régime de la communication téléphonique »⁷⁶ qui incite sans cesse les utilisateurs à rester en contact permanent avec leurs proches. Les abonnés Flickr gardent toujours leur appareil photo à portée de main, prêts à capturer chaque instant de leur vie, comme c'est aujourd'hui le cas avec l'utilisation des terminaux mobiles. Quoi qu'il en soit, il semblerait que cette nouvelle pratique

73 Ibid.

74 Ibid.

75 Ibid.

76 Ibid.

« transforme aussi le rapport du photographe avec son monde quotidien »⁷⁷. Les utilisateurs de Flickr adoptent une attitude à l'égard du quotidien, un regard sur la banalité qui se transforme peu à peu. Les auteurs évoquent à ce propos la création de groupes qui cherchent à photographier le commun, l'ordinaire pour révéler « l'extraordinaire du réel »⁷⁸. Nous verrons là aussi que la « photo ordinaire » est finalement très proche de ces considérations.

En somme, Flickr nous montre que certains internautes sont désormais prêts à se tourner vers les « petits riens » du quotidien, à reconsidérer ce qu'il y a de plus ordinaire, à valoriser la banalité jusqu'alors trop peu estimée, dans le but de créer du lien par la conversation autour et à travers des photographies. Les usages de ce réseau social sont peut-être ceux qui se rapprochent le plus des usages de notre objet d'étude. Néanmoins, nous verrons que la « photo ordinaire » diffère de par son caractère instantané, presque éphémère, très peu présent sur Flickr qui met plutôt l'accent sur l'indexation et l'archivage collectif. En effet, André Gunthert souligne à ce titre que « l'usage le plus important des plates-formes est celui de la consultation encyclopédique »⁷⁹. Nous expliquerons par la suite pourquoi nous ne partageons pas complètement ce point de vue, du moins en ce qui concerne Instagram.

Au terme de ce premier chapitre, nous pouvons situer plus précisément dans quel contexte la « photographie ordinaire » hérite de ses origines. Pour éviter tout déterminisme technique ou même social, nous avons tenté de croiser quelques dernières transformations culturelles, sociales, économiques et techniques. Nous constatons finalement qu'elles convergent vers une tendance générale qui vise à reconsidérer les gens ordinaires, à valoriser leurs états d'âmes et les « petits riens » de leur quotidien, à leur donner la parole, à poser un autre regard sur la banalité. Dans un environnement de plus en plus complexe, les individus semblent se réfugier dans ce qu'il y a de plus trivial, de plus simple, dans ce qui est de l'ordre du ressenti, de l'émotion. Ils sont en quête d'authenticité, de vérité, et pour cela, ils n'hésitent plus à ériger leur propre banalité en vraie valeur méritant d'être exposée, partagée au même titre que l'exceptionnel. Précisons enfin que cette (re)valorisation du banal dans la photographie s'est produite sur un temps long, elle s'installe progressivement depuis de nombreuses années sans jamais s'imposer radicalement. D'autant plus qu'à chaque étape de sa progression, elle a essuyé bon nombre de critiques lui reprochant son manque de légitimité.

77 Ibid.

78 Ibid.

79 GUNTHERT André, « L'image partagée »

II- LA « PHOTO ORDINAIRE » COMME EXPRESSION DES IDENTITES

Il s'agira ici d'étudier les modalités d'expression propres à la « photographie ordinaire » à travers lesquelles l'identité numérique se manifeste. Nous savons en effet que depuis ses débuts, l'image photographique a servi à représenter ou même parfois à construire l'identité des individus photographiés. « La Photographie a d'ailleurs commencé, historiquement, comme un art de la Personne : de son identité, de son propre civil, de ce qu'on pourrait appeler, dans tous les sens de l'expression, le quant à soi du corps »⁸⁰. Nous chercherons alors à comprendre comment cette identité continue de se manifester à travers des photographies des objets du quotidien. Pour cela, nous verrons tout d'abord que l'exposition de son environnement permet en quelque sorte d'affirmer sa spécificité, de donner à voir une identité unique. Nous verrons également en quoi cette exposition du quotidien exprime plus subtilement la complexité et la diversité d'une personnalité. Enfin nous essaierons de montrer la caractère collectif de la « photo ordinaire ».

1- La « photo ordinaire » au service de la singularité

Dans cette première partie, nous cherchons à expliquer dans quelle mesure photographier des objets de son quotidien pour les partager ensuite permet de revendiquer une certaine singularité. La volonté de se distinguer des autres semble avoir pris une grande importance ce dernier siècle. Pourtant, Roland Barthes confiait déjà son profond désir pour que la photographie accomplisse « la science impossible de l'être unique »⁸¹ Or, il paraît paradoxal, comme le souligne François Jost, que le banal, l'ordinaire, puisse singulariser les individus. En effet, le mot « banal », qu'il qualifie un objet matériel, « qui représente aucun élément singulier »⁸² ou une personne « qui manque d'originalité »⁸³ n'a pas pour vocation *a priori* d'individualiser qui que ce soit. Pourtant lors de l'entretien, Marina par exemple affirmait que son compte Instagram la « personnalise ».

80 BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p. 124

81 Ibid. p.110

82 JOST François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé-réalité*, p.29

83 Ibid.

1.1 Affirmation des goûts

Un réseau social se caractérise toujours par le fait de pouvoir se créer un compte, et par là, de se constituer un profil. Ce profil représente alors, dans l'espace numérique, la personne à qui il appartient. Sur Facebook par exemple, l'utilisateur est invité à renseigner son âge, son sexe, sa ville, son vrai nom, son parcours scolaire, ses expériences professionnelles, son statut amoureux et à choisir une photo de lui (la photo de profil) qui sera visible par tous les membres du réseau, en dehors même du cercle «d'amis» qui ont accès à la totalité de son profil. Sur Instagram, les modalités de présentation sont légèrement différentes. Lors de la création d'un compte, il est seulement demandé à l'utilisateur de choisir un pseudo et de rentrer un mot de passe, pour le reste l'application laisse la liberté d'entrer des informations complémentaires ou non dans l'espace intitulé « biographie ». En comparaison à Facebook, le « désir signalétique » est moins présent. De plus, le seul moyen d'expression, en dehors des commentaires écrits et des *likes*, est la photographie. Il semblerait que l'identité numérique sur Instagram se construise en majeure partie à travers les productions visuelles des utilisateurs. L'accumulation des photographies sur le profil donne alors un bref aperçu de l'univers exposé par l'utilisateur. Ici, les individus ne se définissent pas à travers « l'identité régaliennne »⁸⁴ mais davantage à travers leurs goûts, leur regard particulier sur l'environnement qui les entoure.

Dans la vie de tous les jours, le travail de distinction passe par l'expression des goûts. En effet, hors ligne, les individus se constituent une entité propre à travers la combinaison de composantes multiples : leur héritage, leur histoire, leur statut social, leurs valeurs, leurs opinions, leur physique etc. Sur Instagram, les utilisateurs doivent alors trouver un moyen de reproduire cette démarche d'« individuation »⁸⁵. Lors des entretiens, toutes les personnes avec qui nous sommes entretenus affirment que leur profil représente assez bien ce qu'il sont au quotidien, leur personnalité, leur « petit monde »⁸⁶ pour reprendre l'expression de Caroline. A cet égard, nous avons remarqué que des univers se dessinent au fur et à mesure que nous parcourons leur profil : les objets photographiés se répètent, les ambiances et les teintes se ressemblent. Les cinq interviewés confirment cette impression en nous confiant qu'ils utilisent généralement deux ou trois filtres en accord avec leurs goûts. L'identité semble donc se manifester à travers la somme des « singularités subjectives »⁸⁷, c'est-à-dire que les utilisateurs

84 COUTANT Alexandre, STENGER Thomas, « Production et gestion d'attributs identitaires », p.65

85 PIERRE Julien, « Génétique de l'identité numérique : sources et enjeux des processus associés à l'identité numérique »

86 Annexe 1

87 DENOÛL Julie, GRANJON Fabien, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », p.29

se définissent selon les choix qu'ils opèrent dans leur pratique photographique. Nous comprenons ainsi en quoi il est judicieux d'immortaliser des scènes du quotidien plutôt que de chercher à capturer l'événement qui, en soi, n'apporte pas d'information subjective permettant d'individualiser la personne. Pierre Bourdieu expliquait bien avant la naissance des réseaux sociaux en ligne la chose suivante : « la photographie fixe un aspect du réel qui n'est jamais que le résultat d'une sélection arbitraire, et, par là, d'une transcription : parmi toutes les qualités de l'objet, seules sont retenues les qualités visuelles qui se donnent dans l'instant et à partir d'un point de vue unique »⁸⁸. Toute photographie exprime donc un jugement d'importance, et c'est ce jugement qui transparaît dans la « photo ordinaire » : Marina et Léon ont photographié leurs chaussures parce qu'elles viennent délibérément affirmer leur « style » et en même temps parce qu'elles prouvent l'importance accordée au style vestimentaire. A l'inverse, Mathieu nous affirme qu'il ne se verrait pas prendre en photo ses chaussures pour la simple et bonne raison qu'il n'y accorde pas grand intérêt. Les filtres jouent un rôle similaire en apportant une ambiance particulière : Caroline explique qu'elle cherche à être davantage dans la « douceur ». A ce titre, Instagram vient de faire une mise à jour qui donne la possibilité de régler l'intensité du filtre afin de personnaliser davantage la photographie. Ainsi, la « photographie ordinaire », ou plus généralement la photographie, « porte l'emprunte de celui qui l'a prise, elle trahit ses valeurs en révélant ce qu'il a jugé suffisamment digne pour vouloir l'arracher à la fuite du temps »⁸⁹.

Précisons néanmoins que la plupart des interviewés avouent ne pas dévoiler l'entièreté de leur personnalité à travers les objets photographiés. Quoi qu'il en soit, l'utilisateur Instagram se forge une identité distincte en revêtant les contours de ses choix photographiques. Nous supposons par là que les individus ont trouvé dans la « photographie ordinaire » un nouveau moyen de se représenter en se détournant du corps pour se tourner vers les objets qui traduisent ce qu'ils aiment, ce qu'ils sont.

1.2 A la recherche d'une reconnaissance : des stratégies de mise en visibilité

Nous avons donc vu que les utilisateurs n'hésitent plus à photographier leur environnement pour illustrer leur identité unique. Cette évolution n'aurait certainement pas vu le jour en dehors des réseaux sociaux qui offrent une visibilité incomparable aux précédentes initiatives cherchant à diffuser l'image

⁸⁸ BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.108

⁸⁹ Ibid. p.329

de soi dans la sphère publique. Nous tentons dans cette partie de montrer que de nouvelles stratégies de mise en visibilité sont déployées par les utilisateurs Instagram dans le but de valoriser leur identité numérique.

Adeline Wrona raconte que Érasme fût l'un des premiers à faire circuler son portrait dans la sphère publique à travers les tableaux et les médailles qui le représentaient et qu'il prenait le soin d'offrir à son cercle d'amis. « Depuis qu'on sait faire des portraits, les gens ont toujours voulu payer pour obtenir et diffuser le leur »⁹⁰. Nous pourrions avancer que le portrait d'autrefois se rapporte au profil numérique d'aujourd'hui. Il est différent dans sa composition mais finalement il s'en approche par les ambitions de diffusion qu'il produit. De son côté, Bourdieu affirmait que « se prêter à la photographie, c'est accorder le témoignage de sa présence »⁹¹. Ainsi, il semblerait que multiplier les occasions de photographier, en ne se limitant pas aux occasions sortant de l'ordinaire, augmente la présence et la visibilité de l'individu.

