



**HAL**  
open science

**L'avènement du selfie : une co-construction d'acteurs sociaux et d'utilisateurs des réseaux sociaux en ligne. Analyse des discours portés par les médias, les productions culturelles et les utilisateurs de Flickr**

Lucie Revoux

► **To cite this version:**

Lucie Revoux. L'avènement du selfie : une co-construction d'acteurs sociaux et d'utilisateurs des réseaux sociaux en ligne. Analyse des discours portés par les médias, les productions culturelles et les utilisateurs de Flickr. Sciences de l'information et de la communication. 2015. dumas-01203018

**HAL Id: dumas-01203018**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01203018>**

Submitted on 22 Sep 2015

**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.



# **L'avènement du *selfie* : une co-construction d'acteurs sociaux et d'utilisateurs des réseaux sociaux en ligne**

*Analyse des discours portés par les médias, les productions culturelles et les utilisateurs de Flickr*

**Nom : REVOUX  
Prénom : Lucie**

UFR DES SCIENCES DE LA COMMUNICATION

---

Mémoire de master 1 recherche - 10 crédits – Sciences de l'information et de la communication

Parcours recherche et études en sciences de l'information et de la communication

Sous la direction de Laurie SCHMITT

Année universitaire 2014-2015



## **Remerciements**

Je tiens avant tout à remercier la tutrice de mon mémoire, Laurie SCHMITT, pour sa grande disponibilité et ses précieux conseils qui m'auront permis de mener ce projet à terme.

Je remercie également Benoît LAFON, enseignant-chercheur à l'ICM pour ses recommandations méthodologiques et ses conseils donnés pendant et après les heures de séminaires.

J'aimerais remercier Julie PAILLARD, étudiante au CELSA, pour son soutien dans l'avancé de mes recherches et ses réflexions qui auront fait avancer la mienne.

Aussi, je remercie Maira ARAUJO, étudiante à l'ICM pour ses éclaircissements dans les traductions anglaises et espagnoles des éléments de mon corpus.

Enfin, je souhaite remercier ma camarade de promotion Céline PALERMO, pour l'attention qu'elle a portée à la relecture de ce mémoire.

## Sommaire

INTRODUCTION.....	5
I. La valorisation du selfie dans les discours sociaux .....	11
A. Des récurrences thématiques dans les discours sociaux au gré des modes du portrait .	11
1. Le portrait et l'illégitimité des visages « ordinaires » .....	13
2. Le portrait photographique et le déclin de l'art .....	18
3. Les affluences du portrait et les néologismes .....	20
4. Le portrait et le mythe de Narcisse .....	23
B. L'évènement <i>selfie</i> empreint d'une utopie techniciste .....	27
1. Le Selfie aux prises de l'imaginaire d'Internet .....	27
2. L'évènement <i>selfie</i> , un construit du « Web 2.0 » ? .....	31
a) La photographie, premier <i>User Generated Content</i> .....	31
b) Le <i>selfie</i> ou le triomphe de l'individu « ordinaire ».....	34
c) L'horizontalité des échanges à travers le <i>selfie</i> .....	37
II. LA VALORISATION DU <i>SELFIE</i> PAR LES USAGERS DES RESEAUX SOCIAUX EN LIGNE.....	41
A. La socialisation par les portraits reconfigurée tout au long de l'évolution technique de la photographie .....	41
1. Le portrait aux prémices de la photographie .....	41
2. La standardisation des autoportraits photographiques par leur mise en circulation..	44
3. L'autoportrait numérique.....	48
B. Le selfie: l'autoportrait revisité ?.....	54
1. La mise en scène du quotidien.....	54
2. Une photographie conversationnelle .....	60
3. Le partage de l'intime sur le mode de la conversation ludique .....	65
CONCLUSION .....	70
BIBLIOGRAPHIE .....	73

## Introduction

Ces dernières années, nous avons assisté à l'avènement d'un néologisme : le *selfie*. Soudain cette appellation semble être sur toutes les lèvres et l'engouement pour la pratique photographique qui lui est associée n'en finit plus de se répandre. Les autoportraits de célébrités, de personnalités politiques et religieuses fleurissent sur les réseaux sociaux. Chaque événement semble devoir être médiatisé par le *selfie* de ses acteurs. Pour la journée de la Terre en 2014, la Nasa en fait même un projet et crée le « Global Selfie »<sup>1</sup>, une représentation de la planète par une mosaïque de *selfies* géolocalisés. Le terme se voit sacralisé en 2013 en intégrant les Dictionnaires d'Oxford en ligne, qui l'intronisent en même temps mot de l'année<sup>2</sup>. Les contours que lui dessine la définition anglaise - « A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via social media »<sup>3</sup> - sont ceux d'un autoportrait photographique « connecté », en lien avec les nouvelles technologies de communication.

Si le mot n'est pas tout à fait nouveau (son apparition remonterait à 2002<sup>4</sup>), la pratique de l'autoportrait photographique l'est encore moins. Pourtant, le *selfie* apparaît aujourd'hui comme une originalité sans précédent. L'évènement *selfie* semble d'autant plus nouveau qu'il est repris par les médias et intégré dans les stratégies marketing. Nous pouvons ainsi voir des marques inviter leurs consommateurs à partager leurs *selfies*, ou encore mettre en scène la pratique dans des publicités. La visibilité conférée à ce type de photographie nous a interpellés, et nous souhaitons poursuivre nos réflexions sur la résurgence de cette mise en images de soi.

Qui met la lumière sur cet évènement ? Nous avons retrouvé de nombreuses définitions du mot « *selfie* » antérieures à celle de 2013, dans le dictionnaire informel Urban Dictionary alimenté par les internautes. La plus ancienne est datée du 22 avril 2005<sup>5</sup> sous la déclinaison de « *selfy* ». Le *selfie* pourrait alors être un pur produit des internautes et des usagers des réseaux sociaux en ligne. Mais selon André Gunthert, chercheur en histoire culturelle et études visuelles, « le déclencheur du phénomène est une controverse médiatique, qui

---

<sup>1</sup> Nasa, «Make a #GlobalSelfie with NASA on Earth Day» [Document en ligne]

<sup>2</sup> Oxford Dictionaries, « SELFIE is named Oxford Dictionaries Word of the Year 2013 » [Document en ligne] 19 novembre 2013

<sup>3</sup> Traduction proposée : « Une photographie de soi prise par soi-même, généralement avec un smartphone ou une webcam, et partagée *via* les médias sociaux »

<sup>4</sup> GUNTHERT André, «La consécration du selfie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015

<sup>5</sup> Urban Dictionary « Selfy » [Document en ligne] 22 avril 2005

s'apparente à une panique morale » : celle du « caractère narcissique de l'autoreprésentation ou de l'irrespect des valeurs et des normes»<sup>6</sup>. Les acteurs médiatiques auraient donc ajouté leur pierre à l'édifice du *selfie*, en mettant en avant la « perversion » d'une telle pratique photographique.

L'une des spécificités du *selfie* serait son partage en ligne, souvent à partir d'un « smartphone ». Ainsi, les acteurs du Web ou de la téléphonie mobile auraient tout intérêt à valoriser les pratiques conversationnelles *via* les *selfies*. De même, il serait stratégique pour les fabricants d'appareils photo et de matériels photographiques de remettre au goût du jour la pratique de l'autoportrait. Nous pouvons en effet observer la multiplication des équipements dédiés au *selfie*, comme le *selfie stick*, ces perches télescopiques qui permettent de fixer son téléphone portable à l'une des extrémités pour élargir le champ de la prise de vue photographique.

La plupart des travaux sur le *selfie* s'attachent à en étudier les usages. Très peu s'intéressent aux discours qui ont contribué à mettre la lumière sur cet événement. André Gunthert a récemment publié un article sur la consécration du *selfie* par les médias dans la revue *Études Photographiques*. Gaby David, chercheuse en culture visuelle et communication mobile, se penche sur le rôle des industries de l'Internet dans l'influence actuelle de cette manifestation visuelle et conceptuelle, à travers les campagnes publicitaires. Aussi, nous aimerions inscrire notre étude dans la continuité de ces recherches.

Associé aux nouvelles technologies de communication, le *selfie* pourrait emprunter sa « nouveauté » à ces dispositifs. Dans son ouvrage *L'imaginaire d'Internet*, le sociologue Patrice Flichy met en avant la récurrence des discours sociaux qui accompagnent les techniques de communication et font toujours état d'une innovation, rompant avec les technologies précédentes. Ainsi si l'on s'en tient à ces discours, « cela fait déjà trente ans que l'on parle des « nouvelles techniques de communication » »<sup>7</sup> et que de nouvelles formes d'expression apparaissent.

Selon Pierre Musso ces discours véhiculent un imaginaire qui enveloppe continuellement les objets techniques et leurs usages. Par imaginaire, l'auteur de l'ouvrage collectif *L'évolution des cultures numériques* entend « un ensemble de représentations sociales articulées : à la fois du réel transformé en représentation et la réalisation de représentations sociales ou

---

<sup>6</sup> GUNTHERT André, «La consécration du selfie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015

<sup>7</sup> FLICHY Patrice. *L'imaginaire d'Internet*. Paris : Éditions La Découverte, 2001, p.7

individuelles »<sup>8</sup>. Cet imaginaire est véhiculé dans les discours portés par les concepteurs des techniques de l'information et de la communication (TIC), les grandes organisations publiques et les « littérateurs », « c'est à dire les romanciers, journalistes cinéastes, auteurs de BD notamment, et les revues »<sup>9</sup>. Le *selfie* apparaissant comme le point nodal de diverses représentations, il nous semble pertinent de l'analyser à travers la valorisation que certains acteurs peuvent en faire.

Côtéant des objets techniques contemporains (les téléphones portables, l'Internet, les caméras) et plus anciens (les appareils photo), le *selfie* tendrait à être le support de fantasmes, d'idéologies, voire de mythes. L'utopie et l'idéologie constituent les « deux versants de l'imagination sociale »<sup>10</sup> selon Flichy. L'un cherche à « bouleverser » l'ordre social en explorant « le possible »<sup>11</sup>, tandis que l'autre incite à le converser. Les mythes sont des « récits structurés » qui cristallisent des représentations collectives et sont souvent « sous-jacents à l'innovation scientifique et technique »<sup>12</sup>.

Le *selfie* s'inscrit-il dans la continuité des imaginaires socio-techniques antérieurs et actuels ? Ceux qui produisent ce type de photographie valorisent-ils l'événement de la même façon que les « littérateurs » ?

Nous formulons dès lors les hypothèses suivantes :

– Les discours sociaux autour du *selfie* sont du même ordre que ceux qui accompagnent l'émergence de nouvelles techniques d'information et de communication et qui annoncent une rupture sociale. Ainsi, la valorisation de ce genre visuel fait écho aux discours qui accompagnent les techniques de figuration de soi, et s'inscrit dans la valorisation de l'Internet et plus particulièrement du web collaboratif.

– La pratique du *selfie* répond à la pratique de l'autoportrait photographique et de son partage, qui existe depuis le début de la photographie. Les individus qui produisent et diffusent leurs portraits sous cette appellation valorisent alors ces images de la même façon que ce genre photographique.

Notre hypothèse principale est celle selon laquelle l'avènement socio-technique du *selfie* et la frénésie qu'il suscite résulte d'une co-construction d'acteurs sociaux et d'utilisateurs. Toutefois,

---

<sup>8</sup> MUSSO Pierre, « Usages et imaginaires des TIC : la friction des fictions ». [Document en ligne] In : LICOPPE Christian (dir.), *L'évolution des cultures numérique*. Limoges : FYP éditions, 2009, pp.201-210

<sup>9</sup> MUSSO Pierre, « Usages et imaginaires des TIC : la friction des fictions », *op.cit.*

<sup>10</sup> FLICHY Patrice. *L'imaginaire d'Internet*. Paris : Éditions La Découverte, 2001, p.13-14

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> MUSSO Pierre, « Usages et imaginaires des TIC : la friction des fictions », *op.cit.*



nous pensons que cette co-construction ne s'est pas établie de façon connivente entre ces deux catégories d'acteurs. Nous nous appuyons sur les propos de Louis Quéré qui visent à éclairer les idées développées dans *La société de connivence* de Paul Beaud, pour signifier que, par « connivence », le terme même de *selfie* n'a pas fait « l'objet d'un « compromis négocié » entre forces sociales »<sup>13</sup>.

Pour vérifier ces hypothèses, nous avons choisi de constituer une analyse de terrain en deux parties. Nous avons choisi de constituer un premier corpus à partir des discours médiatiques diffusés en France et des discours portés par des productions culturelles dont certaines sont diffusées plus largement en Europe occidentale et en Amérique du Nord.

Nous avons ainsi choisi les émissions des chaînes de télévision généralistes et les reportages de journaux télévisés consacrés au *selfie*. Nous avons essayé de rechercher l'exhaustivité de cet ensemble dans les limites du possible, puisqu'il est probable que certaines productions ne soient pas accessibles en ligne. Nous avons en effet recherché ces traces audiovisuelles sur Internet, directement sur les sites des chaînes télévisées ou par mots-clés dans la barre de recherche de Google.

Il s'est avéré que ces productions précèdent toutes l'introduction du terme dans les Dictionnaires d'Oxford en ligne, soit après août 2013<sup>14</sup>. Il est difficile d'en déduire que c'est la consécration du mot par un dictionnaire qui a amené ces acteurs à s'emparer du sujet, puisque comme nous pouvons le remarquer dans la composition de notre corpus<sup>15</sup>, les émissions et reportages sont diffusés six mois plus tard. Les discours médiatiques s'attachent ainsi à décrypter la tendance *selfie*, l'introduisant ainsi comme un nouveau phénomène.

Pour sélectionner les productions culturelles des industries de contenus, nous avons choisi de nous arrêter aux productions audiovisuelles qui mentionnent ou mettent en scène le *selfie*. Nous avons ainsi une sélection composée de clips musicaux, d'un court-métrage, d'une bande-annonce de série et d'une vidéo réalisée par un internaute. Initialement, cet usager d'Internet n'est pas un professionnel de la création et la réalisation de contenus audiovisuels,

---

<sup>13</sup> QUÉRÉ Louis, « Une modernisation conservatrice ? » [Document en ligne] *Réseaux*, n°2, 2008, Vol. 148-149, p. 33

<sup>14</sup> Oxford Dictionaries, « SELFIE is named Oxford Dictionaries Word of the Year 2013 » [Document en ligne] 19 novembre 2013

<sup>15</sup> Cf Annexe 1

mais il est désormais managé par des professionnels<sup>16</sup>. Nous l'associons alors aux acteurs professionnels des industries culturelles.

Pour trouver ces contenus, nous avons encore une fois procédé par une recherche Internet, en faisant de la veille sur les articles de journaux et notamment sur la plateforme *Youtube*. Ainsi nous avons rassemblé des productions qui n'ont pas été créées seulement en France, mais aussi aux Etats-Unis et en Belgique. De même leur diffusion dépasse les frontières de leurs lieux de production. Il nous a semblé pertinent d'inclure des contenus des Etats-Unis, dans la mesure où le terme de *selfie* est d'origine anglophone. Par ailleurs, l'un de ces contenus date de 2006, avant donc la reconnaissance officielle du mot « *selfie* ».

Dans un deuxième temps, nous nous sommes intéressés aux *selfies* mêmes des usagers d'Internet et des conversations qu'ils généraient sur les réseaux sociaux. Les photographies dénommées *selfies* étant très abondantes sur ces espaces, nous avons choisi de nous limiter au réseau social *Flickr*. Ce site développé sous forme de réseau social se positionne principalement dans le partage de photographies et son émergence coïncide avec la commercialisation massive des appareils photos numériques, selon des auteurs qui s'intéressent aux usages de *Flickr*<sup>17</sup>. En outre, l'« un des concepts clés de *Flickr* est d'offrir un nouveau moyen d'accès à l'ensemble des photos »<sup>18</sup>, en constituant un annuaire de groupes thématiques. Afin d'affiner encore ce deuxième corpus, nous avons sélectionné un groupe dont la thématique est dédiée aux *selfies*. Si l'on en croit le site *Know Your Meme* qui documente les épisodes viraux d'Internet, le groupe « *Selfie shots* » est le premier exclusivement dédié aux photographies dites *selfies*. Créé en mars 2007, il compte 1087 membres et 46000 clichés à ce jour (la dernière fois que nous l'avons consulté était le 10 juin 2015). Nous avons toutefois remarqué que certaines photographies et leurs commentaires étaient plus anciens que la création annoncée du groupe. Nous pensons alors que ces photographies ont probablement été mises en ligne sur *Flickr* avant d'être ajoutées au groupe.

Pour ne pas biaiser nos analyses sur la valorisation de ces photographies en nous focalisant seulement sur une période donnée et une catégorie d'individus, nous avons sélectionné deux photographies par année (de 2005 à 2015) en essayant à chaque fois à retenir l'autoportrait d'un homme et d'une femme/fille. Le critère en plus qui nous a permis de filtrer la masse de

---

<sup>16</sup> BRUNET Elena, « Agent de youtubeur, dans l'ombre des stars de la vidéo » [Document en ligne] *L'Obs*, 19 novembre 2013

<sup>17</sup> BEUSCART Jean-Samuel, CARDON Dominique, PISSARD Nicolas, et al. « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? » [Document en ligne] *Réseaux*, n° 2, 2009, Vol. 154, p.97

<sup>18</sup> GERVAIS Jean-François. *Web 2.0: les internautes au pouvoir: blogs, réseaux sociaux, partage de vidéos, mashups...* Paris : Dunod, 2007, p.92

photographies était la présence d'au moins un commentaire par un membre du groupe. Nous avons alors tenu compte des photographies et de leurs commentaires, mais également des titres, des légendes, et des mots-clés définis par leurs auteurs.

Notre méthodologie emprunte à la fois aux analyses socio-discursives et aux analyses sémio-discursives. En effet, nous nous intéressons à l'énonciation, aussi bien visuelle que textuelle, en contexte. Nous cherchons à systématiser les éléments linguistiques et certaines unités visuelles quand cela est possible. Nos grilles d'analyse s'inspirent fortement de celles établies par Philippines Clot dans son mémoire de Master 1 qui met en perspective le concept de *storytelling* en communication politique, et dont le corpus est également audiovisuel et hétérogène.

Dans une première partie nous nous attacherons à montrer quelles sont les spécificités des discours sur le *selfie* portés par les médias et les productions culturelles. Nous montrerons tout d'abord que ces discours sont sous-tendus par des récurrences discursives qui s'inscrivent dans un temps long, sans toutefois rester figer aux formes discursives antérieures. Ensuite nous verrons dans quelles mesures le *selfie* relève des discours sur l'Internet et le web collaboratif.

Dans une deuxième partie, nous nous focaliserons sur la valorisation du *selfie* par les usagers de *Flickr*. Nous montrerons dans un premier temps quelles sont les caractéristiques du portrait et de l'autoportrait en fonction de l'évolution technique de la photographie. Ainsi, nous mettrons en avant les fonctions sociales de ce genre photographique. Puis, dans un second temps, nous préciserons les affinités entre la pratique de l'autoportrait et celle du *selfie*.

## I. LA VALORISATION DU SELFIE DANS LES DISCOURS SOCIAUX

Cette partie a pour objectif de montrer que les discours sociaux véhiculés par les médias et les productions culturelles autour du *selfie* ne sont pas tout à fait nouveaux. Pour ce faire, nous les mettrons en parallèle avec imaginaires contemporains, comme celui de l'Internet et du « Web 2.0 », mais aussi avec des formes discursives liées au portrait photographique beaucoup plus anciennes. Cette approche diachronique nous permettra de souligner les spécificités des discours sociaux sur le *selfie*.

### A. Des récurrences thématiques dans les discours sociaux au gré des modes du portrait

Dans son ouvrage *L'archéologie du savoir*, Michel Foucault essaie de définir une méthode d'analyse historique en accord avec les nouvelles façons de faire des historiens. Alors que traditionnellement ils étudiaient la continuité des éléments dans le temps, ces spécialistes analysent désormais les éléments en les isolant et en cherchant à les rattacher à de grands ensembles. Selon l'auteur, avec cette nouvelle approche méthodologique, l'Histoire perçue sur une échelle du temps long semble constituée de discontinuités et de grandes ruptures.<sup>19</sup>

Foucault nous rappelle que « le matériau qu'on a à traiter dans sa neutralité première, c'est une population d'évènements dans l'espace du discours en général. Ainsi apparaît le projet d'une *description des événements discursifs* comme horizon pour la recherche des unités qui s'y forment. »<sup>20</sup>. Aussi, si un énoncé est un évènement unique, « il est offert à la répétition, à la transformation, à la réactivation »<sup>21</sup> et se trouve en lien avec « des énoncés qui le précèdent et qui le suivent. »<sup>22</sup>. Il s'agit alors de « pouvoir saisir d'autres formes de régularités »<sup>23</sup>. Il nous apparaît ainsi pertinent de mettre en perspectives les discours médiatiques et des productions culturelles autour du Selfie avec les autres formes de « régularités discursives » - selon la formule de Foucault - qui se rapportent aux modes du portrait, afin de montrer quels éléments sont récurrents, quelles en sont les variations et les nouveautés. Nous verrons dans cette partie que ces régularités discursives se retrouvent à travers des thématiques.

Nous tenons également à préciser que les auteurs que nous allons citer parlent essentiellement de « portrait » et non d' « autoportrait ». Toutefois, selon Adeline Wrona, « tout portrait a

---

<sup>19</sup>FOUCAULT Michel. *L'archéologie du savoir*. Paris: Gallimard, 1969

<sup>20</sup> *Ibid.*, p.38

<sup>21</sup> *Ibid.*, p.41

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> *Ibid.*

quelque chose de l'autoportrait. »<sup>24</sup>. Le portrait est en effet un moyen d'autoreprésentation, comme l'indique à plusieurs reprises Gisèle Freund dans son ouvrage *Photographie et société*, ce qui nous permet de dire que ces deux formes de représentations relèvent de la même intention ; et l'autoportrait ne pourrait être qu'un type de portrait. En outre, des traces de la pratique de l'autoportrait visibles à travers différentes époques nous montrent que cette représentation a presque toujours accompagné celle du portrait. L'auteur du livre *Cinq cents autoportraits* nous le précise : « ce dont on est sûr [...] c'est qu'entre le début du XV<sup>e</sup> siècle, où une enluminure montre Marcia à l'œuvre [frontispice] et l'an 1500, lorsque Dürer recherche en lui-même l'apparence du Christ, l'autoportrait quitte les franges marginales de l'art occidental pour en occuper le premier plan. »<sup>25</sup>. Cet ouvrage s'intéresse aux productions des artistes et présente plusieurs autoportraits photographiques du XIX<sup>e</sup> siècle, comme le calotype de David Octavius Hill situé vers 1843<sup>26</sup> ; l'épreuve à l'albumine sous forme de carte de visite de Charles Dogson datée entre 1856 et 1860 ; l'autoportrait sur papier de gélatino-bromure d'Edward Sherriff Curtis<sup>27</sup> ou encore les silhouettes de Walker Evans sur papier de gélatino-bromure également<sup>28</sup>. En outre, « le Minolta Disc-7 », un appareil photographique « pourvu d'un miroir convexe en façade et d'un stick télescopique pour faciliter l'autoportrait »<sup>29</sup> est proposé en 1983.

Aussi il est parfois difficile de distinguer l'autoportrait du portrait. En effet, certains éléments visuels ne permettent pas de signifier que la personne représentée en image est celle qui l'a également réalisée. Selon l'exposition « le Photographe photographié » de novembre 2004 dans les Vosges promue dans un article de Libération, des photographies du XIX<sup>e</sup> siècle produites par des « inconnus ou des professionnels »<sup>30</sup> jouent sur cette ambiguïté. Certains montraient délibérément leur ombre et celui de l'appareil photo, tandis que d'autres s'efforçaient de cacher ces indices. Des manuels étaient même spécifiquement consacrés à ces tactiques de dissimulation.

Pour toutes ces raisons, les ouvrages relatifs aux portraits nous ont semblé pertinents pour notre étude. De même, comparer les différentes vagues du portrait avec celle du *selfie* – qui relève de l'autoportrait – n'apparaît pas incohérent.

---

<sup>24</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.125

<sup>25</sup> BELL Julian. *Cinq cents autoportraits*. Paris : Phaidon, 2005, p.7

<sup>26</sup> *Ibid.*, p.276

<sup>27</sup> *Ibid.*, p.277

<sup>28</sup> *Ibid.*, p.438

<sup>29</sup> GUNTHERT André, « La consécration du selfie » [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015

<sup>30</sup> FANCHETTE Frédérique, « Au XIX<sup>e</sup> siècle, l'autoportrait se portait déjà bien. » [Document en ligne] *Libération*, 24 novembre 2004

## 1. Le portrait et l'illégitimité des visages « ordinaires »

Il apparaît, à travers certaines époques, que l'amplification de l'utilisation d'une technique pour réaliser des portraits ou autoportraits s'accompagne de critiques remettant en cause la qualité de ces productions. L'une des raisons en serait que le portrait s'étend à des sujets qui ne mériteraient pas d'être mis en lumière.

Quand l'art pictural était la forme de représentation la plus commune, la légitimité du portrait était déjà remise en cause. Selon Adeline Wrona, le critique d'art La Font de Saint Yenne, déplorait au Salon de 1753 « l'usage immodéré, par une peinture française « décadente », du portrait »<sup>31</sup>. Il qualifiait ainsi le portrait d'un « genre de peinture aujourd'hui le plus abondant, le plus cultivé et le plus avantageux aux pinceaux même les plus médiocres. »<sup>32</sup>. Ces critiques dénonçaient alors la dégradation de la qualité des tableaux causée par l'élargissement du genre du portrait à des individus « ordinaires ». Wrona définit les individus « ordinaires » en opposition aux « personnes extraordinaires dans la mesure où, contrairement à elles, ils ne sortent pas du lot »<sup>33</sup>.

Cette évolution du portrait coïncide « avec l'ascension des couches bourgeoises et l'accroissement de leur bien-être matériel »<sup>34</sup>. « Le portrait, qui était en France, depuis des siècles, le privilège de quelques cercles, se soumet, avec le déplacement social, à une démocratisation. Dès avant la Révolution française, la mode du portrait commençait à se répandre dans les milieux bourgeois. »<sup>35</sup>. Quand le physionotrace, un « appareil qui mécanisait la technique de la gravure »<sup>36</sup>, apparaît en 1786, « le Tout-Paris se précipita bientôt chez les physionotracistes. Les personnalités célèbres de la Révolution, de l'Empire, de la Restauration, ainsi qu'un grand nombre d'inconnus, posèrent devant le physionotrace »<sup>37</sup>.

Un mouvement revendiquant la démocratisation du portrait avec un « droit au portrait »<sup>38</sup> prend alors forme dès la fin de l'Ancien Régime en France, mais aussi en Angleterre et aux Etats-Unis. A la moitié du XVIII<sup>e</sup> siècle, l'un des principaux exercices de la critique des expositions est axé sur la « la légitimité des portraits »<sup>39</sup>.

---

<sup>31</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.43

<sup>32</sup> *Ibid.*, p.43

<sup>33</sup> *Ibid.*, p.352

<sup>34</sup> FREUND Gisèle. *Photographie et société*. Paris : Éditions du Seuil, 1974, p.11

<sup>35</sup> *Ibid.*, p.11

<sup>36</sup> *Ibid.*, p.15

<sup>37</sup> *Ibid.*, p.16

<sup>38</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.42

<sup>39</sup> *Ibid.*, p.43

Cette tendance à la critique des portraits d'inconnus semble s'atténuer au XX<sup>e</sup> siècle avec le développement des médias visuels, qui « encourage la saisie de ce que l'on pourrait appeler des « visages typologiques » »<sup>40</sup> - ou autrement dit des portraits sur lesquels figurent des anonymes selon Wrona. Cette prédisposition s'en trouve encore accentuée aujourd'hui puisque Edwy Plenel, alors directeur du journal *Le Monde*, expliquait en 2002 que l'un des enjeux du portrait de presse est de « faire entrer les gens » dans le quotidien »<sup>41</sup>, c'est-à-dire, de « faire advenir à la célébrité des individus ordinaires »<sup>42</sup>. Wrona nous indique que « nombreux sont les titres de presse où s'exprime le désir de donner une place à ces figurations de l'individu ordinaire ». Plus que l'individu ordinaire, ce serait la figure de l'internaute-ordinaire qui se voit sacraliser par les médias, ainsi que nous le suggère Patrice Flichy. Ainsi, à la fin de l'année 2006 par exemple, le magazine américain *Time* désignait l'internaute ordinaire comme homme de l'année, « parce qu'il produit lui-même les nouveaux contenus multimédias du monde « en ligne » »<sup>43</sup>.

Avec l'avènement du *selfie* dans les médias, la légitimité de la représentation des gens « ordinaires » en images pourrait être réinterrogée puisque, selon Wrona, « cette question du droit au portrait, qui met en controverse la légitimité ou la pertinence de la figure inventée pour dire le social, se reconfigure à chaque déplacement sémiotique du genre »<sup>44</sup>. Les mœurs portraitistes changent avec les époques et « la démocratisation du portrait, son extension au contemporain, et surtout à l'ordinaire, déstabilisent le sens qu'assure à la société la somme de ses représentations individuelles »<sup>45</sup>. Nous nous sommes alors demandés à qui les discours médiatiques attribuent la production des *selfies*, quelle est l'importance accordée aux personnalités publiques par rapport aux individus « ordinaires » dans ces discours ; et de quelle façon ils sont dépeints.

Il s'avère que les termes les plus récurrents employés par les reportages des émissions et journaux télévisés de notre corpus pour citer les producteurs de *selfies* sont, en premier lieu, « les jeunes » ; puis de façon *ex aequo* les mots « Pape », « stars » et « monde » (pour

---

<sup>40</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.359

<sup>41</sup> *Ibid.*, p.352

<sup>42</sup> *Ibid.*, p.352

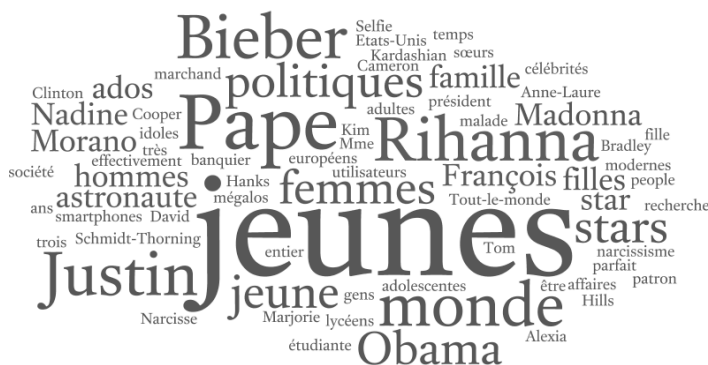
<sup>43</sup> FLICHY Patrice. *Le sacre de l'amateur: sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris : Seuil, 2010, p.19

<sup>44</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait, op.cit.*, p.47

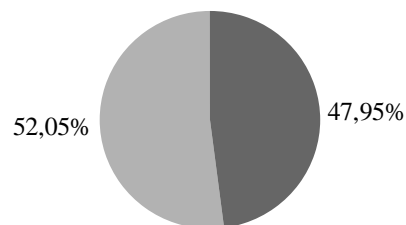
<sup>45</sup> *Ibid.*, p.46

désigner le fait qu'il s'agit de tout le monde). Afin d'illustrer nos propos, nous avons choisi de générer un nuage de mots-clés<sup>46</sup> à partir de nos analyses lexicales.

*Schéma 1 : Réurrence des termes définissant les producteurs de Selfies dans les discours médiatiques*



*Graphique 1 : Part des termes relatifs aux célébrités et aux individus « ordinaires » dans les discours médiatiques*



*Part des termes relatifs aux individus « ordinaires »*  
*Part des termes relatifs aux célébrités*

En regroupant les termes par catégories, il s'avère que les individus ordinaires sont désignés d'abord par le champ lexical de la jeunesse (« jeunes », « ados », « étudiante », « lycéen »), puis c'est la gente féminine qui est distinguée (« femmes », « filles », « sœurs », « Anne-Laure » etc.), avant même que la catégorie « tout le monde ». En dernier lieu nous retrouvons le champ lexical de la gente masculine (« hommes », « banquier d'affaire », « patron »).

Si le terme le plus récurrent désigne des individus « ordinaires », nous pouvons constater que le champ lexical des personnalités connues est également très présent, avec les mots « Pape », « Rihanna », « Justin Bieber » et « Obama » notamment. En répartissant toutes les terminologies en deux thématiques<sup>47</sup>, il apparaît que ce sont les célébrités qui dominent légèrement (à 52,05%) dans la désignation des producteurs de *selfies*.

Toutefois, à l'inverse des discours prononcés explicitement, les illustrations visuelles du *selfie* – constituées par des photos et des aperçus de l'acte photographique même – utilisées par les acteurs médiatiques mettent beaucoup plus en avant les anonymes que les célébrités. Parmi les productions médiatiques du corpus qui présentent des exemples visuels (c'est-à-dire tous les reportages hormis « Selfie – Narcissisme ou Forme d'art ? » d'Arte), nous constatons qu'environ trois-quarts de ces exemples représentent des gens « ordinaires », contre un quart de productions de célébrités.<sup>48</sup> Ces représentations de célébrités sont mêmes minimales dans les productions culturelles de notre corpus (seules trois sur cinq les font apparaître de façon

<sup>46</sup> Illustration réalisée avec le générateur en ligne *Wordle*. Disponible sur <http://www.wordle.net/>

<sup>47</sup> Cf. Graphique 1, réalisé par nos soins.

<sup>48</sup> Cf. Graphique 2, réalisé par nos soins.



furtives<sup>49</sup>). Dans les discours sociaux constitués par les médias et les productions culturelles, le *selfie* semble alors être l’apanage des individus ordinaires plus que celui des personnalités publiques.

Graphique 2 : Part des illustrations visuelles relatives aux individus « ordinaires » et aux célébrités



Part des illustrations visuelles relatives aux individus « ordinaires » ■

Part des illustrations visuelles relatives aux célébrités ■

Si l’importance est donnée aux visages anonymes, ceci ne signifie pas qu’ils sont valorisés de façon positive pour autant. Nous nous sommes alors intéressés aux connotations des reportages quand ils s’attardaient à décrypter la tendance du *selfie* du côté des individus « ordinaires », en répertoriant chaque type de tonalité identifiée<sup>50</sup>. Pour plus de la moitié d’entre eux, la tonalité est beaucoup plus positive que négative. L’émission « Selfie – Narcissisme ou Forme d’art ? » se caractérise par son objectivité totale, tandis que la partie de l’émission *Comment ça va bien* consacrée au *selfie* verse amplement dans une connotation négative, en raison de la position « anti-*selfie* » que semble adopter l’animateur Stéphane Bern.<sup>51</sup> Enfin, une seule émission adopte tour à tour la neutralité, une tonalité positive et une tonalité négative. Dans l’ensemble, il apparaît que les usages du *selfie* par les individus « ordinaires » sont perçus de façon positive dans les médias audiovisuels, même si certaines tendances du *selfie* sont présentées comme étranges, telles que l’autoportrait dans les toilettes, aux enterrements et dans des lieux de commémoration.

<sup>49</sup> Cf. Annexe 3

<sup>50</sup> Cf. Tableau 1, réalisé à partir des tonalités mises en évidence dans les grilles d’analyse des discours médiatiques.

<sup>51</sup> Cf. Annexe 2

Tableau 1 : Tonalités employées par les discours médiatiques pour décrire la tendance du Selfie des individus « ordinaires »

	Tonalité connotée positivement	Tonalité neutre	Tonalité connotée négativement
« La folie du Selfie »	***	*	
« «Selfie » : le triomphe de l’autoportrait »	*	*	*
« Qu’est-ce que le selfie »	*	*	****
« Selfie – Narcissisme ou Forme d’art ? »		*	
« « Selfie : pourquoi nos ados en sont-ils tous accros ? » »	***	*	*
« Narcissisme 2.0 »	***	**	
<b>Total</b>	*****	*****	*****

Comme nous pouvons l’observer dans le deuxième tableau<sup>52</sup>, la plupart des productions culturelles connotent la vogue du *selfie* de façon humoristique, en jouant notamment sur l’autodérision et la caricature pour rire des protagonistes figurés par des jeunes (garçons et filles), des jeunes femmes et quelques adultes. Seule la chanson « Carmen » de Stromae ne fait pas dans la nuance et colore le *selfie* de façon très péjorative. La tonalité caricaturale adoptée dans le clip vidéo sert à faire ressortir les comportements négatifs d’une société esclave des technologies de communication et des réseaux sociaux en ligne, dont le *selfie* est un symptôme.<sup>53</sup>

Tableau 2 : Tonalités employées par les productions culturelles associées à la pratique du Selfie par les individus « ordinaires »

	Tonalité humoristique (humour, autodérision, caricature)	Tonalité péjorative (dénigrement, caricature)
« MySpace the movie »	**	
« #Selfie »	***	
« Selfie »	**	*
« Le Selfie »	**	*
« Carmen »		**
<b>Total</b>	*****	****

Quant aux célébrités, il semble que certains discours médiatiques interrogent leur mise en pratique « abusive » du *selfie* ; à tel point que l’acteur américain James Franco notamment, s’est senti obligé de publier un plaidoyer dans *The New York Times* pour justifier les publications de ses nombreux *selfies* sur les réseaux sociaux<sup>54</sup>. Il introduit son article de la sorte: « I have been accused of posting too many of them. I was called out on the “Today”

<sup>52</sup> Tableau 2, réalisé à partir des tonalités mises en évidence dans les grilles d’analyse des productions culturelles.

<sup>53</sup> Cf Annexe p3.

<sup>54</sup> FRANCO James, «The meanings of the Selfie » [Document en ligne] *The New York Times*, 26 décembre 2013

show, and have even been called the selfie king. »<sup>55</sup>. Sur les six discours médiatiques de notre corpus, deux ont également tendance à connoter de façon négative les célébrités qui illustrent leur vie avec des *selfies* sur les réseaux sociaux. Dans l'émission *Comment ça va bien* animée par Stéphane Bern sur *France 2*, on pointe du doigt la bizarrerie et l'immoralité de Barack Obama, David Cameron et la première ministre du Danemark à se prendre en photo aux obsèques de Nelson Mandela. De même, Stéphane Bern démontre l'absurdité d'une telle pratique par les stars en l'assimilant au dévoilement de la vie privée dans les magazines *people* tels que *Oops*, *Voici* et *Public*.<sup>56</sup> La journaliste du reportage « « Selfie » : le triomphe de l'autoportrait » semble condescendante et sceptique quand elle aborde les *selfies* mis en ligne par les personnalités politiques. Elle signifie qu'ils le font de façon égocentrique, sans se demander si ces clichés intéressent réellement les autres.<sup>57</sup> Le fait que ces deux éléments de notre corpus insistent autant voire même plus sur les personnalités religieuses et politiques que les célébrités issues du milieu culturel suggérerait peut-être alors le fait que l'usage du *selfie* relève d'une pratique anormale, décalée de la part de ces acteurs. Il s'avère alors que certains usages « populaires » des *selfies* par l'élite devient parfois aussi controversés - voire même plus - que ceux des individus ordinaires.

Que ce soit la représentation d'inconnus ou de personnes célèbres, le *selfie* apparaît comme une mode amusante de l'autoportrait dans les discours médiatiques et les productions culturelles. Et si parfois elle apparaît comme une pratique critiquable, Adeline Wrona nous rappelle que « le portrait a toujours été suspect d'excéder les bornes de l'illustration légitime »<sup>58</sup>. Toutefois, aux vues de nos analyses, nous pensons qu'il ne s'agit plus de la légitimité du visage représenté sur les photos qui est remise en question, mais plutôt le « caractère transgressif »<sup>59</sup> du *selfie*, conféré par l'hyper-visibilité de l'autoportrait en contexte.

## 2. Le portrait photographique et le déclin de l'art

Sous le Second Empire, l'amélioration du procédé photographique élaboré par Daguerre et l'amplification de la vogue du portrait - qui atteint son apogée avec la commercialisation des

---

<sup>55</sup> Traduction proposée: « J'ai été accusé de trop en poster [des Selfies]. On m'a invité à l'émission « Today » et j'ai été nommé roi du Selfie. »

<sup>56</sup> Cf. Annexe 2

<sup>57</sup> *Ibid.*

<sup>58</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*, op. cit., p.45

<sup>59</sup> ALLARD Laurence, « Selfie, un genre en soi. Ou pourquoi il ne faut pas prendre les selfies pour des profile pictures » [Document en ligne] *Mobactu*, 14 janvier 2014

portraits-cartes de Disdéri - se sont aussi accompagnées de querelles d'artistes, déversées entre autre dans la presse écrite.<sup>60</sup>

Pour le poète français Charles Baudelaire, la photographie engendre « la décadence du goût en même temps que les masses »<sup>61</sup>. Dans un essai de 1859 destiné au directeur de la *Revue française*, il déclare ainsi : « s'il est permis à la photographie de suppléer l'art dans quelques-unes de ses fonctions, elle l'aura bientôt supplanté ou corrompu tout à fait, grâce à l'alliance naturelle qu'elle trouvera dans la sottise de la multitude. »<sup>62</sup>. Freund explique que pour Baudelaire, la photographie se résumait à « un procédé propre à flatter la vanité d'un public qui ne comprend rien à l'art et qui donne l'avantage au trompe-l'œil. »<sup>63</sup>. Bien que le poète reconnaisse les bienfaits de la photographie, la tromperie de cette technique selon lui est qu'elle amène le public à confondre l'art et le « vrai ». Les auteurs de l'ouvrage *La photographie* soulignent que si Baudelaire distingue la photographie de l'art, c'est que celle-ci, en montrant le « vrai », détruit la part d'imagination que recherchent à produire les artistes dans les arts picturaux<sup>64</sup> et appauvrit ainsi le « génie artistique français, déjà si rare »<sup>65</sup>. Pour lui, le réalisme recherché à travers la photographie ne sert qu'à combler le manque d'idées des artistes. Il argue alors que la place de la photographie est de servir les arts et les sciences, non de les inspirer. « L'intronisation de la photographie comme norme, sous l'influence du public, serait donc un prélude au déclin de l'art. »<sup>66</sup>.

A propos des portraits réalisés sur daguerréotype, Delacroix déclarait la *Revue des deux Mondes* du 15 septembre 1850: « sur cent, il n'y en a pas un de supportable, car, bien plus que la régularité des traits [...], nous surprend et nous enchante la physionomie que nous percevons du premier coup d'œil, et que jamais ne percevra un appareil mécanique. »<sup>67</sup>. Ce qui définit l'art selon lui, c'est le fait que « l'esprit » du modèle soit reproduit. Or il explique que la photographie ne reproduit que de la ressemblance. Dans ces conditions, elle ne peut être confondue avec l'art.

Gisèle Freund nous révèle que ces récriminations contre la technique photographique étaient sous-tendues par des intérêts économiques. «La plaque, en un temps étonnamment court, avait

---

<sup>60</sup> FREUND Gisèle. *Photographie et société*. Paris : Éditions du Seuil, 1974, p.71

<sup>61</sup> *Ibid.*, p.78

<sup>62</sup>BAUDELAIRE Charles. «Le public moderne et la photographie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 6, 1999.

<sup>63</sup> FREUND Gisèle. *Photographie et société, op.cit.*, p.78

<sup>64</sup> GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle. *La photographie*. Paris : Larousse, 2011, p. 208

<sup>65</sup>BAUDELAIRE Charles, «Le public moderne et la photographie», *op.cit.*

<sup>66</sup> GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle. *La photographie, op.cit.*, p.208

<sup>67</sup> FREUND Gisèle. *Photographie et société*. Paris : Éditions du Seuil, 1974, p.79

conquis le domaine du portrait. Sa concurrence, imbattable par le graveur et le miniaturiste, devenait également dangereuse pour le peintre portraitiste. Et cela à une époque où la mode du portrait s'introduisait dans tous les milieux bourgeois. »<sup>68</sup>.

Aujourd'hui, nous constatons que les médias réinterrogent, à travers le *selfie*, la place de la photographie mobile au sein d'une pratique artistique. Le titre même d'un des reportages d'Arte le suggère : « « Selfie - Narcissime ou Forme d'art ? » » ; et le reportage du journal télévisé de TF1, « La folie du Selfie », fait intervenir deux témoins apparentés plus à des professionnels qu'à de simples amateurs de *selfies* qui n'ont pas d'intention créative ou artistique. Eric Hoube est dénommé « créateur de Selfies » et Eloïse Capet, « photographe sur téléphone », est présentée devant une galerie d'art composée de ses photos. Il nous semblait que ce reportage mettait sur un même pied d'égalité le *selfie* touristique que l'autoportrait photographique de nature créative ou artistique.