Nous avons cherché à savoir lors des entretiens comment les utilisateurs parviennent à rendre visible leur profil via les « photographies ordinaires ». La pratique qui revient systématiquement est l'utilisation du *hashtag*. Il s'agit d'un mot-clé qui se présente sous la forme d'un lien hypertexte permettant de marquer un contenu. Si l'utilisateur clique dessus il sera alors renvoyé sur la liste des photographies qui comprennent ce même *hashtag*. Une photographie n'est pas limitée en nombre de *hashtag*, ils peuvent être de toutes sortes, se rapporter à des mots connus ou sortir de l'imagination de son créateur. Certains sont très communs et particulièrement consultés par un grand nombre de personnes. Paradoxalement, plus un *hashtag* est commun moins la photo aura de chance d'être vue parce qu'elle se noie rapidement dans la masse de photographies qui comporte l'*hashtag* en question. A l'inverse, un *hashtag* un peu loufoque, tout droit sorti de l'imaginaire ne permettra pas non plus à la photographie d'être vue. D'après les témoignages recueillis, il s'avère être une réelle stratégie de mise en visibilité. Julie par exemple, affirme faire une accumulation de *hashtags* sur certaines de ses photos dans le but d'augmenter ses chances d'être vues et peut-être *likées* par certains. C'est également de cette manière que les utilisateurs vont pouvoir recueillir des *abonnés*. Dès lors qu'une personne s'abonne à un profil, elle peut voir toutes les nouvelles publications de ce dernier qui apparaîtront dans son fil

90 WRONA Adeline, *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*, p.43

91 BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.44

d'actualité. Lorsque nous avons analysé les profils, nous avons pu relever la chose suivante : même s'il ne s'agit pas d'un principe systématique, en général, plus le nombre de *hashtag* sur une photo est grand, plus elle récolte de *likes*. Or, le *like*, un geste qui montre l'approbation à l'égard d'une photo, est particulièrement apprécié des utilisateurs Instagram qui le reçoivent. Comme nous l'ont rapporté les personnes interrogées, le *like* est gratifiant. Elles ont d'ailleurs toutes mis leur profil « en public » et peuvent donc recevoir des *likes* de la part des personnes qui ne sont pas nécessairement abonnées au profil en question.

Une autre stratégie de mise en visibilité est évoquée par Mathieu et Léon qui prennent parfois le soin de republier leurs photographies sur différents réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter. En effet, ces plate-formes ne disposent pas des mêmes publics qui ne génèrent pas le même type d'interactions. Léon affirme à juste titre que Facebook se présente davantage comme le « réseau social des amis » et Mathieu confie obtenir plus de retours sur celui-ci. La republication des photographies se fait donc dans l'espoir d'interpeller les membres du réseau et d'obtenir un éventuel retour de leur part.

Le déploiement de ces stratégies de mise en visibilité s'expliquerait par la recherche d'une valorisation pour soi-même. En effet, « l'estime de soi, surtout quand elle ne résulte pas d'une évidence sociale, représente un besoin fort de nos sociétés. [...] Axel Honneth pointe le manque fréquent de reconnaissance dans nos sociétés qu'il assimile à une « pathologie sociale », c'est-à-dire à « des relations ou des évolutions sociales qui portent atteinte aux conditions de réalisation de soi »⁹². Avant que la révolution industrielle n'ait répandu ses modèles, il était encore possible d'obtenir une reconnaissance sociale au sein des communes ou des entreprises à taille humaine. La société de masse dans laquelle nous vivons actuellement a fortement complexifié les rapports entre individus qui se voient désormais contraints de mettre en œuvre certaines stratégies censées compenser un « manque de visibilité ». Au final, les photos n'ont pas nécessairement à représenter l'individu lui-même, « ce qui importe en revanche, c'est qu'elles expriment une présence »⁹³. Ainsi, photographier des objets du quotidien se présente comme une occasion supplémentaire d'exprimer sa présence dans la sphère publique pour espérer obtenir une forme de reconnaissance. A ce titre, Olivier Voirol explique que « la possibilité que des acteurs parviennent à se constituer un soi, une conception d'eux-mêmes dans un rapport intersubjectif et entrer dans des rapports de reconnaissance avec autrui dépend de leurs

92 NOY Claire, « Chronique du profil identitaire contingent », p.82

93 CASILLI A. Antonio, « Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité ? », p. 127

capacités à se rendre visibles, à exister et à être vus et entendus »⁹⁴. La publication de photographies dévoilant un quotidien parfois très personnel peut donc présager d'une quête de reconnaissance.

Sur Instagram, l'utilisateur projette une idéalisation de sa personne à travers son profil comme Marina et Julie qui cherchent à donner la meilleure image d'elles-mêmes, même s'il s'agit de montrer le quotidien. La reconnaissance s'opère alors lorsque les autres membres du réseau social « valident » cette représentation, c'est-à-dire que l'identité perçue est en conformité avec l'idée toute personnelle que l'individu se fait de lui-même. A savoir que cette identité donnée à voir par l'internaute, dont il espère la reconnaissance, repose sur des « singularités subjectives » comme nous l'avons évoqué plus haut.

Nous avons donc vu ici que la « photographie ordinaire » multiplie les occasions d'augmenter sa présence sur le réseaux. En effet, photographier quotidiennement des objets de toutes sortes augmente nécessairement les occasions de partage. De plus, les utilisateurs recourent à des stratégies de mise en visibilité dans l'espoir d'obtenir des retours positifs. Ces interactions viennent alors valider l'identité donnée à voir à travers ces photographies du quotidien.

1.3 Expression d'une certaine créativité

Après avoir vu que les utilisateurs Instagram se servent des « photographies ordinaires » pour valoriser leur singularité, nous souhaitons à présent montrer en quoi ces photos leur permettent d'exprimer le regard original qu'ils portent sur la vie.

Gisèle Freund affirmait déjà en 1974, dans son ouvrage *Photographies et société*, que « l'image répond au besoin de plus en plus urgent de l'homme de donner une expression à son individualité. Aujourd'hui, et malgré les perfectionnements sans cesse grandissants de la vie matérielle, l'homme se sent de moins en moins concerné par le jeu des événements et relégué à un rôle de plus en plus passif. Faire des photos lui semble une extériorisation de ses sentiments, une sorte de création »⁹⁵. Depuis longtemps déjà, la photographie offre un véritable moyen d'exprimer sa subjectivité. A l'heure des réseaux sociaux

94DENOUEL Julie, GRANJON Fabien, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », p. 27

95 FREUND Gisèle, *Photographie et société*, p.7

en ligne il semblerait que ce soit plus que jamais le cas. Il s'agirait même désormais d'exprimer une certaine créativité à travers le regard photographique. Mathieu nous a raconté une anecdote qui illustre bien le propos : il avait particulièrement remarqué le motif sur les sièges de TGV, « un motif qu'on a tous déjà vu, qu'on a en tête et qui n'a pas d'intérêt en soi »⁹⁶ mais Mathieu nous explique qu'en s'y intéressant de plus près il a vu en ce motif un vrai travail graphique qui méritait à ses yeux d'être relevé. En partageant cette photo, Mathieu propose donc un regard original sur le monde, une façon d'observer le quotidien autrement. Ici, l'exemple se rapporte à la passion de Mathieu, qui le caractérise particulièrement : le graphisme. Mais parfois, ce regard original se manifeste à travers l'humour. A titre d'exemple, Léon a pris en photo son petit-déjeuner en forme de « tête de bonhomme » et y applique les *hashtags* suivants : « #ptidej #banane #diet #bonhomme ». Cette photo comptabilise au total sept *likes* et un commentaire : « T es un gosse @leonpicorino »⁹⁷. A travers une photo « banale » de son repas, Léon parvient donc à exprimer un certain sens de l'humour et cette initiative s'avère « payante » puisqu'elle provoque des réactions. Le commentaire vient même confirmer la personnalité de Léon qui se décrit comme quelqu'un qui « ne se prend pas au sérieux ». Il s'agirait là d'une forme de reconnaissance comme nous l'avons vu plus haut. Ici, le fait de pouvoir détourner les objets du quotidien contribue en quelque sorte à la valorisation de l'individu.

L'humour est une donnée importante, elle se retrouve lorsque les utilisateurs cherchent à « dédramatiser » leur activité sur Instagram. Mathieu et Léon expliquent tous deux ajouter des *hashtags* humoristiques « pour rigoler », pour rendre la pratique plus légère. Ceci est plus observable chez les garçons interrogés que chez les filles qui semblent moins dérangées par le fait de se prendre plus au sérieux. Les garçons assument moins le fait de photographier leur environnement quotidien et préfèrent y ajouter une pointe de légèreté pour contourner les critiques éventuelles à l'égard de leurs pratiques.

En somme, par l'exposition du quotidien, les utilisateurs revendiquent une partie de leur personnalité. Ils se jouent de la banalité et parviennent ainsi à retenir l'attention de certains. L'humour est utilisé à la fois dans le but d'exprimer une certaine originalité mais également dans l'intention de « dédramatiser » l'activité. Pierre Bourdieu pointait le fait que « l'innovation est toujours suspecte aux yeux du groupe, et pas seulement en elle-même, c'est à dire en tant que démenti infligé à la tradition. On est toujours porté

96 Annexe 2

97 Annexe 6, p.111

à y voir l'expression d'une volonté de se distinguer, de se singulariser, d'éblouir ou d'écraser les autres »⁹⁸. La « photographie ordinaire » étant encore perçue comme une « étrangeté » pour certains, il est donc préférable d'opter pour une attitude plus « détachée » à son égard.

Ainsi, nous avons pu voir que la « photo ordinaire » permet aux utilisateurs d'affirmer leur différence tout d'abord en exposant leurs goûts (vestimentaires, alimentaires, etc.). Nous avons également compris qu'étendre le champ du « photographiable » offre de multiples occasions de se rendre visible au sein du réseau social, et par là, d'augmenter ses chances d'être reconnu pour sa différence. Enfin, nous avons pu relever une forme de créativité par le regard original qui transparait dans la photographie des objets *a priori* communs et qui ne fait que renforcer l'expression d'une identité unique.

2- La « photo ordinaire » au service d'une identité complexe et changeante

Au delà d'une identité unique, nous tentons de comprendre à présent en quoi la « photo ordinaire » offre la possibilité d'exprimer une identité complexe, ne se résumant pas à quelques traits parfois trop réducteurs, ainsi qu'une identité évoluant au fil du temps. De cette manière, nous montrons comment les individus parviennent à « se raconter » à mesure que les photographies s'accumulent sur le profil.

2.1 Détachement du corps : pour une identité multiple

A nouveau, nous souhaitons rappeler certains des désirs évoqués par Roland Barthes à propos de la photographie : « Au fond, une photo ressemble à n'importe qui, sauf à celui qu'elle représente. Car la ressemblance renvoie à l'identité du sujet, chose dérisoire, purement civil, pénale même ; elle le donne « en tant que lui-même », alors que je veux un sujet « tel que lui-même » »⁹⁹. Finalement, ce que Roland Barthes reproche à la photographie « traditionnelle » (en opposition avec la « photo ordinaire » qui nous intéresse ici), c'est qu'elle ne puisse pas transmettre la « complexité » de la personne représentée. C'est donc cela que la « photo ordinaire » va chercher à pallier.

⁹⁸ BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.74

⁹⁹ BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p.160

Il semblerait que l'album photo soit déjà davantage en mesure de témoigner de cette identité « complexe ». En effet, il offre à voir une palette de situations, de scènes vécues, à différents moments de la vie qui contribuent à laisser une certaine impression générale sur la personne. Le profil Instagram joue ce même rôle en proposant une vue d'ensemble des photographies. Nous y reviendrons plus tard. Ce qui nous intéresse ici, c'est le fait que les utilisateurs Instagram font en sorte de se détacher du corps, de la représentation purement physique, pour se tourner vers leur environnement matériel. Ainsi, même si le corps ne disparaît pas avec l'identité numérique puisque cette dernière regorge de traces corporelles, il est intéressant de remarquer que « les enjeux associés aux identités numériques concernent justement la mise en visibilité des éléments que l'identité régaliennne exclut de son champ d'analyse »¹⁰⁰. Photographier son équipement sportif (en référence au profil de Léon)¹⁰¹, et le partager, serait par là un moyen de montrer que le sport fait partie de sa vie, prendre en photo son chien ou son chat c'est aussi prouver que l'on aime les animaux, montrer qu'on en possède, etc. Les utilisateurs ne limitent donc pas leur représentation à un seul et unique cliché, ils profitent au contraire des modalités proposées par Instagram pour exposer les multiples facettes du moi. Nous nous apercevons vite « qu'au delà du paraître, c'est bien une question d'être dont il s'agit »¹⁰². Francis Jauréguiberry explique que le blog permet aux internautes de « déployer une part d'eux-même que leur position sociale rend difficile à vivre. Le blog leur permet d'habiter et de développer des pans de leur personnalité jusqu'alors floués, contrariés, voire interdits par leur environnement social »¹⁰³. Nous supposons ainsi que les photographies du quotidien jouent ce même rôle, et l'accentuent même, car il est incontestablement plus simple et rapide d'immortaliser un instant pour le publier via un smartphone que de prendre le temps d'écrire un article sur un blog. Le profil Instagram servirait alors de « vitrine », exposant plusieurs vies en simultané. Serge Tisseron précise que les individus ont toujours montré différentes facettes en fonction de leur public, mais ce qui se présente désormais comme une nouveauté, c'est bien le fait de pouvoir les réunir sur un seul et même espace : le profil.

Joëlle Birman écrivait en 2011 que « le corps s'impose dorénavant comme le seul fondement solide quant à la construction du sujet, avec toute la fragilité que cela suppose »¹⁰⁴. Nous ne partageons donc

100 COUTANT Alexandre, STENGER Thomas, « Production et gestion d'attributs identitaires », p. 65.

101 Annexe 7, p.112

102JAUREGUIBERRY Francis, *Les tyrannies de la visibilité : être visible pour exister ?*, p.139

103Ibid.

104 BIRMAN Joëlle, *Les tyrannies de la visibilité : être visible pour exister ?*, p.48

pas ce point de vue puisque les individus montrent avec la « photo ordinaire » qu'ils accordent de plus en plus d'importance à leur environnement. Se tourner vers les objets, c'est en effet trouver un moyen de donner à voir une identité multiple, ce que la relation en face à face ne permet pas toujours. Ce qui expliquerait notamment pourquoi de nombreuses célébrités se mettent en scène sur Instagram, montrant qu'elles ne se résument pas à l'image médiatique. Ce comportement numérique, qui vise à se détacher du corps, s'expliquerait aussi peut-être par le souhait d'exprimer une certaine authenticité comme nous le verrons plus bas.

2.2 La photographie au rythme de la quotidienneté : pour une identité mouvante

La « photographie ordinaire » cherche à montrer les multiples facettes du moi mais nous voyons ici qu'elle permet aussi d'exposer une identité mouvante. Contrairement au caractère figé de la photographie, le profil Instagram donne la possibilité d'exposer une évolution dans le temps et de se calquer sur le rythme de la quotidienneté.

En effet, la plate-forme en ligne, ou plus généralement le langage informatique, offre un contexte particulier à caractère évolutif. Les utilisateurs profitent alors de cette particularité pour faire état de leurs humeurs, leurs sentiments ou leurs envies qui changent jour après jour. Léon, Marina et Julie nous expliquent qu'ils publient environ une photo par jour. Pour Marina et Julie il s'agit généralement d'exprimer « l'humeur du jour, l'esprit du moment »¹⁰⁵. Elles précisent alors avec des *hashtag* du type « #happy, #badday » ou « #summer, #hot » lorsqu'elles parlent du temps. Nous pouvons relever d'autres exemples de ce genre, comme Léon qui a publié une photo de sa bière, sur laquelle nous remarquons qu'il se trouve dans un bar, et il précise dans la légende la chose suivante : « Les vacances commencent #guinness #vacances #bières #happyhour #dimanche »¹⁰⁶. Cette photo exprime donc une certaine joie d'être en vacances, de pouvoir profiter de l'happyhour entre copains. De même pour Caroline qui a pris son flacon d'huile de monoï en photo et ajoute ceci : « Et je l'ai enfin ressortie !! #monoï #huiletiaré <3 #yvesrocher #loveit #summer @yvesrocherfrance »¹⁰⁷. Tous ces exemples nous révèlent à quel point la « photo ordinaire » suit les états d'âmes des utilisateurs. Le fait de capturer chaque moment du quotidien permet de manifester une identité en action, changeante au fil des jours ou même parfois des

105 Annexe 4

106 Annexe 8, p.114

107 Annexe 9, p.113

heures.

Le caractère journalier de la « photographie ordinaire » s'accorde donc avec l'architecture des réseaux sociaux qui prescrivent dans leurs usages une activité quotidienne. Les utilisateurs se sont pris au jeu de la mise en scène quotidienne et photographient des objets rythmant leurs journées pour exprimer à travers eux ce qu'ils ressentent, ce qui les caractérise au mieux à un instant donné. De plus, nous pouvons supposer qu'à travers ce type de photographies les utilisateurs font passer un message exposant aux autres qu'ils mènent une « vie bien remplie ». En effet, publier une photographie d'un plat pris au restaurant expose moins l'assiette en elle-même que le fait de pouvoir manger dans un bon restaurant. Mathieu affirme à cet égard qu'il publie parfois des photographies avec l'intention de rendre ses amis envieux de son train de vie.

2.3 Une mise en récit de la banalité

Il s'agit de voir dans quelle mesure la « photographie ordinaire » s'insère dans une logique de mise en récit de la vie ordinaire, de « narrativisation » du quotidien. Pierre Bourdieu évoquait cet aspect avec l'album photo traditionnel qui figure en quelque sorte comme un livre retraçant le parcours d'une vie. Nous voyons ici quels changements interviennent avec le profil Instagram.

Déjà avec la « photographie traditionnelle », il n'était pas « difficile de construire pour chacun, avec son album, une petite mythologie familière dont les personnages seraient ses proches, et les lieux consacrés les étapes solennellement fixées qui ont marqué sa vie »¹⁰⁸. Si la photographie à elle seule ne constitue pas un récit, lorsqu'elle est associée à d'autres elle peut tout à fait raconter une histoire en images. Si l'album photo en est capable, il en est de même pour le profil Instagram. Néanmoins, nous ne retrouvons pas tout à fait la même chronologie, c'est-à-dire que l'album photo propose une lecture qui s'organise généralement des clichés les plus anciens aux plus récents, alors que sur le profil, dans une logique d'actualisation, ce sont les photos publiées en dernier lieu qui s'affichent avant les photos plus anciennes. Ainsi, le profil emprunterait sa logique au modèle journalistique qui s'attelle à faire le récit de l'actualité. C'est ce que fait Léon par exemple lorsqu'il décide de publier des photos de ses cours

108 BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.305

avec en légende : « Je tiens le bon bout... #révision #partiel »¹⁰⁹, la photo suivante le montre en train de boire un verre avec un ami, il écrit : « Ce soir on fête le J-6 de nos partiel...#grenoble #tequilasunrise #prépartiel #copain #stanislasseven »¹¹⁰, puis une troisième photo dans le tramway, une bière à la main, vient clôturer « l'épisode » des partiels en passant le message suivant : « Ce soir on met le feu!!! #partiel #rideau #déraper #copains »¹¹¹. Nous pouvons relever un autre exemple sur le profil de Mathieu qui publie une première photo de ses cartes de visite qu'il venait semble-t-il de faire imprimer, dans la légende il écrit : « Coucou. Elles sont là. #cartesdevisite »¹¹², la photo suivante montre l'ensemble des cartes avec les coins découpés, Mathieu écrit : « Voilààà! 164 coins en moins. »¹¹³. Caroline quant à elle, a ouvert son compte Instagram en publiant une photo de son ordinateur portable où l'on pouvait voir à l'écran un compte encore vierge de photos, et pour accompagner cette première photo elle écrit : « #instagram account is up ! », comme si l'histoire de sa vie en images débutait ici-même. Nous pouvons donc affirmer que les « photographies ordinaire » se manifestent sous forme d'information qui, juxtaposées les unes aux autres, racontent une petite histoire du quotidien.

La « narrativisation » du quotidien peut également intervenir dans le profil lorsque l'utilisateur cherche à unifier l'ensemble de ses photographies. Caroline nous a par exemple révélé vouloir garder une sorte de cohérence en appliquant des filtres photos qui, esthétiquement, ne s'éloignent pas trop les uns des autres. Ceci comme pour ancrer l'histoire dans un registre particulier.

Roland Barthes soulignait que « la Photographie, c'est l'avènement de moi-même comme autre : une dissociation retorse de la conscience d'identité »¹¹⁴. Considérant cela, nous supposons que cette mise en récit est aussi un moyen d'adopter un regard rétrospectif sur sa propre vie. Toutes les personnes interviewées nous ont répondu consulter régulièrement leur profil. Elles disent le faire pour se remémorer certains souvenirs mais nous pensons qu'il s'agirait davantage d'un « dédoublement réflexif (mouvement qui consiste à s'observer soi-même en train de penser, d'agir...) »¹¹⁵ propre à l'homme. En effet, Marina nous avoue à ce titre que les photos qu'elle prend pratiquement tous les jours l'aident à prendre confiance en elle, à s'approprier sa propre image, son propre « monde », à se construire sa

109 Annexe 10, p.114

110 Annexe 11, p.114

111 Annexe 12, p.115

112 Annexe 13, p.115

113 Annexe 14, p.115

114 BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p.28

115 KLEIN Annabelle, « Entre médiation et médiatisation, dynamiques identitaires en jeu dans les dispositifs d'autopublication sur Internet »

« bulle » pour reprendre ses termes. Selon Serge Tisseron, « la plupart des échanges dans les espaces virtuels sont en effet « non adressés ». Autrement dit, ils ne sont adressés qu'à soi-même. Mais pour celui qui se parle ainsi c'est déjà beaucoup. Car se raconter est toujours une façon d'amplifier les résonances intimes de sa propre vie »¹¹⁶.

Nous avons donc vu que les utilisateurs prennent des photos de leur environnement quotidien car associées à d'autres, elles permettent notamment d'exprimer une identité multiple qui ne peut se résumer à la somme des traits physiques. Les utilisateurs ne se contentent alors pas de représenter le corps, ils utilisent la « photo ordinaire » afin de dévoiler les multiples facettes de leur personnalité. De même, lorsqu'elle est publiée quotidiennement, la « photographie ordinaire » offre la possibilité d'exposer ses états d'âmes, les rebondissements du quotidien, etc. En somme, les utilisateurs fabriquent un récit de leur vie quotidienne à travers les photographies de leur environnement dans le but de valoriser toute l'étendue de leur identité et d'adopter un regard rétrospectif sur leur propre mode de vie.

3- Adopter les valeurs du groupe

Nous étudierons ici les façons dont l'individu se rattache au groupe à travers la « photographie ordinaire ». En effet, l'utilisateur, ou plus généralement l'être humain, cherche constamment le juste équilibre entre « l'envie de se démarquer des autres en affirmant son individualité, et le besoin de se conformer aux goûts dominants de son milieu social »¹¹⁷. Nous verrons donc que la pratique de la photographie, même « ordinaire », comporte un système de normes auxquelles doit se conformer l'utilisateur. Ainsi, nous observerons en quoi cette photographie renforce l'appartenance à un ou plusieurs groupes. Ensuite, nous verrons dans quelles mesures la « photo ordinaire » produite par les autres agit sur les comportements extérieurs au réseau social.

3.1 Une pratique normée : les limites du photographiable

De prime abord nous aurions pu penser que la « photographie ordinaire » ne se référait à aucun système de normes bien définies puisque tout semble désormais photographiable. Les limites qui cadraient la

116 TISSERON Serge, *Les tyrannies de la visibilité : être visible pour exister ?*, p.124

117 CASILLI A. Antonio, « Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité ? », p.216

pratique restreinte au départ au portrait, puis aux grands événements solennels et plus récemment aux moments forts de la vie semblent avoir disparu pour laisser place à une pratique dérégulée, livrée à « l'anarchie de l'improvisation individuelle »¹¹⁸. C'est certainement en raison de ce dérèglement apparent qu'elle est tant critiquée par ceux qui ne la pratiquent pas. Or, nous voyons dans cette partie que tout ne peut pas être photographié, du moins pas sans raison valable.

Pierre Bourdieu défend le fait que « rien n'est plus réglé et plus conventionnel que la pratique photographique et les photographies d'amateurs : les occasions de photographier, comme les objets, les lieux et les personnages photographiés ou la composition même des images, tout semble obéir à des canons implicites qui s'imposent très généralement »¹¹⁹. L'auteur explique que même si la photographie est le résultat d'une conduite personnelle, cette conduite intériorise toutefois les normes du groupe. Cette réflexion ne s'appliquait certes pas à notre objet d'étude, mais le sociologue précisait que même si le champ du « photographiable » s'élargit, il y a toujours des photos qu'on se doit de *prendre* ou de ne pas *prendre*. Dans notre cas, il serait plus juste de dire qu'il y a des photos qu'on se doit de *publier* ou de ne pas *publier*.