Aussi, le champ lexical de l'art se retrouve dans les discours de quatre reportages de notre corpus, avec les termes « avenir artistique », « galerie » « l'art de l'autoportrait », « créateur », « chef d'œuvre », « un art », « plus artistique ».

De même, des articles comme celui du magazine *Les Inrocks*<sup>69</sup> ou encore l'émission radio de *France Culture*<sup>70</sup> s'interrogeant sur le *selfie* comme tendance artistique, renforcent l'idée que ce type de photographie peut relever parfois de l'art en mentionnant le fait qu'une exposition à Londres y est dédiée ; et qu'une performance de la Biennale d'Art contemporain de Lyon en 2013 l'a mise en scène.

### 3. Les affluences du portrait et les néologismes

A travers l'histoire de la photographie, nous nous sommes aperçus que le mot « *selfie* » n'était pas le seul néologisme issu de la pratique de la représentation de soi. La production soudainement massifiée des portraits photographiques au XIX<sup>e</sup> siècle a également donné lieu à de nouvelles terminologies de la part de certains acteurs médiatiques.

Dans les années 1841 et 1842, au moment où les portraitistes professionnels fleurissent dans la capitale du fait « d'une clientèle variée et de plus en plus importante »<sup>71</sup>, les portraits

---

<sup>68</sup> FREUND Gisèle. *Photographie et société*. Paris : Éditions du Seuil, 1974, p.81

<sup>69</sup> DOUCET David, « Les selfies, nouvel art de l'autoportrait? » [Document en ligne] *Les Inrocks*, 23 novembre 2013

<sup>70</sup> DE LA PORTE Xavier, « Le Selfie, nouvel art de l'autoportrait » [Document en ligne] *France Culture*, 24 octobre 2013

<sup>71</sup> GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle. *La photographie*. Paris : Larousse, 2011, p.58

réalisés sur daguerréotype sont sujets à de nombreuses caricatures et le mot «daguerréotypomanie»<sup>72</sup> émerge.

Adeline Wrona parle de « phénomène de société » en ce milieu du XIX<sup>e</sup> siècle lorsque les portraits atteignent un « niveau commercial inédit »<sup>73</sup>. Le nom de « portraitomanie » est donné à ce phénomène, qualifié de « pathologie sociale » par les récits satiriques et informationnels<sup>74</sup>. Cette tendance bourgeoise reconfigure alors la figure du Bourgeois, « un individu sans personnalité, qui pense, parle, lit « comme tout le monde » »<sup>75</sup>. Dans une publication de *Physiologie* en 1841, Henry Monnier illustre cette pratique en expliquant que « « quand le Bourgeois ne sait à quoi employer son temps d'une manière plus convenable, il se fait faire. » »<sup>76</sup>. L'auteur explique que dans les intérieurs bourgeois de l'époque, le portrait s'assimile au décor et « *le bourgeois, en somme, fait tapisserie* »<sup>77</sup>. Pris sous le prisme de cette tendance sociale, se faire tirer le portrait apparaît comme une pratique vide de sens à cette époque.

Les auteurs Gervais et Morel ont relevé, eux, le mot « portraiture », inventé par François Victor Fournel en 1858 pour décrire cet « empressement du bourgeois à commander son image et la médiocrité artistique des résultats de ce commerce. »<sup>78</sup>.

Ces termes, « portraiture » et « portraitomanie », formés à partir du mot « portrait », viennent donc connoter négativement la pratique bourgeoise du portrait photographique de l'époque. Certains discours dénoncent alors une production de portraits qui se ressemblent tous, avec des « poses stéréotypées » et « des attitudes figées »<sup>79</sup>, en raison du protocole requis par le daguerréotype.

Le nom « *selfie* » ne réfère pas directement au portrait ou à l'autoportrait, mais renvoie à la figure individuelle avec le mot « self », qui signifie « soi-même » en anglais. Toutefois, peu avant la popularisation de ce terme, un autre néologisme avait vu le jour. Le court-métrage « MySpace The movie » diffusé en 2006 utilise les termes « *The MySpace Angles* » (« les angles MySpace » en français), ou encore « *the angles* » à la place du mot « *selfie* », pour désigner les autoportraits photographiques postés sur les réseaux sociaux. Le personnage qui utilise cette expression définit ce type de photographie comme étant les photos publiées par

---

<sup>72</sup> *Ibid.*, p.62

<sup>73</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p. 104

<sup>74</sup> *Ibid.*

<sup>75</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*, *Ibid.*, p. 105

<sup>76</sup> *Ibid.*

<sup>77</sup> *Ibid.*

<sup>78</sup> GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle. *La photographie*. Paris : Larousse, 2011, p. 62

<sup>79</sup> *Ibid.*, p.59

« les filles moches sur MySpace »<sup>80</sup>, qui ne sont jamais des autoportraits en pied, mais ne font figurer que des parties du corps. « Les angles » font alors référence aux angles de prise de vue.

L'allusion à des expressions figées, toutes similaires ne transparait pas tellement dans les discours médiatiques et les productions culturelles que nous avons sélectionnés. Nous entendons seulement l'un des témoins du reportage de l'émission de *M6* raconter que cette mode du *selfie* chez les adolescents l'énerve, car « ils font tous les mêmes visages, les mêmes expressions. »<sup>81</sup>.

A l'inverse, les discours médiatiques démontrent qu'il existe une variété multiple de ce type de photographie et en viennent à dresser une typologie du *selfie*, l'établissant ainsi comme un genre à part entière. Ce faisant, ils font état d'autres néologismes dérivés directement du terme « *selfie* », comme « *Usies* », « *Uglies* », « *Healthies* », ou encore « *Duck face* »<sup>82</sup> qui renvoient au fait que plusieurs individus apparaissent sur un *selfie* ; à une expression particulière ; ou encore à une activité particulière de l'individu au moment où il se photographie.

Si au XIX<sup>e</sup> siècle la mode du portait était qualifiée de « pathologie », le *selfie* apparaît également en tant que telle dans les discours médiatiques, mais dans des termes beaucoup moins forts. Nous avons repéré quelques mots relevant du champ lexical de la maladie dans trois reportages sur les six de notre corpus, comme « folie », « fou », « société malade ». Toutefois ce vocabulaire est loin d'être dominant dans les discours médiatiques.

La tendance *selfie* est également assimilée à l'addiction dans l'émission de *M6* qui titre son reportage « Selfie : pourquoi nos ados en sont-ils tous accros ? », ou encore celui du journal télévisé de *France 2* qui compare la pratique à une « drogue »<sup>83</sup>. Mais ce sont surtout certaines productions culturelles qui mettent en avant la thématique de la dépendance, avec le personnage principal de la série « Selfie » désigné « d'obsédé » et qui ne semble plus pouvoir s'arrêter de prendre des *selfies* pour illustrer sa vie sur les réseaux sociaux. De même, dans le clip vidéo de Stromae, toutes les représentations qui accompagnent la pratique du *selfie* montrent le chanteur rivé sur l'écran de son téléphone portable, qu'il soit dans la rue, au cinéma, à une fête d'anniversaire, dans le lit avec sa compagne.

---

<sup>80</sup> Cf. Annexe 3

<sup>81</sup> Cf. Annexe 2

<sup>82</sup> *Ibid.*

<sup>83</sup> *Ibid.*

#### 4. Le portrait et le mythe de Narcisse

Au XIX<sup>e</sup> siècle, avec le succès des ateliers portraits ressurgit le mythe de Narcisse. « A partir de ce moment, la société immonde se rua, comme un seul Narcisse, pour contempler sa triviale image sur le métal. Une folie, un fanatisme extraordinaire s'empara de tous ces nouveaux adorateurs du soleil<sup>84</sup>, écrit Charles Baudelaire en 1859 dans son essai *Le public moderne et la photographie*. Pourtant, cela ne l'empêche de se prêter lui-même à l'exercice du portrait avec son ami Nadar, rapportent les auteurs de *La photographie*<sup>85</sup>.

Adeline Wrona rappelle que la notion d' « individualisme » enfla au XIX<sup>e</sup> siècle, « devient omniprésente dans les réflexions sociales et politiques » et « se fonde sur des processus de communication spécifiques »<sup>86</sup>. Ainsi le portrait en découlerait car il s'agit d' « une forme particulièrement adaptée à l'exploration des frontières séparant ces deux territoires du moi, le privé, et le public. »<sup>87</sup>. Toutefois, il semble que les discours médiatiques de l'époque ne rendent pas compte de cet aspect communicationnel du portrait photographique.

Le narcissisme semble à nouveau d'actualité avec le *selfie*, et ce serait même cette tendance au nombrilisme qui l'aurait propulsé sur le devant de la scène médiatique d'après André Gunthert : « Le magazine *Time* consacre la couverture de son numéro de mai à ce thème, suivi par plusieurs émissions de télévision ou grands journaux, comme le *New Yorker* ou le *Guardian*, qui reprennent et amplifient cette vision critique, et lui donnent un caractère de phénomène culturel global. »<sup>88</sup>.

Il est vrai que le narcissisme est une question récurrente et même systématique dans les discours médiatiques et les productions culturelles sur lesquels nous nous sommes penchés, que ce soit dans les titres ou le contenu même. Cependant, en s'attachant seulement aux mots qui définissent et caractérisent le *selfie* et ses usages dans les discours médiatiques, nous pouvons constater que de nombreux termes décrivent les *selfies* comme étant des supports à la communication. Le champ lexical de l'égoïsme ou du narcissisme ne représente que 7 à 22 % du vocabulaire explicatif, contre 15 à 56 % de termes renvoyant à la communication<sup>89</sup> ; ce qui vient fortement nuancer l'idée que le *selfie* est une tendance narcissique.

---

<sup>84</sup>BAUDELAIRE Charles, «Le public moderne et la photographie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 6, 1999.

<sup>85</sup>GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle, *op.cit.*, p.65

<sup>86</sup>WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p. 72

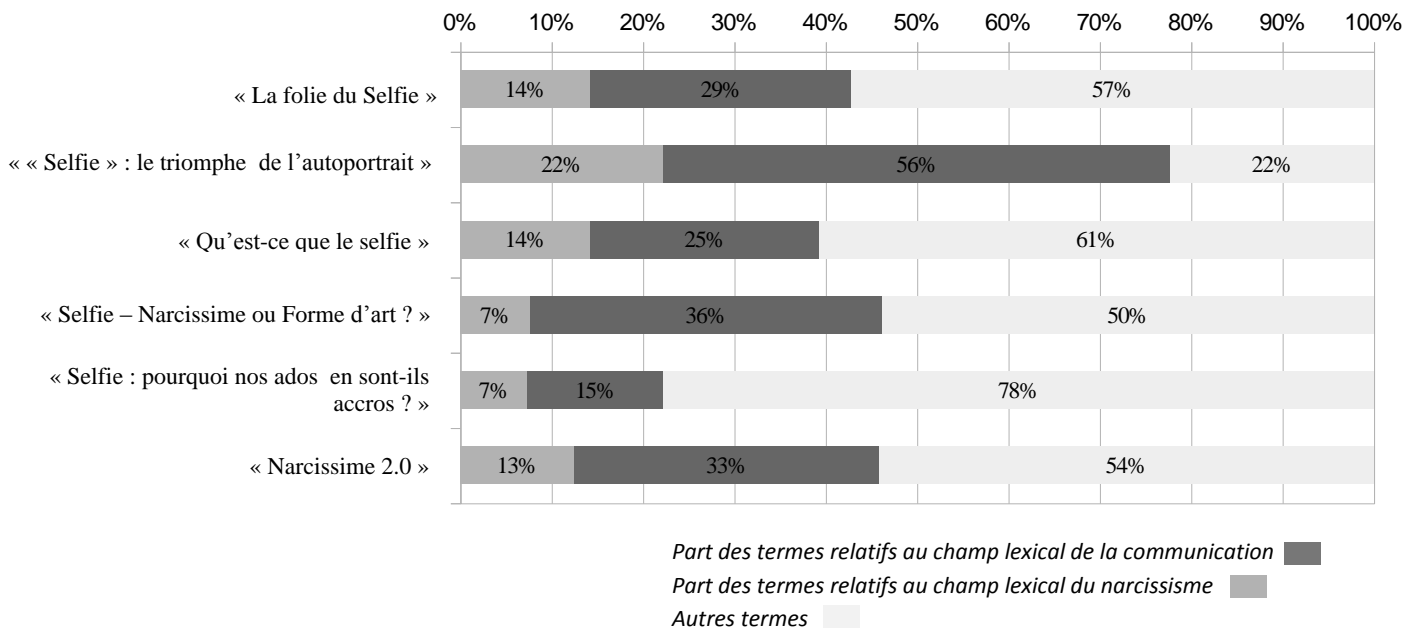
<sup>87</sup>*Ibid.*

<sup>88</sup>GUNTHERT André, «La consécration du selfie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015

<sup>89</sup> Cf Graphique 3, réalisés par nos soins



Graphique 3: Répartition du vocabulaire utilisé pour décrire et qualifier la tendance du « selfie » dans les discours médiatiques



De même, nous avons répertorié tous les termes associés aux échanges des *selfies* formulés par les reporters, chroniqueurs et intervenants, qui sont récurrents dans tous les discours médiatique de notre corpus. Comme l'indique le nuage de mots-clés ci-dessous, c'est le mot « partager » qui a été prononcé le plus de fois. Le champ lexical des interactions sur les réseaux sociaux est très présent, ce qui souligne la particularité du *selfie*, à se définir comme un autoportrait « connecté » soumis aux commentaires, aux « likes » et partages des usagers des communautés en ligne.

Schéma 2 : Réurrence des termes associés aux interactions autour du « selfie » dans les discours médiatiques



En outre, des chercheurs en sciences de l'information et de la communication, sociologie et philosophie – parmi lesquels André Gunthert lui-même – interviennent dans cinq productions

médiatiques de notre corpus<sup>90</sup>. Ce faisant, ils viennent fortement contrebalancer les conclusions hâtives des journalistes ; et leur statut ajoute du poids à leurs affirmations.

Le *selfie* n'est pas associé à la tendance individualiste de la société, mais plutôt à une logique de marque pour la moitié de nos discours médiatiques. Toutefois, il s'agit principalement du reportage « « Seflie » : le triomphe de l'autoportrait », qui parle de « *Self-branding* ». Ainsi nous retrouvons certains termes qui s'apparentent à la vente et à l'image de marque, tels que « autopromotion », « se vendre soi-même », « un marchand », « on s'auto-promouvoit », « recherche de notoriété ».

Jusqu'à présent, nous nous sommes attardés seulement sur les discours médiatiques. Or les productions culturelles mettent aussi en avant le mythe de Narcisse, le mentionnant directement ou indirectement. Le dénommé Hugo Tout Seul notamment explique ce qui « gâche » la mode du *selfie*, c'est que « ça nous rend vraiment narcissique »<sup>91</sup>. Il imagine même une situation improbable dans laquelle les constructeurs de téléphonie mobile auraient inventé le « selphone », un téléphone qui ne sert qu'à s'appeler soi-même ; et conclue en conseillant de ne pas trop se « regarder le nombril », mais plutôt « celui des autres »<sup>92</sup>. Les usages conversationnels de cette pratique photographique ne sont pas du tout mis en avant dans cette vidéo, hormis une scène où un père et un jeune se montrent leurs *selfies* sur leur téléphone portable respectif. Toutefois, il termine ses sketches avec une note auto-dérisoire qui laisse reconsidérer ses propos et sous-entend que le *selfie* n'engage pas seulement soi-même dans une relation tournée vers soi uniquement.

La série « Selfie » évoque également le narcissisme directement à travers la voix du personnage secondaire qui réduit le protagoniste principal à une « fade obsédée narcissique des réseaux sociaux »<sup>93</sup>. La scène introductive de la bande-annonce laisse en effet apercevoir la jeune femme se contempler dans un miroir en même temps qu'elle se prend en photo, et la suite indique qu'elle est très portée sur l'apparence physique et la beauté. Toutefois le personnage apparaît très caricatural et la tonalité de cette série est celle de l'humour et du second degré. Elle ne prétend alors pas faire état d'une réalité.

Eliza Dooley, le personnage principal de la série, nous rappelle les deux jeunes femmes mises en scène dans le clip musical « #Selfie ». Tout au long de la vidéo, elles se prennent en photo avec leurs téléphones portables devant un miroir. Elles semblent obnubilées par leurs

---

<sup>90</sup> Cf Annexe 2

<sup>91</sup> Cf Annexe 3

<sup>92</sup> *Ibid.*

<sup>93</sup> *Ibid.*

apparences et ne se regardent jamais entre elles. Mais encore une fois, les personnages sont surjoués et la tonalité donnée est celle de l'humour et du second degré. En effet, le clip a été conçu avec la participation des internautes qui ont envoyé leurs propres *selfies*. Ces clichés laissent apercevoir de nombreuses personnes déguisées - certaines avec des costumes parfois loufoques -, des autoportraits d'animaux. Dans cette production culturelle, le *selfie* est associé au milieu festif et à l'amusement plus qu'au narcissisme même. En outre, les paroles de la chanson induisent que ce type de photographie sert les jeux de flirts et favorise les rencontres, ce que nous retrouvons également dans « MySpace the movie », comme le suggère le titre du chapitre qui met en scène les *selfies*, « The blind date »<sup>94</sup>.

Enfin, seule la production de Stromae ne fait pas dans la demi-mesure et présente un parti-pris très critique sur les usages des réseaux sociaux, dont les *selfies*. En effet, toutes les représentations visuelles qui accompagnent la mise en pratique du *selfie* montrent le chanteur guidé par l'écran de son téléphone portable, au point d'en oublier de vivre avec les gens qui l'entourent physiquement. Tel un Narcisse qui perd de vue que son propre reflet n'est pas la réalité, le *selfie* apparaît comme une métaphore de ce miroitement. Le mythe de Narcisse est également sous-entendu dans les paroles de la chanson avec le refrain « Garde à moi si je m'aime »<sup>95</sup>. Finalement, se prendre en photo pour alimenter son réseau social conduit à une désocialisation selon le chanteur, qui le rappelle verbalement : « on finit solo »<sup>96</sup>. Ce narcissisme est associé à une logique marchande, comme nous l'avons vu précédemment dans certains discours médiatiques, avec le jeu de mots : « Et c'est comme ça qu'on s'aime [...] Comme ça consomme –somme ». Aussi, dans le cas de cette production, nous rejoignons les propos d'André Gunthert qui explique que « l'autophotographie rejoint alors le smartphone comme figure majeure de l'idéologie de la déconnexion, illustrant le ridicule d'une vie documentée en permanence et la vanité d'une communication devenue *self-branding*. »<sup>97</sup> ; tout en rappelant que cette idéologie ne transparaît pas dans tous les discours sociaux que nous venons de voir.

Si certains discours sociaux actuels soulèvent la question du narcissisme autour du *selfie*, ils s'inscrivent dans un changement de paradigme plus global, qui ne concerne pas seulement les faits sociaux liés à la photographie. Gunthert rappelle que ce changement de paradigme se forme avec « la psychiatisation des faits sociaux, inaugurée en 1979 par l'essai de

---

<sup>94</sup> Traduction propose: «Le rendez-vous en aveugle »

<sup>95</sup> Cf Annexe 3

<sup>96</sup> *Ibid.*

<sup>97</sup> GUNTHERT André, «La consécration du selfie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015.

Christopher Lasch, *La Culture du narcissisme* [...]. L'auteur de *Generation Me* (2006) et de *The Narcissism Epidemic* (2009) soutient que l'essor de l'éducation à l'estime de soi des années 1980 a donné naissance à des jeunes qui « ont le langage du moi pour langue maternelle ». »

Ainsi, nous venons de voir que la pratique de l'autoportrait est sujette à des régularités discursives inscrites dans un temps long, dont les grandes thématiques qui les constituent opposent « conservatisme et progressisme, culture distinguée et culture populaire, élites et grand public. »<sup>98</sup>. Les techniques qui accompagnent cette pratique sont imprégnées d'un entrelacs de mythe (avec le mythe de Narcisse) et d'imaginaires qui leurs sont propres et qui transparaissent dans les discours sociaux sur le portrait et l'autoportrait. Aussi, il semble que la majorité des discours médiatiques et des productions culturelles autour du *selfie* tendent vers l'utopie plus que de l'idéologie, puisqu'ils dépassent les visions conservatistes et évoquent les possibilités communicationnelles et artistiques offertes par le *selfie*.

## **B. L'évènement *selfie* empreint d'une utopie techniciste**

Comme les discours médiatiques et les productions culturelles apparentent le *selfie* aux téléphones portables et aux réseaux sociaux en ligne, nous émettons l'hypothèse que les discours sociaux autour du *selfie* sont du même ordre que ceux qui accompagnent l'émergence de nouvelles technologies et qui annoncent une rupture sociale. Aussi, nous pensons que la valorisation de la production des *selfies* entre dans la continuité de la valorisation du web collaboratif et des nouvelles technologies.

Dans cette partie, nous nous appuyons principalement sur les discours médiatiques de notre corpus, qui semblent plus propices à relayer les discours des acteurs du « Web 2.0 » que les discours portés par les productions culturelles.

### **1. Le Selfie aux prises de l'imaginaire d'Internet**

A travers un corpus d'articles de journaux français, Aurélie Laborde s'intéresse aux premiers discours sur l'Internet afin d'en faire ressortir ses spécificités. Pour pouvoir mieux appréhender les discours et l'imaginaire de cette technique contemporaine, l'auteure a choisi d'adopter une approche diachronique en les confrontant aux discours antérieurs sur les

---

<sup>98</sup> GUNTHERT André, «La consécration du selfie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015.

dispositifs techniques de communication à distance, tels que le télégraphe optique, le télégraphe électrique, le téléphone et la télégraphie sans fil.

Elle remarque ainsi que selon les techniques et les périodes, les journalistes vont insister d'avantage sur l'une ou l'autre des dimensions de la communication que sont l'« échange d'information » et la « relation »<sup>99</sup>.

Au XIX<sup>e</sup> siècle, « l'accent est mis sur l'échange « strict » et la transmission d'information », alors que dans les discours sur l'Internet, c'est « la « relation » à distance qui est privilégiée ».<sup>100</sup> Selon l'auteure, les tout premiers discours s'attachent, non pas aux usages, mais au pendant technique et à la commercialisation même d'Internet. Les notions qui ressortent sont celles du champ lexical de la liaison. « Les journalistes jouent alors, volontairement ou non, sur l'ambiguïté de ces termes, conférant à la technique une capacité d'action sur le social. »<sup>101</sup>. Ces discours sont donc imprégnés de déterminisme technique.

De même, parallèlement à l'emploi de termes classiques liés à l'échange d'information (comme « communication », « correspondre », « envoyer »), un vocabulaire nouveau émerge, avec des mots tels que « rendez-vous », « contact », « rencontre », « passion » qui sont fréquemment employés. « Ainsi, lorsque l'on observe attentivement les articles du *Monde*, de *Paris Match* ou de *France Soir*, on constate un glissement du vocabulaire journalistique, qui tend aujourd'hui à employer des termes généralement réservés aux relations de « co-présence » ou de proximité, pour décrire des échanges à distance effectués par le réseau »<sup>102</sup>.

L'auteure remarque également que le verbe « raconter » est plus prégnant que le verbe « informer », « le premier induisant un échange personnel et intime, plus qu'un échange strict. »<sup>103</sup>. En outre, les journalistes n'évoquent pas la vitesse, ni la réduction de l'espace temps. Laborde en déduit qu'ils effacent - de façon implicite - « le caractère artificiel et médiatisé des relations sur le réseau », donnant l'illusion « d'une communication de proximité, d'une relation de « co-présence ». »<sup>104</sup>.

Selon Patrice Flichy, dès qu'un dispositif technique apparaît, on imagine qu'il « va s'imposer et détrôner les anciens, que les self-média vont se substituer aux mass-media, que chacun va

---

<sup>99</sup> LABORDE Aurélie, « Internet : « oubli » de l'intermédiaire technique et avènement d'un « monde » nouveau » [Document en ligne] *Communication. Information médias théories pratiques*, 22/2, 2003, p. 125-144

<sup>100</sup> *Ibid*

<sup>101</sup> *Ibid.*

<sup>102</sup> *Ibid.*

<sup>103</sup> *Ibid.*

<sup>104</sup> *Ibid.*

pouvoir s'exprimer sans passer par les médiateurs habituels, que de nouvelles communautés vont associer des individus situés en différents endroits de la planète. »<sup>105</sup>. Ainsi, Internet apparaîtrait comme un outil de communication individuelle, permettant à chacun de s'exprimer de façon unilatérale ou « à double ou multiple sens »<sup>106</sup> ; et de « recevoir à sa convenance des messages audio, visuels, audiovisuels, scripto-visuels »<sup>107</sup>.

Bernard Miège nous rappelle que cette utopie d'une « révolution » de la communication par les *self-media* est nourrie et interagit avec les mutations qui sont en cours, que sont notamment la tendance à la dématérialisation des supports et l'individualisation des pratiques. Si ces changements ne sont pas provoqués par les TICs, elles se rattachent toutefois aux acteurs professionnels. Il explique par exemple que « les compagnies gestionnaires de réseaux ne se contentent plus de vendre de l'échange (échange vocal, échange de données, etc), mais participent activement à la promotion et même la production des services accessibles en ligne et payés par les consommateurs ». Ces acteurs mobilisent en effet des investissements lourds, « tant pour la construction des réseaux que pour la mise en places des « centres serveurs ». »<sup>108</sup>.

Nous supposons donc que les discours médiatiques sur les *selfies* s'inscrivent dans ces discours journalistiques et utopiques - voire les amplifient.

Dans un premier temps, nous sommes attachés à analyser les termes utilisés par les acteurs médiatiques qui évoquaient l'aspect relationnel et l'échange d'information via les *selfies*. Il s'avère qu'il y a autant de termes relevant de l'échange strict d'information que de termes induisant une relation (soit 26 pour chacun des deux aspects). Si l'on observe les tableaux suivants<sup>109</sup>, les mots relevant des verbes « envoyer » et « poster » sont les plus récurrents quand il s'agit d'échange d'information. Nous trouvons également des termes liés à la rapidité de la communication, comme « instantanément », « en moins de cinq minutes ». Enfin, des termes renvoyant à l'espace temps, tels que « partout », « tout le temps », « tout est possible », soulignent qu'il s'agit d'une communication absolue, qui peut prendre n'importe quelle forme et qui est sans limite spatio-temporelle.

---

<sup>105</sup> FLICHY Patrice. *L'imaginaire d'Internet*. Paris : Éditions La Découverte, 2001, p.7

<sup>106</sup> CLOUTIER Jean. *Petit traité de communication*. Reillanne : Atelier Perrousseaux, 2001, p.18

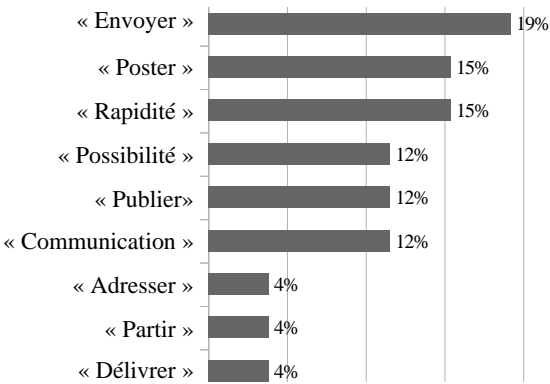
<sup>107</sup> *Ibid.* p.17

<sup>108</sup> MIÈGE Bernard. *Les industries du contenu: face à l'ordre informationnel*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2000, p.79

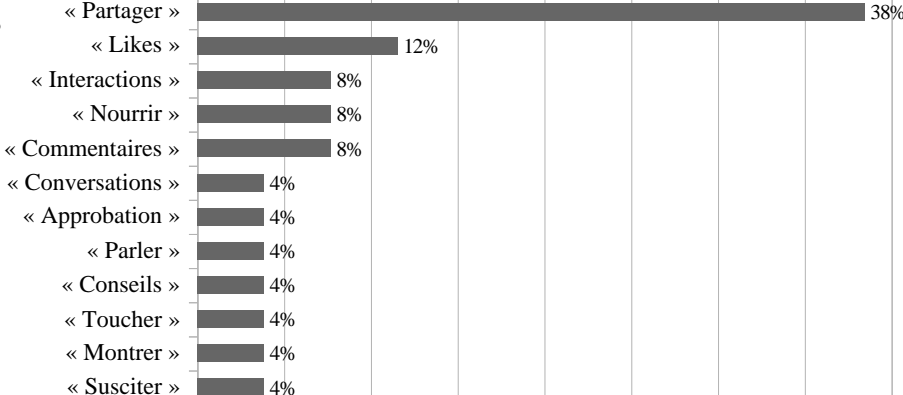
<sup>109</sup> Tableaux réalisés par nos soins, à partir de nos grilles d'analyse.

Parmi les mots valorisant les relations qui se jouent autour du *selfie*, nous remarquons que beaucoup relèvent du champ lexical des réseaux sociaux, comme « partager », « likes », commentaires ». Ces interactions se caractérisent donc avant tout comme relevant d'une communication communautaire, avec les réseaux sociaux en ligne. La plupart des mots - comme « interactions », « conversations », « conseils », « approbation » - indique qu'il s'agit d'une communication multilatérale, bien que d'autres évoquent une communication à sens unique (« nourrir », « toucher »).

Graphique 4 : Termes caractérisant l'échange d'information

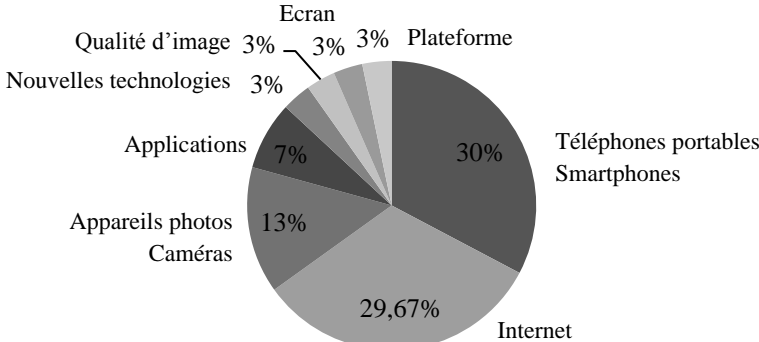


Graphique 5 : Termes liés aux interactions autour du « selfie » dans les discours médiatiques



Ces premiers constats nous indiquent que, contrairement à ce que nous avons annoncé dans notre hypothèse, le caractère médiatisé de la communication par les *selfies* est bien mis avant, ainsi que l'échange même d'information en plus de l'aspect relationnel. Nous supposons que si l'accent est mis sur cette dimension de la communication, c'est en raison du fait que la pratique conversationnelle de l'autoportrait photographique apparaît comme « nouvelle » aux yeux des journalistes et chroniqueurs, en lien avec les nouvelles technologies de communication. En effet dans les discours médiatiques de notre corpus, les *selfies* sont, avant même d'être associés aux appareils photos, toujours attribués aux téléphones portables et aux *smartphones*, puis à Internet.

Graphique 6 : Part des termes relevant de la technique dans les discours médiatiques



Quant à la «révolution de la communication» régulièrement annoncée dans les discours sociaux, elle ne figure pas dans les discours médiatiques de notre corpus. Seul le reportage de l'émission *100% Mag* de M6 parle de «la révolution selfie», de «nouvelles façons de communiquer» et qualifie les *selfies* de «nouveaux textos nouvelle génération». Toutefois elle ne prédit pas un renversement des moyens de communication habituels.

Les discours sur le *selfie* s'écartent donc quelque peu des premiers discours sur l'Internet identifiés par Aurélie Laborde. Aussi, l'utopie d'une «révolution de la communication» des *self-média* sur les *mass-media* ne transparaît pas dans les éléments de notre corpus.

## **2. L'évènement *selfie*, un construit du « Web 2.0 » ?**

Il est probable que les discours sociaux sur le *selfie* se rapprochent alors des formes de discours sur Internet plus récentes que celles analysées par Aurélie Laborde, datées de 1994 à 1996 d'après son corpus. Nous pensons en effet que les discours médiatiques affublent le *selfie* de l'imaginaire du « Web 2.0 ».

### **a) La photographie, premier *User Generated Content***

Afin de renouveler l'industrie du Web qui est en perte de vitesse suite à l'éclatement de la bulle boursière au début des années 2000, le terme de « Web 2.0 » émerge peu à peu. Promue par l'informaticien et entrepreneur Tim O'Reilly, cette terminologie entend présenter un nouvel Internet, dont les principes de fonctionnement sont ceux des sociétés ayant survécu à la crise. « La proposition centrale défendue par Tim O'Reilly est que le salut de l'Internet (et des industries de la culture, plus largement) repose sur un modèle « participatif » où l'utilisateur, de simple consommateur, se mue en un véritable « générateur de contenus »<sup>110</sup>.

Selon l'article *L'image partagée* d'André Gunthert, les années 2005 et 2006 se caractérisent par « la montée en fréquentation des sites comme Myspace, Wikipédia, YouTube ou Flickr »<sup>111</sup> qui serait spectaculaire contrairement aux sites de commerce. Les acteurs professionnels parlent alors de « *User Generated Content* » pour désigner le contenu généré par les internautes, devenus de véritables *consom'acteurs*. Un rapport de l'Organisation de Coopération et De développement Economiques (OCDE) consacré à cette « nouvelle » figure de l'utilisateur d'Internet en propose la définition suivante: « effectuée pour des raisons

---

<sup>110</sup> PHILIPPE BOUQUILLION, Jacob T. Matthews. *Le Web collaboratif: mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010, p.5-6

<sup>111</sup> GUNTHERT André, « L'image partagée » [Document en ligne] *Études photographiques*, 24, 2009, p. 182-209.



d'expression personnelle ou de reconnaissance, la mise en ligne de contenus par l'utilisateur n'implique aucune attente de rémunération. Elle crée pourtant une nouvelle forme de valeur, attestée par son audience.»<sup>112</sup>.

Les acteurs médiatiques relaient ces discours, comme le journal *Le Monde* qui souligne un « avant » et un « après Web 2.0 », avec la transformation d'un internaute passif en utilisateur actif : « d'utilisateur, l'internaute bascule progressivement vers un acteur du web, grâce notamment aux outils mis à disposition, outils qui lui permettent de participer au développement de cette nouvelle génération du web, moins statiques, plus interactifs, participatifs et collaboratifs.»<sup>113</sup>.

Jean-François Gervais, doctorant en média numériques à la Sorbonne, nous explique que « la photographie est un travail solitaire ne nécessitant aucune équipe (sauf pour le studio) contrairement au cinéma. C'est donc naturellement que la photographie s'est imposée comme le premier *User Generated Content*. »<sup>114</sup>.

Les discours médiatiques qui composent notre corpus semblent également rattacher le *selfie* au « Web 2.0 ». Dans tous ceux que nous avons analysés, nous retrouvons le champ lexical propre à ce « nouveau web ». Nous avons choisi d'illustrer ce vocabulaire et sa récurrence avec le nuage de mots-clés ci-dessous.

Schéma 3 : Récurrence des termes relevant du champ lexical du « Web 2.0 » dans les discours médiatiques



<sup>112</sup>GUNTHERT André, « L'image partagée » [Document en ligne] *Études photographiques*, 24, 2009, p. 182-209.

<sup>113</sup>REBILLARD, Franck. *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007, p.37

<sup>114</sup>GERVAIS Jean-François. *Web 2.0: les internautes au pouvoir: blogs, réseaux sociaux, partage de vidéos, mashups....* Paris : Dunod, 2007, p. 83

Toutefois, seulement deux reportages associent explicitement le *selfie* au « Web 2.0 » : le reportage de *M6* qui parle de « tendance 2.0 » ; et l'émission d'*Arte* qui titre son reportage « Narcissisme 2.0 ».

En corrélation avec le « Web 2.0 » qui apparaît comme une rupture, les discours médiatiques font paraître le *selfie* comme un phénomène récent sans précédent. Le *selfie* est ainsi illustré par des chiffres et des termes qui lui donnent une dimension massive. A titre d'exemples, les producteurs de *selfies* représenteraient des « milliards de personnes », dont « 70 % des utilisateurs de smartphones européens ». « Des millions d'autoportraits » seraient « postés chaque jour » ce qui laisse présager « des années d'explosion de selfies » à venir<sup>115</sup>. Pour accompagner leurs propos, de très nombreux autoportraits photographiques sont utilisés tout au long des reportages et émissions, de même que des plans mettant en scène des personnes en train de se prendre en photo avec leur téléphone portable (hormis pour l'émission « Narcissisme 2.0 » d'*Arte* qui ne fournit aucune illustration visuelle).

Il est intéressant de noter cette importance chiffrée donnée aux *selfies* dans les discours médiatiques, quand certaines études signalent que le fait que les *selfies* ne représentent qu'une infime part de la production photographique des usagers sur les réseaux sociaux. Une équipe de chercheurs (en neurosciences computationnelles ; logiciels ; et en médias sociaux audiovisuels) et d'experts professionnels (notamment en histoire de l'art ; culture et art digital ; en modélisation visuelle de données) s'intéresse de près aux autoportraits photographiques. Il ressort de leurs analyses établies à partir de 656 images sélectionnées de façon aléatoire sur *Instagram* et en provenance de cinq villes différentes (New York, Mosco, Berlin, Bangkok, et Sao Paulo), que – en fonction de la ville – seulement 3 à 5% d'entre-elles sont des *selfies*. La plupart des photos produites par les usagers d'*Instagram* sont des photos de chats, de nourriture, de voitures, de pieds, d'amis, d'œuvres d'art, de monuments etc.<sup>116</sup>

Enfin, si les discours promoteurs du « Web 2.0 » introduisent l'idée d'une discontinuité dans les pratiques culturelles des internautes en soulignant le fait qu'ils sont désormais « actifs » ; les discours médiatiques ne semblent pas mentionner de rupture dans la pratique

---

<sup>115</sup> Cf Annexe, parties «Termes qui donnent une dimension massive au Selfie » des grilles d'analyse des discours médiatiques

<sup>116</sup> Résultats des recherches du projet « Selfiecity » en ligne.

photographique. En effet, la plupart rappellent que le *selfie* s'inscrit dans la pratique de l'autportrait, qui est beaucoup plus ancienne que la naissance de la photographie même<sup>117</sup>.

Les deux émissions d'*Arte* de notre corpus sont celles qui mettent le plus en avant les origines historiques du *selfie* en le comparant aux portraits des « hommes de pouvoir » et de « l'élite » qui existaient déjà avec l'art pictural. Pour l'émission « Narcissime 2.0 », le premier *selfie* ne serait autre que « le premier autoportrait photographique » de Robert Cornélius, daté de 1839.

Le reportage du journal télévisé de *TF1* compare le *selfie* aux autoportraits de Van Gogh et de Rembrandt et le qualifie de « lointaine héritière du photomaton ». De même, l'émission de *100% Mag* explique que le genre du *selfie* est « un genre qui a toujours existé », et que l'usage de ce type de photographie est comparable à celle de la carte postale.

La chroniqueuse qui introduit la notion de *selfie* dans l'émission *Comment ça va bien* rappelle que « les gens ont toujours aimé se représenter, se peindre ». En revanche, l'animateur Stéphane Bern différencie les portraits picturaux du *selfie*. Enfin, seul le reportage du journal télévisé de *France 2* ne fait aucune comparaison avec des pratiques du portrait ou de l'autportrait antérieures, ce qui donne l'impression que le *selfie* est quelque chose de complètement nouveau.

### **b) Le *selfie* ou le triomphe de l'individu « ordinaire »**

Selon Henry Jenkins, l'un des théoriciens de la convergence médiatique, l'individu devient épanoui « au sein des nombreuses communautés qui jalonnent l'univers du Web collaboratif »<sup>118</sup>, grâce à la culture participative.

Philippe Bouquillon et Jacob T. Matthews s'intéressent aux enjeux idéologiques et politiques qui se trouvent derrière la notion de « Web collaboratif » et nous montrent que les communautés en ligne relèvent de l'utopie d'une « mirifique « confédération du Web » », dans laquelle « l'activisme bienheureux de ses membres »<sup>119</sup> constituent leur source et leur finalité.

Selon les auteurs, ces espaces virtuels peuvent être formés sur l'utilisation d'un même média ou d'un même outil de communication, comme c'est le cas avec certaines communautés sur Flickr par exemple. Ainsi, lorsqu'un groupe d'utilisateurs se fédèrent autour de la production

---

<sup>117</sup> Cf. Annexe 3

<sup>118</sup> BOUQUILLON Philippe, JACOB T. Matthews. *Le Web collaboratif: mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010, p. 79

<sup>119</sup> *Ibid.*

de photos dites *selfie* en intégrant un groupe de photos thématique, le *selfie* constitue un média dans le sens où il est voué à être publicisé et à servir de support aux interactions des membres du groupe. Toutefois, Bouquillon et Jacobs T. rappellent qu'il faut rester critique sur ces discours qui insistent sur la rationalité des usagers dans leur choix d'appartenir à une communauté en ligne ; et dont les activités « reposeraient typiquement sur les potentialités d'épanouissement individuel plus ou moins grandes qu'offre chaque communauté. »<sup>120</sup>.

Les promoteurs du « Web 2.0 » répandent l'idée que « le nouveau consommateur réclamerait une nouvelle place et une visibilité dont il a été privé à l'âge des médias de masse. »<sup>121</sup>. Nous retrouvons ainsi dans ce discours la récurrence utopique énoncée par Patrice Flichy, qui accompagne systématiquement l'émergence d'un dispositif de communication. Cette utopie sert notamment des intérêts économiques, puisque « les réflexions d'Henry Jenkins s'inscrivent dans une perspective marketing qui vise, au-delà du seul Web collaboratif, à repenser à la fois le statut du consommateur dans la société « post-industrielle » et la notion de média. »<sup>122</sup>.

Franck Rebillard, auteur de l'ouvrage *Le Web 2.0 en perspective*, nous rappelle que cette croyance post-moderniste s'inscrit dans « le principe wienerien d'une circulation de l'information « sans entrave » » et dans la continuité de la « critique post-soixante-huitarde de la société de consommation »<sup>123</sup> qui promeut l'autonomie individuelle. Le chercheur américain Nobert Wiener, auteur de la théorie de la cybernétique, appuie l'idée que la société fonctionnerait mieux grâce à la libre circulation de l'information. Aussi, « les chantres du web 2.0 insistent également sur cette opulence informationnelle, en le rattachant notamment à la floraison de contenus générés par les utilisateurs (*user-generated contents*). Cette abondance d'informations sur les réseaux informatisés est perçue comme un progrès dans la liberté d'expression, en comparaison du filtrage opéré jusqu'ici dans les industries de la culture et de l'information. »<sup>124</sup>. Cet *empowerment* des individus conféré par le « Web 2.0 » se rapproche également de la forte « forme de contestation de la société de consommation »<sup>125</sup> des années 60 et 70 en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord.

---

<sup>120</sup> BOUQUILLON Philippe, JACOB T. Matthews. *Le Web collaboratif: mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010, p. 79

<sup>121</sup> *Ibid.*, p.59

<sup>122</sup> *Ibid.*, p.61

<sup>123</sup> REBILLARD Franck. *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007, p.85

<sup>124</sup> *Ibid.*, p.88

<sup>125</sup> REBILLARD Franck. *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007, p.90

Les discours du « Web 2.0 » s'inscrivent alors la logique du « nouvel esprit du capitalisme », telle qu'elle est définie par Boltanski et Chiapello, selon laquelle l'individu est replacé « au centre du jeu social » afin de « lui redonner une autonomie dans le processus de production ». <sup>126</sup>.

Dans une logique de l'économie de l'émotion, au service de l'individu, « des acteurs du Web se réfèrent très clairement à la dimension émotionnelle des usages, qui serait même un trait caractéristique du Web collaboratif et des nouveaux médias qui s'en réclament. » <sup>127</sup>.

Nous nous sommes alors demandés dans quelles mesures les discours médiatiques de notre corpus mettaient l'accent sur le « pouvoir » et la « liberté créative » des usagers des réseaux sociaux *via* le *selfie*.

Comme nous l'avons vu dans notre partie précédente, le *selfie* est présentée comme une photographie qui est produite par tout le monde, aussi bien les célébrités que les gens « ordinaires ». Un bon nombre des illustrations visuelles des reportages et émissions mettent en avant des touristes, des jeunes et des adolescents, mais aussi des individus de tout âge et de n'importe quelle profession : du « jeune entrepreneur » au « banquier d'affaire ». Cette pratique photographique permet parfois de laisser libre cours à la créativité des individus, ainsi qu'en témoigne Eric Hoube dans le reportage de *TF1*. Ce « créateur de selfies » est soutenu par de nombreux internautes comme le signale la journaliste : « 5740 personnes se sont abonnées aux photos d'Eric » <sup>128</sup>.

En outre, ces productions des usagers « ordinaires » des réseaux sociaux sont telles, qu'elles amènent des acteurs professionnels du Web à s'y intéresser et à concevoir des plateformes dédiées aux *selfies*. Deux entrepreneurs intervenant dans le reportage de *TF1* et l'émission de *100% Mag* de notre corpus mettent en avant que ce sont bien les internautes « ordinaires » qui sont au cœur de la production de l'interface qu'ils ont créée.

Enfin, dans l'émission *Comment ça va bien* de *France 2*, la chroniqueuse qui présente la tendance du *selfie* montre que les individus *lambdas* peuvent, grâce aux *selfies* postés sur les réseaux sociaux, devenir célèbres en se faisant repérer par une major de la musique ou en devenant connu par le *buzz* <sup>129</sup>.

---

<sup>126</sup> *Ibid.*, p.91

<sup>127</sup> BOUQUILLON Philippe, JACOB T. Matthews. *Le Web collaboratif: mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010, p. 67

<sup>128</sup> Cf Annexe 2

<sup>129</sup> *Ibid.*

Aussi, l'article du *New York Times* qui exprime le point de vue de l'acteur James Franco sur les *selfies* souligne le fait que la communication des célébrités doit s'adapter au régime des « like » et des « followers » des usagers des réseaux sociaux, qui détiennent ainsi le « pouvoir »<sup>130</sup>. La communication qui régit sur les réseaux sociaux le pousse alors à dévoiler une part de son intimité par les *selfies*. Il déclare ainsi: « I've learned that the selfie is one of the most popular ways to post — and garner the most likes from followers. »<sup>131</sup>.

Néanmoins, nous tenons à préciser que dans les discours médiatiques de notre corpus, nous n'avons pas relevé de champ lexical insistant sur le « pouvoir » des producteurs de *selfies* annoncé par les discours du « Web 2.0 », ou de termes indiquant un renversement hiérarchique au niveau de la production des contenus culturels.

### c) L'horizontalité des échanges à travers le *selfie*

Au milieu des années 70, en marge du monde universitaire restreint dans lequel s'est développée la culture d'Internet, l'idée que tout le monde puisse s'exprimer de façon égalitaire *via* des dispositifs informatiques accompagne la création des premiers micro-ordinateurs. « Cette utopie, très liée à la contre-culture californienne, associe deux projets, celui d'un ordinateur individuel pour tous – ce sera le projet d'Apple et de bien d'autres – et celui d'un réseau de communication entre égaux. »<sup>132</sup>. Les discours d'experts sur le « Web 2.0 » remettent au goût du jour cette « nouvelle « démocratie du Web » »<sup>133</sup>, au sein de laquelle les rapports de domination émanant de « la firme, l'Etat, et les industries culturelles »<sup>134</sup> s'effaceraient. « Derrière une telle conception se trouve la notion de *community* »<sup>135</sup>.

La période actuelle serait donc marquée par la vénération de l'horizontalité comme source d'égalité, une utopie que l'on retrouve avec le culte saint-simonien des réseaux. En citant Pierre Musso, Franck Rebillard nous explique que « Saint-Simon vise la liquidation voire la liquéfaction, des systèmes de représentation fondés « par en haut », par une instance symbolique qui les légitime. »<sup>136</sup>. Ainsi, pris sous l'angle de la pensée saint-simonienne, le

---

<sup>130</sup> FRANCO James, «The meanings of the Selfie » [Document en ligne] *The New York Times*, 26 décembre 2013

<sup>131</sup> Traduction proposée : « J'ai appris que le selfie est l'une des manière de publier les plus populaires – et obtenir le plus de « likes » des « followers » »

<sup>132</sup> FLICHY, Patrice. *L'imaginaire d'Internet*. Paris : Éditions La Découverte, 2001, p.88

<sup>133</sup> BOUQUILLON Philippe, JACOB T. Matthews. *Le Web collaboratif: mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010, p. 104

<sup>134</sup> *Ibid.*

<sup>135</sup> *Ibid.*

<sup>136</sup> REBILLARD Franck. *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007, p. 87

réseau devient le symbole d'une communication horizontale, permettant de multiplier les liens directs entre tous les hommes participant à la vie de la cité.

Dès les débuts d'Internet, l'utopie communautaire est incarnée par une mouvance d'informaticiens amateurs et marginaux selon Flichy, qui vont expérimenter des projets de communautés en ligne en initiant le modèle informatique du réseau. Ces outils de communication électroniques reflètent « de nouvelles représentations de la société »<sup>137</sup>, selon lesquelles « l'individu doit s'assumer de façon complètement autonome et en même temps en interrelation permanente avec les autres »<sup>138</sup>. Si la plupart des premières communautés ne sont plus d'actualité, telles que *Community Memory* ou *CommuniTree*, les communautés en ligne s'inscrivent aujourd'hui dans ce que les promoteurs du « Web 2.0 » qualifient plus largement de « médias sociaux »<sup>139</sup>. Cette appellation, amplement relayée par la presse selon Thomas Stenger et Alexandre Coutant, désigne à la fois les *blogs*, les *Wikis*, les sites de partage de contenus et les « réseaux socionumériques », en plus des communautés en ligne<sup>140</sup>.

Rebillard nous rappelle si on ne peut parler de « révolution Internet », il ne faut pas non plus nier les innovations qui lui sont liées. Selon l'auteur, la nouveauté d'Internet se trouve dans les « modalités d'interaction » qui sont devenues « plus variées et plus abouties que celle offertes par les médias antérieurs »<sup>141</sup>. Ainsi, les pratiques conversationnelles ne sont pas nées avec Internet, mais elles se sont amplifiées. Néanmoins, les discours du « Web 2.0 » annoncent la prise de parole et les discussions informelles sur Internet comme une totale nouveauté. « Le web 2.0 autoriserait ainsi une diffusion non pas de point à masse, mais plutôt au sein de réseaux de sociabilité activés par les réseaux informatisés. La communauté constituerait cette entité fondée sur une interaction permanente entre individus partageant à la fois des biens et des centres d'intérêts communs. »<sup>142</sup>.

Dans les éléments de notre corpus, nous avons remarqué que la notion d'une communication horizontale est évoquée seulement dans l'émission d'Arte « Selfie - Narcissime ou Forme d'art ? ». L'intervenante qui en parle souligne en effet le fait que les *selfies* permettent aux personnalités publiques de sembler plus proches de leurs fans<sup>143</sup>. Nous pourrions alors nous

---

<sup>137</sup> FLICHY Patrice, « L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société » [Document en ligne] *Réseaux*, n°2, 2004, p.31

<sup>138</sup> *Ibid.*, p. 29

<sup>139</sup> STENGER Thomas, COUTANT Alexandre, « Introduction » [Document en ligne] *Hermès, La Revue*, 59, 2011, p. 9

<sup>140</sup> *Ibid.*, p.10-11

<sup>141</sup> REBILLARD Franck. *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*, op.cit., p.25

<sup>142</sup> *Ibid.*, p.20

<sup>143</sup> Cf Annexe 2

demander si le mot *selfie* n'aurait pas été inventé et promu par certains acteurs des industries culturelles, notamment les acteurs et les chanteurs, avant d'être relayé par les médias.

En effet, les discours médiatiques illustrent la tendance par des *selfies* de célébrités telles que Rihanna et Madonna. Nous avons remarqué qu'ils utilisaient tous les mêmes photographies, sans toutefois afficher les légendes qui les accompagnent normalement sur les réseaux sociaux. Nous avons alors vérifié directement sur les pages personnelles de ces deux célébrités de la chanson ainsi que celle de James Franco, puisque ce dernier a été nommé « Roi du selfie » selon ses propres dires dans le *New York Times*. La première photographie postée par James Franco sur *Instagram* peut-être définie comme étant un *selfie*, mais la légende qui l'accompagne n'emploie pas cette terminologie. La première fois que le mot « *selfie* » apparaît sur la page de l'acteur, c'est dans le commentaire d'un des usagers du réseau social<sup>144</sup>. Il en va de même pour Madonna, dont la quatrième photo postée sur *Instagram* pourrait être qualifiée de *selfie*, sans toutefois que la dénomination n'apparaisse dans la légende<sup>145</sup>. Enfin, l'un des premiers autoportraits photographiques de Rihanna posté sur *Twitter* qui date du 20 juillet 2012 – avant donc que les médias ne fassent des investigations sur le *selfie* – nous a semblé particulièrement éloquent. Le message qui décrit la photographie lui attribue les caractéristiques du *selfie*, mais sans jamais utiliser ce mot, alors que celui-ci viendrait parfaire sa description : « One of those unnecessary pix that u post just cuz ur iPhone was in ur hand #1love »<sup>146</sup>. *A priori*, si le geste photographique du *selfie* est valorisé par ces acteurs, le terme ne vient pas forcément d'eux.

Le dernier point qui nous semble pertinent d'aborder est celui concernant la valorisation des plateformes de production de contenus des internautes dédiées à la circulation des *selfies*, par certains acteurs des industries culturelles. En effet, Madonna<sup>147</sup> et Rihanna<sup>148</sup> par exemples, ont récemment mis en ligne et en « avant-première » leur clip vidéo sur *Snapchat* et *Dubmash*. Ces exemples viennent illustrer les propos de Franck Rebillard, selon qui « le modèle de ciblage marketing des médias traditionnels [...] n'est pas applicable tel quel sur l'internet ». Cependant, « il n'en demeure pas moins que des stratégies marketing, et plus

---

<sup>144</sup> Cf Annexe p.5

<sup>145</sup> *Ibid.*

<sup>146</sup> Traduction proposée : « Le genre de photo que tu postes juste parce que tu as ton iPhone dans la main #1love »

<sup>147</sup> BRATHWAITE Les Fabian, «Madonna releases New Video On Snapchat, World shrugs » [Document en ligne] *Out*, 6 Février 2015

<sup>148</sup> MOKOENA Tshepo, «Rihanna teases single BBHMM on mobile phone app Dubsmash » [Document en ligne] *The Guardian*, 26 Mars 2015



généralement des visées marchandes, entourent également le développement des communautés sur l'internet et contribuent à en dessiner les contours. »<sup>149</sup>.

Nous avons aussi vu que certains aspects du *selfie* valorisés par les médias versent dans les discours du « Web 2.0 », mais dans une bien moindre mesure que ce que nous avons envisagé. Toutefois il n'est pas complètement détaché des discours messianiques du web collaboratif, puisqu'il s'insère dans les contenus produits par les usagers d'Internet. Ces productions sont sujettes à une valorisation symbolique par certains acteurs du Web, comme *Facebook*, pour qui « la mise à disposition de contenus vise principalement à attirer des consommateurs auxquels on propose d'autres produits et services »<sup>150</sup> via la publicité dans le cas du réseau social. Le *selfie* participe donc, dans certaines mesures, au mythe de l'émancipation individuelle permise par les pratiques collectives du Web « 2.0 », puisque « l'utilisateur est créateur en ce sens qu'il est aussi – pour ne pas dire avant tout – fournisseur de données marketing, quand bien même sa production serait nulle en matière de création écrite, graphique, audiovisuelle, musicale ou ludique. »<sup>151</sup>. Des enjeux économiques sous-tendent alors les discours de certains industriels du Web qui s'immiscent de temps à autre dans les discours médiatiques.

---

<sup>149</sup> REBILLARD Franck. *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007, p. 27

<sup>150</sup> BOUQUILLON Philippe, JACOB T. Matthews. *Le Web collaboratif: mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2010, p. 33

<sup>151</sup> *Idid.*, p. 88

## II. LA VALORISATION DU *SELFIE* PAR LES USAGERS DES RESEAUX SOCIAUX EN LIGNE

Après nous être intéressés à la valorisation du *selfie* par les productions médiatiques et culturelles, nous souhaitons à présent aborder ce type de photographie du point de vue des usagers des réseaux sociaux. Nous montrerons ainsi quels sont les points de convergence et de divergence de leurs discours avec les discours sociaux actuels.

L'hypothèse qui nous sert de fil conducteur dans cette partie est que le *selfie* répond à la pratique de l'autoportrait photographique et de son partage, des pratiques qui existaient déjà au début de l'Histoire de la photographie.

Comme pour notre première partie, nous rappelons que les auteurs que nous allons citer parlent de « portrait » et non d' « autoportrait », sans toutefois que cela biaise nos réflexions puisque nous avons montré que l'autoportrait pouvait être défini comme un type de portrait particulier.

### A. La socialisation par les portraits reconfigurée tout au long de l'évolution technique de la photographie

#### 1. Le portrait aux prémices de la photographie

La pratique du portrait répondrait, selon Adeline Wrona, à un besoin anthropologique : celui, pour une société donnée, « d'inventer les modalités poétiques d'une représentation articulant l'individuel et le collectif, le singulier, et le général. »<sup>152</sup>. Ainsi, dans la figure du portrait et de l'autoportrait s'articule un « je-nous », dans le sens où la représentation d'un individu particulier renvoie à un collectif. Tout portrait ou autoportrait est en effet produit à une époque et dans une société données ; et les formes de ses représentations sont influencées par « tout un système symbolique, culturel, sociologique »<sup>153</sup>.

Selon l'auteure, la Renaissance serait « l'âge du portrait »<sup>154</sup>. Les tableaux et leurs représentations picturales sont voués à être « socialisés », puisqu'ils anticipent une réception collective, c'est-à-dire au-delà de deux ou trois personnes. Il faut dès lors penser l'œuvre d'art dans son espace social et l'articulation qui se joue entre « l'espace de l'œuvre » et « l'espace

---

<sup>152</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.24

<sup>153</sup> *Ibid.*, p. 21

<sup>154</sup> *Ibid.*, p. 34

public »<sup>155</sup>. Le portrait et l'autoportrait ne sont donc pas destinés à rester autonomes, ce qui va se confirmer avec les prémices de la photographie.

La pratique du portrait reprend de l'ampleur dès l'invention du daguerréotype – procédé qui consiste à fixer par l'action conjuguée de la lumière et de vapeurs d'iode, une image positive sur une plaque de cuivre recouverte d'une couche d'argent. Le premier portrait sur daguerréotype est celui réalisé par Daguerre en 1837<sup>156</sup>. Les usages de cette nouvelle technique, présentée par le scientifique et homme politique François Arago à l'Assemblée française, sont rapidement détournés au profit d'essais de portraits qui représentent des enjeux industriels et financiers colossaux<sup>157</sup>. On cherche alors à améliorer la technique afin de réduire le temps de pose, et la pratique du portrait devient, selon les auteurs de l'ouvrage *La photographie*, « l'activité centrale des années 1840 ». A cette époque, le portrait photographique est difficilement réalisable autrement que par des professionnels qui disposent des techniques et matériels les plus actualisés. C'est à partir de 1841 que la profession de portraitiste spécialisée dans les daguerréotypes apparaît, « soutenue par la demande d'une clientèle variée et de plus en plus importante. »<sup>158</sup>.

En 1859, la mode est aux portraits-carte de visite. L'entrepreneur Adolphe Eugène Disdéri a alors l'idée de coller l'image de ses clients au dos d'une carte de visite et « l'accroissement d'un public friand de sa propre effigie »<sup>159</sup> permet de développer rapidement son commerce. Le temps de pose est réduit grâce à la technique du collodion humide, ce qui permet aux modèles d'adopter différentes postures et mises en scène. Le format du portrait étant devenu facilement transportable, il « s'avère foncièrement adapté à la manipulation collective, et aux échanges sociaux »<sup>160</sup> selon Adeline Wrona. Les portraits-cartes de visite sont en effet destinés à être échangés : « leur propriétaire est invité à laisser une image de lui, en l'absence de la personne visitée à son domicile. Ou bien l'image circule par la poste, et le format carte ressemble alors davantage à la carte postale »<sup>161</sup>. Ces échanges de portraits photographiques amènent de nouvelles pratiques de collection et avec elles les premiers « livres de visages »<sup>162</sup>, les albums dans lesquels sont assemblés les portraits-cartes.

---

<sup>155</sup> *Ibid.*, p.25-26

<sup>156</sup> GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle. *La photographie*. Paris : Larousse, 2011, p.19

<sup>157</sup> *Ibid.*

<sup>158</sup> *Ibid.*, p. 58

<sup>159</sup> *Ibid.*, p. 60

<sup>160</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris :Hermann, 2012, p. 93

<sup>161</sup> *Ibid.*, p. 95

<sup>162</sup> WRONA, Adeline. Colloque médias 09. **In**: *Autoportraits collaboratifs et portabilité du moi. Les formes renouvelées du portrait au temps du numérique*. Université Paul-Cézanne, Aix-en-Provence, décembre 2009, p.5

Disdéri met en avant que le portrait doit faire transparaître la personnalité du sujet reproduit. Mais pour Gervais et Morel, au-delà de la représentation de l'individu, il s'agit de faire figurer « la condition à laquelle aspire le modèle ». Ils expliquent ainsi que « dans une mise en scène théâtrale, l'expression de l'individu se perd parmi les objets qui témoignent de l'appartenance à un genre : la classe sociale bourgeoise. »<sup>163</sup>.

Avant les années 1930, les différences de la pratique du portrait sont remarquables entre les familles bourgeoises et citadines aisées et les familles « populaires et surtout paysannes »<sup>164</sup> selon l'enquête de Sylvain Maresca. Les premières font régulièrement recourt à un photographe professionnel pour tirer le portrait des visages qui composent la famille. La photographie s'inscrit alors dans « la logique dynastique jusque-là réservée au portrait peint »<sup>165</sup>. Quant aux secondes, les portraits restent alors largement dépendants « des rares rituels collectifs devenus synonymes de photographies, au premier rang desquels les mariages. ». Les représentations de cette population sont donc principalement collectives à cette époque.

Selon le sociologue, la véritable démocratisation du portrait photographique individuel s'est jouée durant la guerre de 1914-1918 pour les hommes, « puisque c'est à cette occasion que les conscrits obtiennent d'être photographiés, quel que soit leur grade ou leur milieu d'origine ». En 1920, la plupart des enfants issus des milieux modestes obtiennent leur premier portrait photographique avec la photographie de classe. Puis le portrait photographique devient obligatoire en 1940 avec la carte d'identité.

Après la Libération, les portraits photographiques vont connaître une « diffusion élargie » avec les cartes postales. Ces photographies sont produites lors des « premiers déplacements, du voyage de noces ou des premières vacances »<sup>166</sup> et sont envoyées aux proches.

La production des portraits photographiques a donc connu une croissance exponentielle depuis l'invention du daguerréotype ; et ces photographies se comptent par millions en Europe et aux Etats-Unis selon Maresca. Toutefois, « leur acquisition n'a commencé à devenir accessible aux couches les plus modestes de la population qu'à partir de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Certes, les premiers appareils Kodak conçus pour le grand public apparurent sur

---

<sup>163</sup> GERVAIS Thierry, MOREL Gaëlle. *La photographie*. Paris : Larousse, 2011, p. 62

<sup>164</sup> MARESCA Sylvain, « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne » **[Document en ligne]** *Études photographiques*, 15, 2004, p. 61-77

<sup>165</sup> *Ibid.*

<sup>166</sup> *Ibid.*

le marché américain dès 1889, mais il fallut attendre les années 1960 pour voir les Français acheter en masse leur premier appareil photo. »<sup>167</sup>.

La pratique photographique « à usage privé » prend son essor avec la commercialisation des premiers appareils automatiques et bon marché, les Instamatics, en 1963. A ce moment, « l'immense majorité des gens utilisent leur appareil dans le but exclusif de réaliser des photographies de leur famille, à l'occasion des fêtes, réunions, événements marquants, vacances. »<sup>168</sup>.

Dans les années 70, les congés payés, le développement des loisirs et des moyens de communication permettent à des millions de gens de voyager. Pour la majorité des amateurs, « la photo n'est avant tout qu'un moyen de garder un souvenir en images, aussi bien des membres de leur famille, des amis que des sites parcourus »<sup>169</sup>. Le portrait photographique est alors touristique.

## **2. La standardisation des autoportraits photographiques par leur mise en circulation**

Dès le XVI<sup>e</sup> siècle, à l'époque de la Renaissance, apparaît la stratégie de standardisation de la représentation avec le visage d'Erasmus, diffusé en Europe par des tableaux, des gravures, des médailles ou encore dans les marges de manuscrits. Selon Adeline Wrona, cette stratégie voulue par le principal intéressé répond à une volonté de cohérence dans la circulation des images de lui-même<sup>170</sup>. Pour André Gunthert, c'est « la régularité de l'expression qui fige une figure reconnaissable et préserve la faculté d'identification »<sup>171</sup>.

Eliséo Veron rappelle qu'à l'origine de la mise en circulation de l'autoportrait photographique issu de la sphère privée se trouve un « désir de *publicité* » : « le portrait du père (ou du couple de « géniteurs », ou de l'ensemble du groupe familial en pose) mime, dans l'espace restreint du clan familial, l'exemplarité de la notoriété publique ; l'album de famille, lui, est à montrer aux amis, aux parents, aux relations »<sup>172</sup>. Ainsi, à travers sa circulation « le support photographique rend possible, pour la première fois, la mise en représentation de ce que le

---

<sup>167</sup> MARESCA Sylvain, « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne » **[Document en ligne]** *Études photographiques*, 15, 2004, p. 61-77.

<sup>168</sup> *Ibid.*

<sup>169</sup> FREUND Gisèle. *Photographie et société*. Paris : Editions du Seuil, 1974, p.197

<sup>170</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.39

<sup>171</sup> LE DEUFF Olivier, ERTZSCHEID Olivier, BOYD Danah, et al. «Une évolution des comportements» **[Document en ligne]** *Documentaliste-Sciences de l'Information*, n°1, 2010, Vol. 47, p. 51.

<sup>172</sup> VERON Eliséo, « De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo » **[Document en ligne]** *Hermès, La Revue*, n°13-14, 1994, p. 54-55

*privé comporte de communautaire.*»<sup>173</sup>. L'homogénéisation des auto-représentations photographiques a donc une fonction sociale, celle de la reconnaissance mais elle rend également compte de cette rhétorique du « je-nous » que nous avons déjà évoquée.

D'après Wrona, quand le portrait passe de l'espace domestique à un espace public, d'exposition, « le temps de la réception se modifie ». En effet, la durée d'exposition se réduit, « mais pour des regards de plus en plus nombreux »<sup>174</sup>. L'anticipation de la sociabilité des portraits photographiques va alors conditionner les formes esthétiques de leurs représentations.

Les portraits-cartes, par exemples, étaient voués à circuler et intégraient alors des signes de sociabilité, afin « de préparer des rencontres à venir, ou d'enregistrer la trace des rencontres passées. »<sup>175</sup>. Aussi, la standardisation se retrouvait autant dans la représentation, « non seulement dans la reproduction d'un format identique, mais aussi dans la répétition de poses, d'environnements, d'une esthétique uniformisés. »<sup>176</sup>. Les décors, « règle du studio, et d'une économie industrialisée »<sup>177</sup>, présentaient une grande similarité : les mêmes accessoires et mises en scènes se retrouvaient dans les différents portraits. De même, « la mise en espace emprunte ses codes à des modèles anciens : le portrait photographique décline les standards hérités de la peinture. »<sup>178</sup>. La carte de visite photographique emprunte alors des codes esthétiques qui lui sont bien plus anciens mais qui sont conformes « aux goûts du public qui fera usage de ces nouveaux objets. »<sup>179</sup>. Ainsi, la standardisation des autoportraits photographiques émerge suite à l'anticipation de leurs mise en circulation et donc de l'acceptabilité sociale de leurs formes, mais aussi des dispositions économiques et techniques qui permettent de les produire. Cette homogénéisation dépend donc de conditions socio-techno-économiques.

Avec les réseaux sociaux, les autoportraits photographiques accèdent à de nouveaux espaces de visibilité et leur circulation atteint des proportions jusqu'alors inégalées. En effet, contrairement à la « traditionnelle « séance photo » avec les proches », les plateformes de

---

<sup>173</sup> *Ibid.*, p.55

<sup>174</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.33

<sup>175</sup> WRONA, Adeline. Colloque médias 09. **In**: *Autoportraits collaboratifs et portabilité du moi. Les formes renouvelées du portrait au temps du numérique*. Université Paul-Cézanne, Aix-en-Provence, décembre 2009, p.9

<sup>176</sup> *Ibid.*, p.7

<sup>177</sup> *Ibid.*, p.9

<sup>178</sup> *Ibid.*

<sup>179</sup> *Ibid.*

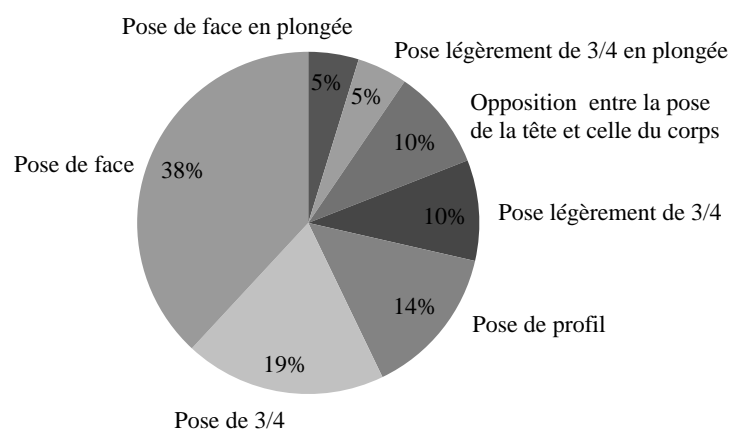
partage photographique offrent « une large publicité à des productions qui circulaient jusqu'alors dans un périmètre étroit. »<sup>180</sup>.

Pour que les représentations des individus « se socialisent », il faut que les portraitistes répondent « aux souhaits du public anticipé : plus ce public s'élargit, plus la figure s'adaptera aux goûts que l'on suppose communs à cette société amateurs de portraits. »<sup>181</sup>. Ainsi, l'individu qui produit son autoportrait intègre cette dimension de réception collective. De fait, nous supposons que les autoportraits circulant sur les réseaux sociaux auront tendance à présenter des caractéristiques communes aux autres, afin de correspondre aux attentes supposées des usagers des réseaux sociaux.

Ainsi, le genre photographique du *selfie* répondrait de cette homogénéisation d'autoportraits numériques circulant sur la Toile. Les caractéristiques communes qui composent ces photographies telles que « la présence au moins partielle de l'auteur, une situation identifiable pour le(s) destinataire(s), et la manifestation du caractère autoproduit de l'image, par le biais de défauts devenus traits stylistiques », comme les énonce André Gunthert sur son blog, ont permis de créer un autoportrait photographique particulier, « identifiable et reproductible »<sup>182</sup>.

Nous avons voulu vérifier si certains traits des personnes représentées sur les photographies de notre corpus présentaient des régularités, afin de mettre en évidence ou non une standardisation des visages et des corps représentés sur les photographies dites *selfies*.

Graphique 8 : Part des poses sur les « selfies » des usagers du groupe « Selfie Shots » de Flickr

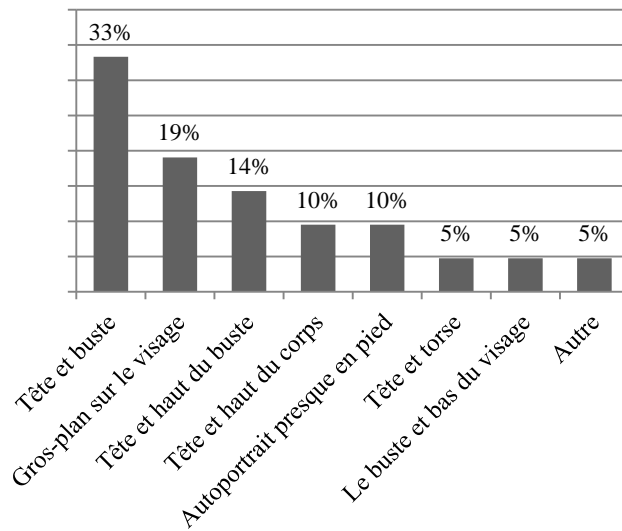


<sup>180</sup> BEUSCART Jean-Samuel, CARDON Dominique, PISSARD Nicolas, et al. « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? » [Document en ligne] *Réseaux*, n° 2, 2009, Vol. 154, p.93

<sup>181</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p. 35

<sup>182</sup> GUNTHERT André, « Viralité du selfie, déplacements du portrait », [Document en ligne] in *L'atelier des icônes*, 31 décembre 2013.

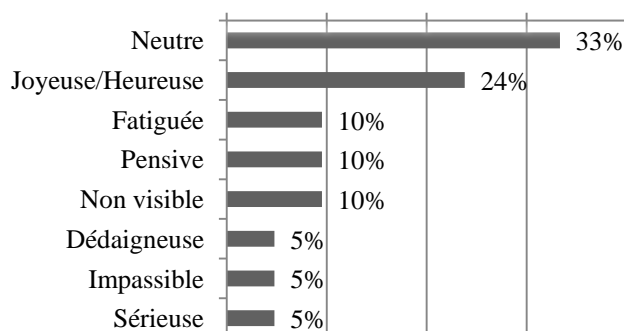
Graphique 9 : Part des cadrages des individus figurant sur les « selfies » des usagers du groupe « Selfie Shots » de Flickr



Nous avons identifié les poses et la façon dont les individus se cadreraient en se prenant en photo. A la lumière des graphiques précédents que nous avons modélisés à partir de nos grilles d'analyse, nous pouvons dire que l'homogénéisation attendue des portraits n'est pas avérée. En effet, les poses sont multiples (nous les avons répertoriés en sept catégories), de même que le cadrage (nous avons pu dresser une typologie de huit cadrages différents). La pose la plus récurrente est celle de face, sur plus d'un tiers des photographies que nous avons sélectionnées, et le cadre le plus régulier est celui faisant apparaître la tête et le buste. S'il est difficile de distinguer une récurrence dans le cadrage des corps et des visages, nous pouvons toutefois remarquer que pour toutes ces photographies (hormis celles qui représentent des autoportraits presque entièrement en pied), le cadrage est plutôt resserré autour des corps avec une profondeur de champ réduite.

Dans un deuxième temps, nous nous sommes attachés à analyser les expressions faciales des personnes figurant sur les *selfies* sélectionnés.

Graphique 10 : Part des expressions faciales sur les « selfies » des usagers du groupe « Selfie Shots » de Flickr





Encore une fois, la standardisation des expressions que nous avons suspectées ne se manifeste pas tellement à travers ce graphique. Environ le tiers des individus représentés sur les photographies ne montre pas d'expression particulière ; et le quart affiche des sourires, une expression de joie. Certains visages sont en partie dissimulés et ne montrent alors pas l'humeur de la personne au moment de sa prise photographique.

Le *selfie* se caractérisant comme un autoportrait réalisé avec un « smartphone » notamment – si nous nous en tenons à la définition des Dictionnaires d'Oxford en ligne - et donc à bout de bras ; l'un des traits récurrents des photographies qui constituent notre corpus pourrait donc être celui-ci : l'aperçu d'un bras tendu dans le champ photographié. Sur les 22 clichés que nous avons retenus, seulement 9 font figurer le bras qui prend la photographie, soit environ 40%. Aussi, nous ne pouvons définir « le bras tendu » comme une caractéristique visuelle inhérente au *selfie*.

### 3. L'autoportrait numérique

Par autoportrait numérique, nous entendons tout d'abord le portrait photographique réalisé par un appareil photographique utilisant les « techniques informatiques binaires »<sup>183</sup>, par opposition avec les procédés argentiques et analogiques. Ces techniques se sont développées dans les années 1980 selon Quentin Bajac, et auraient permis « la relance de l'industrie photographique [...] au tout début du XXI<sup>e</sup> siècle. »<sup>184</sup>. Aussi, par « autoportrait numérique », nous désignons les images photographiques dont la diffusion se fait principalement en ligne - sans être développées au préalable -, sur des sites Internet dédiés à la photographie, sur les blogs, ou encore sur les réseaux sociaux par exemples. La nouveauté apportée par « la prise de vue numérique » serait alors « une ductilité et une malléabilité sans commune mesure »<sup>185</sup> avec les photographies réalisées par les procédés antérieurs au numérique.

Pour André Gunthert, « le portrait numérique s'impose comme la nouvelle norme de la représentation sociale. »<sup>186</sup>. Au XX<sup>e</sup> siècle, les usages de la photographie se caractérisent par « l'invisibilité de la production privée et la mainmise des industries culturelles sur la diffusion publique »<sup>187</sup>. Aujourd'hui, « la facilité sans précédent de production et de diffusion de

---

<sup>183</sup> BAJAC Quentin. *Après la photographie ? De l'argentique à la révolution numérique*. Paris : Gallimard, 2010, p.99

<sup>184</sup> *Ibid.*

<sup>185</sup> *Ibid.*, p.104

<sup>186</sup> LE DEUFF Olivier, ERTZSCHEID Olivier, BOYD Danah, et al. «Une évolution des comportements»

[Document en ligne] *Documentaliste-Sciences de l'Information*, n°1, 2010, Vol. 47, p. 51

<sup>187</sup> *Ibid.*, p50

l'image permet la réappropriation d'une vaste gamme d'usages jusque-là étroitement contrôlés. »<sup>188</sup>. Alors que le portrait est unique au XIX<sup>e</sup> siècle, « l'expansion des techniques d'enregistrement permet de multiplier l'image de soi »<sup>189</sup> au XX<sup>e</sup> siècle.

Adeline WRONA précise que « la mise en ligne du portrait déstabilise les figures des contemporains, les livrant à la double dynamique d'une actualisation constamment rejouée, et d'une réécriture ouverte à l'ample communauté des contributeurs. »<sup>190</sup>. Elle ajoute que « l'usage en ligne des portraits numériques pourvoit d'une extraordinaire épaisseur la fécondité relationnelle du portrait, à tel point que la singularité même de l'individu représenté paraît difficile à définir. »<sup>191</sup>. Ainsi, la figure du « je-nous » au sein des portraits s'en trouve fortement amplifiée sur les espaces numériques. Sur Facebook par exemple, « l'identité visuelle se décline notamment en liste « d'amis » : l'autoportrait cache ou contient l'espace accueillant des portraits des proches, et c'est bien la somme des autres qui me constitue comme individu existant dans le réseau. »<sup>192</sup>. Dans un article mis en ligne par l'INA, la chercheuse en sciences de l'information et de la communication Louise Merzaeu parle alors de visage « *mapping* ». L'individu sur *Facebook* devient une carte, puisqu' « il cartographie des liens dont le sujet est le dénominateur commun. »<sup>193</sup>. Au-delà de la simple représentation des visages, les autoportraits numériques - en s'insérant dans des espaces qui agrègent différents types de contenus - intègrent donc toutes les informations périphériques données par l'agencement des pages personnelles, en plus de la légende et des commentaires qui leurs sont attribués. De fait, le portrait numérique se caractériserait notamment par sa « part d'incertitude » selon André Gunthert<sup>194</sup>.

Louise Merzaeu ajoute l'idée que « le visage devient alors un portrait purement informationnel, qui renvoie à un individu-data. » puisque sur les réseaux sociaux notamment, il « se redocumentarise à loisir »<sup>195</sup> en produisant ses propres données.

---

<sup>188</sup> *Ibid.*

<sup>189</sup> *Ibid.*

<sup>190</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p. 383

<sup>191</sup> *Ibid.*

<sup>192</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p. 372

I. <sup>193</sup> MERZAEU LOUISE, « DE LA FACE AU PROFIL : L'AVENTURE NUMERIQUE DES VISAGES » [DOCUMENT EN LIGNE] IN *INA GLOBAL*, 2 MARS 2015.

<sup>194</sup> LE DEUFF Olivier, ERTZSCHEID Olivier, BOYD Danah, et al. «Une évolution des comportements» [Document en ligne] *Documentaliste-Sciences de l'Information*, n°1, 2010, Vol. 47, p. 51

<sup>195</sup> MERZAEU Louise, « De la face au profil : l'aventure numérique des visages » [Document en ligne] in *ina global*, 2 mars 2015.

Concernant le *selfie*, nous nous sommes alors demandés quel était son statut dans ce contexte de production de portraits numériques et de leurs partages en ligne.

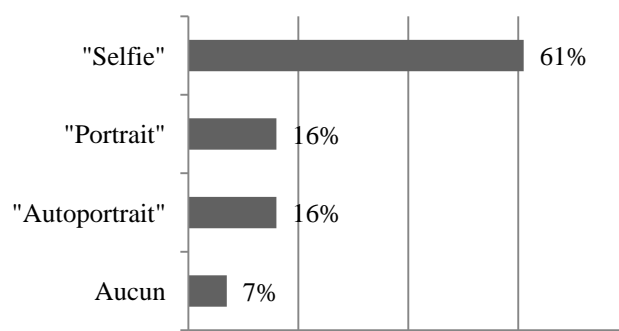
Il est intéressant de noter que la fondatrice et administratrice du groupe « Selfie shots » de *Flickr* précise dans un post de la rubrique « discussion », qu'elle n'a pas inventé le terme de *selfie*, mais qu'elle l'a appris d'un professionnel du design :

« I first learned of the term "selfie" from Jim Krause at the How Design Conference. At that time he was planning a book of selfie images, but when last I spoke to him, it was still not done or forthcoming. I've been taking these shots for a long time and see others doing the same, but until I met Jim I didn't have a cool name to go with them. I grabbed the term and ran with it. I wanted a group devoted to the name AND the shots. Hence the birth of selfie shots. »<sup>196</sup>

« La première fois que j'ai appris le mot "Selfie" c'était de Jim Kraus, à la Conférence « How Design ». A cette époque, il avait l'intention de créer un livre de selfies. Mais la dernière fois que je lui ai parlé, il ne l'avait toujours pas fait ou c'était toujours en cours. Je fais ce type de photos depuis longtemps, mais jusqu'à ce que je rencontre Jim, je n'avais pas de nom cool pour aller avec. Je me suis saisie de ce terme et continue de m'en servir dans ma pratique. Je voulais un groupe consacré au nom ET aux photos. D'où la naissance de « Selfie shots ». »

Dans un premier temps, nous avons alors cherché à savoir si les usagers du réseau social *Flickr* qui contribuent à alimenter le groupe « Selfie shots » associaient d'instinct leurs photos à des portraits ou des autoportraits. Sur les 22 usagers dont nous avons sélectionné les photographies, nous avons comptabilisé le nombre de fois où apparaissent les mots « *selfie* », « autoportrait » et « portrait », que ce soit dans les mots-clés donnés par les usagers, le titre, la légende ou les commentaires.

Graphique 7 : Part des mots « *selfie* », « autoportrait » et « portrait » énoncés par les auteurs et commentateurs des photographies<sup>197</sup>



<sup>196</sup> <https://www.flickr.com/groups/selfie-shots/discuss/72157600007820621/> (consulté le 05/06/2015)

<sup>197</sup> Graphique réalisé par nos soins, à partir de nos grilles d'analyse.

Le tableau précédant nous montre que le mot le plus employé pour désigner les autoportraits photographiques est « *selfie* », avant les mots « portrait » et « autoportraits » qui sont utilisés autant de fois l'un que l'autre. Certaines photos (3 sur 22) ne sont pas du tout qualifiées explicitement, ni par les auteurs, ni par les commentateurs. La faible part des termes « portrait » et « autoportrait » (soit 32% au total) comparé à celui de « *selfie* » ne signifie pas que les usagers du réseau social distinguent catégoriquement le *selfie* de l'autoportrait, puisque beaucoup commentent la photographie sans chercher à la qualifier. Nos résultats soulignent le fait que les usagers du groupe « Selfie Shots » de *Flickr* préfèrent employer le terme « *selfie* » aux deux autres, quand il s'agit de désigner leurs photographies publiées dans cet espace. Ce qui semble logique puisque le nom même du groupe incite à employer ce terme. Aussi, la présence de ces termes signifie que certains usagers assimilent instinctivement le *selfie* à l'autoportrait et au portrait.

La fondatrice du groupe « Selfie shots » donne une définition de ce qu'elle entend par *selfie*, afin d'orienter les usagers de *Flickr* dans leur sélection des photographiques à publier.

« **selfie:** *n.* a photograph of oneself in an arm extended posture. a true selfie is taken with either the right or left arm extended and the camera turned back upon oneself. not to be confused with a photo of oneself in a mirror or other reflected surface. not to be confused with a shot taken on a timer »<sup>198</sup>

« **selfie:** *n.* Une photographie de soi dans une posture de bras tendu. Un véritable selfie est pris avec le bras tendu droit ou gauche et l'appareil photo est retourné sur soi.  
A ne pas confondre avec une photo de soi dans un miroir ou une autre surface réfléchissante  
A ne pas confondre avec un cliché pris à l'aide d'un retardateur »

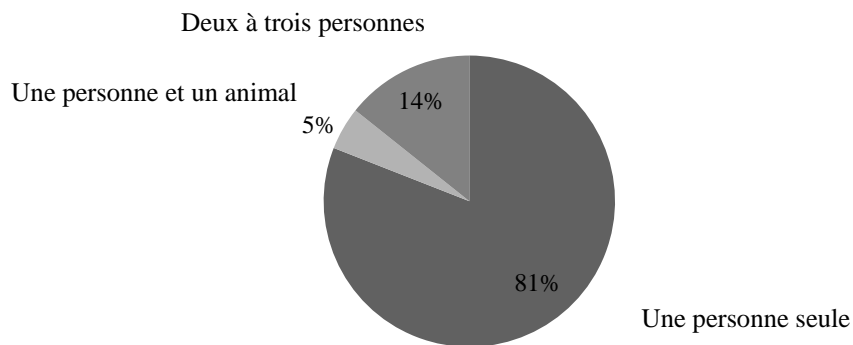
Cette définition du *selfie* indique bien qu'il s'agit d'un autoportrait photographique, mais celui-ci doit répondre à une procédure de réalisation bien précise pour pouvoir être dénommé ainsi. Cependant, les usagers peuvent très bien élargir cette notion du *selfie* en outrepassant ces consignes et en décidant de les publier dans ce groupe.

Tout d'abord, nous avons voulu savoir si les photographies partagées sur ce groupe de *Flickr* ne sont que des autoportraits individuels ou une autoreprésentation de plusieurs individus.

---

<sup>198</sup> <https://www.flickr.com/groups/selfie-shots/> (consulté le 06/06/2015)

Graphique 8 : Part du nombre de personnes figurant sur les photographies issues du groupe « Selfie shots »

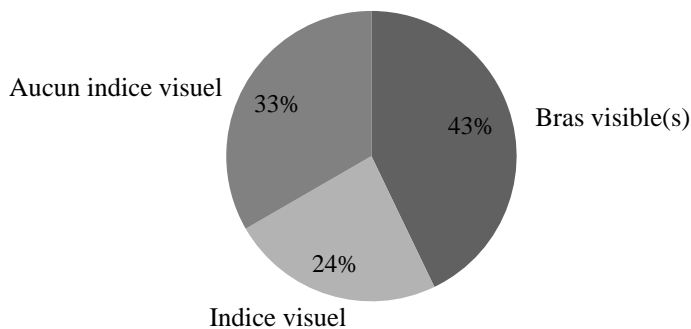


Le graphique que nous avons réalisé nous apprend que la plupart des photographies de notre corpus sont des autoportraits individuels. 14% sont des photographies de groupe de deux ou trois personnes et quelques personnes se prennent en photo avec leur animal de compagnie.

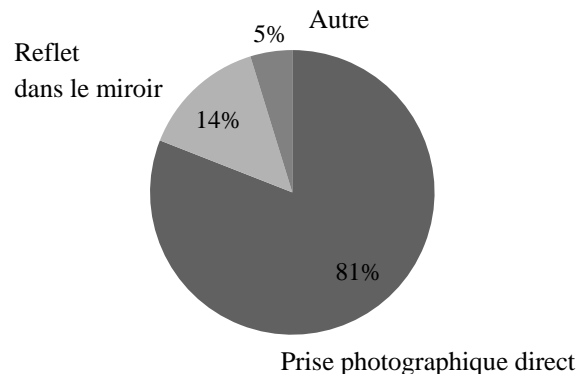
Si le mot « *selfie* » renvoie directement à la figure individuelle avec la racine « -self », certaines personnes l'associent pourtant à un portrait collectif, pris par l'un des membres du groupe qui figure également sur la photographie. La légende de l'une de ces photographies est même « Group selfie » en anglais, peut-être pour pouvoir justifier la présence de ce cliché dans le groupe « Selfie shots ». Dans tous les cas, la notion de *selfie* n'englobe pas seulement des autoportraits individuels, mais aussi des portraits collectifs, qui ont toujours été présents dans l'histoire de la photographie, parfois même avant la représentation de l'individu seul. Le portrait collectif a d'autant plus de raisons de se retrouver sur les réseaux sociaux, du fait que ces espaces sont principalement des lieux d'interactions entre les usagers, qui se connaissent ou non.