En effet, lors des entretiens, toutes les personnes interviewées nous ont affirmé que la condition première pour qu'une photographie soit partagée sur le réseau social, c'est qu'elle présente un intérêt pour les autres. Marina le confirme : si elle prend des photos en partie pour elle c'est avant tout pour les autres qu'elle les publie. En fait, tout, ou presque tout, peut être photographié pour être publié ensuite à partir du moment où la scène représentée fait sens. Par exemple, lorsque Caroline publie une photo de sa bougie allumée¹²⁰, qui n'a pas grand intérêt en soi, elle se doit de justifier une telle action, elle doit prouver que l'objet n'a pas été pris par hasard. Ainsi, pour cet exemple, Caroline a ajouté une légende dans laquelle elle raconte brièvement qu'elle s'accorde un moment de détente « sous la couette » après un « beau week-end ensoleillé ». En publiant cette photographie, Caroline ne tient pas particulièrement à exposer sa bougie, par contre, elle cherche à faire savoir qu'elle a passé un bon week-end et qu'elle prend le temps de se détendre avant la reprise de la semaine. Pour prendre un exemple similaire : Mathieu a publié une photo de son menu *Burger King* en écrivant dans la légende « Où suis je ??? »¹²¹.

118 BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.25

119 Ibid.

120 Annexe 15, p.116

121 Annexe 16, p.117

Ici l'attention ne porte pas tant sur le fait qu'il ait mangé un hamburger et des frites mais plutôt sur le fait qu'il ait pu manger dans l'un des tout premiers restaurants *Burger King* ouvert en France. L'objet prend donc la forme d'un indice, il doit signifier autre chose par sa présence, et non pas se donner à voir pour lui-même. Nous verrons dans les parties suivantes comment les utilisateurs parviennent à créer cet intérêt nécessaire à la publication.

Aussi, nous avons demandé aux interviewés quelles étaient les photographies qu'ils ne tenaient pas à partager sur Instagram. Ils ont majoritairement répondu qu'il s'agissait de photographies en lien avec leur cercle familial et pensent qu'elles ne présentent aucun intérêt pour les autres, ils préfèrent donc les garder en souvenir pour eux-mêmes. Ainsi, il semblerait que la « photographie ordinaire », lorsqu'elle est « justifiée », porte en elle quelque chose de commun, qui peut potentiellement concerner d'autres personnes que celle qui l'a prise. Un joli plat, un tatouage, des chaussures sont des objets qui peuvent « parler » à beaucoup de gens. Tandis que la photographie de famille, par exemple, apparaît trop personnelle. Ceci rejoindrait les affirmations d'Adeline Wrona lorsqu'elle parle des usages socialisés du portrait que l'on retrouve aujourd'hui sur les réseaux sociaux ; c'est-à-dire que les individus intègrent les autres à leur portrait (leur profil dans notre cas) qui fonctionne comme une association à la fois du « *je* » et du « *nous* ».

La « photo ordinaire » s'insère donc dans une logique de groupe puisque la pratique est nécessairement normée par ce dernier. Les individus sont toujours à la recherche d'un système de normes, même lorsque de nouveaux usages apparaissent. Ainsi, la « photographie ordinaire » est limitée par l'intérêt qu'elle produit. Tous les objets ne peuvent pas être photographiés s'ils ne « parlent » pas. Cette photographie doit impérativement apporter une information pouvant faire sens auprès des membres du réseau.

3.2 Un exposition de l'intégration au groupe

Nous voyons maintenant comment le fait de photographier son environnement quotidien offre la possibilité d'affirmer, ou de réaffirmer, son intégration au groupe.

« La photographie elle-même n'est rien, le plus souvent, que la reproduction de l'image que le groupe

donne de son intégration »¹²². Lorsque Pierre Bourdieu soulevait cet aspect de la photographie, il faisait particulièrement allusion à la photographie de famille. Néanmoins, il semblerait que cette affirmation puisse être applicable à la « photographie ordinaire ». Comme nous l'avons énoncé plus haut, cette photographie ne fait de toute façon pas référence au groupe familial qui reste réservée à un contexte « privé ». En revanche, nous avons pu observer que bon nombre d'objets photographiés sont associés à une personne ou un groupe de personnes. La « photo ordinaire » partagée sur les réseaux sociaux serait alors une preuve de son intégration, non pas à la famille, mais aux différents groupes qui composent la vie sociale (amis, travail, loisirs, etc.). Tout d'abord, tous les profils des personnes interrogées comportent au moins une photo d'un verre, d'une bière, d'un café pris en terrasse (même Caroline dont le compte est moins personnel, basé sur les thématiques recettes et beauté). Précisons d'ailleurs que ce type de photos (un verre en terrasse) est l'un de ceux qui revenaient le plus souvent parmi les photos de type « ordinaires » dans notre analyse du site *Instant Peeping*¹²³. Comme nous l'avons expliqué plus haut, l'objet fait ici figure d'indice pour signifier l'action ; en l'occurrence que la personne boit un verre avec un ou une amie. Nous observons donc par là, que les utilisateurs ont trouvé dans cette photographie un moyen d'attester qu'ils ont une vie sociale riche et variée.

De même, cette photographie pourra venir à nouveau souligner le lien qui unit les quelques personnes présentes autour de la table puisque les utilisateurs font souvent la démarche de *taguer* ces personnes (notifier une personne via un lien hypertexte), même si elles ne sont pas directement sur la photo. La photo vient alors symboliser ce moment sans grande prétention, qui fait partie des activités quotidiennes, mais qui finalement agit comme une preuve de son intégration sociale et de son appartenance à un groupe donné. Même en étant seuls, les utilisateurs prennent parfois des photos expressément pour les publier à l'attention d'une ou plusieurs personnes. Mathieu explique qu'il fait des sortes de « clins d'œil » en photographiant un objet qui lui fait penser à un proche. De même, Julie intègre parfois une personne dans la légende qui accompagne sa photo même si l'objet représenté n'a pas tant de rapport avec elle. Rappelons que ces petites attentions sont exposées aux yeux de tous sur Instagram. Ainsi, la « photo ordinaire » agirait comme un moyen d'affirmer les liens qui nous unissent les uns aux autres. Les objets photographiés témoigneraient d'un moment passé ensemble, d'une pensée accordée à un proche, à un ami. Il s'agit de revendiquer sa sociabilité quotidienne.

122 Ibid. p.48

123 Annexe 22, p.120

En photographiant les scènes qui ont fait l'objet de moments passés ensemble, en prenant des objets avec l'intention de faire passer un message à un proche, les utilisateurs Instagram montrent à la communauté qu'ils possèdent une véritable vie sociale qui se joue au quotidien. En même temps, ils trouvent le moyen de perpétuer la communication, de préserver les liens, au delà de la relation en face à face. Cette sociabilité est montrée et les photographies viennent attester publiquement de sa richesse.

3.3 Instagram : Observer et s'inspirer des autres

Nous cherchons à montrer ici comment s'articule le modèle d'indexation proposé par Instagram et à comprendre comment les utilisateurs l'utilisent pour s'identifier et se comparer à des communautés partageant les mêmes centres d'intérêt.

Nous savons que les individus sont disposés à observer une forme de vie quotidienne mise en scène dans les séries télévisées, en partie parce qu'ils se reconnaissent dans certains traits de caractère des personnages ou au travers des relations interpersonnelles. Nous retrouvons une logique similaire sur Instagram qui serait en partie due à la mise en scène de la vie quotidienne que nous avons évoquée plus tôt. En effet, Marina nous rapporte par exemple que son premier réflexe en se levant est d'ouvrir son application Instagram et parcourir les derniers clichés apparaissant sur son fil d'actualité. Julie ajoute même qu'elle le fait plusieurs fois par jour. A la manière d'un feuilleton, les utilisateurs suivent les « péripéties » journalières des gens à qui ils se sont abonnés.

Mais au delà de cet aspect, Instagram offre la possibilité aux utilisateurs d'indexer eux-mêmes leurs photographies. Comme nous l'avons vu, les utilisateurs peuvent ajouter des *hashtags* qui permettent de regrouper les photos sur un même espace. Dans la barre de recherche « explorer », les utilisateurs Instagram peuvent d'eux-mêmes lancer une recherche par mot-clé. Aussi, lorsqu'ils ajoutent un *hashtag* sur leur propre photo, ils peuvent consulter les publications qui comportent le même. Les utilisateurs se retrouvent donc à consulter des productions similaires aux leurs, portant sur les mêmes sujets, les mêmes objets, les mêmes centres d'intérêt. Léon nous explique par exemple qu'il écrit « #diet » lorsqu'il publie une photographie de son petit-déjeuner. Ainsi, il a directement accès à toutes les photos avec ce même *hashtag* « #diet » en même temps qu'il s'intègre dans une communauté de personnes qui se soucient particulièrement de leur régime alimentaire. Il nous confie également qu'en consultant la liste

des photographies incluant cet *hashtag* « #diet », il s'est inspiré d'une recette de pancakes précisée en légende de l'une des photographies. Les utilisateurs semblent donc se servir de ce modèle d'indexation pour se comparer les uns aux autres et s'inspirer de certains modes de vie en rapport avec leurs aspirations. Il est nécessaire de préciser que le réseau social ne crée pas de nouvelles vocations. En effet, une personne qui n'affectionne pas particulièrement les tatouages ou les animaux, ne sera pas plus exposée aux photos de ce genre sur Instagram si elle ne fait pas la démarche de les rechercher. Finalement, les centres d'intérêt se regroupent et les utilisateurs ne font que se conforter dans leur façon de vivre leur quotidien en s'identifiant à celui des autres. Cette observation rejoint ce qu'avance Annabelle Klein : ce qui est en jeu dans une page personnelle ne doit « pas être considéré comme une simple exposition de soi où l'on se pose identitairement mais plutôt comme un appel à l'autre. Les pages personnelles posent plutôt la question du « qui suis-je ? » à travers le détour de l'autre »¹²⁴.

Pour illustrer plus clairement ceci, nous avons observé comment s'articulait les interactions autour du compte d'une coach sportive réputée en Australie qui propose un programme payant de remise en forme disponible sur un site annexe. Sur son compte, elle poste chaque jour des photos de ses séances de sports, de ses plats ou autres détails de son quotidien ainsi que les progrès physiques de ses clientes. Aujourd'hui, son compte, sous le nom de *kayka_itsines*, fédère plus de sept cent mille abonnés, en majorité des jeunes filles. Lorsque nous entrons dans la barre de recherche la requête « #kaykraitsines » nous accédons à une liste de photos des filles qui suivent le programme et qui font quotidiennement état de leur progrès, de leur régime alimentaire ou de leurs exercices physiques à travers des « photographies ordinaires ». Dans les commentaires, elles sont félicitées pour leurs progrès, elles s'encouragent mutuellement, se donnent des conseils, se partagent des recettes, etc. En somme, par l'exploitation de ce mot-clé « #kaykraitsines », les jeunes filles se créent une communauté qui partage un même objectif, un même discours, un quotidien semblable sur plusieurs points. Finalement, la communauté agit comme une source de motivation que les jeunes filles parviennent à obtenir en dehors de leur entourage. A tout moment, elles peuvent publier une photographie pour se confier, faire part de leur doutes, de leurs écarts mais aussi de leurs joies. Et lorsqu'elles parviennent à obtenir des résultats, les *likes*, les commentaires et les abonnés affluent. Nous imaginons que le sentiment de valorisation est alors extrêmement grand et qu'il peut même être perçu comme une fin en soi. A ce titre, bon nombre de comptes sont ouverts dans l'unique but de faire partie de la communauté.

124 KLEIN Annabelle, « Entre médiation et médiatisation, dynamiques identitaires en jeu dans les dispositifs d'autopublication sur Internet »

Nous avons donc pu voir que les utilisateurs s'observent, se jugent, se comparent, se rassurent à travers des photographies qui dévoilent une partie de leur quotidien à la manière d'une série, ou plutôt d'un épisode de *télé-réalité*. Il y a peut-être là une façon de valider sa propre vie à travers celle des autres, à l'image des conversations en face à face qui se ponctuent de « moi je », où chacun raconte sa propre expérience dans laquelle tout le monde finit par s'y retrouver. Il s'agit peut-être de s'imiter également. Les interviewés restent assez réservés lorsqu'on aborde le sujet, ils ne savent pas bien eux-mêmes pourquoi, chaque jour, ils « mangent de l'image » pour reprendre l'expression de Mathieu.