La définition d'un *selfie* donnée comme règle photographique pour les usagers du groupe « Selfie shots » insiste sur le fait que ces autoportraits sont reconnaissables par la présence du « bras tendu » qui manipule l'appareil photo. Nous avons déjà montré que pour plus de la moitié des photographies analysées, ce bras n'est pas visible. Nous aimerions aller plus loin et voir si les photographies partagées par les usagers jouent sur cette ambiguïté visuelle qui confond portrait et autoportrait, ou si des indices visuels permettant de les identifier comme des autoportraits sont apparents. De même, si la fondatrice du groupe bannit les autoportraits pris dans une surface réfléchissante, rien n'empêche les usagers d'attribuer le nom de « *selfie* » à ces clichés.

Graphique 9 : Part des indices visuels permettant d'identifier les photographies du groupe « Selfie shots » comme des autoportraits



Graphique 10 : Part des autoportraits photographiques du groupe « Selfie shots » pris directement ou indirectement



D'après le graphique, 67% des photographies peuvent être identifiées comme étant de véritables autoportraits. Il semble alors que le *selfie* le plus commun soit celui qui est pris avec l'objectif directement retourné sur soi, mais les usagers intègrent également les autoportraits qui ne donnent pas l'impression que l'individu représenté s'est lui-même pris en photo. D'autres types d'autoportraits, comme nous pouvons le constater avec le graphique 10, entrent dans la catégorie *selfie* selon les usagers : 14% des photographies que nous avons analysées ont été prises dans un miroir. Selon le chercheur André Gunthert, « ces diverses formules ne produisent pas les mêmes images, ni n'impliquent les mêmes conditions » et « réunir ces différentes pratiques sous la même appellation ne va nullement de soi. »<sup>199</sup>. Nous avons en effet pu remarquer, avec le graphique 9, les variations dans les représentations des individus. Selon la façon dont ils positionnent l'appareil photo ou le téléphone retourné vers eux, seulement le visage et le haut du corps apparaissent de façon plus ou moins réduite : dans 47% des cas, le visage et le buste (ou le haut du buste) sont visibles, 10% font figurer la tête et tout le haut du corps, 19% des photographies ne laissent apparaître que le visage. De même, quelques autoportraits sont pris presque totalement en pied, les jambes étant coupées par un objet qui se trouve au premier plan.

Ainsi, la notion de *selfie* va différer selon les usagers du groupe « Selfies shots », comme nous le montre les variations dans les représentations. Cette appellation résulte d'une co-construction entre la fondatrice du groupe et les usagers dans un premier temps, comme l'illustre la discussion ci-dessous notamment :

<sup>199</sup> GUNTHERT André, «La consécration du selfie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015

«**Darter02**: - Do photos taken of yourself with your partner or other people count if done in the prescribed manner???

**sharwest**: - i think that they can. i've posted the selfie of me and laura because I think that those behind you can count too. I've even made the icon from the photo below. but YOU must be the subject of the photo. »<sup>200</sup>

«**Darter02**: - Est-ce que ça compte les photos de soi-même prises avec son partenaire ou d'autres personnes si elles sont faites de la manière prescrite???

**sharwest**: - Je pense que oui. J'ai posté le selfie de moi et laura car je pense que ceux derrière soi peuvent aussi compter. J'ai meme fait l'icône partir de la photo ci-dessous. mait TU dois être le sujet de la photo. »

Dans un deuxième temps, les significations associées à l'étiquette « *selfie* » sont appropriées et remodelées entre les usagers eux-mêmes, puisque nous supposons qu'un type d'autportrait particulier partagé dans le groupe peut inciter d'autres usagers à poster des photographies qui s'y apparentent. En effet, nous avons vu que même si les règles du groupe indiquent clairement que les autoportraits pris dans une surface réfléchissante ne sont pas des *selfies*, plusieurs de ces photographies se sont retrouvées dans cet espace restreint de *Flickr*.

Si la standardisation habituellement repérée dans la composition des portraits ne se retrouve pas avec notre corpus de *selfies*, il y a toutefois bien une socialisation de ces photographies. Les usagers de *Flickr* vont en effet, de façon explicite ou implicite, s'entendre sur ce qu'il est acceptable de dénommer « *selfie* » ou non.

## **B. Le selfie: l'autportrait revisité ?**

### **1. La mise en scène du quotidien**

Dans un article de son blog consacré au *selfie*, André Gunthert soumet l'idée que cet autoportrait se distingue du portrait, dans la mesure où le portrait présente un caractère intemporel (il ne présente pas une situation particulière), il est soigné (dans le cadrage) et présente un caractère de neutralité (le sujet se tient éloigné de l'objectif). Alors que le *selfie* se caractérise par sa « forte composante occasionnelle, l'inscription dans un contexte ou une situation, ainsi que la relative impréparation, manifestée par les défauts formels, comme un cadrage incertain ou la déformation des perspectives. »<sup>201</sup>.

---

<sup>200</sup> <https://www.flickr.com/groups/selfie-shots/discuss/72157600006897306/> (consulté le 06/06/2015)

<sup>201</sup> GUNTHERT André, « Viralité du selfie, déplacements du portrait », [Document en ligne] in *L'atelier des icônes*, 31 décembre 2013.

Nous verrons dans cette sous-partie que le *selfie* s'inscrit dans l'évolution progressive des usages de la photographie vers une mise en scène du quotidien, donnant lieu à des « portraits d'occasion »<sup>202</sup>, pour reprendre le terme de Gunther.

Durant les premières années de la photographie, les portraits reprennent les codes picturaux. Dans un article qui s'intéresse à la théorie sémiotique et l'analyse du discours, Eliséo Veron nous explique que « les notables, à commencer par l'Empereur lui-même, se font photographier à la façon dont ils se faisaient, auparavant, peindre. Ici, la stratégie énonciative, en reprenant les règles de production du portrait peint, exprime, comme ce dernier, une volonté d'exemplarité : travaillée par la stylistique du portrait peint, la pose a un relent d'éternité. »<sup>203</sup>. Avec cette figure énonciative, le « référent » de la photographie se trouve « dé-temporalisé ». C'est la rhétorique de « *l'avoir été là* »<sup>204</sup> qui en ressort, selon l'auteur.

Toutefois, le goût pour la mise en scène de la vie privée apparaît rapidement, comme en témoignent les photographies de l'Empereur sur lesquelles il figure « à table, entouré de sa famille, ou en train de jouer avec ses enfants »<sup>205</sup>. Veron explique alors que « ce qui est mis en valeur ce n'est pas, comme dans le cas du portrait, la dignité dé-temporalisée de la notabilité, mais plutôt, pourrait-on dire, la naturalité d'une vie »<sup>206</sup>. C'est le présent de l'énonciation qui importe avec ce genre de photographies, la temporalité est neutralisée et « *l'avoir été là* » devient un « *être là* ».

Quand l'accès au portrait photographique s'élargit à la classe bourgeoise grâce au daguerréotype, « ces deux processus se retrouvent rapidement dans la sphère du privé de chaque citoyen. D'un côté, l'esthétique du portrait peint, transposée à la photographie, se diffuse : les bourgeois, qui ne pouvaient pas se payer un peintre, se font photographier. [...] D'un autre côté; pouvoir photographier le quotidien fait naître le désir de construire, par l'image, la saga familiale »<sup>207</sup>. Ce sont les rituels collectifs qui sont immortalisés dans un premier temps, comme les mariages ou les cérémonies religieuses. Ainsi, les portraits représentaient rarement des individus seuls, nous rappelle Sylvain Maresca<sup>208</sup>.

---

<sup>202</sup> *Ibid.*

<sup>203</sup> VERON Eliséo, « De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo » **[Document en ligne]** *Hermès, La Revue, n°13-14, 1994, p. 53*

<sup>204</sup> *Ibid.*

<sup>205</sup> *Ibid.* p. 54

<sup>206</sup> VERON Eliséo, « De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo » **[Document en ligne]** *Hermès, La Revue, n°13-14, 1994, p. 54*

<sup>207</sup> *Ibid.*

<sup>208</sup> MARESCA Sylvain, « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne » **[Document en ligne]** *Études photographiques, 15, 2004, p. 61-77*



Même quand l'usage privé de la photographie devient un usage de masse dans les années 60, « le registre de prédilection de la photographie amateur est la photographie de famille. »<sup>209</sup>. Toutefois, la photo de famille selon Gunthert, fait évoluer les principes de représentation en vigueur durant le XX<sup>e</sup> siècle, notamment avec les photographies des enfants qui sont pris sur le vif. Ce genre photographique est « reconnaissable par un choix de sujets qui manifeste leur rapidité et leur caractère occasionnel »<sup>210</sup>. Quentin Bajac explique que cette évolution du « style iconographique des photographies d'amateurs » répond « d'une double évolution, celle, technique, des appareils, plus aisément transportables et disponibles à tout moment, et celle, sociale et culturelle, des mœurs générales. »<sup>211</sup>. Ainsi, les instants immortalisés par l'appareil photographique ne sont plus seulement des moments identifiés à l'avance que l'on va figer sur le papier, mais également des occasions accidentelles, qui évoquent le quotidien.

Selon des études qualitatives, cette tendance de la pratique photographique s'est encore accentuée aujourd'hui, ce qui dessinerait les « traits nouveaux de l'activité photographique amateur »<sup>212</sup>. Ainsi, la pratique de l'autoportrait se banaliserait dans la quotidienneté. Les portraits et autoportraits ne servent plus seulement à marquer des événements importants, témoins de la réussite sociale (comme le mariage, la remise des diplômes), ou encore les événements qui sortent de l'ordinaire (les vacances, les fêtes) ; mais ils accompagnent chaque moment du quotidien.

Selon la sociologue Carole Anne Rivière, la banalisation de l'acte photographique est renforcée par l'intégration de l'appareil photographique dans les téléphones portables. Dès lors « tout événement de l'univers privé devient enjeu de communication et de témoignage sur soi ». L'auteure compare la photographie mobile à la photographie de presse événementielle, puisque « c'est l'imprévisible qui est privilégié, quels que soient le sujet et la banalité de ce que l'on photographie. »<sup>213</sup>. Benoît Labourdette, professionnel dans les médias audiovisuels et auteur de l'ouvrage collectif *Téléphone mobile et création*, appuie cette idée d'une pratique photographique amplifiée à tous les aspects du quotidien. Le téléphone portable serait, aujourd'hui, comme une « prothèse de communication devenue indispensable à la vie, une

---

<sup>209</sup> *Ibid.*

<sup>210</sup> GUNTHERT André, «Viralité du selfie, déplacements du portrait », **[Document en ligne]** in *L'atelier des icônes*, 31 décembre 2013.

<sup>211</sup> BAJAC Quentin. *Après la photographie ? De l'argentique à la révolution numérique*. Paris : Gallimard, 2010, p.18

<sup>212</sup> BEUSCART Jean-Samuel, CARDON Dominique, PISSARD Nicolas, et al., «Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ?» **[Document en ligne]** *Réseaux*, n°2, 2009, Vol. 154, n° 2, p.121

<sup>213</sup> RIVIÈRE Carole Anne, « Téléphone mobile et photographie : les nouvelles formes de sociabilités visuelles au quotidien » **[Document en ligne]** *Sociétés*, n°1, 2006, Vol. 91, p.122

prothèse équipée d'une caméra. Il n'est donc plus nécessaire de nourrir un projet préalable : nous sommes outillés en permanence. »<sup>214</sup>.

Aussi, nous rejoignons l'hypothèse d'André Gunthert selon laquelle le *selfie* se rattacherait à « l'autophotographie touristique »<sup>215</sup>, puisqu'au sein même du *selfie* se fond la figure de l'autoportrait - avec l'image de soi au premier plan - et l'instant fortuit émergeant du quotidien - avec l'arrière-plan qui permet d'identifier un contexte particulier. Les individus documenteraient ainsi leur vie par le biais des *selfies*, tels des « touristes du quotidien »<sup>216</sup>, pour reprendre les termes de l'auteur cité par Laurence Allard.

Nous remarquons que les photographies du groupe « Selfie shots » de *Flickr* sont pour plus de la moitié (62%) des clichés que nous avons qualifié d'« ordinaires », ou autrement dit « ce qui se passe chaque jour, le banal »<sup>217</sup>. Nous opposons « ces choses communes »<sup>218</sup> à l'« extraordinaire »<sup>219</sup> qui, lui, se détache du « bruit de fond »<sup>220</sup> de notre existence journalière, comme l'illustrent les photographies d'un évènement particulier (une fête, une naissance) ou les photographies touristiques. Dans le graphique 11 que nous avons mis en forme à partir de nos analyses, nous distinguons les photographies « ordinaires en contexte », des photographies « ordinaires ». Ces dernières représentent 43% des clichés de notre corpus. Cette catégorie regroupe les photographiques qui ne permettent pas d'identifier la situation ou l'endroit dans lesquels l'individu s'est photographié ; ou alors l'arrière-plan visible est celui d'un endroit commun, comme une chambre, une salle de bain. Ces photographies pourraient alors appartenir à ce qui relève de l'« infra-ordinaire »<sup>221</sup>. Cette notion introduite par Georges Perec désigne les choses que nous n'interrogeons pas, « ce qui se fond dans l'évidence »<sup>222</sup> reprend Emmanuël Souchier.

---

<sup>214</sup> LABOURDETTE Benoît, «Création ou conversation: vertu de la créativité audiovisuelle avec le mobile». **In**: ALLARD Laurence, CRETON Laurent, ODIN Roger (dir.), *Téléphone mobile et création*. Paris : A. Colin, 2014, p.57

<sup>215</sup> GUNTHERT André, «Viralité du selfie, déplacements du portrait », **[Document en ligne]** in *L'atelier des icônes*, 31 décembre 2013.

<sup>216</sup> ALLARD Laurence, « Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme technologie pour soi et quelques autres entre double agir communicationnel et continuum disjonctif soma-technologique ». **In**: ALLARD Laurence, CRETON Laurent, ODIN Roger (dir.), *Téléphone mobile et création*. Paris : A. Colin, 2014, p.144

<sup>217</sup> PEREC Georges. *L'infra-ordinaire*. Paris : Éditions du Seuil, 1989, p. 11

<sup>218</sup> *Ibid.*

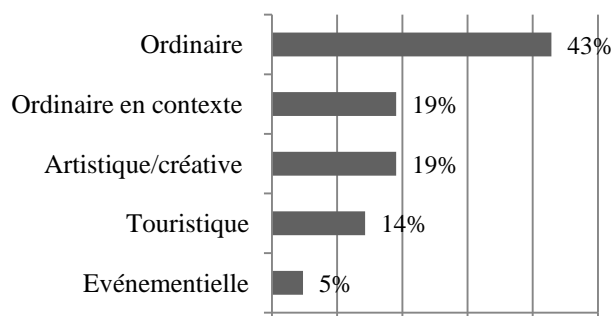
<sup>219</sup> PEREC Georges. *L'infra-ordinaire*. Paris : Éditions du Seuil, 1989, p.9

<sup>220</sup> *Ibid.*, p.11

<sup>221</sup> *Ibid.*

<sup>222</sup> SOUCHIER Emmanuël, «Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale» **[Document en ligne]** *Communication et langages*, n°1, 2007, Vol. 154, p. 29

Graphique 11 : Part des types de photographies du groupe « Selfie shots »



Les photographies « ordinaires en contexte » sont moins nombreuses que les photographies que nous avons requalifiées d «'infra-ordinaire ». Elles montrent l'individu dans un contexte particulier, au restaurant, sur un terrain de sport, ou encore durant la saison hivernale par exemple. Sans toutefois être des événements insolites, ces clichés révèlent une situation particulière du quotidien des personnes représentées.

19% des photographies sélectionnées montrent une intention artistique ou créative de la part de leur auteur. Elles ne cherchent pas à mettre en scène le quotidien et s'inscrivent dans une pratique photographique de loisir. Les photographes ne sont pas des professionnels, mais développent une « expertise ordinaire »<sup>223</sup> de la photographie par passion. Ces clichés sont alors le résultat d'un « amateurisme » de la photographie et dans notre cas, les auteurs nous partagent leurs talents dans la réalisation du portrait photographique.

Enfin, 14 % des autoportraits photographiques représentent un individu dans un lieu qui dénote avec des paysages « exotiques », contrastant ainsi avec les contextes « endotiques »<sup>224</sup> des photographies « ordinaires ». Quelques clichés font état d'un événement « extraordinaire », comme une naissance. Ceux-ci peuvent alors être comparés à des « portraits médiatiques » puisqu'il s'agit « d'informer par l'individu »<sup>225</sup>.

Pour compléter la typologie des *selfies* du groupe « Selfies shots », nous avons cherché à connaître les sujets abordés par les clichés les plus abondants, c'est-à-dire des photographies qui nous ont paru relever de « l'infra-ordinaire » et de « l'ordinaire ».

Tableau 3 : Sujets abordés dans les titres et les légendes des autoportraits photographiques du groupe «Selfie shots »

<sup>223</sup> FLICHY Patrice. *Le sacre de l'amateur: sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris : Seuil, 2010, p. 9

<sup>224</sup> PEREC Georges. *L'infra-ordinaire*. Paris : Éditions du Seuil, 1989, p.12

<sup>225</sup> WRONA Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.197

Sujets abordés	Photographies « ordinaires »	Photographies « ordinaires en contexte »
Pas de titre/légende	*****	*
Le type de photographie prise	***	
Un moment du quotidien précédant la photographie	**	*
L'individu	**	**
L'appareil photo utilisé	*	*
Un événement passé	*	
Le lieu où est prise la photographie	*	*
La météo/ La saison	*	*
Le contexte de la photographie		*
L'activité de l'individu au moment de la photographie		
Un conseil	*	
Le ressenti de l'individu		*

Pour la plupart des autoportraits « ordinaires », il n'y a pas de titre ou de légende. Ensuite, c'est le type même de la photographie qui est spécifié, avec le terme de « selfie » généralement. Les sujets de fond les plus mis en image sont les moments qui viennent de précéder la photographie, comme cet homme qui dit que « boire de la bière au soleil est toujours une bonne idée sur le moment, mais tu finis par le payer si tu ne bois pas aussi beaucoup d'eau. »<sup>226</sup>. Les individus vont aussi se prendre en photo pour parler d'eux-mêmes, comme cette jeune femme qui raconte qu'elle s'est « cognée la tête contre la table de l'école »<sup>227</sup> quand elle était petite. Ces sujets nous paraissent bien triviaux et confirment l'idée qu'ils relèvent de « l'infra-ordinaire ».

Les représentations « ordinaires en contexte » s'attachent d'abord à l'individu photographié, ainsi une femme va déclarer qu'elle n'est « pas toujours au Coca !! »<sup>228</sup>. Les sujets abordés sont ensuite plus disparates, la même personne que précédemment nous explique que son autoportrait survient « après une classe stressante » et que la photographie est prise pendant le « déjeuner »<sup>229</sup> par exemple.

Nos analyses nous révèlent donc que c'est l'« infra-ordinaire » et l'« ordinaire » qui sont privilégiés dans les autoportraits photographiques dénommés *selfies* par les usagers, plutôt que les moments « extra-ordinaires » qui interrompent de temps à autre notre quotidien.

<sup>226</sup> Cf Annexe 4

<sup>227</sup> *Ibid.*

<sup>228</sup> *Ibid.*

<sup>229</sup> *Ibid.*

## 2. Une photographie conversationnelle

L'une des particularités du *selfie* serait son partage immédiat sur les réseaux sociaux, après sa prise à partir d'un téléphone portable. Ainsi, ce n'est pas la qualité de l'image et de la personne sur la photographie qui lui donnerait sa valeur, mais le fait que ce soit un autoportrait dans une situation donnée, partagé dans l'instant pour exprimer « la vision la plus immédiate » à ses proches, ses connaissances, « comme s'ils pouvaient nous apercevoir en direct »<sup>230</sup>.

En outre, l'usage du téléphone portable permet « de multiplier les petits gestes de communication permettant d'entretenir et de maintenir une présence à distance « continue ». »<sup>231</sup>. Ainsi, les auteurs de l'article « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? » font un rapprochement entre la transformation de la pratique photographique et la « transformation de la communication téléphonique née avec le portable et le SMS » ; et parlent de la « photographie continue »<sup>232</sup>. Cette idée s'appuie sur les recherches de Christian Licoppe qui s'intéressent aux échanges interpersonnels médiatisés dans le cadre des téléphones portables notamment. Selon lui, le répertoire d'usages proposé par le téléphone portable permet d'assurer une « connexion continue »<sup>233</sup> recherchée par les individus afin de renforcer leurs liens. Ainsi, la photographie échangée dans ce contexte participe à la « conversation continue » et alimente les relations inter-individuelles, construites « d'attentes et de routines partagées d'un monde commun »<sup>234</sup>.

Dans son mémoire de Master 1, Julie Paillard émet l'idée que la photographie sert alors de « pré-texte » à la conversation et de support aux interactions dans les espaces sociaux virtuels. En effet, l'étudiante en sciences de l'information et de la communication nous indique que dans certains cas, la photographie « ordinaire » - dont nous avons vu que le *selfie* pouvait relever - vient introduire un texte écrit ou déclenche une conversation entre deux ou plusieurs personnes. « 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 »<sup>235</sup>. Ce constat avait déjà été établi par Ilpo

---

<sup>230</sup> GUNTHERT André, «Le selfie, emblème de la photographie connectée» [Document en ligne] in *L'atelier des icônes*, 21 novembre 2013.

<sup>231</sup> *Ibid.*, p. 130

<sup>232</sup> BEUSCART Jean-Samuel, CARDON Dominique, PISSARD Nicolas, et al., «Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ?» [Document en ligne] *Réseaux*, n°2, 2009, Vol. 154, n° 2, p.121

<sup>233</sup> *Ibid.* p. 192

<sup>234</sup> LICOPPE Christian, «Sociabilité et technologies de communication» *Réseaux*, n°2, 2002, Vol. 112-113, p. 177

<sup>235</sup> PAILLARD Julie (sous la direction de Laurie SCHMITT). 2014. *La « photo ordinaire » : récit des banalités quotidiennes sur les réseaux sociaux en ligne. Analyse des usages photographiques sur Instagram.* [Document

Koskinen et Esko Kurvinen qui avaient dirigé des études ethnographiques entre 1999 et 2001 pour analyser « la manière dont les personnes utilisent les images mobiles pour entretenir des liens sociaux de nature amicale. »<sup>236</sup>. Ils établissent ainsi que « les messages mobiles contenant des images constituent de possibles « premières » actions dans le cadre des interactions médiatisées par le réseau mobile. »<sup>237</sup>. Selon Laurence Allard « la photographie mobile s'avère l'usage le plus massivement répandu après la voix et le SMS en France, notamment avec le développement des application mobiles. »<sup>238</sup>.

Dans un colloque sur les médias intitulé « entre communautés et mobilité », Adeline Wrona précise que les usages conversationnels de la photographie sont loin d'être nouveaux. Elle nous montre par exemple, que les premiers albums de portraits photographiques servaient notamment à combler l'ennui et généraient une mise en conversation de la société. En effet, les conversations tournaient autour de l'esthétique des visages et les personnes rassemblées autour des portraits photographiques en décortiquaient leurs composantes (le nez, le menton etc.). Les individus se prêtaient alors à la critique comme ils l'auraient fait en observant des passants dans la rue. En même temps que de « combler les temps morts », le commentaire des portraits photographiques permettaient alors de nourrir « les relations entre individus engagés dans le spectacle du portrait »<sup>239</sup>. Dans un premier temps, les détails des portraits isolés de l'ensemble sont commentés au sein d'un cercle de proches ou de connaissances. Puis la conversation invite de nouveaux individus à participer aux commentaires : « le visage mis en morceaux provoque la réunion d'une communauté de regards, comme l'amorce d'un « réseau social » constitué autour d'une image « partagée ». »<sup>240</sup>. En plus de renforcer les liens entre des individus qui se connaissent déjà, la conversation autour de la photographie permet de générer de nouvelles rencontres.

Ce que Wrona appelle le « jeu du portrait » est une pratique qui ne date pas d'hier mais qui devient plus visible aujourd'hui avec les pratiques conversationnelles en ligne. Au moment des premiers « livres de visage », il s'agissait « d'identifier des individus à travers leur représentation mimée, versifiée, racontée ; l'activité mimétique – associer une représentation

---

**en ligne]** Mémoire de master : Sciences de l'information et de la communication: Institut de la communication et des médias, Université Stendhal Grenoble 3, p.65

<sup>236</sup> KOSKINEN Ilpo, KURVINEN Esko, «Messages visuels mobiles» *Réseaux*, n°2. 2002, Vol. 112-113, p. 110

<sup>237</sup> *Ibid.*, p.124

<sup>238</sup> ALLARD Laurence, « Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme technologie pour soi et quelques autres entre double agir communicationnel et continuum disjonctif soma-technologique ». **In:** ALLARD Laurence, CRETON Laurent, ODIN Roger (dir.), *Téléphone mobile et création*. Paris : A. Colin, 2014, p.148

<sup>239</sup> WRONA, Adeline. Colloque médias 09. **In:** *Autoportraits collaboratifs et portabilité du moi. Les formes renouvelées du portrait au temps du numérique*. Université Paul-Cézanne, Aix-en-Provence, décembre 2009, p.6

<sup>240</sup> *Ibid.*

à une personne – suscite et alimente la réunion ludique d’individus. »<sup>241</sup>. Sur les réseaux sociaux comme *Facebook*, « les échanges jadis oraux entre amis prennent corps désormais aux côtés même de l’image discutée. »<sup>242</sup>. La nouveauté qui accompagne le partage de la photographie numérique est alors celle de « l’avènement de nouvelles manières de « faire conversation » avec des photos qui ne se substituent pas aux pratiques antérieures, mais déploient de nouveaux territoires »<sup>243</sup>. En effet, certains auteurs montrent que « les sites de partage photographique proposent une transformation radicale du périmètre conversationnel en conférant, potentiellement, une large publicité à des productions qui circulaient jusqu’alors dans un périmètre étroit. »<sup>244</sup>.

Avec le partage des photographies en ligne, il faudrait désormais distinguer « les conversations à propos des photos (entre proches) et les conversations avec des photos (avec des inconnus). En effet, l’élargissement du cercle des personnes invitées à regarder les photos modifie la manière dont les participants se réfèrent à l’objet photographique dans la conversation qui les réunit. »<sup>245</sup>. Selon les auteurs de l’article « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? », l’image photographique numérique va, « de façon exclusive, être porteuse d’éléments conversationnels qui nourrissent les échanges entre des inconnus. »<sup>246</sup>. Bien que la plupart des commentaires proviennent de proches du photographe, « le développement de sites de partage construits sous forme de réseaux sociaux, dont Flickr est l’emblème, a permis de faire émerger un nouvel usage conversationnel de la photo. »<sup>247</sup>.

Les membres d’un groupe thématique sur Flickr ne se connaissent pas *à priori*. Nous attacherons ici à montrer quels sont les sujets de conversations que les photographies du groupe « Selfie shots » alimentent.

---

<sup>241</sup> *Ibid.*

<sup>242</sup> *Ibid.*, p.17

<sup>243</sup> BEUSCART Jean-Samuel, CARDON Dominique, PISSARD Nicolas, et al., « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? » [Document en ligne] *Réseaux*, n°2, 2009, Vol. 154, n° 2, p.93

<sup>244</sup> *Ibid.*

<sup>245</sup> *Ibid.*, p94

<sup>246</sup> BEUSCART Jean-Samuel, CARDON Dominique, PISSARD Nicolas, et al., « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? » [Document en ligne] *Réseaux*, n°2, 2009, Vol. 154, n° 2, p.94

<sup>247</sup> *Ibid.*

Tableau 4 : La récurrence des sujets abordés dans les commentaires des auteurs des photographies du groupe «Selfie shots »et dans les commentaires des autres membres du groupe<sup>248</sup>

Sujets abordés	Commentaires de l'auteur de la photographie	Commentaires des autres membres du groupe
L(es) individu(s) représenté(s) sur la photographie	*****	*****
La qualité de la photographie	*	*****
La photographie même		****
Les commentateurs de la photographie	**	*
Les aspects techniques de la photographie	*	**
Une ou des personne(s) extérieure(s) à la photographie et aux commentateurs		**
Les expériences vécues par les commentateurs	*	****
Les sentiments/ le ressenti du locuteur	*	*
Les activités de l'individu représenté sur la photographie	**	
Les activités des commentateurs		**
Le lieu de la photographie		****
La légende de la photographie	*	*
La météo	*	
La nourriture	*	*
Les chats de façon générale/ le chat représenté sur la photographie	*	**
L'idée même de la photographie		**
Les vêtements de l'individu représenté sur la photographie		*
Autres	****	****

Le sujet le plus abordé, que ce soit dans les commentaires de l'auteur de la photographie et des autres membres du groupe, est l'individu ou le groupe d'individus représenté sur les photographies. Les commentateurs vont s'attarder sur les apparences de la personne représentée et nous retrouvons de nombreux termes liés à la beauté, comme « magnifique », « beauté », « charmante », « beau », « belle », « délicieuse ». Le deuxième champ lexical le plus répandu concernant les individus est celui du corps, avec des mots tels que « jambes », « visages », « rides », « yeux », « œil ». Comme Adeline Wrona l'avait repéré avec les premiers albums photos, les personnes qui regardent les clichés scrutent les visages et les corps représentés en s'attardant sur les détails. Les auteurs des photographies vont généralement rebondir sur ce qui est dit à leur sujet, remercier ceux qui font des compliments, expliquer le pourquoi de leur apparence, ou encore ironiser sur eux-mêmes. Ils vont aussi développer leurs ressentis au moment où ils se sont pris en photo, ou en profiter pour raconter leurs sentiments et leurs intentions. Genevieve Dwyer déclare «je voulais commencer un 365 cette année, mais je prévois de voyager en ce moment, donc je ne sais pas si je serai capable

<sup>248</sup> Tableau réalisé par nos soins, à partir de nos grilles d'analyse.



d'y arriver. [...]. Ca me donne espoir si les gens aussi beaux que toi ont du mal à prendre aussi des selfies »<sup>249</sup>.

Il s'agit de la qualité de la photographie et de la photographie même qui sont ensuite les sujets les plus récurrents chez les commentateurs. Ces résultats ne semblent pas incohérents si l'on considère que la plupart des membres du groupe « Selfie shots » ne se connaissent pas au préalable. Il apparaît difficile d'aborder d'autres aspects que ceux de la photographie quand on ne connaît pas la personne qui y figure. De même, le lieu de la photographie est un sujet qui revient souvent.

Nous avons également constaté que les thèmes abordés par les autoportraits permettaient aux commentateurs de s'étendre sur leurs propres expériences, comme ces commentateurs qui comparent leurs cicatrices à celle de la jeune femme d'un autoportrait : « j'en ai une sur le menton que j'ai eu en en courant dans une cuisine quand j'étais petit » ; « Je pense que j'ai eu la mienne en me cognant sur un meuble dans la cuisine quand j'avais 2 ans. »<sup>250</sup>.

Les auteurs des photographies vont raconter leurs activités au moment de la prise photographique, mais aussi ce qu'ils font, ont fait ou vont faire de façon générale. Dans certains, il semble que l'auteur de l'autoportrait connaisse leurs interlocuteurs, comme cette adulte qui répond à un commentaire de la sorte : « J'étais au mariage de Deron ce weekend et j'ai pensé à toi! » ; « Je suis en congé la semaine prochaine (je commence un nouveau boulot le 1er avril »<sup>251</sup>.

Les pratiques conversationnelles autour des autoportraits s'orientent toujours sur les traits anatomiques des individus représentés, mais pas seulement. En effet, nous avons vu que ceux qui venaient commenter les photographies en profitaient pour venir raconter leurs propres expériences. Ce qui apparaît nouveau avec les réseaux sociaux comme *Flickr*, c'est que le sujet représenté peut voir les conversations qui alimentent son autoportrait et interagir avec les observateurs comme s'il était en situation de co-présence. Il nous a semblé que les interlocuteurs cherchaient souvent à se rassurer entre eux, comme ces commentateurs qui démontrent de l'empathie envers la femme qui exprime son malaise à publier son autoportrait : « Tu devrais être fière de toi. Ce n'est jamais évident d'être ok avec sa propre photo », « Je suis complètement d'accord avec toi à propos des selfies. Ca fait bizarre! »<sup>252</sup>.

---

<sup>249</sup> Cf. Annexe 4

<sup>250</sup> Cf. Annexe 4

<sup>251</sup> *Ibid.*

<sup>252</sup> *Ibid.*

Nous n'avons pas trouvé de commentaires dénigrant les personnes qui s'exposent à travers leurs photographies, ils viennent au contraire les complimenter, les approuver et les flatter.

### 3. Le partage de l'intime sur le mode de la conversation ludique

Dans l'ouvrage *Téléphone mobile et création*, Laurence Allard nous expose l'idée que « photographier avec son mobile est aussi une activité éprouvée comme permettant de matérialiser une émotion sous forme communicable ». Ainsi, le partage de photographies dites *selfies* accompagnées d'un commentaire serait une forme d'expression verbalisée qui permettrait de communiquer une émotion à autrui, au même titre que le SMS. De même, l'étude réalisée à Helsinki par Ilpo Koskinen et Esko Kurvinen met en évidence ce partage « des expériences et des émotions »<sup>253</sup> par les photographies numériques envoyées dans le cadre de l'internet mobile. « L'analyse des situations d'usage montre qu'une place privilégiée est donnée au désir de fixer l'émotion en tant qu'elle est inattendue et spontanée, qu'elle prend la forme d'une atmosphère festive, d'une situation insolite, d'un sentiment du beau face à un paysage »<sup>254</sup>, ajoute Carole Anne Rivière. « L'émotion inattendue, spontanée, marquerait une recherche d'une valeur d'authenticité de soi que viendrait capturer et authentifier l'image photographique. »<sup>255</sup>. Ce désir d'authenticité se retrouverait avec le *selfie* selon André Gunthert, puisque les défauts inhérents de ce type de photographie « lui confèrent sa fraîcheur et son originalité », et « ont été interprétés comme des manifestations d'authenticité »<sup>256</sup>.

Pour Laurence Allard, le genre du *selfie* peut ainsi relever de « l'exercice de l'émotion intérieure »<sup>257</sup>, car une fois publiée sur les réseaux sociaux, les commentaires qui viennent agrémenter la photographie permettent de verbaliser une réflexion que l'auteur a pu se faire lui-même. Allard parle alors du « partage du sensible »<sup>258</sup>. Dans le cadre d'une pratique photographique exercée *via* le téléphone portable, le *selfie* répondrait au leitmotiv du « je vois, j'envoie », c'est-à-dire « le fait de voir, de s'émouvoir, de s'exprimer par une photographie mobile et de communiquer en l'envoyant à un proche »<sup>259</sup>.

---

<sup>253</sup> KOSKINEN Ilpo, KURVINEN Esko, « Messages visuels mobiles » *Réseaux*, n°2. 2002, Vol. 112-113, p. 113

<sup>254</sup> RIVIÈRE Carole Anne, « Téléphone mobile et photographie : les nouvelles formes de sociabilités visuelles au quotidien » [Document en ligne] *Sociétés*, n°1, 2006, Vol. 91, p.125

<sup>255</sup> *Ibid.*, p.127

<sup>256</sup> GUNTHERT André, « La consécration du selfie » [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015

<sup>257</sup> ALLARD Laurence, « Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme technologie pour soi et quelques autres entre double agir communicationnel et continuum disjonctif soma-technologique ». In: ALLARD Laurence, CRETON Laurent, ODIN Roger (dir.), *Téléphone mobile et création*. Paris : A. Colin, 2014, p. 144

<sup>258</sup> *Ibid.*, p.145

<sup>259</sup> ALLARD Laurence, « Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme technologie pour soi et quelques autres entre double agir communicationnel et continuum disjonctif soma-technologique » *op.cit.*, p. 147

Outre le fait de représenter des états intérieurs, l'une des principales caractéristiques du contexte de production des photographies « mobiles » est celui d'une communication non « sérieuse »<sup>260</sup>. Selon les auteurs de l'article « Messages visuels mobiles », ce type de communication que l'on retrouve avec l'échange des « images mobiles »<sup>261</sup> s'explique notamment par le manque de temps des usagers dans la journée. Ce constat corrélait avec d'autres études menées sur les SMS, produits pour alimenter des « bavardages »<sup>262</sup>.

Selon Carole Anne Rivière cette « communication hédoniste au quotidien » basée sur « sur l'échange de contenus intimes, ludiques, sans finalité rationnelle et informationnelle mais plutôt une finalité sensationnelle » répondrait à la tendance générale de « la personnalisation et de l'intimisation de plus en plus importante du social. Cette mise en scène de soi se situe également dans la continuité de la télé réalité : l'individu retranscrit cette tendance du partage des expériences intimes dans les espaces virtuels. »<sup>263</sup>.

Partagé à partir de dispositifs de communication mobiles, le *selfie* participerait alors aux interactions ludiques du quotidien. En outre, « son aspect relâché, souvent comique, son autodérision ont confirmé l'appartenance du selfie à la culture du LOL et du second degré typique de l'expression en ligne »<sup>264</sup>, précise André Gunthert. Le LOL, un acronyme anglais qui signifie *laughing out loud* ou « rire à gorge déployé »<sup>265</sup>, serait né de « la sémantique du Net dans les années 2000 » et apparaît comme « un produit des interactions de la jeunesse avec les médias et une floraison de contenus d'images »<sup>266</sup> selon Monique Dagnaud, qui consacre un ouvrage à la « génération Y ». Il se pourrait alors que le *selfie* soit une pratique communicationnelle purement générationnelle.

Sans savoir si les autoportraits du groupe « Selfie shots » sont produites dans le cadre d'une communication « mobile », nous allons voir dans quelles mesures ceux qui les publient expriment leurs émotions et sentiments, et quelle tonalité accompagne ces photographies.

Nous avons montré avec le tableau 4 que les auteurs des photographies s'étendaient parfois sur leur ressenti dans leurs réponses aux commentateurs. Toutefois, le tableau 5 ci-dessous

---

<sup>260</sup> KOSKINEN Ilpo, KURVINEN Esko, « Messages visuels mobiles » *Réseaux*, n°2. 2002, Vol. 112-113, p.132

<sup>261</sup> *Ibid.*

<sup>262</sup> *Ibid.*

<sup>263</sup> RIVIÈRE Carole Anne, « Téléphone mobile et photographie : les nouvelles formes de sociabilités visuelles au quotidien » [Document en ligne] *Sociétés*, n°1, 2006, Vol. 91, p.132

<sup>264</sup> GUNTHERT André, « La consécration du selfie » [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015

<sup>265</sup> DAGNAUD Monique. *Génération Y*. Paris : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 2012, p.73

<sup>266</sup> *Ibid.*

nous indique qu'ils ne se livrent pas de façon aussi intime en général. Ils parlent beaucoup d'eux-mêmes à travers leur mise en scène photographique, mais vont aussi aborder les aspects objectifs de leur autoportrait en s'attardant sur le type de matériel utilisé, en caractérisant la photographie réalisée, en informant sur le lieu où ils se représentent. Le sujet plus personnel qui est exposé est relatif à ce qui les amène à se photographier. En effet, ils expliquent ainsi les instants qui précèdent l'acte photographique. Quelques uns vont détailler quelles sont leurs envies et leurs intentions, mais ces aspects restent peu présents dans l'ensemble de notre corpus. Ce constat pourrait s'expliquer par le fait que les membres du groupe « Selfie shots » ne se connaissent pas forcément.

Tableau 5 : La récurrence des sujets abordés par les auteurs des autoportraits du groupe « Selfie shots » dans leurs discours textuels<sup>267</sup>

Sujets abordés par les auteurs des autoportraits dans le titre, la légende et leur(s) commentaire(s) de leur propre photographie	Récurrence des sujets
Eux-mêmes	*****
Le type de photographie	*****
Le matériel/ l'appareil photo utilisé/ les aspects techniques	*****
Le lieu où est prise la photographie	****
Le moment précédent la photographie	****
Leurs sentiments/ L'état ressenti	***
La météo au moment où est prise la photographie	***
Les commentateurs	**
Leurs activités	**
Leurs intentions	*
Leurs envies	*
Un événement de leur passé	*
Autres	*****

Le tableau 6 nous montre que l'expression écrite de ceux qui se sont pris en photo est bien souvent emprunte d'une tonalité descriptive, neutre ou explicative. Quant il s'agit d'une tonalité plus subjective, c'est l'ironie qui ressort en première, ce qui nous conforte alors dans l'idée que les *selfies* participent à une communication ludique. De même nous retrouvons le champ lexical de l'amusement avec des termes comme « LOL », « énorme » dans les commentaires des membres du groupe qui viennent ainsi surenchérir les propos de ceux qui publient leur autoportrait. Les commentateurs vont également utiliser le registre humoristique en jouant sur le second degré. Nous avons par exemple repéré des commentaires qui comparent les protagonistes des photographies à « Voldemort »<sup>268</sup>, un « baron en flagrant

<sup>267</sup> Tableau réalisé par nos soins, à l'aide de nos grilles d'analyse.

<sup>268</sup> Cf. Annexe 4

délit »<sup>269</sup>, ou un « vieux schnoque »<sup>270</sup>. Néanmoins, le champ lexical le plus présent chez les commentateurs est celui de la beauté comme nous l'avons vu précédemment, et de l'engouement. Les membres du groupe vont en effet venir s'exprimer sur les photographies avec des qualificatifs tels que « génial », « Wow », « super », « excellent ».

Tableau 6 : La récurrence des différentes tonalités employées dans les discours textuels par les auteurs des autoportraits du groupe « Selfie shots »

Type de tonalité dans le titre, la légende et les commentaires des auteurs des photographies	Récurrence des tonalités
Descriptive	*****
Neutre	*****
Explicative	*****
Informative	***
Ironique	*****
Humoristique	**
Contemplative/ Sentimentale	**
Exclamative/Enjouée	**
Appréciative/Reconnaissante	**
Polie	*
Sceptique	*
Négative	*
Autres	*****

Bien que les tonalités traduisant un discours subjectif soient plus éparées chez les auteurs des photographies, elles n'en demeurent pas moins présentes et multiples, nous témoignant d'un certain dévoilement de la part des protagonistes mis en avant sur les *selfies*. Nous constatons que les tonalités péjoratives sont beaucoup plus rares que les tonalités positives, ce qui nous amène à affirmer que les photographies dites *selfies* participent à créer des interactions de joie et de bonne humeur entre les usagers de *Flickr*.

Nous pouvons conclure de cette partie que si le terme même de « *selfie* » ne semble pas être inventé par les usagers du groupe « Selfie shots » - ainsi que le précise la fondatrice du groupe et l'un des membres dans un commentaire (« Bon mot n'est-ce pas? Ce n'est pas de mon invention. »<sup>271</sup>) -, ces derniers participent toutefois à la construction de cette notion puisqu'ils lui associent diverses représentations qui ne vont pas forcément de soi à travers leurs discours. Nous avons également pu constater que ce type de photographie, en s'inscrivant dans la

<sup>269</sup> *Ibid.*

<sup>270</sup> *Ibid.*

<sup>271</sup> Cf. Annexe 4

pratique l'autoportrait, revisite les usages conversationnels et de mise en scène qui lui ont préexistés. Nous avons émis l'hypothèse que le *selfie* pouvait être le construit d'une génération, celle des jeunes qui sont familiers d'Internet et des réseaux sociaux en ligne. Toutefois notre corpus ne permet pas de confirmer ces propos, puisque sur les 22 autoportraits que nous avons sélectionnés ne figurent que 4 adolescents et 3 jeunes adultes, soit un tiers de ces photographies.

## Conclusion

Nous avons souligné le fait que l'avènement du *selfie* est une construction socio-discursive de différents acteurs. Parmi les discours sociaux que nous avons abordés, nous avons pu remarquer l'attention particulièrement des médias conférée à cette notion. Les reportages et émissions de notre corpus lui consacrent en moyenne 4,6 minutes. Toutefois, c'est la profusion des illustrations visuelles et des termes chiffrés venant attester la pratique qui attribue au *selfie* une aura universelle non contestable. Paul Beaud met en avant que « le pouvoir des media [...] est un pouvoir culturel profond : celui de délimiter, parmi les idées qui circulent, celles qui sont légitimes, celles qui sont marginales, non pertinentes. Tribunal des mots et des idées, les media n'instruisent que des procès de connivence, pas des procès de rupture, sous peine de scandale. ». Aussi, le *selfie* paraît s'imposer comme un « phénomène naturel » à travers les discours médiatiques.

Ainsi, il nous semble important de ne pas qualifier le *selfie* de « phénomène », mais plutôt d'événement. Il faudrait même parler « d'événementialisation » du *selfie* par les médias. Nous empruntons cette notion à Patrick Charaudeau pour qui, dans l'acte d'informer se joue « une dialectique subtile entre événements, représentations et dispositifs. »<sup>272</sup>. Il rappelle que « l'événement n'existe qu'à travers une perception et une interprétation par l'homme de celui-ci. »<sup>273</sup>. Cette double faculté qui consiste à percevoir les événements sans conceptualisation préétablie et à poser un regard sur le monde en le structurant par le biais du langage ne constitue pas un état, mais un processus selon le chercheur. De fait, l'événement ne peut faire sens « qu'au terme d'un double processus de construction renvoyant pour une part à la perception d'une modification de l'état du monde (saillance), d'autre part au système d'intelligibilité qui permet de le saisir (prégnance). »<sup>274</sup>. Il convient alors de parler d'« événementialisation », un processus dans lequel s'inscrit l'événement médiatique selon le chercheur en sciences du langage.

Nous avons vu que les discours médiatiques autour du selfie s'inscrivent partiellement dans les différents imaginaires des objets techniques de figuration de soi et de communication à distance. Parallèlement à ce constat, nous avons également montré que la valorisation du *selfie* par les productions culturelles entre en résonance avec les discours médiatiques dans

---

<sup>272</sup> CHARAUDEAU Patrick, «La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation».

[Document en ligne] *Études de communication. langages, information, médiations*, n°22, 1999, p. 73-92.

<sup>273</sup> *Ibid.*

<sup>274</sup> *Ibid.*

certaines mesures. Les critiques âpres qui accompagnaient les pratiques du portrait photographique de ces derniers siècles se sont adoucies dans les discours sur le selfie. Les régularités discursives sont toujours présentes, mais les récits semblent nuancés à la lumière des nouvelles technologies, dont l'utopie d'un rapprochement social entre les individus grâce à la communication paraît l'emporter sur les réticences aux changements socio-techniques. La plupart des productions culturelles invitent à prendre de la distance sur la tendance *selfie*, en insistant sur les aspects ludiques d'une pratique en lien avec les réseaux sociaux sur Internet.

Enfin nous avons pu distinguer les particularités des photographies dites *selfies* par les usagers. Il s'avère que notre hypothèse selon laquelle le *selfie* relève de la pratique du portrait et de l'autoportrait se vérifie en partie. En effet, sans avoir pu démontrer qu'une réelle standardisation des composantes visuelles s'opérait au sein des *selfies*, nous avons toutefois mis en évidence la socialisation de ces images par les usagers de *Flickr*. Ces derniers co-construisent le concept même de *selfie* en explicitant directement ou indirectement ce qu'il est possible de dénommer ainsi. Par la suite, nous avons montré que les pratiques conversationnelles et de mise en scène de soi par l'autoportrait photographique se sont renouvelées et élargies avec le partage des *selfies* en ligne et son inscription dans les pratiques d'une communication mobile. La nouveauté sous-tendue par cette terminologie serait donc peut-être le fait que cet autoportrait connecté s'inscrit dans une « photographie continue », permise par des dispositifs de communication qui concourent à redynamiser les liens interpersonnels.

Enfin, le *selfie* semble connoté de façon positive dans les discours des usagers des réseaux sociaux. Toutefois, nous ne nous sommes attardés que sur la partie visible du *selfie*. En effet, nous avons seulement pris en compte les photographies commentées. Or nous avons pu noter que beaucoup de ces productions ne suscitaient aucune discussion par les membres de la communauté de *Flickr*. En outre, certains internautes dépeignent ce terme de façon plutôt péjorative et rejoignent ainsi certains traits négatifs énoncés dans les discours sociaux que nous avons analysés. La première définition du « *selfie* » donnée par le dictionnaire Urban Dictionary et la plus populaire par exemple, lui attribue une connotation narcissique, et ceux qui produisent de telles photographies sont décrits comme étant désocialisés, en quête d'amis fictifs :

« A picture taken of yourself that is planned to be uploaded to Facebook, Myspace or any other sort of social networking website. You can usually see the person's arm holding out the camera in which case you can clearly tell that this person does not have any friends to take pictures of them so they resort to Myspace to find internet friends and post pictures of themselves, taken by



themselves. A selfie is usually accompanied by a kissy face or the individual looking in a direction that is not towards the camera. »<sup>275</sup>

« Une photo de toi même qui est prévue d'être téléchargée sur Facebook, Myspace ou n'importe quel autre site de réseau social. On peut normalement voir le bras de la personne en train de tenir l'appareil photo, ce qui permet clairement de dire que cette personne n'a pas d'amis pour les prendre en photo. Elles ont donc recourt à Myspace pour trouver des amis internet et poster des photos d'elles-mêmes. Un selfie est généralement accompagné d'une bouche en coeur ou alors la personne regarde dans une autre direction que celle de l'appareil photo. »

Aussi, il serait intéressant de nuancer nos analyses par des entretiens avec des personnes actives sur les réseaux sociaux qui déclarent ne pas publier ce genre de photographie en ligne.

Pour finir, nous dirons qu'il faut garder à l'esprit que cette tendance du *selfie* ne demeure qu'un épiphénomène, puisque selon André Gunthert, « on ne devrait pas appeler *selfie* une pratique antérieure au début des années 2000. »<sup>276</sup>. En outre, se prendre soi-même en photo n'est pas une chose aussi aisée que nous pourrions le penser, comme le rappelle certains usagers du groupe « Selfie shots » qui qualifient cet acte photographique de « challenge difficile »<sup>277</sup>.

De même, le partage de ses images sur Internet paraît d'autant plus difficile que leur visibilité amplifiée autorise des proches et des connaissances à les regarder et les commenter, mais aussi des inconnus. Toutefois, la valorisation d'un tel geste trouve une légitimité dans les stratégies de certains acteurs professionnels, comme les industriels du Web, dont l'objectif est d'augmenter le trafic des plateformes d'autopublication par exemple. En effet, comme nous l'avons vu avec les enjeux sous-tendus par les discours du « Web 2.0 », les contenus produits par les usagers d'Internet participent à une certaine économie avec la logique publicitaire développée autour de la collecte et de la vente de données marketing des internautes. Selon Franck Rebillard, « le recours à la folksonomy s'inscrit dans la même veine. Demander aux internautes d'élaborer eux-mêmes leur propre taxinomie (liste de mots-clé) pour indexer leurs documents, c'est espérer des regroupements plus intuitifs entre internautes, autour d'une même manière de qualifier les contenus. »<sup>278</sup>. Le *selfie* apparaît alors comme un contenu comme un autre, qu'il soit conversationnel ou créatif, peu importe pourvu que certains puissent lui attribuer une valeur symbolique.

---

<sup>275</sup> Urban Dictionary, «Selfie» [Document en ligne] 9 juillet 2009

<sup>276</sup> GUNTHERT André, «La consécration du selfie» [Document en ligne] *Études photographiques*, 32, 2015

<sup>277</sup> Cf. Annexe 4

<sup>278</sup> REBILLARD, Franck. *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007, p.70-71

## Bibliographie

### Ouvrages

BAJAC Quentin. *Après la photographie ?*. Paris: Gallimard, 2010, p.159

BELL Julian. *Cinq cents autoportraits*. Paris: Phaidon, 2005, p.548

BOUQUILLION Philippe, MATTHEWS Jacob T. *Le Web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication*. Grenoble :Presses universitaires de Grenoble, 2010, p.150

FLICHY Patrice. *Le sacre de l'amateur: sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris : Seuil, 2010, p.96

FOUCAULT Michel. *L'archéologie du savoir*. Paris : Gallimard, 1969, p.275

FREUND Gisèle. *Photographie et société*. Paris : Éditions du Seuil, 1974, p.220

REBILLARD, Franck. *Le Web 2.0 en perspective: une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007. Question contemporaines Les industries de la culture et de la communication. ISBN 9782296040366 9782296040366

THIERRY Gervais, MOREL Gaëlle. *La photographie: histoire, techniques, art, presse*. Paris : Larousse, 2011, p.238

WRONA, Adeline. *Face au portrait : de Sainte-Breuve à Facebook*. Paris : Hermann, 2012, p.441

### Chapitre d'ouvrages

ALLARD Laurence, « Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme technologie pour soi et quelques autres entre double agir communicationnel et continuum disjonctif soma-technologique ». **In:** ALLARD Laurence, CRETON Laurent, ODIN Roger (dir.), *Téléphone mobile et création*. Paris : A. Colin, 2014, pp.139-161

DAGNAUD Monique, «Génération lol». **In:***Génération Y*. Paris : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 2012, pp.73-69

FLICHY Patrice. «Introduction» **In:***L'imaginaire d'Internet*. Paris : Éditions La Découverte, 2001, pp.7-18

CLOUTIER Jean. «L'histoire de la communication» **In:***Petit traité de communication*. Reillanne : Atelier Perrousseaux éditions, 2001, pp.8-21

GERVAIS Jean-François. «Les contenus générés par l'utilisateur» **In:***Web 2.0: les internautes au pouvoir: blogs, réseaux sociaux, partage de vidéos, mashups....* Paris : Dunod, 2007, pp.51-59

LABOURDETTE Benoît, «Création ou conversation: vertu de la créativité audiovisuelle avec le mobile». **In:** ALLARD Laurence, CRETON Laurent, ODIN Roger (dir.), *Téléphone mobile et création*. Paris : A. Colin, 2014, pp.55-60

MIÈGE, Bernard. «L'émergence des industries du contenu» **In:** *Les industries du contenu: face à l'ordre informationnel*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2000, pp.73-111

PEREC Georges. «Approches de soi?» *L'infra-ordinaire*. Paris : Éditions du Seuil, 1989. (La librairie du XXe siècle), pp.9-13

#### Articles de revues

BAUDELAIRE Charles, «Le public moderne et la photographie» **[Document en ligne]** *Études photographiques*, n°6, 1999  
Disponible sur : <<http://etudesphotographiques.revues.org/185>> (Consulté le 29/05/2015)

BEUSCART Jean-Samuel, CARDON Dominique, PISSARD Nicolas et PRIEUR Christophe. **[Document en ligne]** «Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ?» *Réseaux*, n°2, 2009, Vol. 154, pp. 91-129  
Disponible sur: <<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-91.htm>> (Consulté le 29/05/2015)

CHARAUDEAU Patrick, «La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation» **[Document en ligne]** *Études de communication. langages, information, médiations*, n°22, 1999, pp. 73-92.  
Disponible sur: <<https://edc.revues.org/2346>> (Consulté le 20/05/2015)

FLICHY Patrice, « L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société» **[Document en ligne]** *Réseaux*, n°2 124, 2004, p.17-51  
Disponible sur: <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2004-2-page-17.htm>> (Consulté le 18/05/2015)

GUNTHERT André, «La consécration du selfie» **[Document en ligne]** *Études photographiques*, n°32, 2015,.  
Disponible sur: <<http://etudesphotographiques.revues.org/3529>> (Consulté le 31/05/2015)

KOSKINEN Ilpo et KURVINEN Esko, «Messages visuels mobiles» **[Document en ligne]** *Réseaux*, n°2, 2002, Vol. 112-113, pp. 108-138  
Disponible sur: < <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2002-2-page-108.htm>> (Consulté le 16/05/2015)

LABORDE Aurélie, «Internet : « oubli » de l'intermédiaire technique et avènement d'un « monde » nouveau» **[Document en ligne]** *Communication. Information médias théories pratiques*, n°2, 2003, Vol. 22, p. 125-144.  
Disponible sur: < <http://communication.revues.org/4664> > (Consulté le 20/05/2015)

LE DEUFF Olivier, ERTZSCHEID Olivier, BOYD Danah, GUNTHERT André, PRUD'HOMME, David, D' HUY, Pierre, CORDIER Anne et FROCHOT Didier, «Une évolution des comportements» **[Document en ligne]** *Documentaliste-Sciences de l'Information*, n° 1, 2010, Vol. 47, p. 42-55  
Disponible sur: < [www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-91.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-91.htm).> (Consulté le 17/05/2015)

LICOPPE Christian, «Sociabilité et technologies de communication» **[Document en ligne]** *Réseaux*, n°2, 2002, Vol. 112-113, p. 172-210  
Disponible sur: <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2002-2-page-172.htm>> (Consulté le 22/05/2015)

MUSSO Pierre, « Usages et imaginaires des TIC : la friction des fictions ». **[Document en ligne]** In : LICOPPE Christian (dir.), *L'évolution des cultures numérique*. Limoges : FYP éditions, 2009, pp.201-210  
Disponible sur:

<[https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/479606/filename/Usages\\_et\\_imaginaires\\_des\\_TIC.pdf](https://hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/479606/filename/Usages_et_imaginaires_des_TIC.pdf)> (Consulté le 20/09/2014)

QUÉRÉ Louis, «Une modernisation conservatrice ?» **[Document en ligne]** *Réseaux*, n°2, 2008, Vol. 148-149, p. 29.  
Disponible sur: < [www.cairn.info/revue-reseaux-2008-2-page-29.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2008-2-page-29.htm)> (Consulté le 03/06/2015)

RIVIÈRE Carole Anne, «Téléphone mobile et photographie : les nouvelles formes de sociabilités visuelles au quotidien». **[Document en ligne]** *Sociétés*, n°1, 2006, Vol. 91, p. 119.  
Disponible sur: < <http://www.cairn.info/revue-societes-2006-1-page-119.htm>> (Consulté le 01/06/2015)

SOUCHIER Emmanuel, «Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale» **[Document en ligne]** *Communication et langages*, n°1, 2007, Vol. 154, p. 23-38.  
Disponible sur: < [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan\\_0336-1500\\_2007\\_num\\_154\\_1\\_4688](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_2007_num_154_1_4688)> (Consulté le 05/06/2015)

STENGER Thomas et COUTANT Alexandre. «Introduction» in **[Document en ligne]** *C.N.R.S. Editions*, 2001, Vol. 59  
Disponible sur: <[http://www.cairn.info/resume.php?ID\\_ARTICLE=HERM\\_059\\_0009](http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=HERM_059_0009)> (Consulté le 03/06/2015)

VERON Eliséo, « De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo » **[Document en ligne]** *Hermès, La Revue*, n°13-14, 1994, pp.45-64  
Disponible sur: < [www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1994-1-page-45.htm](http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1994-1-page-45.htm)> (Consulté le 14/02/2015)

### Colloques:

WRONA, Adeline. Colloque médias 09. **In:** *Autoportraits collaboratifs et portabilité du moi. Les formes renouvelées du portrait au temps du numérique*. Université Paul-Cézanne, Aix-en-Provence, décembre 2009, p.20

### Mémoires:

CLOT Philippine (sous la direction de Benoît LAFON). 2014. *Mise en portrait et storytelling dans les présentations de soi des acteurs politiques. Le cas des élections municipales de Paris en 2014, les présentations de deux candidates : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morize*. Mémoire de master : Sciences de l'information et de la communication: Institut de la communication et des médias, Université Stendhal Grenoble 3.

PAILLARD Julie (sous la direction de Laurie SCHMITT). 2014. *La « photo ordinaire » : récit des banalités quotidiennes sur les réseaux sociaux en ligne. Analyse des usages photographiques sur Instagram*. Mémoire de master : Sciences de l'information et de la communication: Institut de la communication et des médias, Université Stendhal Grenoble 3.

## Autres ressources

### Articles de blog

ALLARD Laurence, « Selfie, un genre en soi. Ou pourquoi il ne faut pas prendre les selfies pour des profile pictures » **[Document en ligne]** in *Mobactu*, 14 janvier 2014

Disponible sur : <<http://www.mobactu.fr/>> (Consulté le 16/01/ 2015)

GUNTHERT André, «Viralité du selfie, déplacements du portrait », in *L'atelier des icônes*, 31 décembre 2013.

Disponible sur: <<http://culturevisuelle.org/icones/2895>> (Consulté le 02/02/2015)

GUNTHERT André, «Le selfie, emblème de la photographie connectée», **[Document en ligne]** in *L'atelier des icônes*, 21 novembre 2013.

Disponible sur: <<http://culturevisuelle.org/icones/2826>> (Consulté le 02/02/2015)

### Articles de presse

BRATHWAITE Les Fabian, «Madonna releases New Video On Snapchat, World shrugs » *Out*, 6 Février 2015. Disponible sur :

< <http://www.out.com/popnography/2015/2/06/madonna-releases-new-video-snapchat-world-shrugs>> (consulté le 04/06/2015)

BRUNET Elena, « Agent de youtubeur, dans l'ombre des stars de la vidéo » **[Document en ligne]** *L'Obs*, 19 novembre 2013

Disponible sur : <<http://tempsreel.nouvelobs.com/video/20150213.OBS2458/agent-de-youtubeur-dans-l-ombre-des-stars-de-la-video.html>> (Consulté le 10/06/2015)

DOUCET David, « Les selfies, nouvel art de l'autoportrait? » **[Document en ligne]** *Les Inrocks*, 23 novembre 2013. Disponible sur: <<http://www.lesinrocks.com/2013/11/23/medias/selfie-lassaut-musees-11446423/>> (consulté le 31/05/ 2015)

DE LA PORTE Xavier, «Le Selfie, nouvel art de l'autoportrait » **[Document en ligne]** *France Culture*, 24 octobre 2013.

Disponible sur : <<http://www.lesinrocks.com/2013/11/23/medias/selfie-lassaut-musees-11446423/>> (consulté le 31/05/ 2015)

FANCHETTE Frédérique, «Au XIX<sup>e</sup> siècle, l'autoportrait se portait déjà bien. ». *Libération*, 24 novembre 2004.

Disponible sur :<[http://www.liberation.fr/culture/2004/11/29/au-xixe-l-autoportrait-se-portait-deja-bien\\_500975](http://www.liberation.fr/culture/2004/11/29/au-xixe-l-autoportrait-se-portait-deja-bien_500975)> (consulté le 27/05/2015)

MOKOENA Tshepo, «Rihanna teases single BBHMM on mobile phone app Dubsmash » **[Document en ligne]** *The Guardian*, 26 Mars 2015.

Disponible sur : <<http://www.theguardian.com/music/2015/mar/26/rihanna-bbhmm-snippet-clip-mobile-phone-app-dubsmash>> (Consulté le 04/06/2015)

MERZAEU Louise, « De la face au profil : l'aventure numérique des visages » **[Document en ligne]** in *ina global*, 2 mars 2015.

Disponible sur : <<http://www.inaglobal.fr/numerique/article/de-la-face-au-profil-l-aventure-numerique-des-visages-8118>> (Consulté le 01/06/2015)

### Sites Internet

Nasa, « Make a #GlobalSelfie with NASA on Earth Day » **[Document en ligne]**

Disponible sur : <<http://www.nasa.gov/content/goddard/globalselfie/#.VXcZf8-qqko>> (Consulté le 10/06/2015)

« Selfiecity ». **[Document en ligne]**

Disponible sur : <http://selfiecity.net/#credits> (consulté le 02/06/2015)

Urban Dictionary, « Selfy » **[Document en ligne]** 22 avril 2005

Disponible sur : <<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=selfies>> (Consulté le 11/06/2015)

Oxford Dictionaries, « SELFIE is named Oxford Dictionaries Word of the Year 2013 » **[Document en ligne]** 19 novembre 2013

Disponible sur : <<http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>>

## Sommaire des annexes

A. Annexe 1 : Présentation générale des compositions des corpus .....	2
B. Annexe 2 : Retranscriptions et grilles d'analyse des discours médiatiques .....	4
D. Annexe 3 : Retranscriptions et grilles d'analyse des discours médiatiques .....	30
E. Annexe 4 : Retranscriptions et grilles d'analyse des discours des usagers de Flickr....	47
F. Annexe 5 : Autoportraits photographiques de célébrités partagés sur les réseaux.....	80

## ANNEXES

### A. Annexe 1 : Présentation générale des compositions des corpus

#### LES PRODUCTIONS MEDIATIQUES QUI DECRYPTENT LA TENDANCE *SELFIE*

Après l'introduction du « <i>selfie</i> » dans les Dictionnaires d'Oxford en ligne (août 2013)
Reportage du J.T de 20 heures de France 2, « « seflie » : le triomphe de l'autoportrait » (20 novembre 2013)
Reportage du J.T de 20 heures de TF1, « La folie du selfie » (13 janvier 2014)
Chronique de l'émission <i>Comment Ca Va Bien</i> de France 2, « qu'est-ce que le selfie » (16 janvier 2014)
Emission du reportage d'Arte Square, « Selfie – Narcissisme ou Forme d'art ? » (9 mars 2014)
Reportage de l'émission <i>100% Mag</i> : « selfie : pourquoi nos ados en sont-ils tous accros ? » (5 mars 2014)
Reportages de l'émission Yourope de Arte, « Yourope, Narcissisme 2.0 » (28 février 2015)

#### LES PRODUCTIONS CULTURELLES QUI METTENT EN SCENE LA FIGURE DU *SELFIE*

Avant l'introduction du « <i>selfie</i> » dans les Dictionnaires d'Oxford en ligne (août 2013)
Court-métrage « Myspace The Movie », David Lehre (Février 2006, Etats-Unis)
Après l'introduction du « <i>selfie</i> » dans les Dictionnaires d'Oxford en ligne (août 2013)
Clip musical « #Selfie », The Chainsmokers (29 Janvier 2014, Etats-Unis)
Bande-annonce de la série « Selfie », Piece of Pie Productions, Warner Bros. Television (Mai 2014, Etats-Unis)
Vidéo partagée sur Youtube « Le Selfie », Hugo tout seul (5 novembre 2014, France)
Clip musical « Carmen », Stromae (Avril 2015, Belgique)

#### LES TITRES ET LES USAGERS DES PHOTOGRHIES SELECTIONNEES SUR LE GROUPE « SELFIES SHOTS » DE FLICKR

2005
«Self-portrait», Mark Cato (homme)
«Selfie», Sharon West (femme)
2006
«Rough Night» Phil Serry (homme)
«happiness is...», Zog29er (homme)
2007
«Scar», Laura Kidd (femme)
«Selfie in Peru», Eric Schenfeld (homme)
2008
« Lunch», Paige Shoemaker (femme)
«Mandatory », John Chorlont (homme, femme, bébé)



<b>2009</b>
Nicoletozier (femme)
« Red handed », Phil Peck (homme)
<b>2010</b>
« Smile, you don't know when... », NoisyKilljoy (femme)
« Winter Geezer », Alan Yahnke (homme)
<b>2011</b>
Genevieve Dwyer (femme)
« Mr Vain – Selfie », Russel Lees (homme)
<b>2012</b>
« Selfie », Dana Telander
« selfie at Michael's new flat», Saul שאויל Davis (homme)
<b>2013</b>
Courtney (femme)
« Weather sucks today », ryan vogel (homme)
<b>2014</b>
«Selfie», Can Mustafa Ozdemir (homme)
« Sabine'e selfie :- ) », Sabine Mondestin (femme)
<b>2015</b>
« #46 », S (femme)
Dejan&Milica (femme et homme)

## **B. Annexe 2 : Retranscriptions et grilles d'analyse des discours médiatiques**

### Retranscription du reportage « La folie du Selfie » du J.T de 20 heures de TF1

**Présentateur du J.T:** - Van Gogh ou Rembrandt l'ont pratiqué avant que des millions d'internautes ne s'y essaient, l'art de l'autoportrait connaît depuis quelques mois un regain d'intérêt pour réaliser un Selfie - que les québécois traduisent joliment par « ego portrait » - il suffit d'un téléphone portable. Florence Leenxnegt, Christophe Nieulac et Jean- Yves Mey se sont intéressés à cette pratique, lointaine héritière du photomaton.

**Voix off de la journaliste :** - A bout de bras ; à la recherche du meilleur angle ; à deux ou en solo ; il semble bien que sur l'esplanade du Trocadéro on ait définitivement abandonné l'appareil photo pour le smartphone.

**Voix off de la journaliste :** Alexia et Marjorie maîtrisent parfaitement ce qu'il est désormais convenu d'appeler un Selfie, l'autoportrait avec son téléphone.

**Voix hors champ de la journaliste:** - Et vous faites quoi après avec cette photo ? Vous la publiez ?

**Alexia et Marjorie :** - Oui, on la met sur Facebook.

**Voix off de la journaliste :** - Presque instantanément la photo et son commentaire s'affichent donc sur les réseaux sociaux. Le Selfie c'est la photo que tout le monde veut et peut réaliser. Décryptage avec ce très sérieux enseignant-chercheur.

**Enseignant-chercheur :** - C'est de la photo sociale, c'est de la photo communicante, c'est de la photo qu'on envoie à quelqu'un. Donc quand on sourit à quelqu'un sur un Selfie, on envoie ce Selfie, on adresse ce sourire. L'important c'est d'être soi dans l'image, et surtout que l'image soit en situation. C'est ça qui est important.

**Voix off de la journaliste :** - Des idoles adolescentes comme Rihanna aux politiques, le Selfie a converti le monde entier, famille Obama et Clinton en tête, jusqu'au Pape François. Ce serait 150 millions de photos publiées chaque mois dans le monde. A Besançon aussi, cette étudiante se dit passionnée. Quand il a fallu fixer un rendez-vous pour l'interviewer, elle nous a bien sûr proposé de nous connecter sur Internet.

**Etudiante :** - Ca peut aller d'une à deux par jour, euh en fonction de ce que j'ai à montrer. Euh j'aime bien en faire une de sûre dans la journée pour mon look ou des choses comme ça. Et après voilà, en me promenant dans la rue si je vois quelque chose qui me plaît, m'intéresse, j'ai envie de faire partager, bah hop une petite photo et c'est parti.

**Voix off de la journaliste :** Et pour se perfectionner, Alice trouvera même sur Internet des petits cours, cette blogueuse recommande par exemple le Selfie au visage poupin.

**Blogueuse :** - Monter l'appareil le plus haut possible et le rapprochez de vous, avec l'optique ça donnera l'impression d'avoir les yeux plus grands.

**Voix off de la journaliste :** - Un succès qui développe les appétits. C'est deux jeunes entrepreneurs toulonnais ont décidé de tout miser sur les Selfies.

**Entrepreneur toulonnais :** - Donc là faut tout déménager et commencer les travaux.

**Voix off de la journaliste :** - Ils viennent de créer un site Internet exclusivement consacrée à ces autoportraits et se positionnent pour reprendre ces locaux parisiens de 600 mètres carrés. Ils ont observé les interactions de leurs abonnés.

**Entrepreneur toulonnais :** - Les gens ils aiment partager leur style, leur look. Pouv une petite photo, tiens je suis habillée comme ça aujourd'hui, vous en pensez quoi ? Est-ce que mes ongles sont bien ? Enfin voilà le genre de questions que les gens peuvent poser à la communauté.

**Voix off de la journaliste :** - Alors sommes-nous tous devenus narcissique ? Dans les bureaux de ce magazine, on n'a choisi d'en débattre.

**Intervenante du débat :** - Narcisse passait son temps à regarder son reflet dans le miroir. Il n'en avait rien à faire des autres. Or là, la photo connectée elle incite aux commentaires, elle incite à l'interaction, à entrer en conversation.

**Voix off de la journaliste :** - Un partage instantané de plus en plus maîtrisé, quasi professionnel.

**Eric :** - Je vous propose de faire un portrait, comme ceci.

**Voix off de la journaliste :** - Eric est banquier d'affaires, mais son hobby, c'est le Selfie. Plusieurs fois par semaine il alimente donc sa petite galerie personnelle sur Internet. Totalement autonome, et prend sa photo puis la retravaille sans jamais passer par l'ordinateur, juste avec son téléphone portable.

**Eric :** - On va aller dans une autre application qui va permettre de jouer la lumière, la netteté, le contraste.

**Voix off de la journaliste :** - Et en moins de 5 minutes, la photo est disponible. 5740 personnes se sont abonnées aux photos d'Eric. Alors certains ont sauté le pas. Eloïse se dit que la photo sur téléphone mobile a peut-être un avenir artistique. Les siennes sont désormais exposées dans une galerie du X<sup>e</sup> arrondissement de Paris.

### Grille d'analyse du reportage « La folie du Selfie » du J.T de 20 heures de TF1

<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="http://videos.tf1.fr/jt-20h/2014/la-folie-du-Selfie-8346577.html">http://videos.tf1.fr/jt-20h/2014/la-folie-du-Selfie-8346577.html</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
<b>Type de support/Canal médiatique</b>	Télévision
<b>Type de production</b>	J.T
<b>Producteur</b>	TF1
<b>Durée du reportage/émission</b>	4 minutes 22
<b>Titre donné au reportage/émission</b>	« La folie du Selfie »
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
<b>Date de diffusion</b>	13 janvier 2014
<b>Lieu de diffusion</b>	France
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
<b>Intervenants/témoins</b>	Présentateur du JT Deux jeunes-filles « André Gunthert, spécialiste des cultures numériques » Une journaliste « Alice Jakulski, 21 ans - fan de Selfies » « Sébastien Le Maguer, fondateur de la plateforme Bookiblog » « Eloïse Capet, photographe sur téléphone » « Eric Houb, créateur de Selfie »
<b>Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie</b>	- Touristes, personne seule, un couple, des amis se prenant en photo devant la Tour Eiffel avec un téléphone portable - Deux-filles se prenant elles-mêmes en photo devant la Tour Eiffel avec leur téléphone portable - Multiples Selfies du spécialiste André Gunthert en arrière-plan lors de son intervention - Autoportrait photographique de Rihanna - Autoportrait photographique d'Obama avec d'autres personnalités politiques - Autoportrait photographique de Michèle Obama, Hilary Clinton, d'un astronaute, d'Usain Bolt, de Dark Vador - L'application sur téléphone portable « Les Selfies » - Le site internet Bookiblog - L'application Facebook - L'application Instagram - L'intervenante Alice Jakulski se prenant elle-même en photo à l'aide de son téléphone portable dans sa chambre - La vidéo d'une jeune fille donnant des conseils pour faire un Selfie sur lequel on est joli(e) - Une photo de main avec des ongles vernis en rose et décorés - Eric Hoube, créateur de Selfies (homme de plus d'une quarantaine

	d'années) se prenant en photo à l'aide de son téléphone portable monté sur un trépied. Il se déguise avec des accessoires tels qu'une moustache. Puis l'on voit les différentes photographies produites qui ont un format de photos Polaroid ; et une application pour téléphone portable de retouches photos, qui met en scène le développement de la photo retouchée. - Galerie d'art de photos représentant des parties du corps
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux individus « ordinaires »</b>	51
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux célébrités</b>	16
<b>Accompagnements sonores de la mise en scène du Selfie</b>	Musique à paroles rappelant les années 80, joyeuse (pendant les 30 premières secondes)
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	Tonalité positive avec la musique ; amicale ; explicative ; enjouée
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« autoportrait », « Selfie »
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	« Ego-portrait », « l'autoportrait fait avec son téléphone », « portrait », « la photo sur téléphone mobile », « photos autoportraits »
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	« 150 millions de photos publiées chaque mois dans le monde », « Plusieurs fois par semaine », « 5740 personnes », « le monde entier »
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« Réseaux sociaux », « Facebook », « abonnés », « interactions », « commentaire », « communauté », « la photo connectée », « partage instantané »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	« téléphone », « connecté », « téléphone portable », « application », « smartphone », « Internet », « site internet »
<b>Termes comparant la pratique du Selfie avec une autre/ indiquant qu'elle n'est pas nouvelle</b>	« Van Gogh », « Rembrandt », « regain d'intérêt », « lointaine héritière du photomaton »
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	« à bout de bras », « à la recherche du meilleur angle »
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« folie », « l'art de l'autoportrait », « photo sociale », « photo communicante », « narcissique », « quasi professionnel », « avenir artistique »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	« à deux ou en solo », « pour mon look », « quelque chose qui m'intéresse que j'ai envie de faire partager », « leur look », « leur style », « the baby face angle », « Selfie au visage poupin »,
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« Alexia et Marjorie », « idoles adolescentes comme Rihanna », « politiques », « le monde entier », « famille Obama et Clinton », « Pape François », « banquier d'affaires », « créateur de Selfies », « étudiante »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	« partage », « partager », « interaction », « commentaire », « conversations »
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions par le Selfie</b>	« Presque instantanément », « instantané », « Pouf », « en moins de 5 minutes », « bah hop , c'est parti », « publiez », « envoie », « envoie », « on adresse »
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	« entrepreneurs toulonnais », « locaux parisiens de 600 mètres carrés »
<b>Interprétations générales</b>	Dans le reportage, on associe au Selfie l'autoportrait touristique pris avec un téléphone portable, la photographie de portrait qui semble être de nature artistique, de même que des photos prises avec un téléphone portable mais qui ne montrent plus le visage (seulement des parties du corps) avec une esthétique qui indique une recherche artistique. Ces types de photographie sont toutes mises sur le même niveau à partir du moment où la technologie utilisée est le téléphone portable, et que les photos sont partagées sur internet. Les discours que l'on entend sont empreints de termes relevant du « Web 2.0 », toutefois il n'y a pas de rupture annoncée et le Selfie est même comparé aux autoportraits

	<p>picturaux et au photomaton. Le mythe de Narcisse est évoqué mais contrebalancé par l'intervention d'un chercheur qui justifie la pratique du Selfie comme étant une pratique collective, à vocation conversationnelle et sociale, de même qu'Eloïse Capet qui apporte une légitimité artistique à la photographie sur téléphone portable. Le reportage met en avant que tout le monde peut se prendre en Selfie, même si l'on trouve une récurrence avec les termes renvoyant aux adolescents et la présence visuelle de plusieurs jeunes filles, laissant supposer qu'il s'agit de leur spécialité.</p>
--	---

## Retranscription du Dossier « Selfie » : le triomphe de l'autoportrait » du J.T de 20 heures de France 2

**Voix off de la journaliste :** - en amoureux, entre copines, ou bien tout seul,

**Témoin dans la rue :** - Ah, je ne suis pas doué

**Voix off de la journaliste :** - Drôle ou sexy, pour s'immortaliser ou dire « j'y étais », la mode est aux Selfie.

**Témoin dans la rue :** - Ça veut dire s'auto-prendre en photo, tout seul en fait.

**Voix off de la journaliste :** - Un autoportrait quoi. Mais avec la petite caméra frontale des smartphones, partout, tout le temps, tout est possible. Le meilleur comme ce Selfie d'un astronaute dans l'espace, comme le pire : Selfie au volant, Selfie aux toilettes, et même –c'est la dernière tendance – Selfie à l'enterrement de sa grand-mère. Partager la banalité de son quotidien avec le plus grand nombre sur les réseaux sociaux, une aubaine promotionnelle pour les stars. Tom Hanks, Justin Bieber, ou Madonna l'ont bien compris, le Selfie nourrit les fans. Anne-Laure n'est pas une star, mais elle a déjà ses fans.

**Voix hors champ de la journaliste :** - Qu'est-ce que vous prenez en photo ?

**Anne-Laure :** - Euh je prends mes pieds en photo. Est plus que mes pieds, je prends mes looks en photo pour les partager ensuite sur les réseaux sociaux.

**Voix off de la journaliste :** - Sur son blog elle délivre des conseils de mode à travers les tenues qu'elle porte. Ses sacs, ses chaussures sont soumis aux « like », comprenez à l'approbation des internautes.

**Anne-Laure :** - En vrai pour tout vous dire quand je me réveille la nuit, euh, ça peut m'arriver de regarder si j'ai, euh, des « likes », ont des choses comme... je peux pas, je ne peux pas m'arrêter. En fait, c'est peut-être ça on a toujours envie d'en avoir plus. Plus « likes », plus de, plus de followers.

**Voix hors champ de la journaliste :** - C'est une drogue.

**Anne-Laure :** - Oui oui, ben c'est ça. Ah mais j'en suis consciente que c'est plus ou moins une drogue hein, vraiment.

**Voix off de la journaliste :** - Le Selfie, cliché révélateur d'une société malade de narcissisme, pas pour Vincent Cespedes là, le monsieur à côté de Gandhi. Le philosophe y voit plutôt une forme d'autopromotion maîtrisée.

**Vincent Cespedes :** - Il y a l'idée de une forme d'autopromotion maîtrisée et d'être effectivement un marchand, de se vendre soi-même. Mais vous savez la télé réalité nous dit depuis 10 ans que réussir sa vie c'est se vendre soi-même. Ce qu'on appelle en anglais du *self-branding*, est bien là nous y sommes : les gens sont des marques, les noms sont des marques, les visages sont des marques.

**Voix off de la journaliste :** - Communiqué sur soi pour valoriser l'entreprise, ce jeune patron en est convaincu. Quand il fait du jogging, il poste son Selfie sur les réseaux sociaux : lui devant la télé, lui à bord d'un avion, une identité numérique qui parle à ses clients.

**Jeune Patron :** - Le business c'est pas uniquement une relation commerciale c'est aussi des interactions humaines ; et euh tout ceux qu'ont lu en disent un peu plus sur ce qui vous êtes.

**Voix hors champ de la journaliste :** - Mais vous pensez que vous les intéressez ?

**Jeune Patron :** - Euh, c'est une très bonne question, euh, je ne me suis jamais posé vraiment la question.

**Voix off de la journaliste :** - Les politiques eux non plus ne se la posent pas la question. De la famille Obama au Pape François, on se tire le portrait pour nourrir la curiosité de l'électeur, du fidèle.

**Nadine Morano :** - Il n'y a pas un mode d'emploi ?

**Voix off de la journaliste :** - Championne toute catégorie c'est Nadine Morano.

**Nadine Morano :** - Pas trop de contre-plongée, on est bien là ? Attends on voit pas trop l'UMP.

**Voix off de la journaliste :** Dernier Selfie en date, elle faisant du jogging.

**Nadine Morano :** - Ce sont des clins d'œil, c'est euh, je sais que beaucoup de militants, de sympathisants nous demandent des photos dédicacées, euh, et bien là on leur envoie une petite photo du quotidien.

**Voix off de la journaliste :** - A qui le Selfie fait-il le plus plaisir ? Et si finalement il n'y avait pas de mal à doper un peu sa confiance en soi ? Que celle. C'est le point de vue de cette marque de vêtements a lancé un concours, « Selfie jolies gambettes ». Le cliché gagnant de cette semaine : un reflet de soi, plus artistique, que narcissique.

## Grille d'analyse du Dossier « Selfie » : le triomphe de l'autoportrait » du J.T de 20 heures de France 2

<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="http://culturebox.francetvinfo.fr/tendances/numerique/la-folie-du-selfie-narcissisme-ou-nouvelle-esthetique-145429">http://culturebox.francetvinfo.fr/tendances/numerique/la-folie-du-selfie-narcissisme-ou-nouvelle-esthetique-145429</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
<b>Type de support/Canal médiatique</b>	Télévision
<b>Type de production</b>	J.T
<b>Producteur</b>	France 2
<b>Durée du reportage/émission</b>	3 minutes 30
<b>Titre donné au reportage/émission</b>	« «Selfie » : le triomphe de l'autoportrait »
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
<b>Date de diffusion</b>	20 novembre 2013
<b>Lieu de diffusion</b>	France
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
<b>Intervenants/témoins</b>	« Adénorah, blogueuse » Un habitant ou touriste à Paris « Vincent Cespedes, Philosophe » « Maxime Guarrigues, Directeur associé X-Prime » « Nadine Morano, Déléguée générale de l'UMP »
<b>Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie</b>	- Touristes, personne seule, jeunes filles se prenant en photo devant la Tour Eiffel avec un téléphone portable - Couple se prenant en photo avec un téléphone portable - Aperçu des photos prises par les personnes citées précédemment, directement sur les téléphones portables - Jeunes filles se prenant en photo avec un téléphone portable dans la rue, devant un bâtiment (non touristique) - Aperçu du téléphone portable des jeunes filles citées précédemment, faisant l'afocal sur leur visage - Autoportrait d'un astronaute dans l'espace - Photo d'une jeune fille en train de se prendre en photo avec son téléphone portable pendant qu'elle conduit - Patchwork d'autoportraits pris avec un téléphone portable de 5 jeunes filles et 1 jeune homme dans des toilettes - Autoportrait photographique d'une jeune fille souriant devant un cercueil - Une application faisant apparaître les photos avec le hastag « Selfie »

	<p>sur un téléphone portable</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autoportrait photographique de Tom Hanks dans une cuisine</li> <li>- Autoportrait photographique de Justin Bieber dans un magasin</li> <li>- Autoportrait photographique de Madonna en train de boire</li> <li>- Jeune fille, dans la rue adossée à un mur, en train de prendre ses pieds en photo avec son téléphone portable</li> <li>- Aperçu du blog de la jeune fille citée précédemment, avec des photos en contre-plongée laissant voire sa tenue et ses chaussures, une photo de ses pieds et avec chaussures en plus devant elle, des photos de ses jambes et ses chaussures</li> <li>- Homme (qui se révèle être un philosophe) en train de se prendre en photo à côté de statues de cire du Musée Grevin avec un appareil photo numérique</li> <li>- Homme (qui se révèle être un entrepreneur) qui s'arrête pendant son footing pour poster une photo de ses chaussures de course sur les réseaux sociaux, à partir de son téléphone portable</li> <li>- Aperçu des autoportraits de l'entrepreneur sur lesquelles il est assis devant sa télé, à bord de ce que l'on devine être un avion (car il porte un casque avec un micro), à une place passager d'un avion</li> <li>- Autoportrait photographique de Michèle Obama dans un parc avec son chien</li> <li>- Photo du Pape François entouré d'un groupe de jeunes, en train de se prendre en photo avec un téléphone portable ; puis aperçu de la photo qui en résulte</li> <li>- Nadine Morano avec un autre membre de l'UMP en train de se prendre en photo avec un téléphone portable, devant le logo de l'UMP</li> <li>- Autoportrait photographique de Nadine Morano en tenue de sport dans un espace vert</li> <li>- Photos de jambes faisant figurer différentes paires de collants et chaussettes</li> </ul>
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux individus « ordinaires »</b>	31
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux célébrités</b>	10
<b>Accompagnements sonores de la mise en scène du Selfie</b>	Musique de jazz rythmée durant les 30 premières secondes du reportage
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tonalité explicative</li> <li>- Ton sarcastique de la journaliste quand elle parle des « pires » tendances du Selfie</li> <li>- Ton de la journaliste qui semble dénigrant quand elle interroge le jeune entrepreneur et lorsqu'elle relate la pratique du Selfie par les célébrités (« Les politiques eux non plus ne se posent pas la question »)</li> <li>- Ton positive et poétique à la fin du reportage de la journaliste qui qualifie le Selfie de « reflet de soi plus artistique que narcissique »</li> </ul>
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« Selfies », « autoportrait »,
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	« photo », « une petite photo du quotidien », « cliché », « un reflet de soi »
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	« partout », « tout le temps », « tendance », « mode »
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« les réseaux sociaux », « blog », « likes », « followers »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	« caméra frontale », « smartphones »,
<b>Termes comparant la pratique du Selfie avec une autre/ indiquant qu'elle n'est pas nouvelle</b>	

<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	« pour s’immortaliser », « dire « j’y étais » », « s’auto-prendre en photo, tout seul », « partager la banalité de son quotidien avec le plus grand nombre sur les réseaux sociaux », « une forme d’autopromotion maîtrisée », « conseils de mode », « se vendre soi-même », « doper un peu sa confiance en soi »
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« le meilleur », « le pire », « aubaine promotionnelle pour les stars », « une drogue », « <i>self-branding</i> », « une identité numérique », « des clins d’œil », « plus artistique, que narcissique »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	« drôle », « sexy », « « en amoureux », « entre copines », « tout seul », « Selfie au volant », « Selfie aux toilettes », « Selfie à l’enterrement de sa grand-mère », « pieds », « sacs », « chaussures », « lui devant la télé », « lui à bord d’un avion », « elle faisant du jogging », « selfie jolies gambettes »
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« astronaute », « stars », « Tom Hanks », « Justin Bieber », « Madonna », « Anne-Laure », « pas une star », « société malade de narcissisme », « être effectivement un marchand », « jeune patron », « Les politiques », « famille Obama », « Pape François », « Nadine Morano »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	« partager » (x2), « nourrit », « nourrir la curiosité », « likes », « approbation », « parle », « interactions humaines », « conseils »
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	« partout », « tout le temps », « tout est possible », « poste », « délivre »
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	« business », « valoriser l’entreprise », « marque de vêtements »
<b>Interprétations générales</b>	Le Selfie, une tendance en demi-teinte dans ce reportage qui donne l’impression de ne pas trouver beaucoup d’explications censées à la pratique. Ce sont surtout des intérêts économiques ou de visibilité pour des acteurs professionnels qui sont mis en avant. Les usages du Selfie par les individus « ordinaires » ne ressortent pas tellement par rapport à ceux des célébrités ou d’acteurs professionnels ; et quand ils le sont c’est pour indiquer une « bizarrerie » (la journaliste compare la pratique à une drogue, évoque directement ou indirectement l’égocentrisme de ceux qui se prennent en Selfie « société malade de narcissisme », « vous pensez que vous les intéressez ? ») et explique la pratique du Selfie en la rattachant à une injonction de la société actuelle qui semble déshumanisée par la recherche de profit (l’intervention du philosophe, même s’il en parle de façon positive, donne cette impression). Le Selfie se rattache au téléphone portable, aux réseaux sociaux et aux blogs, mais pas forcément directement au « Web 2.0 ». Aucune comparaison avec des pratiques photographiques antérieures n’est faite et donne l’impression que le Selfie est un phénomène complètement nouveau.