Nous avons étudié au long de cet axe de réflexion les modalités d'expression de l'identité que l'on retrouve à travers la « photographie ordinaire ». Nous observons finalement, comme le souligne Patrice Flichy, que « la production de soi est un long travail de collecte et d'assemblage qui joue sur les affinités et l'autonomie »¹²⁵. Repousser les limites du « photographiable » c'est avant tout multiplier les occasions d'augmenter sa présence au sein de la sphère publique. Les utilisateurs Instagram n'hésitent plus à immortaliser chaque petit instant de la journée *a priori* sans grande « valeur » pour exposer leurs passions, leurs goûts, leur mode de vie qui n'appartient qu'à eux. Ils font parfois preuve de créativité en montrant qu'ils sont capables d'adopter un regard original sur la vie quotidienne, de « jouer » avec les rituels qui composent leurs journées. En somme, ils revendiquent à travers ces photos une certaine originalité, une identité unique qu'ils tenteront de faire valider par la communauté. Aussi, la « photo ordinaire » leur donne les moyens d'exprimer une identité multiple, ils trouvent là une façon de pallier la principale contrainte de la photographie représentant un individu trop figé, trop plat, sans nuance. En effet, les utilisateurs profitent des fonctionnalités du réseau social pour se construire un profil gorgé d'images, d'objets et de scènes photographiés en tout genre, rythmé par les « péripéties » du quotidien, formant un récit, certes ordinaire, mais avant tout singularisant. Enfin, nous avons également constaté que la « photo ordinaire » est utilisée comme moyen de se conformer aux attentes du groupe, de revendiquer sa sociabilité au jour le jour et de se rallier à certaines communautés qui peuvent parfois être sources d'inspiration. La « photographie ordinaire » s'insère donc dans un jeu identitaire complexe, à la fois de conformité et de distanciation.

125 FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires*, p.29

III- LA « PHOTO ORDINAIRE » COMME TRAVAIL AU SERVICE DE LA SOCIABILITE

Après avoir observé dans quelle mesure la « photographie ordinaire » servait des intérêts liés à l'identité, nous nous intéresserons dans ce dernier chapitre aux propriétés et aux spécificités d'une telle photographie. Nous verrons que son existence repose essentiellement sur le caractère instantané de sa publication. Nous chercherons également à comprendre le statut qu'elle occupe actuellement dans un contexte repoussant sans cesse les frontières entre sphères publiques et privées. Ensuite, nous étudierons en quoi cette photographie emprunte au modèle conversationnel. Enfin, nous expliquerons pourquoi elle requiert certaines compétences pour sortir de son apparente banalité.

1- L'intérêt éphémère de la photo ordinaire

Dans cette première partie, nous tentons d'exposer les ressorts du caractère instantané, presque éphémère, de la « photographie ordinaire ». Il s'agit de montrer que cette photographie présente un intérêt limité dans le temps et qu'elle donne l'illusion d'une spontanéité retrouvée.

1.1 Un partage instantané

Nous cherchons à expliquer ici en quoi la « photographie ordinaire » se distingue de la photographie « traditionnelle » dans un contexte numérique particulier qui favorise la publication instantanée des productions photographiques.

La photographie est traditionnellement associée au souvenir. Elle offre la possibilité de cristalliser les « bons moments » qui susciteront une certaine nostalgie. « Dans la Photographie, je ne puis jamais nier que la chose à été là »¹²⁶ soulignait Roland Barthes. L'image photographique vient donc certifier un état relégué au passé, une situation qui a existé mais qui n'est plus. Elle offre une conscience non pas de « l'être là » mais de « l'avoir été là ». C'est du moins le contrat initial que devait remplir la photographie. Or, nous pensons qu'à l'heure de la « photographie ordinaire » partagée sur les réseaux

126 BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p.120

sociaux, le sentiment de « l'avoir été là » s'estompe peu à peu pour laisser place à un nouveau rapport temporel de la photographie. Pour tenter de justifier l'affirmation suivante, nous nous sommes reportés aux témoignages recueillis pendant nos entretiens. Toutes les personnes avec qui nous nous sommes entretenus nous ont affirmé publier leurs photographies instantanément après la prise dans la mesure du possible. Comme nous l'avons vu, ceci est désormais possible grâce aux fonctionnalités du smartphone et aux modalités de publication offertes par l'application. Marina et Julie expliquent que la photographie représentant une scène du quotidien doit être publiée immédiatement, au moment même où l'action se produit, sans quoi elle n'a plus d'intérêt et « ça n'a plus de sens »¹²⁷. De même, Mathieu fait toujours en sorte de publier ses photos dans l'instant, et s'il ne le fait pas, c'est uniquement par manque de temps, ou parce qu'il n'a pas assez de connexion. Il nous raconte à ce sujet qu'il lui est arrivé de publier une photo le jour d'après, et que par conséquent, un ami lui a rapporté être au même endroit au même moment, ce qui n'était évidemment pas le cas. C'est donc une croyance forte qui s'installe petit à petit : la photo publiée vient forcément d'être prise à l'instant. Afin d'illustrer ceci, nous avons relevé une photo de Mathieu, publiée le 8 mai 2014, sur laquelle nous apercevons des figurines de petites tailles. Dans la légende il ne précise pas la nature de l'image mais l'un de ses contacts a ajouté le jour même le commentaire suivant : « Toi tu es à la Gaîté Lyrique ! »¹²⁸. Ainsi, il semblerait que le sentiment de « l'avoir été là » se transforme avec la « photo ordinaire » en sentiment de « l'être là », du « c'est en train d'être ».

Ce sentiment semble également s'accompagner d'un intérêt éphémère pour la « photographie ordinaire » comme nous venons de l'évoquer lorsque Marina explique que la photo doit être publiée dans l'action ou quand Léon dit qu'il n'y pas d'intérêt à publier une photo de ses nouvelles chaussures si ce n'est pas fait immédiatement après l'achat. Le caractère éphémère de cette photographie peut également être observé à travers l'organisation de la plate-forme. En effet, une photographie référencée grâce à un *hashtag* ne bénéficiera que d'un temps de visibilité assez limité sur l'espace consacré à ce mot-clé. Ceci puisque la photo sera très vite « noyée » dans la masse de photographies venant s'ajouter chronologiquement les unes après les autres. A titre d'exemple, si nous reprenons l'*hashtag* « #diet » cité précédemment par Léon, plus de neuf millions de photographies sont référencées dans la liste qui lui est réservée et environ cinquante sont publiées toutes les six minutes. Nous imaginons par là que les utilisateurs ne défileront pas la liste indéfiniment et se contenteront de consulter les photographies les

127 Annexe 4

128 Annexe 17, p.117

plus récentes qui apparaissent en première position. L'interface paraît ainsi favoriser une « photo instant » davantage qu'une « photo souvenir ». Aujourd'hui cette tendance est confirmée notamment avec le succès de l'application Snapchat proposant aux utilisateurs de prendre une photo qui sera automatiquement supprimée après quelques secondes de partage.

Nous avons donc vu ici que la « photo ordinaire » s'appuie davantage sur le registre de « l'être là » que celui de « l'avoir été là ». Cette affirmation est confirmée par Eliséo Véron qui s'intéresse au mécanisme en jeu dans la photo de presse. « Ici, c'est le présent, l'actualité de l'image qui prime »¹²⁹. De plus, cette photo ne semblerait susciter qu'un intérêt éphémère : même si la photographie reste présente sur le profil, son archivage n'en est que temporaire. C'est précisément pour cette raison que nous ne partageons pas complètement le point de vue d'André Gunthert lorsqu'il souligne que « l'usage le plus important des plates-formes est celui de la consultation encyclopédique »¹³⁰.

1.2 Une illusion de vérité et de spontanéité

Nous cherchons maintenant à voir comment les utilisateurs exploitent ce sentiment de « l'être là » pour appuyer une forme d'authenticité. Nous voyons en effet que l'apparente spontanéité de partage sert de prétexte pour attester le fait que l'image donnée à voir à travers les photographies du quotidien est bien une réalité.

Selon Daniel Dayant, deux craintes accompagnent la photographie depuis sa naissance : « La première concerne la vérité, c'est à dire, la fidélité des représentations à ce qu'elles représentent. En se glissant en intruse entre les choses et nous, en les effaçant de notre champ de vision, pour les remplacer par des constructions, l'image ment... La seconde concerne l'authenticité, c'est à dire, la qualité de l'expérience immédiate. Par la distance, qui délocalise l'expérience, l'ampute de ses racines et l'aplatit, l'image exclut l'authenticité »¹³¹. Finalement, nous prenons conscience que la « photographie ordinaire », par les qualités que nous venons d'énoncer juste au dessus, vient atténuer ces deux craintes. En effet, en photographiant presque quotidiennement des scènes relevant de l'ordinaire, du commun, les utilisateurs

129 VERON Eliséo, « De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo »

130 GUNTHERT André, « L'image partagée »

131 DAYANT Daniel, « Entre public et privé : la construction sociale des images »

certifient ne rien cacher de leur vie. Ils prétendent se donner à voir tels qu'ils sont vraiment. A cet égard, lorsque la photo est publiée sans filtre, les utilisateurs s'empressent d'ajouter le *hashtag* « #nofilter »¹³², comme nous l'expose Marina. De plus, la publication instantanée crée une illusion d'authenticité dont ne bénéficiait pas la photographie « traditionnelle ». En abolissant la distance temporelle dont parlait Daniel Dayant, elle peut désormais retranscrire l'expérience immédiate. Dès lors, les utilisateurs profitent de ces spécificités pour authentifier le quotidien qu'ils donnent à voir sur le réseau social. Plus que jamais, la photographie joue son rôle de preuve. « Dans la Photographie, je ne puis jamais nier que la chose à été là »¹³³ disait Roland Barthes, aujourd'hui il s'agit de prouver sa sociabilité, de faire état de son mode de vie, de certifier l'image que l'on cherche à produire, de faire croire que l'on ne triche pas. Néanmoins il ne s'agit là que d'une illusion puisque, même si la photo est publiée instantanément après la prise, l'objet est sélectionné de sorte à orienter l'impression, et par dessus tout, les utilisateurs « travaillent » la prise de vue en s'y reprenant à plusieurs fois. De même, tous les interviewés nous ont avoué essayer plusieurs filtres pour créer le meilleur effet et parvenir à transmettre une ambiance avantageuse.

En somme, la « photo ordinaire » invite les utilisateurs à mettre leurs a-priori de côté. A la différence de la photo « posée » qui « indique la maîtrise, par celui qui est représenté, de sa propre stratégie énonciative »¹³⁴, elle authentifie l'image qui apparaît moins travaillée, moins contrôlée.

2- Une reconfiguration des sphères publiques et privées

Dans cette partie nous nous intéressons aux transformations des rapports entre sphères publiques et sphères privées. La question doit se poser puisque les photos des objets ordinaires recouvrent les instants du quotidien, qui semblent *a priori* relever de la vie privée. Nous voyons ici que ce n'est pas systématiquement le cas.

« Chaque photo est lue comme l'apparence privée de son référent : l'âge de la Photographie correspond précisément à l'irruption du privé dans le public, ou plutôt à la création d'une nouvelle valeur sociale,

132 Annexe 4

133 BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p.120

134 VERON Eliséo, « De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo »

qui est la publicité du privé »¹³⁵. Les débuts de la photographie montrent donc que les individus cherchent depuis longtemps déjà à injecter une part de leur vie privée dans la sphère publique. En effet, comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, dévoiler son intériorité offre l'occasion de faire valider sa singularité par autrui. Mais pouvons nous vraiment parler de « vie privée » lorsqu'on aborde la question de la « photographie ordinaire » ? Il semblerait que ce ne soit pas tout à fait le cas, ou du moins que le rapport avec ce qui est de l'ordre du privé ait quelque peu changé. Mathieu illustre parfaitement ce changement et nous explique que son approche de la vie privée est bien différente de celle de ses parents par exemple. Il estime qu'à partir du moment où les réseaux sociaux font partie de sa vie, il doit composer avec eux, ceci parce qu'ils lui permettent d'entretenir quotidiennement des liens avec ses proches par le biais de ses photographies. Il nous affirme également que cela lui permet de voir que lui et ses proches vivent des choses en commun. En somme, Mathieu n'a rien contre le fait de dévoiler une partie de son quotidien pour la simple et bonne raison que ça a un intérêt social. Il s'établit là un échange : les utilisateurs font part de ce qui relevait auparavant du privé pour pouvoir profiter en retour des expériences extérieures qui les rassurent à leur tour sur leurs expériences personnelles. Ainsi, un cercle « vertueux » se met progressivement en place. Comme l'expliquent Moisés de Lemos Martins, Madalena Oliveira et Maria da Luz Correia à propos des cartes postales, il y a bien publicisation du privé mais également privatisation du public puisque les individus se réapproprient le quotidien des autres exposé à travers la photographie.