Retranscription de la rubrique « Les tendances du Web de Dora », dans l’émission « Comment ça va bien » sur France 2 (4:50-12:50)

**Stephane Bern** : - Dora nous explique, en tout cas de tente de nous expliquer, les dernières fureurs sur la Toile, même si ces tendances frôlent parfois, même souvent, le mauvais goût. Et il y a une mode qui fait fureur en ce moment que chez les jeunes, et même chez les people, c’est le Selfie. Est-ce que vous connaissez le Selfie ?

**Un chroniqueur** : - C’est un chien non ?

**Dora** : - Non pas du tout.



**Stephane Bern** : - Le Selfie c'est quand on se prend soi-même en photo

**Stephane Bern** : - D'ailleurs, est-ce que quand vous vous trouvez beau vous vous prenez en photo comme ça chez vous, avant d'aller sur scène ?

**L'invité** : - Non sinon je ne m'arrêtais pas de me photographier.

**Dora** : - Evidemment

**Stephane Bern** : - Il y a un truc, il y a un problème avec nos téléphones portables

**Dora** : - Hein hein, oui.

**Stephane Bern** : - C'est quand vous vous trouvez beau dans la glace, et que vous vous photographiez avec votre téléphone, tout de suite on devient moche.

**Dora** : - Ah vous trouvez vous ? Vous vous trouvez pas sexy ?

**Une chroniqueuse** : - Mais après il ya des effets, après il y a des effets après. Après il faut y mettre des lumières, vous pouvez euh...

*Brouhaha*

**Dora** : - Donc laissez moi un peu vous expliquer le Selfie pour les gens qui ne savent pas, parce que bon ici on sait tous autour du plateau...

**Stephane Bern** : - Il est moqueur vous feriez mieux de vous occuper de vos fesses.

**Un chroniqueur** : - Il est rancunier, il est rancunier

**Dora** : - Bref, le Selfie c'est quand avec un appareil photo ou avec sa webcam on se prend soi-même en photo et on la poste sur les réseaux sociaux. Alors le mot Sefie c'est une contraction de « self » et de « photographie » ; « self » en anglais ça veut dire bah...

**Stephane Bern** : - Soi-même

**Un chroniqueur** : - « Self-portrait »

**Dora** : - Exactement, et donc le Sefie c'est vraiment un mot qui devient important parce que ça a été élu mot de l'année 2013 par le dictionnaire Oxford, c'est quand même le dictionnaire de référence

**Une chroniqueuse** : - Donc le mot a reçu un prix

**Dora** : - Exactement

**Stephane Bern** : - Vous l'avez regardé il le fait lui-même, regardez Hervé il se fait prendre en photo.

**Dora** : - Aujourd'hui le Sefie c'est vraiment le triomphe de l'auto mise en scène, on se prend en photo quand on a envie de faire une photo un peu drôle ou sexy, ou pour immortaliser un lieu ou on été, par exemple quand on va à la plage dans un super décor ; on se prend en photo. C'est un acte qui est un peu narcissique, qui est devenu...

**Stephane Bern** : - Ah très narcissique même.

**L'invité** : - Non mais ça dépend comment, moi je sais que je le fais euh quand je suis en tournée...

**Une chroniqueuse** : - Pour partager

**L'invité** : ...quand je, si je vois, comme j'ai la chance de voyager beaucoup. Si c'est pour prendre une photo de soi pour avoir juste sa tête,

**Une chroniqueuse** : - Non avec des gens...

**L'invité** : ...effectivement c'est un peu narcissique. Maintenant si on se cadre pour derrière, j'sais pas il y a la Tour Eiffel, ou moi je le fais avec le public à la fin du spectacle ensuite je la mets sur Twitter, là on partage un moment. Si c'est pour se prendre juste en photo soi, effectivement c'est pas...

**Dora** : - Alors aujourd'hui il y en a même qui deviennent ultra connu en se prenant juste eux-même en photo et en le postant sur la Toile, comme Benjamin Lasnier qui est le jeune sosie de Justin Bieber, voilà. Et il s'est pris en photo tellement de fois que il y a une maison de disque qui l'a repéré. Pourtant il chante pas, il danse pas, il fait rien du tout, il s'expose lui-même...

**Stephane Bern** : - Il va même pas à l'école

**Une chroniqueuse** : - Il a plus le temps, il a plus le temps...

**Dora** : - Disons qu'il prend même des photos à l'école, et donc une maison de disque lui a proposé euh de faire un disque juste parce que visuellement et ben ça marche, que les adolescentes l'adorent et que il y a 700 000 personnes qui le suivent.

**Stephane Bern** : - Ca date de quand cette tendance de se prendre soi-même... ?

**Un chroniqueur** : - *Inaudible*

**Stephane Bern** : - Non ça c'était les portraits, c'est pas pareil

**Dora** : - Non donc les gens ont toujours aimé se représenter, se peindre etc, sauf que vraiment le mot Selfie remonte à 2002. En fait c'est un peu au moment où sur Internet il y a eu les réseaux sociaux qui ont commencé à exploser. Alors aujourd'hui tout le monde s'y met, il y a un astronaute qui a posté un Selfie sur la Toile, les stars comme Rihanna, Madonna, Justin Bieber, les politiques aussi s'y mettent, il y a Nadine Morano qui s'est pris en photo pendant son jogging. Et plus récemment pendant la cérémonie d'hommages à Mandela on a vu Obama, David Cameron qui est le premier ministre Britannique...

**Un chroniqueur** : - Ah dis-donc c'est l'éclate les obsèques hein

**Dora** : - Oui n'est-ce pas.

**Stephane Bern** :- Schmidt-Thorning qui est la première ministre du Danemark

**Dora** : - Pendant les enterrements c'est quelque chose qui est assez commun de se prendre en photo, comme là vous pouvez le voir en image

**Stephane Bern** :- Mais c'est horrible, c'est de mauvais goût

**Dora** : - Et là c'est...

**Stephane Bern** :- Mais c'est très bizarre de faire ça

**Dora** : - Ba c'est très bizarre mais on en est à un tel point...

**L'invité** : - C'est pour immortaliser le moment hein !

**Dora** : - De narcissisme, que ba voilà c'est un peu ce qui arrive, même le Pape aujourd'hui...

**Stephane Bern** : - Non mais, il y a une chose qui me frappe c'est que du coup on ne vit plus les moments.

**Dora** : - C'est vrai

**Stephane Bern** : - Je donne un exemple. J'ai eu la chance d'aller au concert de Céline Dion

**Dora** : - Hmm hmm

**Stephane Bern** : - Et bien, au lieu de regarder le concert à Bercy, les gens se prennent en photo en train de, avec la scène derrière. Mais regardez plutôt la scène ce qu'il se passe, on a envie de leur dire.

**Dora** : - Non mais le but, c'est un peu de prouver ce qu'on a fait

**Stephane Bern** : - Parce qu'on ne voit rien sur la photo. J'ai essayé pour voir, et en fait on voit rien.

**Une chroniqueuse** : - Moi je comprends parce que ça fait parti de notre génération maintenant aussi donc on dit tiens, moi j'aimerais bien savoir que vous avez été au concert de Céline Dion, parce que moi je vous suis sur les réseaux sociaux

**Stephane Bern** : - Oui mais, on n'est pas obligé de raconter sa vie non plus

**Une chroniqueuse :** - Si c'est drôle ! J'aime bien Céline Dion on a un point commun.

**Dora :** - En plus pour les stars c'est aussi une façon, au lieu d'avoir des paparazzis qui les suivent sans arrêt, eux maintenant ils décident de ce qu'ils montrent et de ce qu'ils ne montrent pas.

**Stephane Bern :** - On interdit que les autres se mêlent de votre vie mais soi-même on va tout débiller en se montrant en photo.

**Dora et une autre chroniqueuse :** - Mais non !

**Une chroniqueuse :** - C'est mieux que ça vienne de vous-même de toute façon

**Stephane Bern :** - C'est du *Public*, *Oops* et *Voici* c'est, on alimente soi-même Oops

**Dora :** - Mais non, autogéré, on devient une sorte de marque et on s'auto-promouvoit.

**Une chroniqueuse :** - C'est une manière aussi pour les people et les stars de maintenir aussi un lien avec leur public et c'est aussi des demandes des fans aussi : « dis-nous ce que tu fais, montre moi comment tu t'habilles

**Stephane Bern :** - Oh oui, tu vas a des obsèques je veux absolument voir des photos

**Une chroniqueuse :** - Moi je ne parle pas de ça, je parle plus des petits (*inaudible*), des people

**L'invité :** - Moi je vais faire un Selfie avec vous

**Le public :** - Ouais ! (*Applaudissements*)

**L'invité :** - Ah ba là on se voit tous

**Une chroniqueuse :** - Aaah, Selfie !

**Une autre chroniqueuse :** - C'est pas mal

**Plusieurs chroniqueurs à la fois :** - Bravo, Voilà, Bravo, sympa

**Dora :-** Aujourd'hui le Selfie c'est tellement devenu qu'il y a des gens qui s'amuse à faire des sortes de typologies du Selfie, il y a tout un tas de types de Selfie, le *Duck Face*...

**Stephane Bern :** - Qui est cette dame ?

**Une chroniqueuse :** - Kim Kardashian

**Dora :** - Kim Kardashian, voilà. Donc le *Duck Face* c'est quand on fait la bouche de canard comme ça et qu'on se poste euh...

**Stephane Bern :** - *Duck Face* !

**Dora :** - *Duck Face* exactement

**Stephane Bern :** - Aah, bouche de canard

**Dora :** - Duck c'est canard

**Stephane Bern :** - Parfois il y a pas besoin de faire la bouche de canard on l'a naturellement

**Dora :** - Il y a aussi sinon les...

**L'invité :** - Ca change pas les expressions du visage le botox hein. Ben moi j'ai fait une injection, toutes mes expressions c'est la joie. J'ai la colère

**Dora :** - Vous faite plutôt un *Uglies* là, parce qu'il y a un autre type de Selfie qu'on appelle les *Uglies*, c'est justement quand on fait une tête qui est pas forcément très, euh, très agréable à voir, on fait un doublement menton ou une grimace

**L'invité :** - Là c'est une bonne euh, c'est une bonne euh

**Dora :** - Ca c'est un *Uglies*, c'est parfait. Il y a aussi les *Healthies*, c'est quand on fait du sport, on veut montrer qu'on est en bonne santé

**Stephane Bern** : - Non mais là c'est...(brouhaha)

**Dora** : C'est très impressionnant

**Un chroniqueur** : - Il y a de plus en plus de profils de gens qui se prennent en photo au début de l'année

**Stephane Bern** : - Dans les salles de sport oui

**Un chroniqueur** : - Non pas... en train de faire leur footing, ils prennent en photo ce qu'ils mangent. C'est-à-dire qu'ils vont manger une salade une vont prendre en photo une salade.

**Stephane Bern** : - J'ai vu ça, j'ai vu des gens qui se prennent en photo avec leur assiette.

**Dora** :- Alors on appelle ça du *Foodporn*

**Stephane Bern** : Du *Foodporn*

**Dora** : - Ouais. J'en parlerai une autre fois. Il y a aussi un autre type de Selfie que je voulais vous parler en dernier, c'est par exemple quand on part à la plage, toutes les filles...

**Benoît** : - Alors cette photo, c'est pas des jambes c'est...

**Dora** : - C'est des hot-dog

**Benoît** : - C'est des saucisses. Exactement

**Un chroniqueur** : - Parce qu'il y a eu tout un concours comme ça, jambes ou saucisses.

**Dora** : - Il y en a qui utilisé des saucisses voilà pour ironiser sur cette tendance où toutes les filles à la plage prennent des photos euh de leurs jambes. Une autre histoire qui est assez amusante autour du Selfie, c'est l'histoire des trois sœurs Hills qui aux Etats-Unis ont voulu se prendre en photo pendant un match de Baseball, entre les universités du Mississippi et de Californie et donc elles ont posté sur les réseaux sociaux que si elles se faisaient attraper par la police, leurs followers et tout les gens qui les suivent devraient payer l'amende de 1500 dollars. Et donc évidemment elles se sont fait attraper, elles ont eu des photos très marrantes qui ont fait le tour de la Toile et finalement bon, elles ont pas eu à payer d'amende.

**Stephane Bern** : - En tout cas voilà ça fait parler cette tendance des Selfies, en tout cas qui ont été popularisée aux obsèques de Nelson Mandela. Alors David Cameron a même proposé que l'originale de la photo, parce que pour le moment que c'est un photographe de l'AFP qui les a pris en photo en train de se faire un Selfie. Le Selfie existe et David Cameron a proposé de le mettre aux enchères pour une œuvre caritative. C'est pour dire que vous êtes dans la tendance.

**Dora** : - Voilà

**Stephane Bern** : - Parfait, merci beaucoup Dora.

Retranscription de la rubrique « Les tendances du Web de Dora », dans l'émission « Comment ça va bien » sur France 2 (4:50-12:50)

<b>Vidéo disponible sur</b> : <a href="http://www.france2.fr/emissions/comment-ca-va-bien/rubriques/qu-est-ce-que-le-selfie_160630">http://www.france2.fr/emissions/comment-ca-va-bien/rubriques/qu-est-ce-que-le-selfie_160630</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
<b>Type de support/Canal médiatique</b>	Télévision
<b>Type de production</b>	Emission
<b>Producteur</b>	France 2
<b>Durée du reportage/émission</b>	8 minutes
<b>Titre donnée au reportage/émission</b>	« Qu'est-ce que le selfie »
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
<b>Date de diffusion</b>	16 janvier 2014
<b>Lieu de diffusion</b>	France
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
<b>Intervenants/témoins</b>	- Dora, la chroniqueuse en charge de la rubrique « Les tendances du

	<p>Web de Dora »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stéphane Bern</li> <li>- L'invité (qui est un artiste)</li> <li>- Les autres chroniqueurs</li> </ul>
<b>Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Photo d'une femme couchée sur un lit en train de se prendre en photo avec un téléphone portable et en prenant une pose « de star »</li> <li>- Autoportrait photographique d'une jeune fille, elle pose avec des lunettes de soleil et la main dans les cheveux</li> <li>- Le caméraman de l'émission se prend en photo avec son téléphone portable</li> <li>- Autoportrait photographique d'une jeune fille sur une plage, en train de regarder la mer</li> <li>- Autoportraits photographiques d'un collégien</li> <li>- Autoportrait photographique d'un astronaute dans l'espace</li> <li>- Autoportrait photographique de Rihanna</li> <li>- Autoportrait photographique de Justin Bieber</li> <li>- Autoportrait photographique de Nadine Morano en tenue de sport dans un espace vert</li> <li>- Photo de Barack Obama entouré d'autres politiques et en train de se prendre en photo avec un téléphone portable (x2)</li> <li>- Autoportrait photographique d'une jeune fille en train de sourire devant un cercueil</li> <li>- Photo du Pape François entouré de jeunes en train de se prendre en photo avec lui avec un téléphone portable</li> <li>- Autoportrait photographique de Kim Kardashian</li> <li>- L'invité fait se prend en photo aux côtés de Stéphane Bern avec son téléphone portable, puis devant le public</li> <li>- Patchwork d'autoportraits photographiques de personnes faisant des grimaces</li> <li>- Trois autoportraits photographiques d'une même femme en tenue de sport et montrant ses abdos</li> <li>- Photos de jambes avec une plage ou une piscine en arrière-plan</li> <li>- Photo d'une jeune femme sur un terrain sportif, au beau milieu des joueurs, essayant de se prendre en photo avec son téléphone portable</li> <li>- Aperçu de la photo qui en résulte (la jeune fille est tout sourire tandis qu'un homme ayant l'air énervé est visible derrière elle)</li> </ul>
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux individus « ordinaires »</b>	23
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux célébrités</b>	9
<b>Accompagnements sonores de la mise en scène du Selfie</b>	
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tonalité explicative de Dora</li> <li>- Tonalité péjorative de Dora quand elle met en avant l'apogée du narcissisme</li> <li>- Tonalité amusée de Dora quand elles s'attardent sur les anecdotes qui ont fait le « buzz »</li> <li>- Tonalité négative de la part de Stéphane Bern quand Dora évoque l'aspect narcissique des Selfies, médisante et sarcastique quand les Selfies aux enterrements sont abordés et également négative quand il décrie le fait que les gens ne regardent ce qu'il se passe sur scène en concert et quand il compare la publication de Selfies par les célébrités avec les magazines people.</li> <li>- Tonalité ironique de la part de certains chroniqueurs et de l'invité</li> </ul>
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« Selfie »
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	« Self-portrait »

<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	« une mode qui fait fureur », « mot qui devient important », « mot de l'année 2013 », « le mot a reçu un prix », « tout le monde », « commun », « de plus en plus »
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« les réseaux sociaux »(x4), « Twitter », « followers »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	« Internet »
<b>Termes comparant la pratique du Selfie avec une autre/ indiquant qu'elle n'est pas nouvelle</b>	« les gens ont toujours aimé se représenter, se peindre etc »
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	« quand on se prend soi-même en photo », « des effets », « mettre des lumières », « quand avec un appareil photo ou avec sa webcam on se prend soi-même en photo et on la poste sur les réseaux sociaux », « on se prend en photo quand on a envie de faire une photo un peu drôle ou sexy, ou pour immortaliser un lieu », « Pour partager », « on partage un moment », « prouver ce qu'on a fait », « raconter sa vie », « ils [les célébrités] décident de ce qu'ils montrent et de ce qu'ils ne montrent pas », « on s'auto-promouvoit », « maintenir aussi un lien avec leur public », « marrantes »
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« le mauvais goût »(x2), « un problème avec nos téléphones portables », « on devient moche », « l'auto mise en scène », « un peu narcissique » (x2), « très narcissique », « c'est horrible », « c'est très bizarre »(x2), « un tel point de narcissisme », « c'est drôle ! », « C'est du Public, Oops et Voici »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	« Pendant les enterrements », « Duck Face », « Uglier », « Healthies », « en train de faire leur footing », « ce qu'ils mangent », « Foodporn », « les filles à la plage prennent des photos euh de leurs jambes »
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« les jeunes », « les people », « le jeune sosie de Justin Bieber », « tout le monde », « un astronaute », « les stars », « Rihanna », « Madonna », « Justin Bieber », « les politiques », « Nadine Morano », « Obama », « David Cameron », « Schmidt-Thorning », « le Pape », « notre génération », « Kim Kardashian », « les filles », « trois sœurs Hills »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	« partager », « partage »
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	« posté »
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	Devenir « ultra connu », « une maison de disque qui l'a repéré », « 700 000 personnes qui le suivent », « manière aussi pour les people et les stars de maintenir aussi un lien avec leur public et c'est aussi des demandes des fans »
<b>Interprétations générales</b>	Cette émission semble animer un conflit générationnel entre Stéphane Bern, anti-Selfie, et ses chroniqueuses plus jeunes, pro-Selfie. Stéphane Bern reste camper sur ses positions tout le long de la rubrique en étant très condescendant par rapport à la pratique du Selfie, la rattachant au Narcissisme absolu et à une pratique parfois déplacée, qui outrepassse les mœurs. La chroniqueuse Dora mentionne peu le fait que la pratique même s'inscrit dans d'autres beaucoup plus anciennes ; et elle s'attarde en particulier sur les anecdotes marrantes ou absurdes qui ont fait un « buzz », rendant la pratique complètement décalée par rapport à un usage quotidien du Selfie ; ce qui permet à Stéphane Bern d'insister sur la bizarrerie de cette pratique. L'invité et une autre chroniqueuse en particulier vont chercher à justifier la normalité du Selfie en insistant sur la notion de « partage » pour contrebalancer le côté Narcissique. La pratique du Selfie, dans un usage banalisé, serait alors pour partager une photo de soi drôle ou sexy, ou encore pour immortaliser un lieu particulier selon Dora. Il est intéressant de noter que les photos montrées en exemple représentent toutes des jeunes femmes ou des célébrités. Dora indique que les principaux « bénéfiques » que les

	individus lambdas peuvent retirer de telles photos, c'est de devenir célèbre en se faisant repérer par une major de la musique ou en devenant la « star » des réseaux sociaux par le buzz. Les conversations des chroniqueurs vont ensuite se concentrer principalement sur les Selfies partagés par les people et débattre de l'intérêt d'en faire. Cette mode du Selfie est ainsi rattachée à la génération de « jeunes » et aux filles en général, ainsi qu'aux célébrités qui le font dans une communication stratégique.
--	---

### Retranscription de l'entretien « Selfie - Narcissisme ou Forme d'art ? » de Square Magazine

**Pauline Escande Gauquié :** - Le Selfie, c'est un peu un héritier de ce qu'on a appelé l'autoportrait, sauf que dans la l'autoportrait, euh je dirais picturale et même de la photo argentique, euh était réservé à une élite, ou aux artistes eux-mêmes. C'était une façon d'asseoir une aura autour, euh, d'un homme de pouvoir. Soit l'homme de pouvoir de l'église, soit l'homme de pouvoir de la royauté, soit bah là dans une société démocratique le portrait des présidents. Donc là ce qu'il se passe avec le portable, on assiste à une démocratisation de la possibilité de faire son autoportrait. Les premiers Selfies, je dirais se sont développés avec euh les réseaux sociaux ; avec ce qu'on appelait les photos de profil sur Facebook, euh notamment ; ou pour jouer le jeu social et du partage si on veut, si on voulait rentrer dans cette communauté on devait à un moment donné faire une photo de soi et pouvoir mettre comme photo de profil.

**Jakob Steinschaden :** - Le boom des Selfies s'explique par le fait que de nos jours, des millions voire des milliers de personnes sont équipés de smartphones. Et beaucoup d'applications que nous avons sur nos smartphones, que ce soit Whatsapp, Twitter, Facebook ou Instagram, permettent de publier des contenus sur Internet. Internet nous offre la possibilité de toucher un large public auquel on a évidemment envie de montrer des choses perçues comme étant intéressantes. Et le plus souvent, ce que les gens ont de plus intéressant à proposer, c'est eux-mêmes.

**Pauline Escande Gauquié :** - Il y a plusieurs modalités euh, de l'acte selfique, donc il y a ceux qui sont dans un hyper contrôle, notamment bah les célébrités dans une recherche de notoriété. C'est-à-dire que tout l'objectif du Selfie, c'est pas d'être connu mais reconnu. Voilà je suis une star, je sors un nouveau disque, bah je fais un Selfie pour faire parler de moi parce que j'ai une actualité, euh comme Rihanna par exemple. Et euh, le Selfie est je dirais le plus représentative de ça, c'est quand le Pape accepte de se laisser photographier avec un jeune. C'est de montrer, bah, voilà ce ce, l'évangélisation des jeunes ça passe aussi par là. C'est-à-dire, « je suis proche de vous, je suis moderne, je suis contemporain parce que voilà je me laisse prendre au jeu d'une communication plus horizontale et qui est représentative de votre génération. Mais n'empêche que je reste Pape.

### Grille d'analyse de l'entretien « Selfie - Narcissisme ou Forme d'art ? » de Square Magazine

<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="http://future.arte.tv/fr/selfie-narcissisme-ou-forme-dart">http://future.arte.tv/fr/selfie-narcissisme-ou-forme-dart</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
Type de support/Canal médiatique	Télévision
Type de production	Emission
Producteur	Arte
Durée du reportage/émission	3 minutes
Titre donné au reportage/émission	« Selfie – Narcissisme ou Forme d'art ? »
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
Date de diffusion	9 mars 2014
Lieu de diffusion	France
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
Intervenants/témoins	« Pauline Escande-Gauquié, maître de conférence au Celsa, Paris Sorbone » « Jakob Steinschaden, essayiste »

<b>Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie</b>	Aucune
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux individus « ordinaires »</b>	0
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux célébrités</b>	0
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	Tonalité explicative
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« Selfie », « l'autoportrait »,
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	« les photos de profil »
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	« Le boom », « des millions voire des milliers de personnes », « un large public »
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« réseaux sociaux », « Facebook » (x2), « communauté », « Whatsapp », « Twitter », « Facebook », « Instagram », « contenus », « possibilité de toucher un large public »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	« le portable », « smartphones », « applications », « Internet »
<b>Termes comparant la pratique du Selfie avec une autre/ indiquant qu'elle n'est pas nouvelle</b>	« héritier de ce qu'on a appelé l'autoportrait », « tradition picturale », « la photo argentique », « élite », « artistes », « façon d'asseoir une aura autour d'un homme de pouvoir », « l'homme de pouvoir de l'église », « l'homme de pouvoir de la royauté », « portrait des présidents »
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	« démocratisation de la possibilité de faire son autoportrait », « pour jouer le jeu social et du partage », « rentrer dans cette communauté », « une photo de soi », « être reconnu », « recherche de notoriété », « pour faire parler de moi parce que j'ai une actualité », « choses perçues comme étant intéressantes »
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« Narcissisme », « forme d'art », « hyper contrôle », « communication plus horizontale », « l'acte selfique »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« les célébrités », « les gens », « star », « Rihanna », « le Pape », « un jeune », « représentative de votre génération [des jeunes] »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	« montrer », « toucher »
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	« publier », « communication »
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	« je sors un nouveau disque » « l'évangélisation des jeunes ça passe aussi par là »
<b>Interprétations générales</b>	L'émission met l'accent sur les antécédents historiques qui expliquent le Selfie aujourd'hui, ce qui induit que cette pratique n'est pas nouvelle ; en revanche elle est devenue très répandue et semble s'être amplifiée très rapidement (« le boom ») avec l'introduction de nouvelles technologies (smartphones et applications Internet). Les usages particuliers du Selfie apparaissent en lien avec les réseaux sociaux et sont justifiées comme faisant partis de « l'ère du temps », du jeu social actuel. Les enjeux autour du Selfie sont ceux d'une communication maîtrisée et stratégique. Il est intéressant de noter la tonalité objective de l'émission pour expliquer la pratique du Selfie, qui n'est ni associée à une forme de narcissisme, ni à de l'art (hormis dans le titre mais qui est sous forme interrogative et qui n'est pas repris dans l'émission).



Retranscription du reportage « Selfie : pourquoi nos ados en sont-ils tous accros ? », de l'émission « 100% Mag » sur M6

**Pierre :** - Ca va ?

**Emma :** - Ca va et toi ?

**Voix off de la reporter :** - Quand Pierre et Emma, lycéens de 17 ans se retrouvent à la fin de leur journée de cours, ils se livrent souvent un drôle de rituel.

**Pierre :** - Là on s'auto-prend en photo en fait. On fait le Selfie. Et donc on fait ça, on se prendre en photo tout seul.

**Voix off de la reporter :** - Cela peut paraître étrange, mais la nouvelle mode chez les ados c'est de se prendre en photo soi-même. Et pour ça, pas besoin de lieux, ou d'occasions spéciales.

**Emma :** - Quand je suis avec des copines, des copains. Parfois quand on est en train de travailler.

**Pierre :** - Et après on met ça sur les réseaux sociaux ; et voilà ça partage c'est tout.

**Voix off de la reporter :** - Des autoportraits par centaines, qui s'accumulent dans leurs téléphones et sont ensuite postés sur les réseaux sociaux.

**Emma :** - Donc ba d'abord il y a le sourire,

**Pierre :** - Le plus simple

**Emma :** - La *Duck Face*

**Pierre :** - Ahah, puis je suis incapables de faire ça. Un truc comme ça

**Emma :** - Le visage choqué

**Pierre :** - La petite moue, la p'tite moue.

**Emma :** - Il y a la langue tirée.

**Voix off de la reporter :** - Comme Emma et Pierre, ils sont de plus en plus nombreux à se prendre en photo eux-mêmes. Des millions d'autoportraits sont ainsi postés chaque jour sur Internet

**Deux jeunes filles:** - Plutôt en hauteur c'est mieux... Ca fait pas comme ça. Et euh il faut faire genre bien la pose comme ça c'est bon.

**Voix off de la reporter :** - Le Selfie, de l'anglais « self », soi-même, est devenu un phénomène chez les jeunes, et ça dérange un peu leurs parents, qui n'y comprennent pas grand-chose.

**Une maman:** - Ça m'énerve, ils font tous les mêmes visages, les mêmes expressions.

**Voix off de la reporter :** - Pourtant tout le monde se met à imiter les ados, les stars les plus jeunes comme Justin Bieber ou Rihanna ; mais aussi de plus en plus d'adultes, même que le Pape ou le président des Etats-Unis. Le Selfie fait le tour du monde et même un peu plus. Plus personne ne peut passer aujourd'hui à côté de la folie Selfie

**Deux personnes âgées :** - Bon ça fait rien. Mets toi sur le côté je ne te vois pas. Là tu t'approches là, c'est pas bon.

**Un homme :** - C'est mon premier Selfie.

**Voix hors champ de la reporter :** Et alors ?

**Un homme :** - C'est une vraie émotion. (*rires*)

**Voix off de la reporter :** - Entre pratiques ego-centrées et nouvelles façons de communiquer, que révèle le Selfie sur nos adolescents ? Y-a-t-il des risques à poster autant de photos de soi sur Internet ? Décryptage de

cette tendance 2.0. Alors les ados accros aux Selfies ? Il suffit de compter le nombre de photos dans leur téléphone.

**Emma :** - Euh, pas loin de mille je pense.

**Pierre :** - Non mais c'est une fille donc bon.

**Voix off de la reporter :** - Avec les rayons du soleil, dans un miroir ou encore les *Usies*, les Selfies à plusieurs, un peu plus périlleux à réaliser. Et encore plus fort, le Selfie avec une star.

**Pierre :** - Voilà, par exemple celle-là, ba c'est assez exceptionnel, c'est un Selfie unique celle-là. Avec Omar, parce que j'étais allé à une émission télé, donc il était présent, donc à la fin j'ai pu l'interpeler pour prendre un Selfie avec lui. D'ailleurs c'est lui qui a appuyé.

**Voix off de la reporter :** - Aujourd'hui quand on croise une star, il ne suffit plus de la prendre en photo, il faut se prendre en photo avec elle.

**Pierre :** - Je préfère avoir une photo de moi avec la star, parce que ça montre clairement qu'on était avec lui. Après on peut se la raconter sur les réseaux sociaux et dire qu'on était avec lui tout ça. Regard la photo d'Omar, elle a bien marché.

**Emma :** - Ah ouais, 95

**Pierre :** - 98 ouais. Ouais j'étais content, toutes les 2 minutes ça sonnait pour dire j'avais un like en plus donc j'étais content, j'ai passé une bonne soirée ce soir-là.

**Voix off de la reporter :** - Le but d'un Selfie c'est que les gens aiment la photo et la commentent. Mais pas de n'importe quelle façon.

**Pierre :** - Quand on dit « ah, bogoss » ben t'es content, plus que quand on dit « belle photo »

**Emma :** - Ouais ba c'est sûr

**Voix off de la reporter :** - Se prendre en photo dans le seul but de susciter des commentaires positifs, que révèle cette pratique chez nos adolescents ? Pour André Gunthert, spécialiste des cultures numériques, l'autoportrait est un genre qui a toujours existé.

**André Gunthert :** - Avec la photographie amateurs, dès que vous donner un appareil aux gens, euh et ba assez naturellement ils vont se photographier eux-mêmes. Donc, euh, ça c'est un premier constat. Ca veut dire que c'est pas anormal, hein, de se prendre en photo. C'est aussi vieux que la photographie.

**Voix off de la reporter :** - Avec l'apparition des smartphones en 2007, les autoportraits sont devenus très facile à réaliser. Et c'est l'explosion des réseaux sociaux qui permettent de partager ses photos de plus en plus vite, qui a fait naître le Selfie. Mais faut-il être narcissique pour faire des Selfies ?

**André Gunthert :** - Alors que ce qui est sûr c'est que quand on regarde l'image, et seulement l'image, ben on voit un portrait, on voit un visage, donc on se dit voilà c'est comme un miroir, on est dans une relation à soi qui est narcissique. Mais en réalité, ces images encore une fois ce sont des messages. Donc ce sont des images qu'on envoie, c'est comme une carte postale. Donc c'est un outil qui s'inscrit dans un dialogue même si ça ne se voit pas forcément à la surface.

**Voix off de la reporter :** - La tendance prend une telle ampleur, que certains ont en fait leur business. Comme Sébastien et son associé, Yoann. Il y a un an, il flaire la bonne affaire et lance un site Internet entièrement dédié aux Selfies. Aujourd'hui le succès est au rendez-vous.

**Sébastien :** - Donc ici on est dans nos nouveaux bureaux, dans les futurs prochains bureaux de notre société.

**Voix off de la reporter :** - Des locaux de 600 mètres carrés, plus de 300 000 abonnés. Sébastien s'étonne encore de cette réussite fulgurante.

**Sébastien :** - Aujourd'hui on a une croissance qui augmente, en gros elle double tous les mois. C'est un phénomène qui explose. C'est plus dédié uniquement aux mégalos, on va dire, personnes qui s'aiment eux-mêmes. C'est vraiment aujourd'hui M. et Mme Tout-le-monde, et c'est ce qui a changé, euh on va dire en 2013.

**Voix off de la reporter :** - Au départ leur idée est simple : un site où l'on peut poster et partager uniquement des photos de soi.

**Sébastien :** - C'est un ami qui nous a donné cette idée, il se prenait tout le temps en photo qu'il partageait ça sur les réseaux qui existaient déjà. Mais vraiment il en partageait beaucoup, beaucoup. On a étudié ce fameux Selfie. Et on s'est rendu compte qu'il y a 150 millions de photos partagées chaque mois sur les réseaux. Il n'y avait pas de plateforme dédiée aux Selfies, donc on s'est dit on va créer une plateforme qui est dédiée au « moi ».

**Voix off de la reporter :** - Et ce sont surtout de très jeunes femmes, entre 15 et 24 ans, qui publient des Selfies sur cette plateforme. Avec un but, se faire remarquer pour leur style ou leur beauté.

**Sébastien :** - En faits nos membres, ce qu'ils recherchent c'est d'avoir le maximum de abonnés, de followers, des personnes qui les suivent; et d'un maximum de « j'aimes ». Sinon je ne vois pas trop l'intérêt de poster des photos sur ce genre de plateforme. On voit que les gens, ils se forcent à faire des belles photos. C'est-à-dire ce qu'il y a encore quelques mois, le Selfie c'était tiens on prend un Selfie ; là maintenant c'est tout un art quoi. Les gens tapent sur Internet « comment réaliser un Selfie ? », « comment bien se prendre en Selfie ? », il y a des tutos, c'est parti pour des années d'explosion de Selfies.

**Voix off de la reporter :** - Fini les photos ratées, aujourd'hui on s'applique pour faire un Selfie. Les nouvelles technologies ne pouvaient donc pas passer à côté de ce nouveau phénomène.

**Un vendeur :** - Les smartphones ont tellement pris « une avance » sur cette attitude, qu'aujourd'hui les constructeurs d'appareils photo finalement vont faire au mieux pour pouvoir aller dans le même sens. Par contre l'avantage d'un compact, de pouvoir avoir une qualité d'image qui est bien meilleure que ce qu'on a sur un smartphone aujourd'hui.

**Voix off de la reporter :** - Appareils photos ou caméras, les marques sont obligés de s'adapter à cette nouvelle pratique.

**Un vendeur :** - Un de nos derniers appareils photo c'est celui –ci, il permet mieux finalement de prendre en photo donc ce qui se passe devant l'appareil photo et aussi derrière. Donc très judicieusement, nos ingénieurs ont une petite caméra. Et ce qu'il se passe finalement c'est que, quand on va prendre la photo, on va pouvoir enregistrer l'arrière-plan.

**Voix off de la reporter :** - Plus besoin de se contorsionner pour apparaître dans l'image. L'appareil s'en charge pour vous.

**Un vendeur :** - Donc voilà finalement de manière très simple, je vous prends en photo, et moi j'aurai un souvenir finalement que j'étais filmé par M6. Et donc j'aurai sur une image et vous-mêmes et moi-même.

**Voix off de la reporter :** - Appareils photo adaptés, sites Internet dédiés, tout est fait pour pousser les ados à faire de plus en plus de Selfies. Face à ça, les parents comme ceux de Pierre n'ont plus aucun contrôle ; et ne peuvent s'empêcher de rester méfiants.

**Père de Pierre :** - Faut peut-être pas en abuser non plus quoi. Qu'est-ce que tu vas en faire de ces photos là ?

**Pierre :** - Ban non mais c'est juste pour mes amis. Je leurs envoie, je leur demande comme ça va, tout ça, et puis voilà.

**Père de Pierre :** - Ah d'accord. C'est sympa

**Pierre :** - C'est les nouveaux textos, les nouveaux textos nouvelle génération, un peu.

**Père de Pierre :** - Je trouve ça très sympa en termes de communication. Après, euh, ce qui me fait un peu peur par rapport à tout ça c'est que ces photos ben elles sont mises souvent sur les réseaux sociaux. Et après, euh, quid de ce qu'il se passe, euh, de ces photos euh, pour le futur.

**Voix off de la reporter :** - Ce qui inquiète surtout ses parents, c'est la multitude de traces laissées par leur fils sur Internet.

**Maman de Pierre :** - On sait que maintenant les recruteurs vont aller voir les sites de, les réseaux sociaux pour se faire une idée sur le, sur la personne et donc à ce moment là il faut pas qu'il se retrouve avec des photos compromettantes pour lui.

**Pierre :** - Ba que je peux comprendre que ça puisse faire peur, parce que déjà c'est nouveau et ça va sur les lignes de réseaux sociaux qui sont nouveaux donc on sait pas, on sait pas vraiment ce qui va en rester dans quelques années dans 10, 20 ans. Euh, maintenant je pense qu'il y a quand même des codes de confidentialité qui permettent de sécuriser tout ça, donc moi je suis pas très inquiet là-dessus. Mais bon, mais peut-être que je devrais, peut-être que je devrais, j'en sais rien.

**Voix off de la reporter :** - Pierre devrait-il vraiment s'inquiéter ? Y-a-t-il des risques à vraiment exposer ses photos sur Internet ? Plusieurs associations et organismes pointent du doigt les dérives liées aux Selfies.

**Personne de la CNIL, spécialiste des affaires juridique:** - Le risque de poster des photos de soi sur Internet, c'est la possibilité qu'elle soit récupérée euh par quelqu'un qui n'est pas forcément très bienveillant, on a pu recevoir des plaintes de *cyberbullying*, c'est-à-dire de harcèlements numériques où effectivement, euh, des jeunes qui avaient posté des photos étaient dénigrés, et vraiment harcelés, jusqu'à ce soit très difficile à vivre.

**Voix off de la reporter :** - L'autre dérive possible, ce sont les selfies dénudés que postent certaines jeunes filles, 98% de ces photos se retrouveront sur des sites malveillants et le risque est réel, même sur les applications où la durée de vie des photos est limitée ; car une capture d'écran est toujours possible. Pour lutter contre ces dangers, peu de solutions existent, si ce n'est de limiter la diffusion des Selfies à ses véritables amis. Dans quelques années des technologies pourront faire du droit à l'oubli une réalité.

**Personne de la CNIL, spécialiste des affaires juridique:** - Il y a des recherches et des travaux qui sont menées à l'heure actuelle sur des technologies qui soit plus protectrices de la vie privée, et euh, on pourrait imaginer de rajouter à la photo, un petit tag qui mentionnerait la durée de vie de la photo et pourquoi pas euh un procédé qui rendrait impossible la captation ou la ré-utilisation de cette photo.

**Voix off de la reporter :** - En attendant, pour éviter les dérives il faut donc faire attention à ne pas publier n'importe quelles photos sur Internet. Malgré tout, la révolution selfie est en marche. Et bientôt, vous aussi vous ne vous poserez plus qu'une question : sourire ? Visage Choqué ? Ou petite moue ?

Grille d'analyse du reportage « Selfie : pourquoi nos ados en sont-ils tous accros ? », de l'émission « 100% Mag » sur M6

<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="http://www.m6.fr/emission-100_mag/videos/11349958-selfie_pourquoi_nos_ados_en_sont_ils_tous_accros.html">http://www.m6.fr/emission-100_mag/videos/11349958-selfie_pourquoi_nos_ados_en_sont_ils_tous_accros.html</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
Type de support/Canal médiatique	Télévision
Type de production	Emission
Producteur	M6
Durée du reportage/émission	10 minutes 23
Titre donné au reportage/émission	« « selfie : pourquoi nos ados en sont-ils tous accros ? » »
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
Date de diffusion	5 mars 2014
Lieu de diffusion	France
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
Intervenants/témoins	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deux jeunes lycéens (présents tout au long de l'émission)</li> <li>- Une femme</li> <li>- Deux personnes âgées</li> <li>- Un homme</li> <li>- Deux jeunes filles</li> <li>- « André Gunthert, spécialiste des cultures numériques »</li> <li>- Sébastien, entrepreneur</li> <li>- « Salvator Magistro, Chef de produit » dans les appareils photo</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les parents de Pierre</li> <li>- Sophie Nerbonne, directrice adjointe des affaires judiciaires » à la CNIL</li> </ul>
<b>Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Multiples plans présentant deux jeunes en train de se prendre en photo (et faisant des expressions différentes) avec un téléphone portable, dans un lieu public</li> <li>- Plan montrant ce qu'il se passe sur le téléphone portable quand les deux jeunes se prennent en photo</li> <li>- Aperçus des photos prises par les deux jeunes</li> <li>- Présence d'un graphisme accompagnant l'un des plans cités précédemment avec le texte suivants: « Duke Face = Bouche de canard »</li> <li>- Multiples plans montrant, dans la même rue piétonne et tour à tour, deux jeunes filles, une jeune femme seule, deux jeunes filles, une femme seule et d'un certain âge, deux personnes âgées, un jeune homme seul, puis un deuxième, deux collégiens, une femme d'une quarantaine d'années, se prenant tous en photo avec un téléphone portable.</li> <li>- Aperçu d'un autoportrait d'une jeune fille</li> <li>- Aperçu de la photo prise par deux des jeunes filles citées précédemment</li> <li>- Plusieurs aperçus, sur un téléphone portable, d'une application sur laquelle apparaissent des photos répondant au hastag « Selfie »</li> <li>- Aperçu sur ordinateur d'une photo de groupe accompagné de ses commentaires et « likes » sur une page Facebook</li> <li>- Aperçu sur un article en ligne d'une photo de deux célébrités se prenant en photo avec un téléphone portable</li> <li>- Aperçus de sites de partage de photos faisant apparaître des « Selfies » sur un ordinateur</li> <li>- Autoportraits photographiques de Miley Cyrus, Rihanna, Katie Perry, Justin Bieber, Kim Kardashian, le Pape entouré d'un groupe de jeunes, et de Barack Obama entouré d'autres politiques</li> <li>- Patchwork d'autoportraits photographiques de célébrités</li> <li>- Autoportrait photographique d'un astronaute dans l'espace</li> <li>- Album d'autoportraits photographiques sur Facebook</li> <li>- Autoportraits photographiques (à deux, en groupe) montrés sur l'ordinateur des lycéens. Un graphisme explicatif fait apparaître le texte suivant : « us+ selfie = usie »</li> <li>- Autoportrait photographique du lycéen avec Omar Sy montré sur son téléphone portable</li> <li>- La même photo citée précédemment est montrée accompagnées de sa légende («Mais non regarde appuie là! Mdr ! rencontre inoubliable avec l'incoryabe Omar Sy !), de ses « likes » (98) et commentaires sur la page Facebook du jeune</li> <li>- Plan mettant en scène l'ajout d'un commentaire à une photo sur Facebook</li> <li>- Plusieurs autoportraits photographiques du lycéen sont montrés</li> <li>- Plan montrant le chercheur André Gunthert en train de se prendre en photo dans son bureau, avec son téléphone portable, ainsi que la photo qui en résulte</li> <li>- Plusieurs autoportraits photographiques de la lycéenne (du début de l'émission) avec ses amis illustrent les propos d'André Gunthert</li> <li>- Démonstration du chef de produit avec un appareil photo qui affiche ce qui se passe devant et derrière l'appareil</li> <li>- Le lycéen (du début de l'émission) se prend en photo avec ses parents à l'aide de son téléphone portable</li> <li>- Aperçus de plusieurs autoportraits de jeunes filles dénudées</li> <li>- Aperçus des clichés des journalistes</li> </ul>
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux individus « ordinaires »</b>	61

<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux célébrités</b>	22
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tonalité explicative</li> <li>- Tonalité amusante</li> <li>- Tonalité évoquant la modernité (avec la musique pop)</li> <li>- Tonalité sérieuse, inquiétante</li> <li>- Tonalité ludique</li> </ul>
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« le Selfie », « autoportraits »
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	« photos de soi », « traces », « photos »
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	« centaines », « s'accumulent », « de plus en plus nombreux », « des millions d'autoportraits », « postés chaque jour », « tout le monde », « de plus en plus », « mille », « une telle ampleur », « plus de 300 000 abonnés », « fulgurante », « explose », « tout le temps », « 150 millions de photos partagées chaque mois », « des années d'explosion de Selfies », « multitude », « la révolution selfie »
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« les réseaux sociaux » (x7), « partage », « tendance 2.0 », « like », « membres », « abonnés », « followers », « j'aimes »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	« téléphones », « Internet » (x2), « site Internet », « plateforme », « les nouvelles technologies », « smartphones », « appareils photo », « un compact », « qualité d'image », « caméras », « appareils photo adaptés », « sites Internet dédiés »
<b>Termes comparant la pratique du Selfie avec une autre/ indiquant qu'elle n'est pas nouvelle</b>	« un genre qui a toujours existé », « c'est comme un miroir », « comme une carte postale »
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	« s'auto-prend en photo », « se prendre en photo soi-même », « pas besoin de lieux, ou d'occasions spéciales », « avec des copines, des copains », « en train de travailler », « les mêmes visages », « les mêmes expressions » « de l'anglais « self », soi-même », « nouvelles façons de communiquer », « susciter des commentaires positifs », « se faire remarquer pour leur style ou leur beauté »
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« drôle de rituel », « étrange », « nouvelle mode », « un phénomène », « énerve », « la folie », « pratiques ego-centrées », « relation à soi qui est narcissique », « un outil qui s'inscrit dans un dialogue », « c'est tout un art », « nouveau phénomène », « cette attitude », « nouvelle pratique », « les nouveaux textos nouvelle génération », « nouveau », « des risques »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	« le sourire », « <i>Duck Face</i> », « le visage choqué », « la petite moue », « la langue tirée », « avec les rayons du soleil », « dans un miroir », « les <i>Usies</i> », « le Selfie avec une star », « les selfies dénudés »
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« lycéens de 17 ans », « les ados » (x2), « les jeunes », « tout le monde », « les stars les plus jeunes », « Justin Bieber », « Rihanna », « adultes », « le Pape », « le président des Etats-Unis », « une fille », « mégalos », « M. et Mme Tout-le-monde », « très jeunes femmes, entre 15 et 24 ans », « jeunes filles »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	« partage », « partager » (x3), « like », « commentaires », « j'aimes », « susciter »
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	« postés », « poster », « envoie » (x2), « publier », « communiquer », « communication »
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	« business », « la bonne affaire », « le succès est au rendez-vous », « locaux de 600 mètres carrés », « plus de 300 000 abonnés », « réussite fulgurante », « croissance qui augmente », « double tous les mois »
<b>Interprétations générales</b>	Dans cette émission, le Selfie apparaît comme étant une pratique de jeunes, d'adolescents à la base, qui s'est par la suite étendue et que tout le monde a désormais adoptée, même les célébrités.