Néanmoins, il est nécessaire de préciser que tout le quotidien ne peut faire l'objet d'une publicisation par la photographie. En effet, les personnes interrogées semblent accorder un statut particulier à ce qui relève de l'intime, se distinguant par là du « personnel ». Caroline, Léon, Marina et Julie nous ont tous affirmé que le quotidien qu'ils photographient et partagent chaque jour représente nécessairement ce qu'ils vivent, ce qu'ils sont, mais ne dévoile en aucun cas leur intimité. Selon eux, l'intimité est généralement représentée par les relations amoureuses et le cercle familial. A cela viennent naturellement s'ajouter les photographies qui ne contribuent pas à valoriser la personne qui les publie. Julie précise bien qu'il n'y a pas d'atteinte à la vie privée à partir du moment où elle montre ce qu'elle veut bien montrer. La vie privée est donc désormais définie par ce qui relève exclusivement de l'intime, ce qui doit être caché parce qu'il ne participe pas à la valorisation d'une image de soi faisant l'objet d'un travail long et quotidien. Nous pourrions alors penser que la présentation de soi se poursuit désormais

135 BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p.153

en « coulisses », le lieu où le « public » n'avait jusque là pas accès, pour reprendre les termes employés par Erving Goffman. La « photographie ordinaire » est incontestablement le résultat d'un travail sur l'image de soi au sein de la sphère privée qui se publicise de façon partielle et réfléchie. Serge Tisseron précise à ce titre qu'« aujourd'hui l'intimité n'est plus associée à des espaces physiques – comme la salle de bains ou la chambre à coucher – mais à une intentionnalité »¹³⁶.

Enfin, cette tendance qui vise à publiciser des photographies du quotidien s'expliquerait notamment par un besoin de créer une coupure entre l'espace familial et « la participation à l'activité de production capitaliste qui se déroule en dehors du domicile »¹³⁷. En effet, « le paradoxe veut que plus les temps et les espaces de la vie privée se développent, plus augmente la consommation d'images publicisées de l'intime. Comme si la « privatisation » avait pour traduction communicationnelle une expansion spectaculaire des formes bientôt industrialisées de l'image de soi, dans un contexte de prolifération généralisée des images »¹³⁸. Rappelons néanmoins qu'il s'agirait moins d'images de « l'intime », comme l'expose ici Adeline Wrona, que de productions relevant du « personnel ».

Pour reprendre la définition de Dominique Baqué, « le public signifierait doublement tout ce qui paraît en public, c'est à dire peut être vu ou entendu de tous ; et le monde lui-même, en ce qu'il est commun à tous et s'identifie aux multiples relations que les hommes entretiennent les uns avec les autres »¹³⁹. En considérant ceci, nous pourrions affirmer que le quotidien publicisé par les personnes interrogées peut, certes, être parfois très personnel mais sans jamais relever de l'intimité. Il peut devenir public parce qu'il rassemble des caractéristiques communes à d'autres. En somme, la « photographie ordinaire » donne à voir un monde autant personnel que potentiellement commun. Il se joue un jeu complexe : les utilisateurs Instagram veulent « énoncer l'intériorité sans livrer l'intimité »¹⁴⁰, la singularité sans dévoiler le secret. Toujours est-il que ce phénomène n'est pas complètement nouveau. Eliséo Véron en donne une illustration avec les grands de ce monde qui étaient au départ peints dans une position très officielle, sans laisser apparaître la moindre subjectivité. Puis ils ont commencé à commander des tableaux les représentant dans leur quotidien, entourés des enfants, jouant avec eux, montrant par là que eux aussi menaient un vie faite de moments « simples », communs à tous ; les rapprochant ainsi un peu plus du peuple.

136 TISSERON Serge, *Les tyrannies de la visibilité : être visible pour exister ?*, p.126

137 FLICHY Patrice, *Une histoire de la communication moderne : espace public et vie privée*, p.98

138 WRONA Adeline, *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*, p.73

139 BAQUE Dominique, *Photographie plasticienne, l'extrême contemporain*, p.73

140 BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p.153

3- Une photo conversationnelle

Nous voyons à présent en quoi la « photographie ordinaire » fait à elle seule office de dialogue, et également en quoi elle se présente comme un prétexte à la conversation. Nous nous fions au constat suivant : Roland Barthes soutenait que nous sommes encore dans une « civilisation de l'écriture »¹⁴¹ avant de se définir comme une « civilisation de l'image », car de façon presque systématique, l'image s'accompagne d'un message linguistique. Nous voyons ici que c'est encore le cas mais il faut nuancer le propos. Sur les réseaux sociaux, le message écrit emprunte de plus en plus à l'oralité et nous étudions ici quelles en sont les conséquences pour la « photographie ordinaire ».

3.1 La « photo ordinaire » comme conversation

« La Photographie n'est jamais qu'un chant alterné de « Voyez », « Vois », « Voici » ; elle pointe du doigt un certain vis-à-vis »¹⁴² Elle trahit déjà l'intention du photographe qui a choisi d'immortaliser telle scène et pas une autre. La photographie se présente donc dès le départ comme un message plus ou moins conscient de la part de celui qui a tenu à cristalliser un instant spécifique. Toujours est-il qu'une photo de mariage par exemple sera perçue comme la volonté de préserver un souvenir et non comme l'intention de communiquer un message précis. Or, comme nous l'avons vu, la « photographie ordinaire » ne s'établit pas tant sur la préservation du souvenir mais davantage sur le partage instantané de l'action en train de se faire. Elle a pour vocation de « montrer » l'instant et s'apparente par là à un message du type « Regarde ce que je suis en train de faire », « où et avec qui je suis ».

De plus, l'objet photographié et partagé sur les réseaux sociaux interpelle par sa simple présence. Par exemple, lorsque Mathieu publie la photo d'un muffin sur lequel est planté un petit drapeau suédois, le destinataire se demandera nécessairement quel message Mathieu cherche à transmettre. Il aura alors le choix de lire ou non la légende suivante : « Toi aussi tu peux deviner où je suis! #I #K #E #A »¹⁴³. La photo « parle », elle introduit le dialogue mais le sens ne peut être totalement compris sans

141 BARTHES Roland, « Rhétorique de l'image »

142 BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, p.16

143 Annexe 18, p.118

l'intervention de l'écrit. C'est l'association des deux qui crée un véritable message. Dès lors, nous comprenons que la photographie des objets « ordinaires » peut être comparée au « statut » écrit, dont nous avons parlé dans le premier chapitre, qui sert à exprimer sa pensée ou préciser ce que la personne est en train de faire. Cette photo affirme délibérément et visuellement « Je suis là », « Je fais ça ». L'image s'est donc emparée du rôle de l'écrit à ce niveau, sans jamais s'en passer complètement. Néanmoins, cet écrit se calque de plus en plus sur l'oral. En effet, chaque photo se présente comme une phrase, une affirmation. La photo d'un ciel bleu affirme « Il fait beau ! » et reproduit la conversation usuelle qui rythme le quotidien de chacun. De même, la légende qui l'accompagne est souvent très succincte. Julie, par exemple, a publié une photo de ses jambes (nous voyons qu'elle est assise au volant de sa voiture) et a écrit : « #onsortsanscollant »¹⁴⁴. A l'inverse des blogs, la « photographie ordinaire » n'a pas la prétention de tenir un discours élaboré puisque l'intérêt est de préserver une forme de spontanéité comme nous l'avons vu. La conversation se fait légère, rapide et sans grand engagement.

Nous voyons donc ici que la « photographie ordinaire » est avant tout une manière de prendre la parole dans la sphère publique. Elle s'affiche comme une affirmation en évoquant l'action en train de se dérouler sous les yeux de la personne qui l'immortalise. Cette photo a donc la particularité de communiquer l'expérience ordinaire et alimente la conversation usuelle autour de quelques banalités récurrentes. Elle prolonge somme toute les conversations quotidiennes en face à face sur l'interface numérique, d'autant plus qu'elle parvient à rassembler à la fois l'image et une forme d'oralité.

3.2 La « photo ordinaire » comme « pré-texte » à la conversation

Nous nous intéressons désormais à l'intentionnalité conversationnelle sous-entendue par la « photographie ordinaire ». Nous voyons comment elle se présente comme un prétexte à la conversation, comment elle parvient à susciter un retour de la part des autres membres du réseau social.

Nous avons été interpellés par une réflexion intéressante faite par Marina lors de l'entretien qui nous a confié photographier son environnement quotidien parfois dans l'unique but d'exprimer par écrit ce qu'elle ressent, ce qu'elle pense ou pour passer un message personnel. Il semblerait que la « photographie ordinaire » serve de « pré-texte » à la conversation d'une part parce qu'elle vient

144 Annexe 19, p.118

introduire le texte écrit qui illustre plus précisément la chose à exprimer, qui prend la fonction de « relais »¹⁴⁵ nécessaire à la compréhension, et d'autre part parce qu'elle amorce un éventuel échange entre deux ou plusieurs personnes. Cet échange ne se manifeste pas forcément sous la forme de commentaires mais peut se résumer à des *likes*. En effet, Mathieu nous explique que le *like* est moins un moyen de dire que l'on a aimé la publication, que de faire remarquer à la personne qui a pris la photo qu'on l'a bien vue. L'action de *liker* jouerait donc le rôle de la fonction phatique cherchant à assurer que la communication « passe » bien, que le message a été vu et compris. Comme l'affirme Caroline, il n'est pas très engageant parce que très simple d'utilisation : sur Instagram il ne nécessite que deux petits « tapotements » sur l'écran. Le commentaire en revanche est généralement laissé entre personnes plus proches. Les personnes interrogées ne se verraient pas « s'immiscer » dans la vie des gens qu'ils ne connaissent pas personnellement en commentant leurs publications, si aucun lien ne les relie. Quoi qu'il en soit, la « photographie ordinaire » invite les membres du réseau social à réagir sur son contenu ou parfois sur les quelques mots ajoutés en légende. A titre d'exemple, nous pouvons reprendre la photographie de la bougie publiée par Caroline où la légende traduit ici un réel désir d'engager la discussion « Après ce beau week-end ensoleillé, place à la détente avec séries sous la couette :) #bougieparfumée #glacevanille #ikea #scentedcandle #vanilla #sunny #soleil #photooftheday #relax Qu'avez-vous fait ce week-end ?? »¹⁴⁶. La photo n'est donc pas une fin en soi, ce qui l'est en revanche c'est le fait de créer un contact par le biais de la conversation. Une autre manière d'encourager la conversation à travers la photographie est possible grâce au *tag*. Marina par exemple a publié une photo du chien de Julie en ajoutant dans la légende « @julyewaldorf look who i found in my pics »¹⁴⁷. Le *tag* permet à la personne *taguée* d'être prévenue qu'un lien hypertexte renvoyant à son profil a été ajouté sur une photographie. Cette fonctionnalité était prévue au départ pour identifier les personnes présentes sur les photographies. Avec les photographies des objets « ordinaires », les utilisateurs s'en servent pour notifier à la personne qu'elle est concernée par l'objet photographié. Ainsi, dans l'exemple précédent, Julie a pu voir qu'elle avait été *taguée* par Marina et a laissé un commentaire sur la photo de son chien. Cette conversation a la spécificité d'être publique, scellée à l'espace réservé pour l'échange. En s'intégrant ainsi au profil, elle vient participer à la construction d'une image spécifique. Pour l'exemple que nous avons donné, la conversation entre Marina et Julie confirme les liens qui les unissent et façonne par là l'identité numérique de Marina. Le principe conversationnel de la

145 BARTHES Roland, « Rhétorique de l'image »

146 Annexe 15, p.117

147 Annexe 20, p.119

« photographie ordinaire » vient donc également servir les intérêts identitaires en même temps qu'il offre une sociabilité supplémentaire sur les espaces numériques.

Joëlle Birman affirmait que « nous nous sommes déplacés du registre théorique du discours vers celui de l'image »¹⁴⁸. Nous avons vu que ce n'était pas exactement le cas puisque même la « photographie ordinaire », qui semble capturer chaque instant de la vie quotidienne, se met au service de l'expression de soi et de la conversation avec autrui, aussi succincte soit-elle.