	<p>Dans ce reportage, il est spécifié que le genre de la photographie Selfie a toujours existé. Pourtant c'est une tendance qui semble avoir explosé récemment avec les nouvelles technologies et les pratiques du « Web 2.0 » ; et qui est analysé comme quelque chose de nouveau, d'étrange, que seuls les jeunes semblent trouver normal et comprendre.</p> <p>Les reporters mettent en avant les usages communicationnels autour du Selfie, qui paraît comme une pratique narcissique à première vue, mais qui se révèle finalement comme quelque chose d'amusant. Les risques liés aux Selfies mis en ligne sont également mis en avant, surtout pour les jeunes filles qui publient des photos d'elles-mêmes dénudées. C'est la question du contrôle des images qui est ici soulevée.</p> <p>La prolifération de Selfies est perçue comme une bonne chose, puisqu'elle permet de développer une économie, qui va alors contribuer à amplifier la tendance. A travers le témoignage des entrepreneurs, il apparaît que ce sont les individus « ordinaires », les internautes qui sont au cœur de la production et qui ont permis d'imposer cette vogue de l'autoportrait.</p>
--	--

## Retranscription des extraits du reportage « Narcissime 2.0 » de l'émission Yourople sur Arte

### **Première vidéo (« Selfie, quelques chiffres ») :**

**Voix off du reporter :** - Le tout premier Selfie, c'est-à-dire le premier autoportrait photographique, a été réalisé par Robert Cornélius, un pionnier de la photo en 1839. Mais le boom des Selfies a démarré en 2007. Parce que c'est l'année où les premiers smartphones équipés d'un objectif frontal ont inondé le marché. On pouvait désormais se voir à l'écran, tout en se photographiant. Selon une enquête réalisée par Samsung, 30 % des photos prises par les jeunes sont maintenant des Selfies. 70 % des utilisateurs de smartphones européens se tirent régulièrement le portrait. Les femmes autant que les hommes. Les sociologues ont toutefois remarqué que les Selfies de femmes étaient généralement souriant, tandis que parfois les hommes ne regardent même pas l'objectif, histoire d'avoir l'air cool. Mais un Selfie n'est vraiment un Selfie qu'à partir du moment où on le poste sur les réseaux sociaux. Plus il obtient de « likes » et de « retweets », mieux c'est. Le Selfie le plus populaire est celui que l'acteur Bradley Cooper a réalisé l'an passé lors de la remise des Oscars, avec le smartphone de la maîtresse de la cérémonie, Ellen DeGeneres. Il a été retweeté plus de 3 millions de fois. Le mot Selfie lui-même a déjà obtenu un prix : en 2013 il a été élu mot de l'année par le dictionnaire anglais Oxford.

### **Deuxième vidéo (« Reportage en Italie »):**

**Voix off de la reporter :** -Voilà à quoi pourrait ressembler le Narcisse des temps modernes, amoureux de son propre reflet. Dans le miroir aux sur son téléphone portable. Il semble qu'il y ait un peu de narcissisme en chacun de nous. Où que l'on dirige le regard, comme ici à Rome, on ne voit que ça. Des hommes et des femmes à la recherche du Selfie parfait.

**Touriste 1 (femme anglosaxonne) :** - Voici un chef-d'œuvre

**Touriste 2 (homme et une femme) :** - Il faut une super vue à l'arrière-plan

**Touriste 3 (jeunes asiatiques) :** - Et choisir le bon angle

**Touriste 1 :** - C'est trop drôle

**Touriste 2 :** - Maintenant tu souris

**Touriste 1 :** - Regarder vous, pour être sûr que vous êtes belle

**Touriste 3 :** - Je prends mon profil gauche

**Touriste 1 :** - Et souriez

**Voix off de la reporter :** - Il faut donc faire bonne figure, il ne s'agit plus de photographier l'escalier de la place d'Espagne, le colisée, mais celui qui est devant

**Touriste 4 (jeune homme anglo-saxon) :** - Comme ça on peut montrer à nos proches ce qu'on est en train de faire.

**Touriste 1 :** - Ça vous permet d'être proche des gens qui sont loin

**Touriste 2 :** - C'est vrai qu'il y a un peu de frime. Mais c'est un beau souvenir.

**Touriste 3 :** - Ca prouve qu'on est bien là où on dit. Sur Instagram et sur Facebook.

**Voix off de la reporter :** - Et oui, car pour qu'un Selfie soit parfait, il doit être liké, et commenté par vos amis. C'est une accroche communicationnelle selon Ulla Autenrieth qui mène des recherches sur les Selfies à l'université de Bâle

**Ulla Autenrieth :** - Le Selfie traduit un besoin de communiquer. C'est de ça qu'il s'agit. On veut que les gens réagissent à notre photo, par des commentaires, une réponse, une autre photo ; n'importe. Ce qu'on veut, c'est échanger avec les autres.

**Voix off de la reporter :** - Des milliards de personnes éprouvent donc le besoin de communiquer dans le monde. Plus de 300 millions d'images souvent postées chaque jour, rien que sous le hastag « Selfie » sur Instagram. Des portraits de soi en vacances, ou dans la vie de tous les jours. Cela fait-il de nous des narcissiques toujours en quête de commentaires et de reconnaissance ?

**Ulla Autenrieth :** - Ce n'est pas parce qu'on se prend de temps en temps en photo qu'on est narcissique à un point maladif. Pourquoi ne pas l'interpréter comme une forme d'émancipation ? Je peux maintenant me prendre en photo moi-même, je peux communiquer avec le monde entier en postant ces photos sur le web. Je ne suis plus obligé de m'en remettre à des photographes, je ne suis plus non plus limitée en termes de diffusion. Je pourrais donc voir sa de façon très positive.

**Voix off de la reporter :** - Le besoin de s'immortaliser est vieux comme le monde. Jadis, ceux qui en avaient les moyens se faisaient peindre ou se plaignaient eux-mêmes, comme les grands peintres. Mais contrairement aux Selfies, ces autoportraits étaient l'apanage d'un très petit nombre de gens.

**Ulla Autenrieth :** - On observe donc une sorte de démocratisation de l'autoportrait. Ce n'est plus une question d'argent ou de possibilités de se faire prendre en photo.

**Voix off de la reporter :** - Aujourd'hui on peut communiquer comme on veut avec son autoportrait selon la façon dont on le publie. Les Selfies tout le monde peut en faire, tout le monde en fait. Mais est-ce toujours approprié ? En vogue actuellement, les Selfies aux enterrements, ou encore dans le camp de concentration d'Auschwitz.

**Ulla Autenrieth :** - Chacun a sa façon bien personnelle d'effectuer son travail de mémoire, son travail de deuil. Le Selfie peut-être une façon pour les jeunes d'aborder ces questions, d'en parler, d'échanger sur ces sujets là. C'est aussi une manière de transmettre l'histoire et évoquer certains thèmes. Chaque génération le fait à sa façon.

**Voix off de la reporter :** - Narcissique ou pas, le Selfie est finalement une mode du numérique parmi d'autres, qu'on est libre de suivre ou pas. Bientôt arrivera sûrement une nouvelle mode détrônera le Selfie. Peut-être quelque chose de complètement fou, comme le non-Selfie.



## Grille d'analyse des extraits du reportage « Narcissime 2.0 » de l'émission Yourople sur Arte

<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="http://info.arte.tv/fr/me-my-selfie-and-i-je-me-prends-en-photo#moscou">http://info.arte.tv/fr/me-my-selfie-and-i-je-me-prends-en-photo#moscou</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
Type de support/Canal médiatique	Télévision
Type de production	Emission
Producteur	Arte
Durée du reportage/émission	1 minutes 31 et 4 minutes 17 (extraits)
Titre donnée au reportage/émission	« Narcissime 2.0 »
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
Date de diffusion	28 février 2015
Lieu de diffusion	France
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
Intervenants/témoins	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une touriste qui semble être anglo-saxonne</li> <li>- Un touriste avec sa compagne</li> <li>- Un groupe de trois jeunes d'origine asiatique</li> <li>- Un jeune touriste qui semble être anglo-saxon</li> <li>- « Ulla Autenrieth, Sociologue, université de Bâle »</li> </ul>
Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Photographie d'apparence ancienne faisant figurer un portrait, insérée dans un graphisme la faisant figurer aux Etats-Unis, sur le drapeau américain</li> <li>- Graphisme représentant un téléphone portable vu de face qui fait figurer sur l'écran un utilisateur en train de se prendre en photo (on peut y distinguer le logo signifiant l'objectif frontal)</li> <li>- Graphisme faisant figurer plusieurs individus (hommes et femmes) répartis dans différents pays Européens, tous avec un bras levé en train de s'auto-photographier avec un appareil portable</li> <li>- A partir du plan, précédent, zoom sur le visage d'une femme puis sur celui d'un homme qui détourne le regard.</li> <li>- Apparition des logos des réseaux sociaux Instagram, Facebook et Twitter sur fond de carte européen, avec les symboles caractéristiques des « likes » et « retweets » propres à chaque réseaux social</li> <li>- Graphisme représentant un individu tendant au bout de ses mains un téléphone portable avec sr l'écran la photo prise par le groupe de célébrités leur de la cérémonie des oscars, suivi par un graphisme sur lequel est représenté une statuette des oscars, le chiffre « 3.000 000 » avec une multitude de symboles « likes » et « retweets » en arrière plan</li> <li>- Métaphore de la pratique du Selfie avec le mythe de Narcisse par la mise en scène d'un acteur se contemplant dans un « smartphone » géant</li> <li>- Plusieurs plans montrant des touristes qui se prennent en photo avec des perches à Selfie</li> <li>- La touriste anglo-saxonne se prenant en photo avec son téléphone portable lors de son témoignage</li> <li>- Une touriste, seule, se prenant en photo devant le Colisée avec son téléphone portable et à l'aide d'une perche à Selfie</li> <li>- Un jeune touriste se prenant en photo avec un téléphone portable au bout d'une perche à Selfie sur des escaliers</li> <li>- Deux jeunes filles reproduisant le même geste que les touristes cités précédemment</li> <li>- A nouveau deux jeunes filles, comme précédemment</li> <li>- Aperçu d'une tablette sur laquelle défile des autoportraits photographiques, puis plan sur deux autoportraits photographiques avec leur « likes » et commentaires sur Instagram</li> <li>- Plans laissant apercevoir un défilement de nombreux autoportraits photographiques répondant au hastag « selfie » sur Instagram</li> <li>- Aperçus d'autoportraits photographiques répondant au hastag « Auschwitzselfie »</li> <li>- Jeune fille se prenant en photo avec son téléphone portable avec un</li> </ul>

	photographe manipulant à appareil photo historique sur trépieds en arrière-plan
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux individus « ordinaires »</b>	32
<b>Nombres d'illustrations visuelles relatives aux célébrités</b>	1
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	- Tonalité explicative - Tonalité théâtrale - Tonalité positive, enjouée - Tonalité sérieuse - Tonalité ironique
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« Selfie », « autoportrait photographique »
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	« autoportrait photographique », « le portrait », « photos », « autoportrait »
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	« le boom », « ont inondé », « 30 % des photos prises par les jeunes sont maintenant des Selfies », « 70 % des utilisateurs de smartphones européens », « retweeté plus de 3 millions de fois », « obtenu un prix », « élu mot de l'année par le dictionnaire anglais Oxford », « Des milliards de personnes », « chaque jour »
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« Narcissime 2.0 », « les réseaux sociaux », « likes », « retweets », « retweeté », « Instagram », « Facebook », « le web », « une mode du numérique »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	« smartphones », « objectif frontal », « l'écran »
<b>Termes comparant la pratique du Selfie avec une autre/ indiquant qu'elle n'est pas nouvelle</b>	« premier autoportrait photographique a été réalisé par Robert Cornélius, un pionnier de la photo en 1839 », « Le besoin de s'immortaliser est vieux comme le monde », « Jadis », « se faisaient peindre ou se plaignaient eux-mêmes, comme les grands peintres », « ces autoportraits étaient l'apanage d'un très petit nombre de gens »
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	C. « avoir l'air cool », « on le poste sur les réseaux sociaux », « Il faut une super vue à l'arrière-plan », « Maintenant tu souris », « Regarder vous, pour être sûr que vous êtes belle », « souriez », « faire bonne figure », « il ne s'agit plus de photographier l'escalier de la place d'Espagne, le colisée, mais celui qui est devant », « montrer à nos proches ce qu'on est en train de faire », « permet d'être proche des gens qui sont loin », « Ca prouve qu'on est bien là où on dit », « il doit être liké, et commenté par vos amis »
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« chef d'œuvre », « C'est trop drôle », « c'est un beau souvenir », « un peu de frime », « une accroche communicationnelle », « un besoin de communiquer », « une manière de transmettre l'histoire et évoquer certains thèmes », « Narcissique ou pas », « fou », « positive », « démocratisation de l'autoportrait »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	« les Selfies aux enterrements », « dans le camp de concentration d'Auschwitz », « portraits de soi en vacances », « dans la vie de tous les jours »
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« les jeunes » (x2), « utilisateurs de smartphones européens », « Les femmes », « les hommes », « l'acteur Bradley Cooper », « le Narcisse des temps modernes », « narcissiques toujours en quête de commentaires et de reconnaissance », « des hommes et des femmes à la recherche du Selfie parfait », « tout le monde »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	« likes », « retweets », « retweeté », « liké », « commenté »
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	« poste », « postant », « communiquer », « parler », « échanger », « diffusion »
<b>Termes renvoyant aux enjeux</b>	« effectuer son travail de mémoire, son travail de deuil »

<b>économiques (ou autres) du Selfie</b>	
<b>Interprétations générales</b>	<p>Dans la première vidéo, la conjonction des chiffres, de la multiplication des symboles signifiant les partages et « likes », et les bruits d'une foule qui accompagne la définition du Selfie, fait apparaître ce dernier comme un phénomène de masse. Toutefois le reportage met l'accent sur le fait qu'il s'agit d'une pratique relevant de celle du portrait et de l'autoportrait et n'est donc pas nouvelle. La question des apparences et du narcissisme sont présentes à plusieurs reprises (dans les premières explications sur le Slefie, le discours de la reporter et la mise en scène visuelle), mais sans jamais toutefois apparaître comme quelque chose de « mal » (la tonalité n'est jamais négative) ; et elle est nuancée par l'intervention des témoins qui mettent en avant une pratique à visée communicationnelle, le Selfie servant de signe pour échanger avec les proches ou attester de la présence dans un lieu (au même titre qu'une carte postale). De même, la sociologue vient connoter positivement le Selfie. Si certaines pratiques du Selfie semblent immorales, la sociologue en fait ressortir des enjeux en lien avec le travail de mémoire, le débat sur des sujets sensibles de l'Histoire. Le Selfie corrèle avec le « Web 2.0 » - le titre même de l'émission y fait référence - et de nombreux termes le rattachent à l'essor des nouvelles technologies de communication.</p>

## D. Annexe 3 : Retranscriptions et grilles d'analyse des discours médiatiques

### Retranscription des premières scènes et du premier chapitre « The blind date » du court-métrage MySpace The movie (0:00- 4:14)

**Boy A:** - Ma, close the door! Close the door!

\*\*\*

**Mikey:** - I love that

**Dave:** - Oh, I gotta show you a really really hot girl on MySpace

**Mikey:** - Let's do it!

**Dave:** - Look, huh!

**Mikey:** - Hoho!

**Dave:** - Yeah!

**Mikey:** - Who is this?

**Dave:** - Her name is Yeta

**Mikey:** - Yeta

**Dave:** - She is Eastern European

**Mikey:** - I like it

**Dave:** - I've been talking to her online

**Mikey:** - Hmm hmm

**Dave:** - She is beautiful. Look at this

**Mikey:** - Keep going, keep going

**Dave:** - Hmm hm. Look at that one.

**Mikey:** - Okay, alright, I can see it.

**Dave:** - Great day, great day

**Mikey:** - Now give me another

**Dave:** - Ahh. Oh man

**Mikey:** - Yeta's got the angles

**Dave:** - The what?

**Mikey:** - She's got the angles. The Myspace Angles. All the ugly chicks on MySpace have'em.

**Dave:** - Dude, Yeta is hot, okay!

**Mikey:** - This is Yeti, not Yeta, okay.

**Dave:** - Yeti?!

**Mikey:** - Yeti! And she's got the angles. It's only shot of a face, shot of a butt, shot of a thigh. There's no full picture.

**Dave:** - Yeta is hot okay!

**Mikey:** - Yeti is hot!

**Dave:** - You're just jealous

**Mikey:** - Of the Yeti? I don't think so.

**Dave:** - She is calling right now.

**Mikey:** - Pick it up

**Dave:** - Hello

**Yeta:** - *Grunts*

**Dave:** - Ho, hey, what's going on Yeta? Yeah. Oh you sound a bit different

### Traduction proposée :

**Garçon A:** - Mam, ferme la porte ! Ferme la porte !

\*\*\*

**Mikey :** - J'adore ça

**Dave :** - Oh, je dois te montrer une fille super super sexy sur MySpace

**Mikey :** - Vas-y !

**Dave:** - Regarde, huh !

**Mikey:** - Hoho !

**Dave:** - Yeah!

**Mikey :** - C'est qui ?

**Dave :** - Son nom est Yeta

**Mikey :** - Yeta

**Dave :** - Elle est de l'Europe de l'Est

**Mikey :** - J'aime ça

**Dave :** - Je lui ai parlé en ligne

**Mikey :** - Hmm hmm

**Dave:** - Elle est magnifique. Regarde ça

**Mikey :** - Continue, continue

**Dave :** - Hmm hm. Regarde celle-là

**Mikey :** - Okay, d'accord. Je peux le voir

**Dave :** - Super journée, super journée

**Mikey :** - Maintenant donne en moi une autre

**Dave :** - Ahh. Oh mon pote

**Mikey :** - Yeta a « les angles »

**Dave :** - Les quoi ?

**Mikey :** - Elle a les angles. Les angles MySpace.

Toutes les filles moches sur MySpace en ont

**Dave :** - Mec, Yeta est sexy okay !

**Mikey :** - C'est Yeti, pas Yeta, okay

**Dave:** - Yeti?!

**Mikey:** - Yeti! Et elle a les angles. C'est seulement

la photo d'un visage, la photo de fesses, la photo

d'une jambe. Il n'y a pas de photo en entière

**Dave :** - Yeta est sexy okay !

**Mikey:** - Yeti est sexy !

**Dave :** - Tu es juste jaloux

**Mikey :** - Du Yeti ? Je ne crois pas non.

**Dave :** - Elle est en train d'appeler là

**Mikey :** - Décroche

**Dave :** - Allô ?

**Yeta :** - *Grognements*

**Dave :** - Ho, hey, qu'est-ce qu'il se passe Yeta ? Oh tu as l'air un peu différente

**Yeta:** - *Grunts*  
**Dave:** - Oh, a date? At seven thirty?  
 Yes, I'd love to go on date with you at seven thirty.  
 Alright then, great. I will see you then. Alright, by-  
 bye.  
**Yeta:** - *Grunts*  
**Dave:** - Jesus, so I have a date with her, at seven  
 thirty.  
**Mikey:** - And I'm coming to protect you from her,  
 at seven thirty.  
**Dave:** - Fine.  
**Mikey:** - Fine!  
**Dave:** - You're gonna see how hot she is.  
 \*\*\*  
**Dave:** - Alright Mikey, here we are. You're ready to  
 find Yeta?  
**Mikey:** - Yeah, if we were on the woods.  
**Dave:** - She's not a yeti, man. Her name is Yeta, it's  
 Eastern European  
**Mikey:** - Eastern European for a yeti  
**Girl A:** - Hey. Are you Dave?  
**Dave:** - Yeah! Are you Yeta?  
**Girl A:** - No. That girl at the bar wants to talk to you  
**Yeta:** - *Shouts and grunts*  
**Dave:** - Oh god !  
**Yeta:** - *Shouts and grunts*  
**Dave:** - What is it?  
**Mikey:** - The yeti !  
**Yeta:** - *Animal grunts*  
**Yeta:** - You must be Dave I recognize you from the  
 pictures. And your friend oh god is so sexy. Do you  
 wanna see the angry beaver? Do you wanna feel the  
 angry beaver? Do you like the way I touch you?  
**Dave:** - No! (*tears*)  
**Yeta:** - Do you like the way I touch you? Do you  
 wanna see something I haven't shown anyone  
 before?  
 \*\*\*  
**Yeta:** - Better slow down there sailor, you got a lot  
 of open water to cover  
**Dave:** - Oh god!  
**Mikey:** - What are you doing Dave?  
**Yeta:** - He knows what he's doing, leave him alone.  
 Just keep drinking.  
**Dave:** - Oh god, the yeti!

Traduction proposée :

**Yeta :** - *Grognements*  
**Dave :** - Oh, un rendez-vous ? A 19h30 ? Oui,  
 j'adorerais aller à un rendez-vous à 19h30. Très  
 bien, super. Bien, salut.  
**Yeta :** - *Grognements*  
**Dave :** - Oh mon dieu, j'ai donc un rendez-vous  
 avec elle à 19h30  
**Mikey :** - Et je viens te protéger d'elle, à 19h30  
**Dave :** - Très bien.  
**Mikey :** - Très bien!  
**Dave:** - Tu vas voir comment elle est sexy.  
 \*\*\*  
**Dave:** - Okay Mikey, on est arrivé. T'es prêt à  
 trouver Yeta ?  
**Mikey :** - Ouais, si on était dans les bois.  
**Dave :** - Elle n'est pas un yéti mec ! Son nom est  
 Yeta, c'est de l'Europe de l'Est.  
**Mikey :** - Europe de l'Est pour un yéti.  
**Fille A :** -Hey. Tu es Dave ?  
**Dave :** - Oui, es-tu Yeta ?  
**Fille A :** -Non. La fille au bar veut te parler.  
**Yeta :** - *Cris et grognements*  
**Dave :** - Oh mon dieu !  
**Yeta :** - *Cris et grognements*  
**Dave :** - Qu'est-ce que c'est ?  
**Mikey :** - Le yéti !  
**Yeta :** - *Grognements d'animaux*  
**Yeta :** - Tu dois être Dave, je te reconnais des  
 photos. Et ton ami, mon dieu, il est sexy ! Est-ce  
 que vous voulez voir un castor en colère ? Est-ce  
 que tu veux sentir le castor en colère ? Est-ce que tu  
 aimes la façon dont je te touche ?  
**Dave :** - Non ! (*sanglots*)  
**Yeta :** - Est-ce que tu aimes la façon dont je te  
 touche ? Tu veux voir quelque chose que personne  
 n'a jamais vu avant ?  
 \*\*\*  
**Yeta:** - Tu ferais mieux de ralentir là, capitaine, tu  
 as encore un long chemin à parcourir  
**Dave :** - Oh mon dieu !  
**Mikey :** - Qu'est-ce que tu es en train de faire  
 Dave ?  
**Yeta :** - Il sait ce qu'il fait, laisse le tranquille.  
 Continue de boire.  
**Dave :** - Oh mon dieu, le yéti !

Grille d'analyse des premières scènes et du premier chapitre « The blind date » du court-métrage MySpace The movie (0:00- 4:14)

<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&amp;v=AAh6WwKILfk">https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&amp;v=AAh6WwKILfk</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
<b>Type de support/Canal médiatique</b>	Internet
<b>Type de production</b>	Court-métrage (nous analysons ici seulement un extrait)
<b>Créateur/Producteur</b>	David Lehre
<b>Durée de la production</b>	- 11 minutes 17 - 4 minutes 14 (extrait de 0:00 à 4:14)
<b>Titre de la production</b>	MySpace The movie
<b>Lieu de production</b>	Etats-Unis
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
<b>Date de diffusion</b>	Février 2006
<b>Plateforme de diffusion</b>	Youtube
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
<b>Protagonistes</b>	- Un jeune et sa mère (dans la première scène d'introduction) - 4 jeunes dont deux garçons (qui sont les principaux protagonistes), une fille ; et un garçon déguisé en fille
<b>Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie</b>	Toute la première scène met en avant la pratique du Selfie : - un adolescent est dans sa salle de bain, en train de se coiffer, puis il se prend en photo à l'aide d'un appareil photo numérique maintenu au dessus de sa tête. Il a la tête penchée sur le côté. Puis il se prend à nouveau en photo mais en plaçant l'appareil photo en contre-plongée au niveau de ses jambes et en remontant son t-shirt - Après s'être coiffé en mettant ses cheveux dressés sur la tête, il se prend à photo, en imitant une pose de mannequin (la main derrière la tête, la bouche entre-ouverte) - L'adolescent prend une quatrième photo en se penchant en arrière, en tenant l'appareil au dessus de lui et il soulève son t-shirt de l'autre main. Cette fois il détourne la tête de l'objectif. Puis il refait la même photo en contre-plongée que précédemment, mais sans soulever le t-shirt - Enfin, il se déshabille totalement (il garde son caleçon), s'allonge sur le lavabo, les jambes en l'air et se prend en photo La deuxième scène met en avant la pratique du Selfie à travers des photos qui sont montrées sur l'ordinateur - Aperçu d'un autoportrait photographique montrant une fille en contre-plongée (on aperçoit son buste à partir des hanches) ; un autre représentant une fille en maillot-de-bain, une photo cadrant des lèvres ; un autoportrait photographique retouché en bleu et faisant figurer des étoiles ; un autre autoportrait retouché - Plusieurs plans à la suite montrent tour à tour des photos cadrant un visage, des fesses, une jambe
<b>Représentations visuelles caractérisant les producteurs de Selfies</b>	- La scène d'introduction met en scène un adolescent qui cherche à produire des photos le mettant en valeur - Sur les autoportraits photographiques que l'on aperçoit figurent des filles
<b>Accompagnements sonores de la mise en scène du Selfie</b>	La musique de la première scène est de la pop rock' qui rappelle les groupes de rock composés de jeunes chanteurs et musiciens (boy's band) Une musique pop rock' douce accompagne la scène pendant laquelle deux jeunes regardent les photos d'une fille sur Internet
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	- Tonalité humoristique - Tonalité caricaturale dans les premières scènes, quand l'adolescent se met dans une position extravagante pour se prendre en photo

<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	« les angles » (x2), « les angles MySpace »
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	
<b>Termes comparant la pratique du Selfie à une pratique antérieure</b>	
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	«MySpace »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	« la photo d'un visage », « la photo de fesses », « la photo d'une jambe », « Il n'y a pas de photo en entière »
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« les filles moches sur MySpace »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	« la photo d'un visage », « la photo de fesses », « la photo d'une jambe »,
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« une fille super super sexy sur MySpace », « les filles moches sur MySpace »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	« parlé en ligne »
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	« un rendez-vous »
<b>Interprétations générales</b>	<p>Le Selfie s'appelle ici « les angles MySpace » ou « the MySpace angles » en anglais. Ce sont les adolescents qui en font pour les poster sur le réseau social MySpace, afin de faire des rencontres amoureuses, de susciter l'attention. Ceux qui produisent ces autoportraits photographiques sont des jeunes, des adolescents qui semblent très portés sur l'image qu'ils donnent d'eux-mêmes. Le court-métrage met plus particulièrement en avant les filles « moches » qui apparaissent « sexy » selon la façon, l'angle sous lequel elles se photographient. C'est donc la question de la beauté et des apparences qui est soulevée avec cette question ; et de la tromperie que peuvent engendrer ces photos.</p> <p>Cette pratique est « dénoncée » de façon humoristique et ne remet pas en cause les usages du réseau social MySpace. « Les angles MySpace » ne sont pas pris avec un téléphone portable (ce n'est pas signifié), mais avec un appareil photo numérique.</p>

## Paroles de la chanson #Selfie de The Chainsmokers

When Jason was at the table  
I kept on seeing him look at me while he was with  
that other girl  
Do you think he was just doing that to make me  
jealous?  
Because he was totally texting me all night last night  
And I don't know if it's a booty call or not  
So what? What do you think?  
Did you think that girl was pretty?  
How did that girl even get in here?  
Do you see her?  
She's so short and that dress is so tacky  
Who wears Cheetah?  
It's not even summer, why does the DJ keep on  
playing  
"Summertime Sadness"?  
After we go to the bathroom, can we go smoke a  
cigarette?  
I really need one  
But first,  
Let me take a Selfie (x2)

Can you guys help me pick a filter?  
I don't know if I should go with XX Pro or Valencia  
I wanna look tan  
What should my caption be?  
I want it to be clever  
How about "Livin' with my bitches, hashtag "LIVE"  
I only got 10 likes in the last 5 minutes  
Do you think I should take it down?  
Let me take another Selfie  
Selfie (x2)  
Let me take a Selfie

Who wants to be in The Chainsmokers music video?

Wait, pause, Jason just liked my Selfie  
What a creep  
Is that guy sleeping over there?  
Yeah, the one next to the girl with no shoes on  
That's so ratchet  
That girl is such a fake model  
She definitely bought all her Instagram followers  
Who goes out on Mondays?  
OK, let's go take some shots  
Oh no, ugh I feel like I'm gonna throw up  
Oh wait, never mind I'm fine  
Let's go dance  
There's no vodka at this table  
Do you know anyone else here?  
Oh my God, Jason just texted me  
Should I go home with him?  
I guess I took a good Selfie

Selfie (x8)  
Let me take a selfie (x3)

Source:

[http://www.paroles-musique.com/traduction-The\\_Chainsmokers-SELFIE-lyrics.t167427#ZScqopYuwCOGmuDg.99](http://www.paroles-musique.com/traduction-The_Chainsmokers-SELFIE-lyrics.t167427#ZScqopYuwCOGmuDg.99)

## Traduction proposée :

Quand Jason était à la table  
J'ai pas arrêté de le voir me regarder pendant qu'il  
était avec cette autre fille  
Est ce que tu penses qu'il faisait ça uniquement pour  
me rendre jalouse?  
Parce qu'il faisait que de m'envoyer des messages  
toute la nuit la nuit dernière  
Et je ne sais pas si c'est un plan cul ou pas  
Alors... qu'est ce que tu en penses?  
Tu ne trouves pas que cette fille était jolie?  
Comment est ce que cette fille s'est retrouvée là?  
Tu l'as vue?  
Elle est si petite et cette robe est tellement kitsch  
Qui porte de l'imprimé?  
Ce n'est même pas encore l'été, pourquoi le DJ  
continue de mettre "Summertime Sadness"?  
Après être allé aux toilettes, on peut aller fumer une  
clope?  
J'en ai vraiment besoin d'une  
Mais avant,  
Laisse moi prendre un selfie

Pouvez-vous m'aider à choisir un filtre?  
Je ne sais pas si je devrais prendre XX Pro ou  
Valencia  
Je veux paraître bronzée  
Qu'est ce que ma légende va être  
Je veux qu'elle soit intelligente  
Que diriez vous de "En train de profiter avec les  
meufs, hashtag « CARPE DIEM »  
J'ai seulement eu 10 likes ces 5 dernières minutes  
Est ce que tu penses que je devrais l'enlever?  
Selfie (répétés 2 fois)  
Laisse moi prendre un autre selfie

Qui veut être dans le clip vidéo des Chainsmokers ?

Attends, pause, Jason vient juste de liker mon Selfie  
Quel sale type  
Est ce que ce gars est en train de dormir là bas?  
Oui, celui à côté de la fille sans chaussure  
C'est tellement dégueu'  
Cette fille n'est sûrement pas un vrai mannequin !  
C'est sûr, elle a acheté tous ces followers Instagram  
Qui sort les lundis?  
OK, allons prendre quelques shots  
Oh non, ugh je sens que je vais vomir  
Oh attend, peu importe je vais bien  
Allons danser  
Il n'y a pas de vodka à cette table  
Vous connaissez quelqu'un d'autre ici?  
Oh mon dieu, Jason vient juste de m'envoyer un  
message  
Est ce que je devrais aller chez lui?  
Je suppose que j'ai pris un bon selfie

Selfie (répété 8 fois)

Laisse moi prendre un selfie (répété 3 fois)



<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=kdemFfbS5H0">https://www.youtube.com/watch?v=kdemFfbS5H0</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
Type de support/Canal médiatique	Internet
Type de production	Clip musical
Créateur/Producteur	The Chainsmokers
Durée de la production	3 minutes 40
Titre de la production	« #Selfie »
Lieu de production	Etats-Unis
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
Date de diffusion	29 janvier 2014
Plateforme de diffusion	Youtube
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
Protagonistes	Deux jeunes femmes en boîte de nuit qui se contemplent dans le miroir des toilettes
Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les deux protagonistes se prennent chacune elles-mêmes en photo avec leur propre téléphone portable à plusieurs reprises, dans les toilettes d'une boîte de nuit</li> <li>- De nombreux autoportraits photographiques et des autoportraits-vidéo apparaissent durant tout le clip vidéo. Un signe graphique textuel « Qui veut être dans le clip vidéo des Chainsmokers ? » indique que ces photos ont été fournies par les personnes présentes dans la boîte de nuit et probablement d'autres Internautes</li> </ul>
Représentations visuelles caractérisant les producteurs de Selfies	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les deux protagonistes principaux qui se prennent en photo avec leurs téléphones portable semblent obnubilés par leurs apparences: elles se passent la main dans leurs cheveux à de nombreuses reprises, ne se regardent jamais entre elles mais toujours dans le miroir - que l'on devine être devant elles. Elles sont très maquillées (rouge à lèvres rose et rouge) et apparaissent dans différentes tenues</li> <li>- Les photos des Internautes apparaissent sur fond de boîte de nuit</li> <li>- Les individus représentés sur les autoportraits photographiques et vidéo sont pour la plupart des jeunes (garçons et filles) mais on reconnaît également quelques célébrités (Snoop Dogg, David Hasselhoff, Dark Vador), des adultes, et nous pouvons apercevoir des autoportraits photographiques de chiens. Beaucoup de jeunes sont représentés déguisés (en Mère Noël, avec des perruques, moustaches de chat, une corne de licorne, du sang etc.) montrant des expressions du visage très diverses (étonnement, joie, la langue tirée, amusement etc.). Ils apparaissent seuls ou en groupe.</li> <li>- Une vidéo d'un homme déguisé avec des collants multicolores et dansant apparaît furtivement en fond d'écran.</li> </ul>
Accompagnements sonores de la mise en scène du Selfie	Musique électronique que l'on retrouve dans les boîtes de nuit
Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tonalité caricaturale (avec les deux protagonistes principaux, qui par la répétition de leurs gestuelles à outrance semblent surjouer les jeunes filles narcissiques)</li> <li>- Tonalité humoristique voire de l'autodérision (avec les photos des personnes déguisées, les plans montrant David Hasselhoff répéter « let me take a Selfie » avec une voix déformée ou en train de se filmer lui-même) ; de second degré (autoportraits photographiques de chiens, de Dark Vador ; déguisement loufoques)</li> </ul>
<b>4. Analyse lexicale</b>	
Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »	« Selfie »
Termes utilisés à la place du mot « Selfie »	
Termes qui donnent une dimension massive au Selfie	Le mot « Selfie » est répété 19 fois en 3 minutes
Termes comparant la pratique du Selfie	

à une pratique antérieure	
Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »	« # », « hashtag », « un filtre », « likes », « followers », « Instagram »
Termes relevant du champ lexical de la technique	
Termes décrivant la pratique du Selfie	« Qu'est ce que ma légende va être », « Jason vient juste de liker mon Selfie »
Termes qualifiant la pratique du Selfie	« J'ai seulement eu 10 likes », « Je veux paraître bronzée », « Je veux qu'elle soit intelligente »
Termes faisant apparaître une typologie des Selfies	
Termes désignant les producteurs de Selfie	
Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie	« likes », « liker », « un message »
Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie	« envoyer »
Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie	« Jason vient juste de m'envoyer un message », « Est ce que je devrais aller chez lui? »
Interprétations générales	<p>Dans ce clip musical, la pratique du Selfie est associée au milieu festif et des jeunes de façon générale ; et elle s'exerce sur les réseaux sociaux. Le titre même, en faisant figurer un « # » nous le signale car il évoque les hastags accolés aux mots-clés définis par les utilisateurs des réseaux sociaux comme Twitter et Instagram. Des célébrités contribuent à rendre cette pratique « cool » comme nous l'indique la tonalité humoristique qui les met en scène.</p> <p>De façon ironique, le Selfie est associé aux filles qui sont superficielles et qui recherchent l'attention des autres par le biais des réseaux sociaux. Le Selfie permettrait ainsi de favoriser les jeux de flirts et les rencontres.</p> <p>La pratique du Selfie n'est pas à prendre au sérieux, mais elle entre dans le cadre de l'amusement. Il faut la prendre au second degré.</p>

### Retranscription de la bande annonce de la série Selfie

**Eliza (voice-off):** I'm Eliza Dooley. I wasn't always this fab. I used to be « Butt ugly », but I blew up my curls and pushed up the girls. Trading likes for likes and I was Instafamous. My co-workers, like, love me.

**Eliza:** - Got the upgrade sluts. Don't be jelly, Linda

**Eliza (voice-off):** And I just hooked up with this really hot guy from work. Just happens to be...

**Henry:** - Married isn't he?

**Man 2:** - She hasn't picked up on that yet.

**Eliza (voice-off):** O.M.G, I think I'm gonna hurl. Wait, pause. Does that seriously just hapened? Hastag « mortified ».

\*\*\*

#### Traduction proposée :

**Eliza (voix off):** Je suis Eliza Dooley. Je n'ai pas toujours été cette fille géniale. J'avais l'habitude d'être « Super Moche », mais j'ai lissé mes frisettes et remonté mon balcon. Echange de likes contre likes et j'étais Instaconnue. Mes collègues, genre, ils m'adorent.

**Eliza:** - Je suis surclassée les meufs. Ne sois pas jalouse Linda.

**Eliza (voice-off):** Et je commençais juste à sortir avec ce mec très sexy du boulot. Qui se révéla être....

**Henry:** - marié n'est-ce pas?

**Man 2 :** - Elle n'a pas encore réalisé ce détail.

**Eliza (voix off):** Oh mon dieu, je pense que je vais vomir. Attendez, pause. Est-ce que ça vient vraiment de se passer ? Hastag « mortifiée ».

\*\*\*

**Eliza (voice-off):** This is Henry Higgs. He is like totally boring but he is a mad genius at his job and stuff. He took a product that causes satanic hallucinations and made it cool again. And now he is gonna totally My Fair Lady meets you.

**Eliza:** - I recently came to my attention that I have poor instincts, a weak stomach, no real friends and...

**Henry:** - Your sexual morals?

**Eliza:** - Have we met?

**Henry:** - Eliza, I'm sure you're aware that is possible to be beautiful on the outside and still... but on the inside.

**Eliza:** - Like Gwineth Paltrow

**Henry:** - Okay, you need to go

**Eliza:** - No, please. I know you don't like me. Change me.

**Henry:** - I don't like you. But I can change you.

\*\*\*

**Henry:** - You do anything and everything I say, even if it seems unorthodox.

**Eliza:** - Totally. Just no backdoors

**Henry:** - Okay, that, that's... Just go by your day as you normally do.

**Receptionist:** - Good morning, how are you?

**Henry:** - How are you?

**Eliza:** - How are you?

**Receptionist:** - Gooood

\*\*\*

**Henry:** - Change your packaging

**Eliza:** -He is unreal.

**Henry:** - Just soften your palette, like you transform this vapid social media obsess narcissist into a woman of statue.

**Girl 1:** - Rah-rah-rah ahah

**Girl2:** - Roma, roma –ma –ma

**Eliza:** - Gaga, ouh lala

**Girl 3:** - Want your bad romance

**Eliza:** - I have to say, I was coming along pretty nicely...

\*\*\*

**Eliza (voix off):** Voici Henry Higgs. Il est genre complètement ennuyeux, mais c'est un génie fou de son job et tout. Il a pris un produit qui donne des hallucinations sataniques et l'a rendu cool à nouveau. Et maintenant il va me transformer à la My Fair Lady.

**Eliza:** - J'ai récemment réalisé que j'avais de pauvres instincts, un estomac fragile, pas de véritables amis et...

**Henry:** - Tes mœurs sexuelles?

**Eliza:** - On s'est déjà rencontrés?

**Henry:** - Eliza, je suis sûr que tu sais que c'est possible d'être belle de l'extérieur et toujours... mais aussi de l'intérieur.

**Eliza:** - Like Gwineth Paltrow

**Henry:** - Okay, tu dois partir.

**Eliza:** - Non, s'il te plait. Je sais que tu ne m'aimes pas. Change moi.

**Henry:** - Je ne t'aime pas. Mais je peux te changer.

\*\*\*

**Henry:** - Tu fais absolument tout de ce que je dis, même si ça à l'air pas très orthodoxe.

**Eliza:** - Complètement, pas de porte de sortie.

**Henry:** - Okay, c'est, c'est... Fais ta journée comme tu la fais d'habitude.

**La réceptionniste:** - Bonjour, comment allez-vous ?

**Henry:** - Comment allez vous?

**Eliza:** - Comment allez vous?

**La réceptionniste:** - Biiiiien

\*\*\*

**Henry:** - Change l'emballage

**Eliza:** -Il est irréal.

**Henry:** - Atténue juste ta palette de couleurs, genre tu transformes cette fade obsédée narcissique des réseaux sociaux en une femme de statue.