4- Une « débanalisation » par la justification de la présence de l'objet

Dans cette dernière partie nous verrons, comme nous l'avons rapidement évoqué à plusieurs reprises, que les choix photographiques doivent être justifiés, c'est à dire que les objets photographiés doivent signifier un message, avoir de l'intérêt pour les membres du réseaux. Cette justification demande des compétences spécifiques de la part des utilisateurs. Nous verrons également que « photographie ordinaire » immortalise plus que de simples scènes de la vie quotidienne, à savoir des moments qui ont a minima une certaine importance pour les personnes qui prennent la peine de les photographier.

4.1 Ajouter une plus-value : des compétences nécessaires

Nous étudions ici la façon dont les utilisateurs parviennent à attribuer de l'intérêt aux photographies qui semblent a priori « sans qualité ». En effet, la photo doit avant tout présenter potentiellement un intérêt pour les autres afin d'obtenir le mérite d'être publiée.

« Pour qu'une valeur soit attribuée à un objet par un groupe ou par un individu, il faut et il suffit que cet objet soit utile ou qu'il soit doté de signification. Les objets qui ne remplissent ni la première de ces conditions ni la seconde sont dépourvus de valeur ; en fait, ce ne sont plus des objets, ce sont des déchets »¹⁴⁹ Nous comprenons alors que la « photo ordinaire » doit impérativement signifier. Même si elle donne à voir des situations et des objets banals elle ne doit pas tomber dans l'extrême banalité. En

148 BIRMAN Joëlle, *Les tyrannies de la visibilité : être visible pour exister ?*, p.42

149 POMIAN Krzysztof dans *Collectionneurs, amateurs et curieux*, p.23 In JOST François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé-réalité*, p.14

effet, elle ne peut représenter des objets dénués d'intérêt, qui ne transmettent aucun message, aucune intention, aucun témoignage. Ainsi, nous n'avons pas trouvé de photographies représentant un objet commun sans que sa présence ne soit justifiée par la légende, mis à part peut-être une photo de Mathieu. Sur cette photo on distingue à peine une feuille de salade sur un fond indéterminé. La légende n'aide pas non plus à orienter la compréhension : « Coucou! #saladeFace »¹⁵⁰. Un de ses amis a alors ajouté le commentaire suivant : « Faudrait rajouter une flèche pour montrer où il faut regarder la ...c'est pas évident pour ceux qui savent pas... ». La première compétence requise pour créer un intérêt se rapporte donc au fait de pouvoir expliquer à l'écrit la signification de la scène représentée. Par exemple, si Léon n'avait pas précisé qu'il révisait ses partiels en légende de sa photo, représentant un amas de feuilles papier¹⁵¹, la plupart des gens n'auraient pas compris et il n'aurait probablement pas reçu autant de *likes*.

Une autre compétence apparaît nécessaire pour attribuer à la « photographie ordinaire » une certaine plus-value. Toutes les personnes interrogées appliquent les filtres photos proposés par Instagram. En général ils servent à « embellir » la photo mais ils peuvent aussi rajouter une ambiance particulière. Mathieu explique qu'ils lui servent à retranscrire l'ambiance telle qu'il la vit au moment présent. De son côté, Caroline nous confie qu'il lui arrive de prendre une photo et de décider finalement de ne pas la publier parce qu'elle ne trouve pas de filtre pouvant rendre la photographie « intéressante ». De cette façon, si la photographie d'un plat n'est pas assez esthétique, elle ne la publiera pas. Il faut néanmoins préciser que ce comportement est du ressort de l'application Instagram car nous avons pu remarquer que l'exigence esthétique ne s'appliquait pas forcément à Facebook par exemple. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que la photographie ne présente qu'une infime partie du profil Facebook contrairement au profil Instagram qui propose à l'utilisateur de se définir à travers ses productions photographiques. Quoi qu'il en soit, les filtres photos constituent un outil intéressant pour créer un intérêt supplémentaire, peut-être parce qu'ils atténuent la banalité du quotidien représenté. « En partageant une image via Instagram, on partage plus qu'une anecdote ou une information, on partage une émotion, un goût, une saveur »¹⁵². Et pour y parvenir, cela demande un travail non négligeable. Marina nous confie que pour chaque photographie, elle prend entre dix minutes et un quart d'heure avant de la publier afin de trouver le filtre le plus adéquat, les *hashtags* et la légende qui conviennent le

150 Annexe 21, p.119

151 Annexe 10, p.114

152 BEUVELET Olivier, « L'image cacahuète ou la beauté apéritive d'Instagram... »

mieux.

En somme, photographier le quotidien nécessite des compétences pour ajouter une plus-value à la photographie qui peut paraître au départ dénuée d'intérêt. Les utilisateurs prennent donc le temps d'explicitier le contenu de leurs productions afin qu'il puisse prendre tout son sens. De plus, Instagram offre un outil permettant d'apporter un intérêt supplémentaire et de créer une rupture avec la banalité apparente du quotidien. Pratiquer la « photo ordinaire » c'est donc avoir recours au travail de « débanalisation » de la vie ordinaire.

4.2 Ajouter du sens : le banal comme micro-événement

Dans cette dernière partie nous comprenons que la « photographie ordinaire » n'est peut-être pas si banale qu'elle le laisse paraître. Les objets photographiés, malgré leur banalité apparente, se présentent en fin de compte comme de petits événements qui ont un sens particulier pour celui qui les immortalise. De plus, en étant photographiés, magnifiés et partagés, ils sont finalement arrachés au rythme monotone du quotidien.

Après nous être entretenus avec les interviewés, nous avons pu comprendre que l'action de photographier une scène *a priori* banale ne peut être qualifiée de totalement ordinaire, ou du moins, elle ne peut être dénuée de sens pour celui qui a fait la démarche de lui accorder une certaine valeur en la photographiant. Caroline et Julie nous ont toutes deux illustré ceci de la même façon, c'est à dire qu'elles ne se verraient pas photographier « tout et n'importe quoi ». Elles nous affirment par exemple que les photos de nourriture publiées sur leur compte Instagram ont toutes quelque chose de « spécial », elles représentent généralement un plat qu'elles ont cuisiné elles-mêmes et qu'elles sont fières de montrer. Toutes les deux précisent bien qu'elles n'iraient pas jusqu'à photographier tous leurs repas au risque de tomber dans le ridicule. Nous avons à ce propos fait l'expérience de publier sur Facebook la photographie d'une simple pomme, sans filtre, sans légende, qui n'a sans surprise reçu aucun retour. « Refuser l'image insignifiante (au double sens de dépourvue de signification et de dépourvue d'intérêt) ou l'image ambiguë ou anonyme, cela revient, en effet, à refuser la photographie comme finalité sans fin. La valeur d'une photographie se mesure avant tout à la clarté et à l'intérêt de l'information qu'elle

parvient à transmettre au titre de symbole ou, mieux, d'allégorie »¹⁵³. Considérant ceci, la « photographie ordinaire » représenterait les micro-événements qui composent chaque jour l'existence et qui ont leur importance au regard de ceux qui les vivent. Ainsi, nous pourrions déceler ici un désir de magnifier son propre quotidien, de l'extirper de l'ennui pour l'ériger en « vraie » valeur.

En effet, « l'imaginal à un rôle très important dans la structuration de la vie quotidienne. [...] Le présent se met en scène, se joue, s'illusionne sous des masques divers et bigarrés »¹⁵⁴. Comme nous l'avons vu, le filtre fait partie de ces stratégies qui consistent à injecter une part d'imaginaire dans les minuscules situations de la vie quotidienne. Nous retrouvons cette intention lorsque les interviewés disent vouloir transmettre une ambiance particulière via leurs photographies. Julie explique qu'en fonction de son humeur, du contexte, elle n'attribuera pas les mêmes filtres. L'enrobage esthétique vient donc ajouter une touche de fiction dans les situations habituellement ordinaires. Mais le fait même d'avoir jugé bon d'immortaliser un objet suffit à valoriser la scène comme moment d'exception. « La perception doit déjà être sur-évaluée avant de recevoir la consécration photographique »¹⁵⁵.

Nous comprenons ainsi que la « photographie ordinaire », sous sa banalité et sa spontanéité apparente, n'est en fait que l'expression d'un travail long et minutieux qui contribue à valoriser les « petits riens » de l'existence. « Les scènes de la vie courante dans toute leur banalité et leur prosaïsme recèlent une charge d'intensité »¹⁵⁶. Cette photographie s'insérerait dans une logique indispensable à l'épanouissement de chacun qui consiste à attribuer du sens à sa vie. Photographier son environnement quotidien c'est comme chercher à atténuer la trivialité de l'existence répétitive, persuader les autres que le quotidien vaut la peine d'être vécu pour s'en persuader soi-même.

Au terme de ce chapitre, nous avons pu voir quel était l'ensemble des caractéristiques propres à « la photographie ordinaire ». Elle se définit d'une part par son caractère instantané qui modifie le sentiment de « l'avoir été là » en « être de là », qui met l'accent sur le présent, l'action en train de se vivre et offre ainsi à la photographie la spontanéité et l'authenticité qui lui manquait. Le photographe peut alors se valoir d'être « vrai », il fait état de sa vie telle qu'elle est, sans tricherie ; du moins c'est désormais ce

153 BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.130

154 MAFFESOLI Michel, *La conquête du présent : pour une sociologie de la vie quotidienne*, p.15

155 BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, p.294

156 MAFFESOLI Michel, *La conquête du présent : pour une sociologie de la vie quotidienne*, p.87

qu'il peut prétendre. Ensuite, cette photographie témoigne d'une redéfinition du rapport entretenu avec la vie privée. Là où la « photo ordinaire » semble ne plus rien cacher de la vie privée qui paraît transiter peu à peu vers la sphère publique, elle n'est en fait qu'une partie de cette vie privée sur laquelle l'individu exerce un réel contrôle. L'intime n'est jamais dévoilé, il s'agit uniquement de partager son « monde » personnel dans le but d'entretenir une sociabilité sur les espaces numériques qui s'ajoute à celle vécue en face à face. Finalement, il semblerait que ce soit le pouvoir que l'individu peut exercer sur les images de son quotidien, le fait qu'il puisse décider de le partager ou non, qui semble être particulièrement apprécié. C'est à dire que même si la pratique de partage s'intensifie, elle ne tombe pas dans le « tout montré » et exige un travail important de sélection. Nous avons trouvé une autre spécificité de la « photographie ordinaire » : elle devient parfois, si ce n'est toujours, un « pré-texte » à la conversation. En effet, elle précède à la fois l'explication écrite permettant de cadrer la signification de son contenu et témoigne d'une envie d'engager l'échange. Il s'agit donc d'une photographie « conversationnelle » en ce qu'elle cherche à établir un contact et s'inspire de la conversation quotidienne sur les banalités de la vie. Enfin, elle révèle un réel désir d'ériger le quotidien en valeur légitime et participe en même temps à le valoriser. Dans tous les cas, la « photographie ordinaire » relève d'un travail nécessitant du temps et des compétences spécifiques. Il s'agit là d'un travail au service de la sociabilité et de la valorisation de l'individu « ordinaire ».

Conclusion

Nous avons vu que la valorisation du banal, l'intérêt accordé aux vies « ordinaires » s'inscrit dans une réelle continuité. Elle s'inspire à la fois du contexte socio-culturel, qui accorde une place de plus en plus grande à la banalité, et des évolutions techniques qui contribuent à « décomplexer » la pratique photographique. Ces influences ont participé à l'émergence des réseaux sociaux en ligne qui ont intégré des fonctionnalités encourageant le dévoilement de soi. Photographier son quotidien pour le rendre public rentre ainsi dans l'une de ces logiques.

Nous avons également étudié les modalités de l'expression identitaire en ligne que l'on retrouve notamment à travers la « photographie ordinaire ». Nous comprenons que cette photographie se met finalement au service des souhaits des utilisateurs qui cherchent un moyen de revendiquer à la fois leur singularité ainsi que leur appartenance au groupe.

Enfin, nous avons pu relever les spécificités de la « photographie ordinaire » qui, de façon générale, concourent vers une sociabilité ininterrompue. Les hypothèses que nous avons originellement formulées ont donc été en partie vérifiées mais nous nous devons à présent de les nuancer.

Les réseaux sociaux servent de toile pour l'exposition d'un quotidien ordinaire. Or, comme nous l'avons vu, « les objets ordinaires convoquent une « activité fantasmatique » et un imaginaire qui s'opposent constamment à leur banalisation »¹⁵⁷. La revendication consistait au départ en la valorisation de l'individu « ordinaire » renversant la hiérarchie, prônant l'authenticité et la spontanéité pour contrer le « sur-contrôle » de l'image. Néanmoins, à y regarder de plus près, la « photographie ordinaire » ne fait que reproduire les vieux schémas tant contestés. Elle sert somme toute à magnifier un ordinaire qui ne l'est plus, elle n'offre en rien la vérité mais bien une image soigneusement travaillée, sous-contrôle permanent de son créateur, qui ne laisse pas de place à l'improvisation. La « photo ordinaire », sous une apparente banalité, donne à voir un quotidien idéalisé qui n'a rien de spontané ou de parfaitement authentique.

Aussi, au regard du travail et des compétences nécessaires pour parvenir à exercer ce contrôle nous comprenons que la pratique ne peut concerner tous les individus. Les personnes qui peuvent se le

157 DE LEMOS Martins, DA LUZ CORREIA Maria, OLIVEIRA Madalena, « Les images numériques s'imaginent l'archaïque : mettre en perspective les cartes postales »

permettre ne sont peut-être pas si « ordinaires » qu'elles pourraient le paraître. Franck Rebillard précise à ce propos qu'« il faut bien réaliser que la création de contenus par les internautes constitue un épiphénomène plutôt qu'un phénomène social généralisé »¹⁵⁸. Même si la photographie semble simple à réaliser, qu'elle n'exige pas de savoirs-faire professionnels, la pratique ne va pas de soi pour autant. Nous devons préciser par exemple que toutes les personnes avec qui nous nous sommes entretenues ne font pas partie d'une classe sociale défavorisée et possèdent toutes un capital culturel relativement élevé en ce qu'elles ont presque toutes suivi des études supérieures. De plus, trois personnes sur cinq possèdent un appareil photo Reflex et pratiquent (ou pratiquaient) la photo par plaisir avant de s'initier à la pratique de la « photo ordinaire » sur smartphone. Nous voyons là qu'il ne s'agit pas de n'importe qui et nous devons faire attention à ne pas généraliser la pratique à l'ensemble des gens « ordinaires » même si « son périmètre peut s'élargir au fil du temps, sous la poussée d'une classe moyenne intellectuelle croissante et de plus en plus familiarisée avec les TIC »¹⁵⁹.

Une autre raison vient remettre en question la valorisation du banal et des individus « ordinaires ». Comme nous l'avons énoncé dans notre premier chapitre, les considérations sociales visent à attribuer plus de pouvoir au « commun des mortels », on leur donnerait davantage la parole. Or, même à travers la « photographie ordinaire » la hiérarchie originelle se reforme. En effet, le modèle de recommandation proposé par Instagram dans la partie « explorer » accorde une visibilité plus grande aux photographies qui ont reçu le plus d'interactions (*likes* et commentaires). Ces photos s'avèrent dans la plupart des cas être des publications de gens connus, de professionnels spécialisés dans un domaine ou des blogueurs influents qui possèdent un compte Instagram pour partager des instants de leur quotidien. A cet égard, Franck Rebillard explique très justement que « les verrous de l'entrée dans le *star system* ne sont pas plus subitement effacés au profit d'une création décentralisée et atomisée dont on oublierait alors le corollaire dispersion »¹⁶⁰. Instagram est d'ailleurs de plus en plus reconnu pour les nombreuses célébrités qui affichent volontiers leur quotidien. Ceci nous confirme à nouveau que la hiérarchie n'est pas prête d'être inversée et que la parole continue d'être accaparée par les gens qui n'ont finalement rien d'ordinaire.

Caroline nous avait également rapporté qu'il était difficile de créer un réel échange avec les autres.

158 REBILLARD Franck, *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, p.47

159 Ibid. p.52

160 Ibid. p.14

Cette difficulté vient d'une part du fait que la publication n'est pas toujours visible et d'autre part parce que les gens ne se sentent pas toujours concernés par le contenu de la photographie. « Publier, c'est rendre public, mais c'est aussi toucher un public »¹⁶¹. « La perspective d'une célébrité généralisée sur le mode du quart d'heure de gloire wharolien »¹⁶² annoncé par certains acteurs du web doit être remise en question. Noyée au milieu de la masse, une photographie a peu de chance d'atteindre un public large et fidèle de surcroît.

Pourtant, le public s'avère indispensable pour la pérennisation de la pratique. Léon nous a confié qu'il ne se verrait pas continuer si plus personne ne prenait la peine de regarder ses photos et d'interagir avec lui. En effet, la valorisation de soi et la sociabilité sont les deux motivations qui rendent la pratique viable. Sans cela, elle n'a plus lieu d'être. De plus, elle prend un temps non négligeable même si nous avons vu que la prise de vue était largement facilitée par l'utilisation des smartphones, la publication en revanche exige un réel travail de mise en scène de soi. Or, les interviewés nous ont affirmé privilégier avant tout leur sociabilité hors-ligne. La sociabilité « médiée » passe en second lieu et ne vient pas empiéter sur les moments passés entre amis. Mathieu a même tenu à faire imprimer ses photos Instagram dans l'intention de les redistribuer à ses proches pour recréer des « souvenirs communs ». Nous sentons qu'il y a chez Mathieu un désir de privilégier la sociabilité en face à face. En considérant toutes ces limites, nous pouvons nous demander si la pratique de la « photographie ordinaire » va s'imposer dans la durée et réellement se stabiliser pour atteindre le stade d'une activité socialement ancrée. Il serait toutefois intéressant de se pencher plus spécifiquement sur les stratégies actuelles des acteurs du web qui exploitent cette « photographie ordinaire », observer sur quoi reposent leurs motivations et comment ils parviennent à s'approprier l'imaginaire autour de la banalité à des fins économiques.

161 Ibid. p.62

162 Ibid.

Bibliographie

Ouvrages :

- AUBERT Nicole, HAROCHE Claudine, *Les tyrannies de la visibilité : être visible pour exister ?*, Toulouse : Erès, 2011, 355 p. (Sociologie clinique)
- BAQUE Dominique, *Photographie plasticienne, l'extrême contemporain*, Paris : Éditions du regard, 2009, 287 p.
- BAJAC Quentin, *Après la photographie ? : de l'image argentique à la révolution numérique*, Paris : Gallimard, 2010, 159 p. (Découvertes Gallimard)
- BARTHES Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, Paris : Éditions de l'étoile : Gallimard, 1980, 192 p. (Cahiers du cinéma Gallimard)
- BOUQUILLON Philippe, MATTHEWS Jacob T., *Le Web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010, 150 p. (La Communication en plus)
- BOURDIEU P., BOLTANSKI L., CASTEL R., CHAMBOREDON J.-C., *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris : Les Éditions de Minuit, 1965, 360 p. (Le sens commun)
- CASILLI Antonio, *Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris : Éditions du Seuil, 2010, 331 p. (La couleur des idées)
- FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires*, Paris : Editions du Seuil, 2010, 96 p. (La République des idées)
- FLICHY Patrice, *Une histoire de la communication moderne : espace public et vie privée*, Paris : La Découverte, 2004, 280 p. (La découverte poche)
- FREUND Gisèle, *Photographie et société*, Paris : Éditions du Seuil, 1974, 220 p. (Collection Points)
- GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne : La présentation de soi*, Paris : Les Éditions de minuit, 1973, 251 p. (Le sens commun)
- JOST François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé-réalité*, Paris : CNRS, 2013, 128 p. (Biblis)
- MAFFESOLI Michel, *La conquête du présent : pour une sociologie de la vie quotidienne*, Paris : Presses universitaires de France, 1979, 200 p. (Sociologie d'aujourd'hui)
- MERCKLE Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris : La Découverte, 2011, 128 p. (Repères)
- MIEGE Bernard, « La différenciation des pratiques ». **In** : *La société conquise par la communication III. Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble : Presses

universitaires de Grenoble, 2007, 237 p.

- PEREC Georges, *L'infra-ordinaire*, Paris : Editions du Seuil, 1989, 121 p. (La librairie du XXe siècle)
- REBILLARD Franck, *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*, Paris : l'Harmattan, 2007, 158 p. (Questions contemporaines)
- WRONA Adeline, *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*, Paris : Hermann, 2012, 441 p. (Cultures numériques)

Articles :

- BARTHES Roland, « Rhétorique de l'image », **[Document en ligne]** *Communications*, n°4, 1964, pp. 40-51. Disponible sur <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1027> (consulté en Janvier 2013)
- BEUSCART J-M., CARDON D., PISSARD N., PRIEUR C., « Pourquoi partager des photos de vacances avec des inconnus ? », **[Document en ligne]** *Réseaux : Web 2.0*, n°154, février 2009, pp. 91-129. Disponible sur <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-91.htm#>> (consulté le 23 Décembre 2013)
- CARDON Dominique, « Le Design de la visibilité », **[Document en ligne]** *Réseaux : Réseaux sociaux de l'Internet*, n°152, 2008, pp. 93-137. Disponible sur <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2008-6-page-93.htm>> (consulté le 26 décembre 2013)
- COUTANT Alexandre, STENGER Thomas, « Production et gestion d'attributs identitaires », **[Document en ligne]** *Les cahiers du numérique*, vol 7, 2011, pp.61-74. Disponible sur <<http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-61.htm>>, (consulté le 26 février 2013)
- DAYANT Daniel, « Entre public et privé : la construction sociale des images », Hermès, 13-14, 1994
- DE LEMOS Martins, DA LUZ CORREIA Maria, OLIVEIRA Madalena, « Les images numériques s'imaginent l'archaïque : mettre en perspective les cartes postales », **[Document en ligne]** *Sociétés*, n°111, 2011, pp. 163-177. Disponible sur <http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=SOC_111_0163>, (consulté le 22 mai 2014)
- DENOUEËL Julie, GRANJON Fabien, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », **[Document en ligne]** *Sociologie*, vol 1, 2006, pp. 25-43. Disponible sur <<http://www.cairn.info/revue-sociologie-2010-1-page-25.htm>> (consulté le 27 décembre 2013)
- DESEILLIGNY Oriane, « Pratiques d'écriture adolescentes : l'exemple des *Skyblogs* », **[Document en ligne]** *Le journal des psychologues*, n°272, 2009, pp. 30-35. Disponible sur <<http://www.cairn.info/revue-le-journal-des-psychologues-2009-9-page-30.htm>> (consulté le 19 mai 2014)

- GUNTHERT André, « L'image partagée », *Études photographiques*, 2009. Disponible sur <<http://etudesphotographiques.revues.org/2832>> (consulté le 23 mai 2014)
- JOUET Josianne, « Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication », [Document en ligne] *Sociologie de la communication : 2ème partie : Communication, technologies et société*, 1997, pp. 291-312. Disponible sur <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/reso_004357302_1997_mon_1_1_3843> (consulté le 27 décembre 2013)
- KLEIN Annabelle, « Entre médiation et médiatisation, dynamiques identitaires en jeu dans les dispositifs d'autopublication sur Internet », *ESSACHESS*, 3-2, 2011, pp.149-159
- MARESCA Sylvain, « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne, Éléments d'histoire orale », *Études photographiques*, 15, 2004, pp.61-77
- NOY Claire, « Chronique du profil identitaire contingent », [Document en ligne] *Les cahiers du numérique*, vol 7, 2011, pp. 75-85. Disponible sur <<http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-75.htm>>, (consulté le 26 février 2013)
- PIERRE Julien, « Génétique de l'identité numérique : sources et enjeux des processus associés à l'identité numérique », [Document en ligne] *Les cahiers du numérique : Identité numérique*, vol 7, 2011, pp. 15-29. Disponible sur <<http://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-15.htm>>, (consulté le 26 décembre 2013)
- VERON Eliséo, « De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo », *Hermès*, 13-14, 1994, pp. 45-63

Sitographie :

- BEUVELET Olivier, « L'image cacahuète ou la beauté apéritive d'Instagram... », in *Culture visuelle*, 2012. Disponible sur <<http://culturevisuelle.org/parergon/archives/1656>> (consulté le 23 mai 2014)
- GUNTHERT André, « La révolution de la photographie vient de la conversation », in *Culture visuelle*, 2012. Disponible sur <<http://culturevisuelle.org/icones/2456>> (consulté le 10 février 2014)