**Girl 1:** - Rah-rah-rah ahah

**Girl2:** - Roma, roma –ma –ma

**Eliza:** - Gaga, ouh lala

**Girl 3:** - Want your bad romance

**Eliza:** - Je dois dire, j'étais de bonne volonté...

\*\*\*

**Henry:** - Do you know the first thing about this woman?  
Do you even know her name?

**Receptionist:** - Shh..

**Eliza:** ...

**Henry:** - Charmonique

**Eliza:** - In my defense: that's not her real name.

**Henry:** - The thing you're most confused by is...

**Eliza:** - Plus size skinny jeans. It's like...why

**Eliza (voice-off):** - I guess the moral of the story is being friended isn't the same than having friends.

**Eliza:** - When I was sick, no one called to see if I was ok

**Eliza (voice-off):** And that sometimes, if you want to capture the moment...

**Henry:** - No Eliza don't. You think that you're getting it? You are in fact missing it.

**Eliza (voice-off):** - You have to, like, leave it

Eliza: - I think I should tell you pal, you get it!

**Henry:** - Whatever you're doing you miss it.

\*\*\*

**Receptionist:** - The man is working. Oh yeah

\*\*\*

**Henry:** - No!

**Eliza:** - Haha

**Henry:** - That is exactly the thing you need to work on

**Eliza:** - I'm sorry. You're right I'll work on that, I swear.

**Henry:** - Ouch. Okay, that's on tomorrow's list.

\*\*\*

**Henry:** - Wouahou. Is it something funny?

**Eliza:** - Just call me beautiful.

**Henry:** - I absolutely did.

**Eliza:** - You indirectly did.

**Henry:** - Est-ce que tu connais la première chose au sujet de cette femme? Est-ce qu'au moins, tu connais son nom ?

**La réceptionniste:** - Chh..

**Eliza:** ...

**Henry:** - Charmonique

**Eliza:** - Pour ma défense: ce n'est pas son vrai nom.

**Henry:** - La chose qui te désoriente le plus...

**Eliza:** - Les jeans slim taille L et XL. C'est genre...pourquoi ?

**Eliza (voix off):** Je suppose que la morale de l'histoire est qu'être ajouté en ami n'est pas la même chose que d'avoir des amis.

**Eliza:** - Quand j'étais malade, personne n'a appelé pour voir si j'allais bien.

**Eliza (voix off):** Et que parfois, si vous voulez saisir le moment...

**Henry:** - Non Eliza, ne le fais pas. Tu penses que tu es en train de l'avoir? En fait, tu es en train de le rater.

**Eliza (voix off):** -Tu dois genre, laisser aller

**Eliza:** - Je pense que je devrais te dire mon pote, tu l'as eu!

**Henry:** - Quoique tu fasses, tu le rates.

\*\*\*

**La réceptionniste:** - L'homme est à l'œuvre. Oh oui !

\*\*\*

**Henry:** - Non!

**Eliza:** - Haha

**Henry:** - C'est exactement la chose sur laquelle tu dois travailler

**Eliza:** - Je suis désolée. Tu as raison, je vais travailler dessus, Je le promets.

**Henry:** - Ouch. Okay, c'est sur la liste de demain

\*\*\*

**Henry:** - Wouahou. Est-ce qu'il y a quelque chose de marrant ?

**Eliza:** - Appelle-moi juste Beauté

**Henry:** - Parfaitement, je l'ai fait.

**Eliza:** - Tu l'as déjà fait indirectement.

## Grille d'analyse de la bande annonce de la série Selfie

Vidéo disponible sur : <a href="https://www.youtube.com/watch?v=7qJAPLypDnE">https://www.youtube.com/watch?v=7qJAPLypDnE</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
Type de support/Canal médiatique	Télévision
Type de production	Série (nous analysons ici seulement la bande-annonce)
Créateur /Producteur	- Piece of Pie Productions - Warner Bros. Television <sup>1</sup>
Durée de la production	- 13 épisodes de 22 minutes - 3 minutes 11 (durée de la bande annonce)
Titre de la production	« #Selfie »
Lieu de production	Etats-Unis
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
Date de diffusion	La série est diffusée à la télévision depuis le 30 septembre 2014 La bande annonce est en ligne depuis mai 2014
Lieu de diffusion	- Chaîne abc, Etats-Unis - La bande-annonce est diffusée sur Youtube
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
Protagonistes	- Eliza Dooley, jeune femme semblant obsédée par son apparence - Un entrepreneur qui va coacher Eliza Dooley - Une réceptionniste de l'entreprise dans laquelle travaille Eliza Dooley (nous le supposons)
Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie	- Le personnage principal se prend en photo avec son téléphone portable en se regardant dans le miroir - Un autoportrait photographique mis en forme sur son profil Instagram apparaît quand elle monte dans un avion - Une deuxième photo du même type que la précédente apparaît - Eliza s'apprête à se prendre elle et « son coach » en photo avec son téléphone portable lorsqu'ils sont sous la pluie - Des graphiques textuels viennent ajouter des interprétations à certaines scènes. Le hastagh accolé aux mots indique qu'il s'agit des mêmes commentaires que ce que l'on retrouve sur les réseaux sociaux - Aperçu nombreux autoportraits photographiques du personnage principal, associés à ses réseaux sociaux, avec des symboles graphiques représentant les « likes » propres à chaque réseau social, et des graphiques textuels signifiant des commentaires avec les hastagh
Représentations visuelles caractérisant les producteurs de Selfies	Eliza Dooley, le personnage principal, semble complètement obsédée par son apparence (elle se regarde dans la glace en se prenant en photo avec son téléphone portable en faisant différentes mimiques comme le feraient des tops models ; elle apparaît toujours très maquillée, habillée comme si elle allait en soirée) ; et illustre tous les faits et gestes de son quotidien par des Selfies sur les réseaux sociaux (un autoportrait photographique mis en forme sur son profil Instagram apparaît quand elle monte dans un avion, le même type de photographie réapparaît quand les sacs de vomis qu'elle tient dans les mains craquent ; des photographies d'elle en gifs animés sur une plateforme qui rappelle Tumblr la mettent en scène pour s'illustrer sa « dépression » ; des plans à la fin de la bande-annonce laissent apercevoir les nombreux autoportraits photographiques qu'elle met sur ses réseaux sociaux et sa page personnelle Facebook qui a un autoportrait photographique en gros plan sur son visage pour la photo de couverture)
Accompagnements sonores de la mise en scène du Selfie	- Musique électro dont les paroles reprennent le mot « Selfie »
Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie	- Tonalité humoristique - Tonalité caricaturale

<sup>1</sup> Source : <http://www.imdb.com/title/tt3549044/>

	- Tonalité romantique
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« Selfie » (dans le titre)
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	
<b>Termes comparant la pratique du Selfie à une pratique antérieure</b>	
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« likes» (x2), « Instaconnue », « Hastag », « réseaux sociaux », « ajouté en ami »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« Tu penses que tu es en train de l'avoir? En fait, tu es en train de le rater »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« Instaconnue », « fade obsédée narcissique des réseaux sociaux », « emballage »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	« Echange de likes contre likes »
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	- « parfois, si vous voulez saisir le moment [...] Tu dois genre, laisser aller» - « la morale de l'histoire est qu'être ajouté en ami n'est pas la même chose que d'avoir des amis »
<b>Interprétations générales</b>	<p>La bande annonce de cette série présente le Selfie sous le jour du narcissisme et de l'égoïsme, mis en avant par le personnage principal. Le personnage d'Eliza Dooley donne l'impression que le Selfie est une pratique réduite aux filles superficielles.</p> <p>Le personnage secondaire rappelle que l'enjeu derrière la pratique du Selfie serait justement de ne plus en faire, afin de vivre pleinement les instants présents. Sa tonalité est alors quelque peu dénigrante. Il montre ainsi que l'obsession pour les réseaux sociaux et sa beauté physique détourne de la sociabilité ; Eliza n'est qu'une enveloppe vide. Les échanges autour du Selfie ne sont qu'un marchandage de «likes » contre « likes » pour gagner en popularité. Le Selfie apparaît clairement comme une tendance en lien avec les « smartphones » et les réseaux sociaux.</p> <p>Toutefois, la série joue sur l'humour et le second degré ; et Eliza Dooley apparaît comme un personnage très caricatural. En outre, la pratique du Selfie en tant que telle n'est pas dénigrée plus que cela, il s'agit surtout des comportements de la jeune-femme qui sont sujets au rire et à la critique. Il semble que les réseaux sociaux et le Selfie servent principalement de prétextes, de trame pour introduire la personnalité du personnage principal, qui s'est composé un certain visage social pour se faire accepter par les autres et avoir une revanche sur son passé, selon l'intrigue.</p>

## Retranscription de la vidéo Youtube Le selfie de Hugo Tout Seul

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** - Avant les gens prenaient des photos. Maintenant ils prennent des....Selfiiiiies ! Le principe de base d'un Selfie c'est quand même de prendre la photo soi-même. Mais ça a carrément remplacé le mot « photo » maintenant.

\*\*\*

**Un fan :** - Hey je suis trop fan, hey on peut prendre un Selfie ?

**Hugo Tout Seul :** - Bien sûr ouais, pas de soucis.

**Un fan :** - Tiens, prends la.

**Un fan :** - Hey continue, t'es trop fort

**Norman :** - Merci

**Hugo Tout Seul :** - Avant on faisait pas de selfie.

\*\*\*

**Hugo Tout Seul :** - Allez c'est parti

**Bande de copains :** - Ouuais !

**Hugo Tout Seul :** - Voilà, je vous envoie ça dans deux semaines.

**Bande de copains :** Yes !

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** - Et puis y'avait toujours quelqu'un qui devait se sacrifier

**Hugo Tout Seul :** - Qui prend la photo ?

**Bande de copains :** - Ben c'est ton appareil frère.

**Hugo Tout Seul :** - Voilà. Cassez vous de chez moi maintenant. Allez cassez-vous là.

**Bande de copains :** - C'est toi casse toi. Ouais casse toi, casse toi de chez toi toi ! Ouais c'est ça casse toi ouais ! Casse toi !

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** - Vous vous rappelez des photos de paysages de nos papas ?

**Hugo Tout Seul (déguisé avec une moustache) :** Alors ça c'est la photo de l'étang, où on est allé. Suuper aprèm. Ca c'est la photo de la forêt où on est allé. Suuper aprèm aussi.

**Hugo Tout Seul (personnage 2) :** - Ok

**Hugo Tout Seul (déguisé avec une moustache) :** - Et ça, c'est la photo du belvédère où on est allé. Ca c'était de la merde. Ma femme m'a trompé ce jour là, avec mon père.

**Hugo Tout Seul (personnage 2) :** - Ah ouais, okay.

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** - Ca existe plus, même les papas se sont mis aux Selfies

**Hugo Tout Seul (déguisé avec une moustache) :** - Alors là c'est moi devant l'étang, euh là, c'est moi devant la forêt. Et là, c'est moi devant le belvédère.

**Hugo Tout Seul (personnage 2) :** - Wouah, génial tes photos, moi aussi j'en ai fait.

**Hugo Tout Seul (déguisé avec une moustache) :** Ah toi aussi tu fais des Selfies ?

**Hugo Tout Seul (personnage 2) :** Non, c'est des photos de ma teub. Alors : ma teub devant l'étang, ma teub devant la forêt, ma teub devant le belvédère, ma teub devant ta teub.

**Hugo Tout Seul (déguisé avec une moustache) :** - Ah oui, oui oui oui, je m'en rappelle. Oui oui, suuper aprèm.

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** - Le but premier d'un selfie, c'est d'être bogoss dessus. Il y a quelques astuces que tout le monde connaît : ne jamais prendre un selfie vu du bas par exemple.

- Un selfie vu du haut.

- Un selfie vu du bas

Il faut bien trouver sa pose selfie aussi. Tu sais, l'angle et la moue où t'es au max de la beauté de ton visage. Tout le monde a travaillé ça pendant des heures.

- P'tain, je suis jamais bogoss sur les selfies

**Hugo Tout Seul (personnage 3) :** - Alors peut-être que t'es juste pas beau. T'es pas beau

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** Alors faut mettre tes atouts en avant aussi. Les mecs musclés montrent leurs peccs, ou leurs abdos, les mecs riches leurs tunes ou leurs caisses. Les autres, euh, ils se débrouillent.

- Attend peut-être torse-nu non ?

**Voix masculine hors champ :** - Hugo remets ton pull, mec qui cache tout le délire là.

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** C'est ça qui gâche tout le délire avec cette mode, ça nous rend vraiment narcissique, limite bientôt ils vont enlever la camera de derrière sur les téléphones.

**Hugo Tout Seul (personnage 3) :** - Entrez dans une nouvelle ère avec : le selphone. Les selphone, le selphone, le selphone, le selphone, le selphone. Plus de caméra derrière, vous ne pouvez prendre que des selfies. Que des selfies. Tu es le seul à pouvoir te téléphoner : Allô, ça va ? Bien et toi ? Bon ba ciao. Bon ben ciao (*écho*). Suis tes propres actualités sur tous tes réseaux sociaux

- Hey Hugo Tout Seul, t'es pas tout seul ?

- Connard

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** - Donc passez pas trop de temps à vous regarder le nombril. Regardez plutôt celui des autres

**Hugo Tout Seul (personnage 3) :** - Okay. T'es conscient que ton taff s'est de faire des vidéos de toi-même.

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** - Oui non mais c'est pas la même cho...

**Hugo Tout Seul (personnage 3) :** - Et le nom de ta chaîne c'est...

**Hugo Tout Seul (narrateur) :** - Hugo tout seul

**Hugo Tout Seul (personnage 3) :** - Et là t'es en train de faire un dialogue avec toi-même

Alors oui, mais euh...

### Grille d'analyse de la vidéo Youtube Le selfie de Hugo Tout Seul

<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=JS1Lr1JC_i8">https://www.youtube.com/watch?v=JS1Lr1JC_i8</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
<b>Type de support/Canal médiatique</b>	Internet
<b>Type de production</b>	Vidéo courte destinée à la diffusion en ligne
<b>Créateur /Producteur</b>	Hugo Tout Seul
<b>Durée de la production</b>	3 minutes 20
<b>Titre de la production</b>	«Le Selfie »
<b>Lieu de production</b>	France
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
<b>Date de diffusion</b>	5 novembre 2014
<b>Plateforme de diffusion</b>	Youtube
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
<b>Protagonistes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hugo Tout Seul</li> <li>- Norman et un passant dans la rue</li> <li>- Une bande d'amis d'Hugo Tout Seul</li> <li>- Hugo Tout Seul incarne 3 autres personnages différents avec des accessoires ou tenues différentes : un père (avec une moustache), un jeune et un vendeur</li> </ul>
<b>Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hugo Tout Seul prend en photo, à l'aide d'un téléphone portable, un passant aux côtés de Norman dans une rue</li> <li>- Hugo Tout Seul se prend en photo avec ses amis à l'aide d'un appareil photo jetable</li> <li>- Hugo Tout Seul se prend en photo avec son téléphone portable, en contre-plongée et la photo qui en résulte apparaît</li> <li>- La même photo mais prise en contre-plongée apparaît, avec une crotte dessinée à la main visible à la place du visage</li> <li>- Hugo Tout Seul « se mitraille » en photo avec son téléphone portable, en changeant les points de vue de son objectif et en faisant la moue</li> <li>- Hugo Tout Seul se prend en photo avec son diplôme du Baccalauréat à l'aide de son téléphone portable</li> <li>- Un deuxième plan identique au précédent le montre en train de se prendre en photo avec son diplôme, mais torse nu cette fois-ci</li> </ul>
<b>Représentations visuelles comparant la pratique du Selfie à une pratique antérieure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hugo Tout Seul se prend en photo avec ses amis à l'aide d'un appareil photo jetable, évoquant un Kodak</li> </ul>



<b>Représentations visuelles caractérisant les producteurs de Selfies</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hugo Tout Seul, incarnant un père, montre ses autoportraits photographiques pris sur un téléphone portable</li> <li>- Hugo Tout Seul, incarnant un jeune, montre ses photos sur un téléphone portable, comme précédemment</li> <li>- Hugo Tout Seul se prend en photo torse nu</li> </ul>
<b>Accompagnements sonores de la mise en scène du Selfie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musique douce qui rappelle une mélodie que l'on pourrait retrouver dans une salle d'attente</li> <li>- Musique triste quand apparaît l'autoportrait photographique avec une crotte dessinée à la place du visage</li> </ul>
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tonalité explicative</li> <li>- Tonalité humoristique</li> <li>- Tonalité péjorative (quand il fait ressortir le côté narcissique exacerbé par le Selfie)</li> <li>- Tonalité de l'autodérision</li> </ul>
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« Selfie »
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	« photo »
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	« Tout le monde », « ça a carrément remplacé le mot « photo » maintenant », « une nouvelle ère »
<b>Termes comparant la pratique du Selfie à une pratique antérieure</b>	« Avant on faisait pas de selfie », « y'avait toujours quelqu'un qui devait se sacrifier », « photos de paysages de nos papas », « la photo de l'étang où on est allé », « la photo de la forêt où on est allé », « la photo du belvédère où on est allé », « Ca existe plus »
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« réseaux sociaux »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	« le selphone »(x6), « la camera », « les téléphones »
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	« prendre la photo soi-même », « le but premier d'un selfie, c'est d'être bogoss dessus »
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« ça nous rend vraiment narcissique », « vous regarder le nombril »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	« photos de ma teub », « leurs pecs, ou leurs abdos », « leurs tunes ou leurs caisses »
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« Tout le monde », « les papas », « les mecs musclés », « les mecs riches »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	<p>« Entrez dans une nouvelle ère avec : le selphone »</p> <p>« Plus de caméra derrière, vous ne pouvez prendre que des selfies »</p> <p>« Tu es le seul à pouvoir te téléphoner »</p> <p>« Suis tes propres actualités sur tous tes réseaux sociaux »</p>
<b>Interprétations générales</b>	<p>Le Selfie rendrait narcissique, nous détournerait des autres et conduirait les constructeurs de téléphone à ne produire plus des téléphones qui ne serviraient qu'à se téléphoner soi-même. Les usages conversationnels de cette pratique photographique ne sont pas mis en avant, hormis avec la scène où un père et un jeune se montrent leurs photos sur leur téléphone portable respectif. La pratique même de l'autoportrait apparaît comme totalement nouvelle, en lien avec l'apparition des téléphones portables connectés, selon le Youtuber qui indique qu'autrefois on ne trouvait que des « photos de paysages ».</p> <p>Toutefois Hugo Tout Seul semble se contredire en comparant sa pratique de production de vidéos au Selfie. En effet, comme il le sous-entend, même si le mot « seul » est apparent dans son pseudonyme, cela ne signifie pas qu'il fait des vidéos seulement à destination de lui-</p>

	même. Ce qui laisse entendre que les Selfies sont également produits dans le but d'être partagé.
--	--

## Paroles de la chanson Carmen de Stromae

L'amour est comme l'oiseau de Twitter  
On est bleu de lui seulement pour 48 heures  
D'abord on s'affilie, ensuite on se follow  
On en devient fêlé, et on finit solo

*Prends garde à toi*

Et à tous ceux qui vous like  
Les sourires en plastique sont souvent des coups d'hashtag

*Prends garde à toi*

Ah les amis, les potes ou les followers?  
Vous faites erreur vous avez juste la cote

*Prends garde à toi si tu t'aimes*

*Garde à moi si je m'aime*

*Garde à nous garde à eux*

*Garde à vous et puis chacun pour soi*

*Et c'est comme ça qu'on s'aime s'aime, s'aime, s'aime*

*Comme ça consomme -somme, -somme, -somme, -somme*

(x4)

L'amour est enfant de la consommation  
Il voudra toujours toujours toujours plus de choix  
Voulez voulez-vous des sentiments tombés du camion  
L'offre et la demande pour unique et seule loi

*Prends garde à toi!*

Mais j'en connais déjà les dangers moi  
J'ai gardé mon ticket et s'il le faut j'vais l'échanger moi

*Prends garde à toi!*

Et s'il le faut j'irai me venger moi  
Cet oiseau de malheur je l'mets en cage, j'le fais chanter moi

*Prends garde à toi si tu t'aime*

*Garde à moi si je m'aime*

*Garde à nous garde à eux*

*Garde à vous et puis chacun pour soi*

*Et c'est comme ça qu'on s'aime s'aime, s'aime, s'aime*

*Comme ça consomme -somme, -somme, -somme, -somme*

(x4)

Un jour t'achètes, un jour tu aimes  
Un jour tu jettes, mais un jour tu payes  
Un jour tu verras, on s'aimera  
Mais avant on crèvera tous...comme des rats

## Grille d'analyse de la chanson Carmen de Stromae

<b>Vidéo disponible sur :</b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=UKftOH54iNU">https://www.youtube.com/watch?v=UKftOH54iNU</a>	
<b>1. Contexte de production</b>	
Type de support/Canal médiatique	Internet
Type de production	Clip musical
Créateur /Producteur	Stromae
Durée de la production	3 minutes 37
Titre de la production	«Carmen »
Lieu de production	Belgique
<b>2. Contexte de diffusion</b>	
Date de diffusion	1 <sup>er</sup> avril 2015
Plateforme de diffusion	Youtube
<b>3. Analyse visuelle et sonore</b>	
Protagonistes	- Stromae accompagné d'un oiseau bleu qui rappelle l'icône de Twitter
Représentations visuelles associées à la pratique du Selfie	<p>- Stromae est jeune, en train d'utiliser son téléphone portable dans sa chambre quand un petit oiseau bleu entre et se pose sur son épaule. Il se prend alors en photo avec son téléphone</p> <p>- A la suite de cette scène on aperçoit le cliché réalisé, puis d'autres autoportraits photographiques successifs qui montrent Stromae en jeune adolescent, adolescent, et enfin ce qu'il est aujourd'hui (l'oiseau grandit en même temps que lui).</p> <p>- Aperçu d'un autoportrait photographique de Stromae célébrant son anniversaire (son bras tendu laisse deviner qu'il tient l'appareil qui le prend en photo) qui semble être postée sur Twitter (une bande blanche sous la photo avec les symboles du « retweet » et de la mise en favoris de Twitter sont visibles ; de même que des mots-clés caractéristiques sur le réseau social en raison de l'hashtag, qui sont ici «#birthday #selfie #30 »). Tandis que Stromae se prend en photo, c'est l'oiseau qui dévore son gâteau</p> <p>- Le plan suivant montre Stromae en train de réaliser ce Selfie avec son téléphone portable</p> <p>- Un autre autoportrait photographique montre Stromae au cinéma. Le plan suivant montre que l'oiseau dévore les pop-corn pendant que Stromae est sur son téléphone portable.</p> <p>- Une jeune fille vient à sa rencontre alors qu'il est assis sur un banc dans un parc, les yeux rivés sur son téléphone, il élève alors son portable et s'apprête à se prendre en photo avec la fille.</p> <p>- Le plan suivant la scène du parc termine l'action précédente, sauf que Stromae et la jeune-fille sont dans un lit (avec l'oiseau au milieu), et Stromae est détourné de la fille, se prenant seul en photo avec son téléphone portable</p> <p>- Entre les plans mettant en scène ses prises photographiques, des plans montrent en train de marcher (l'oiseau sur ses épaules), il a les yeux rivés sur son téléphone portable et un compteur indique l'augmentation du nombre de « followers »</p>
Représentations visuelles comparant la pratique du Selfie à une pratique antérieure	
Représentations visuelles caractérisant les producteurs de Selfies	<p>- Toute les représentations qui accompagnent la pratique du Selfie montrent Stromae rivé sur l'écran de son téléphone portable.</p> <p>- Une scène présente Stromae sur le dos de son oiseau, qui passe à côté d'autres individus comme lui, assis sur le dos d'un même oiseau bleu. On reconnaît des célébrités, comme Barack Obama, la Reine d'Angleterre, Lady Gaga</p>
Accompagnements sonores de la mise en scène du Selfie	- Les chants de l'oiseau deviennent graves au fur et à mesure qu'il s'introduit dans la chambre du jeune Stromae et se transforme en la

	musique qui va accompagner toute l'évolution du chanteur jusqu'à ce qu'il soit dévoré. Quand l'oiseau redevient petit et d'apparence inoffensive quand il s'apprête à trouver une autre « proie humaine », la musique s'arrête et les chants de l'oiseau recommencent.
<b>Tonalité des plans mettant en scène la pratique du Selfie</b>	- Tonalité très péjorative des usages du téléphone portable avec les réseaux sociaux ; et donc de la pratique du Selfie - Le style du dessin animé utilisé donne une tonalité caricaturale au clip et donc aux mises en scène de la pratique du Selfie sur les réseaux sociaux.
<b>4. Analyse lexicale</b>	
<b>Utilisation des mots « Selfie » et/ou « autoportrait »</b>	« Selfie »
<b>Termes utilisés à la place du mot « Selfie »</b>	
<b>Termes qui donnent une dimension massive au Selfie</b>	
<b>Termes comparant la pratique du Selfie à une pratique antérieure</b>	
<b>Termes renvoyant au champ lexical du « Web 2.0 »</b>	« Twitter », « follow », « like », « hashtag », « followers »
<b>Termes relevant du champ lexical de la technique</b>	
<b>Termes décrivant la pratique du Selfie</b>	
<b>Termes qualifiant la pratique du Selfie</b>	« On en devient fêlé », « on finit solo », « sourires en plastique », « les amis, les potes ou les followers? », « les dangers »
<b>Termes faisant apparaître une typologie des Selfies</b>	
<b>Termes désignant les producteurs de Selfie</b>	« toi », « moi », « nous », « vous », « eux »
<b>Termes associés aux échanges du Selfie / aux interactions par le Selfie</b>	« on s'affilie, ensuite on se follow »
<b>Termes caractérisant la médiatisation des interactions créées par le Selfie</b>	
<b>Termes renvoyant aux enjeux économiques (ou autres) du Selfie</b>	« L'amour est enfant de la consommation » « Il voudra toujours toujours toujours plus de choix » « des sentiments tombés du camion »
<b>Interprétations générales</b>	Le Selfie est rattaché au réseau social Twitter et au téléphone portable. Cette pratique, engendrée par les usages sur le réseau social apparaît comme un problème de la société de consommation actuelle, dans laquelle les individus sont devenus les esclaves de leur téléphone portable et des réseaux sociaux, en quête de l'augmentation constante de leurs nombres de « followers ».  La pratique du Selfie est donc, dans cette production, connotée très négativement, car elle détourne les individus de la vie réelle, il en oublie de vivre et la réalité n'est plus que virtuelle. La pratique du Selfie sur les réseaux sociaux est caricaturée comme un « danger » qui concerne tout le monde, des individus « ordinaires » aux célébrités ; qui s'en nourrit pour grossir et alimenter le système économique des nouvelles technologies et de leurs applications. L'absorption du chanteur dans une vie « hors-ligne » le conduit ainsi à la mort.

## E. Annexe 4 : Retranscriptions et grilles d'analyse des discours des usagers de Flickr

<b>Photos &amp; commentaires du groupe « Selfie shots » : <a href="http://www.flickr.com/groups/selfie-shots/">www.flickr.com/groups/selfie-shots/</a></b>	
<b>5. Contexte de production</b>	
Type de support/ Canal médiatique	Site internet de partage de photos et vidéos
Nom du site	Flickr
Element du site constituant le corpus	Le groupe public « Selfie Shots »
Administrateur	Sharon West, usager de Flickr
Année de création	18 Mars 2007
Nombre de photographies publiées	4049 (au 25/03/2015)
Nombre de membres inscrits dans le groupe	1004 (au 25/03/2015)
Titre de la photo	Légende de la photographie

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Marc Cato

Titre «Self-portrait»  
 Légende «I'm a dangerous man with a camera... »

Traduction proposée : «Autoportrait»  
 «Je suis un home dangereux avec un appareil photo »

### Retranscription des commentaires de la photo de Marc Cato

Traduction proposée :  
**dcjs :** Looks awesome in the backroung!!  
**Mark Cato:** Much more awesome than the foreground!  
**Paul Schneider:** Nice!

**dcjs :** Ca à l'air génial à l'arrière-plan!!  
**Mark Cato:** Beaucoup plus que le première-plan !  
**Paul Schneider:** Joli!

<b>Photo disponible sur : <a href="https://www.flickr.com/photos/hoipolloi/71066788/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/hoipolloi/71066788/in/pool-selfie-shots/</a></b>	
<b>1. Contexte de diffusion</b>	
Année	2005
Enonciateur	Mark Cato
Genre & appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)	Homme - Adulte
Date des commentaires	2005
<b>2. Analyse visuelle</b>	
Type de photographie (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique/créative)	Touristique (arrière-plan d'une chaîne de montagnes)
Nombre de personnes présentes sur la photo	1
Expression faciale	Amusée, l'individu a les yeux plissés et tire la langue
Pose/Cadrage de l'individu	Pose de face, cadré sur la tête et le buste. Les deux bras tendus sont apparents
Visibilité du bras tenant l'appareil photo	Oui
Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu	Oui
<b>3. Analyse lexicale</b>	

	Tags de la photo	Titre de la photo	Légende de la photo	Commentaires de l'énonciateur	Commentaires des autres membres
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« auto-portrait » , « selfie »	Non	Non	Non	Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	C.L de l'autoportrait («autoportrait »)	C.L du danger (« dangereux »)	C.L du champ photographique (« premier plan »)	- C.L de la beauté (« beau ») - C.L de l'engouement (« génial ») - C.L du champ photographique (« arrière - plan »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	Neutre	Ironique « Je suis un homme dangereux avec un appareil photo... »	Ironique : « beaucoup plus impressionnant que le 1 <sup>er</sup> plan ! »	
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	Individu	Individu	Individu	Individu et/ou le lieu « beau ! »
<b>Remarques</b>	L'individu semble jouer sur l'ironie pour pouvoir faire accepter son autoportrait par les commentateurs.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Sharon West

Titre «Selfie»

### Retranscription des commentaires de la photo de Sharon West

#### Traduction proposée :

**Rod Batten:** This shot reminds me of Weegee's stuff, contrasty hyperrealism. Maybe it's the B&W. Your expression fits the style of that period.

A clumsily worded comment on my part. I like this shot, it sounded like I didn't.

**LaineT:** This shot makes you look like a beautiful old movie star...like Ingrid Bergman mixed with Jayne Mansfield drinking a glass of wine and smoking cigarettes with Lana Turner.

**Steve:** WOW! You do look like a star. BTW, self-portraits are usually so difficult. This appears to have been done with ease.

**Sharon West:** i'm not sure what made me change this to b&W. i think it was my hair... i did some correcting in CS2. but basically it was pretty simple. that wall is

**Rod Batten:** Ce cliché me rappelle les trucs de Weegee, hyperréalisme contrasté. Peut-être que c'est le noir et blanc. Ton expression va bien avec le style de cette période.

Un commentaire mal formulé de ma part. J'aime cette photo, on avait l'impression que ce n'était pas le cas.

**LaineT:** Cette photo te fait ressembler à une belle ancienne star de cinéma ...comme un mélange d'Ingrid Bergman et de Jayne Mansfield en train de boire un verre de vin et fumer des cigarettes avec Lana Turner.

**Steve:** WOW! Tu ressembles vraiment à une star. Au passage, les autoportraits sont tellement difficiles d'habitude. On dirait que celui ci a été fait facilement.

**Sharon West:** je ne suis pas sûre de ce qui m'a fait changer pour le noir et blanc. Je pense que ce sont mes

the best background ever.

**Darter02** : ¡Hola!

**Steve** : yummy!

**Coca Lemon** : awesome

**JoeCow** : Awesome Pictures!! :) <3

cheveux...J'ai fait quelques corrections avec CS2.

Mais à la base c'est assez simple. Ce mur est le meilleur des fonds

**Darter02** : ¡Hola!

**Steve** : délicieuse!

**Coca Lemon** : génial

**JoeCow** : Super Photos!! :) <3

## Grille d'analyse de la photo de Sharon West

<b>Photo disponible sur</b> : <a href="https://www.flickr.com/photos/sharon-west/60541507/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/sharon-west/60541507/in/pool-selfie-shots</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>	2005				
<b>Énonciateur</b>	Sharon West				
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>	Femme - Adulte				
<b>Date des commentaires</b>	2005 (pour les deux premiers), 2006 (pour les deux suivants), 2007 (pour les deux suivants), 2014 (pour l'avant dernier), 2015 (pour le dernier)				
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie (touristique, événementielle, ordinaire, artistique/créative)</b>	Artistique (noir et blanc ; netteté ; cadrage symétrique de part et d'autre de l'individu ; jeu de lumière avec 1/3 de la photo dans l'ombre)				
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>	1				
<b>Expression faciale</b>	Affirmée : regard en contre-plongée qui fixe l'objectif avec intensité ; pas de sourire				
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>	Pose légèrement de 3/4, la tête reste inclinée vers le bas; cadrage en plongée au niveau du buste, symétrique de part et d'autre de la personne				
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>	Oui				
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>	Oui				
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« selfie » « portrait »	Oui		Non	Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	C.L de l'autoportrait (« autoportrait »)		- C.L de la technique photographique (« CS2 », « corrections », « arrière-plan ») - C.L de l'apparence (« mes cheveux »)	- C.L de la beauté (« magnifique », « belle », « délicieuse ») - C.L de l'engouement (« génial », « Wow », « super »,) - C.L de la technique photographique (« hyper-réalisme contrasté », « Weegee »); - C.L d'une époque révolue (« vieille », « Ingrid Bergman », « Jayne ansfield »,





## Grille d'analyse de la photo de Phil Serry

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/philsherry/208011117/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/philsherry/208011117/in/pool-selfie-shots/</a>				
<b>1. Contexte de diffusion</b>				
<b>Année</b>		2006		
<b>Enonciateur</b>		Phil Serry		
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Homme - Adulte		
<b>Date des commentaires</b>		2006		
<b>2. Analyse visuelle</b>				
<b>Type de photographie</b> (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique/créative)		Ordinaire (l'arrière plan évoque une salle de bain et le fait que l'homme soit déshabillé)		
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1		
<b>Expression faciale</b>		Expression de la fatigue (un œil est fermé et l'autre mi-clos, front plissé, bouche pâteuse)		
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Pose de face, cadrage sur le buste.		
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Non. Aucun indice visuel ne permet de dire que l'individu s'est pris lui-même en photo.		
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui		
<b>3. Analyse lexicale</b>				
	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« Selfie »	Non	Non	Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	- C.L d'un état « difficile » - Marqueur temporel « nuit »	- C.L de la boisson (« boire, » « bière », « eau ») - C.L du temps météorologique (« soleil »)	- C.L du ressenti « je me sens »)	- C.L de la boisson (« bu », « bière », « eau », « tequila », « Corona », « Kamikaze », « gueule de bois ») - Marqueur temporel (« hier ») - C.L du corps (« œil gonflé ») - C.L de la compassion (« Aïe », « je le ressens ») - C.L de l'approbation (« Bien joué », « respect ») - C.L de l'étonnement, le choc (« Oh mon Dieu », « Oh lala », « LOLLLL ») - C.L de l'amusement (« LOL », « énorme ») - C.L de la prise et du partage photographique (« Comment as-tu réussi à te prendre toi même en photo ? », « mettre ça en ligne »)
<b>Tonalité du discours</b>	Descriptive	Informative	Neutre	Tonalité amusée, choquée, de la

				compassion
<b>Sujets abordés</b> (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	Un moment précédant la photo	Evènement précédant la photo	Individu	- Individu - Expériences personnelles des commentateurs - Le partage de la photo
<b>Remarques</b>	La conversation tourne autour de l'évènement relaté par l'auteur de la photo à travers sa photo, son titre et sa légende. L'une des personnes qui commentent semblent connaître la personne sur la photo, ou en tout cas avoir déjà interagit avec elle			

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Zog29er

**Titre** «happiness is...»  
**Légende** « your own personal rink, all to yourself... »

Traduction proposée : «le bonheur c'est...»  
«ta propre piste personnelle, rien que pour toi-même... »

### Retranscription des commentaires de la photo de Zog29er

Traduction proposée :  
**skmrhp** : i see where paddy gets his eyes      **skmrhp** : je vois d'où paddy a ses yeux

### Grille d'analyse de la photo de Zog29er

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/zog29er/209099514/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/zog29er/209099514/in/pool-selfie-shots/</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>	2006				
<b>Enonciateur</b>	Zog29er				
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>					
<b>Date des commentaires</b>	2006				
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie</b> (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)	Ordinaire en contexte (la personne est en tenue de sport)				
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>	1				
<b>Expression faciale</b>	Neutre (pas de sourire, les yeux sont détournés de l'objectif)				
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>	Pose de face, cadrage en plongée laissant apparaître le haut du corps de l'individu (le bras qui tient l'appareil, coupé au niveau du coude est apparent, de même que la seconde main)				
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>	Oui				
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>	Oui				
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou</b>	« selfie »	Non	Non		Non

« autoportrait », « portrait »					
Champs lexicaux (C.L)	X	C.L du bonheur (« bonheur »)	- C.L centré sur la personne (« ton propre », « tout à toi ») - C.L du sport (« piste »)		- C.L de l'observation (« je vois ») - C.L du corps (« ses yeux »)
Tonalité du discours	X	Contemplative	Subjective		Neutre
Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X	- Un état ressenti par l'individu	- Lieu où est prise la photo		- Un individu non représenté sur la photo (« Paddy »)
Remarques	La personne qui commente semble connaître l'individu représenté sur la photo et semble parler de son fils.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Laura Kidd

**Titre** «Scar»  
**Légende** « From bashing my head against the table at school when I was 4. »

Traduction proposée : «Cicatrice»  
«Dû au fait que je me suis cognée la tête contre la table de l'école quand j'avais 4 ans. »

### Retranscription des commentaires de la photo de Laura Kidd

**Tezze57:** Battle scars, i've got one on my chin from running into a kitchen when i was little... better not say anything health&safety will ban tables :)

**Kate:** Look! I have one too, same eye and everything. I think I got mine by bashing myself on a cabinet in the kitchen when I was 2.

Traduction proposée :

**Tezze57:** Compète de cicatrices, j'en ai une sur le menton que j'ai eu en en courant dans une cuisine quand j'étais petit ...mieux vaut ne rien dire santé&sécurité interdiront les tables :)

**Kate:** Regarde! J'en ai une aussi, même œil et tout. Je pense que j'ai eu la mienne en me cognant sur un meuble dans la cuisine quand j'avais 2 ans. »

### Grille d'analyse de la photo de Laura Kidd

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/furryjumpergirl/413529961/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/furryjumpergirl/413529961/in/pool-selfie-shots/</a>	
<b>1. Contexte de diffusion</b>	
<b>Année</b>	2007
<b>Enonciateur</b>	Laura Kidd
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>	Femme - Jeune
<b>Date des commentaires</b>	2007
<b>2. Analyse visuelle</b>	
<b>Type de photographie (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)</b>	Ordinaire (l'arrière-plan semble représenter une chambre)
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>	1

<b>Expression faciale</b>	Neutre (pas de sourire, le regard est détourné de l'objectif)				
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>	Pose de profil ; cadrage resserré sur le visage qui est coupe la partie droite)				
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>	Non. Aucun indice visuel ne montre que la personne s'est photographiée elle-même.				
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>	Oui				
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	Non	Non	Non		Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	C.L de la blessure (« cicatrice »)	- C.L du corps (« tête ») - C.L du lieu (« l'école ») - C.L du mobilier (« table ») - C.L de l'âge « 4 ans »)		- C.L du corps (« menton », « œil ») - C.L du mobilier (« table de cuisine », « tables », « meuble ») - C.L du lieu « cuisine ») - C.L de l'âge « j'étais petit », « 2 ans »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	Neutre	Descriptive		Explicative, descriptive
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	-Particularité physique de l'individu	- Evènement passé		- Comparaison des commentateurs avec l'auteur de la photo - Expériences personnelles des commentateurs
<b>Remarques</b>	Les commentateurs relatent leurs propres expériences à partir de celle désigné e par l'auteur de la photo. La conversation tourne autour du thème qui est lancé dans le titre et la légende de la photo : la cicatrice				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Eric Schenfeld

**Titre** «Selfie in Peru»

Traduction proposée : «Selfie au Pérou»

### Retranscription des commentaires de la photo de Eric Schenfeld

Traduction proposée :

**~btezra~:** I can only imagine that Peru has amazing landscape to experience

**Julie:** JEBUS! I'm totally jeaous! What an amazing place! The color is gorgeous in this shot too. Oh, and nice beard.

**~btezra~:** Tu m'étonnes que le Pérou a d'incroyables paysages à voir

**Julie:** Mon Dieu! Je suis trop jalouse! Quel endroit magnifique! La couleur est aussi superbe dans cette photo.

**Jennifer Yang:** Heard Peru is a good place to visit - this photo just proves it :)

**Carmon:** I'd be smiling too. ;-)

**Sharon West:** yeah for selfies and machu picchu!

**americanfrog:** fantastic shot. I'm jealous too!

**Eric Schenfeld:** Ya have no idea how much I wish I were back there. It was such a great hike in too. I stank pretty bad by this point.

**Julie:** Funny, you don't look stinky.

**David Kent:** excellent- so very jealous- this has long been a "one of these days...."

type trip the wife & i talk about.

**Jaybird:** I so want to go there...

**billrogers945:** What a terrific photo - a handsome guy in an awesome place.

**schiffy78:** I would do anything to be back in Peru! That hike was amazing..... This picture actually captures it all..... too bad we couldn't see the sunrise over the vall

Oh, et jolie barbe.

**Jennifer Yang:** J'ai entendu dire que le Pérou est à bel endroit à visiter – cette photo vient juste le prouver :)

**Carmon:** Je serai aussi en train de sourire. ;-)

**Sharon West:** oui pour les selfies et le machu picchu!

**americanfrog:** Fantastique photo. Je suis aussi jaloux!

**Eric Schenfeld:** Ouais vous n'avez pas idée à quel point j'ai envie d'être à nouveau là-bas. C'était aussi une super rando. A ce moment là, je sentais plutôt mauvais

**Julie:** C'est marrant, tu n'as pas l'air de puer.

**David Kent:** excellent- tellement super jaloux- ça a longtemps été un "un de ces jours...."

Le genre de voyage dont nous parlons moi et ma femme.

**Jaybird:** J'ai tellement envie d'y aller...

**billrogers945:** Quelle photo géniale – un beau mec in dans un endroit génial.

**schiffy78:** Je ferai n'importe quoi pour retourner au Pérou! Cette rando était géniale..... Cette photo saisit tout parfaitement..... dommage que l'on ne puisse pas voir le levé de soleil au dessus de la vallée

## Grille d'analyse de la de Eric Schenfeld

Photo disponible sur : <a href="https://www.flickr.com/photos/eschenfeld/426314117/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/eschenfeld/426314117/in/pool-selfie-shots/</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
Année		2007			
Énonciateur		Eric Schenfeld			
Genre & appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)		Homme - jeune			
Date des commentaires		2007			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
Type de photographie (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)		Touristique (machu picchu en arrière-plan)			
Nombre de personnes présentes sur la photo		1			
Expression faciale		Joie (grand sourire)			
Pose/Cadrage de l'individu		Pose légèrement de trois-quarts, le cadrage au niveau du torse coupe légèrement le côté droit de l'homme (une partie des cheveux et l'oreille droite ne sont pas visibles), les bras ne sont pas visibles.			
Visibilité du bras tenant l'appareil photo		Non. Nous devinons le bras droit en extension avec les plis des vêtements et le fait qu'il soit légèrement tourné dans cette direction.			
Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	Tags de la photo	Titre de la photo	Légende de la photo	Commentaires de l'énonciateur	Commentaires des autres membres
Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait » ,	« Seflie »	« Seflie »			« Selfies»

« portrait »					
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	C.L de la localisation géographique (« au Pérou »)		- C.L de l'envie (« envie »)	- C.L de la beauté (« beau », « magnifique », « bel », « superbe », « jolie ») - C.L de l'engouement (« super », « fantastique », « géniale », « excellent ») - C.L du paysage (« paysage », « vallée », « levé de soleil ») - C.L du tourisme (« endroit », « Peru », « randonnée », « Machu Picchu », « visiter », « voyage ») - C.L de l'envie et de la jalousie (« jaloux », « jalouse », « envie », « tellement envie »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	Descriptive			- Enjouée, exclamative, - Positive - Narrative
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	Lieu où la photo a été prise		- Envie de l'individu - Le moment passé - Etat de l'individu pendant ce moment	- Lieu où est prise la photo - Individu - Qualité de la photo
<b>Remarques</b>	Les commentateurs expriment leur sentiment à la vue de cette photo, ce que ça leur donne envie de faire. Certains évoquent leurs expériences vécues ou rêvées. C'est principalement le lieu qui figure à l'arrière-plan qui alimente les conversations.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Paige Shoemaker

**Titre**  
**Légende**

« Lunch »  
« After a stressful class, we went out to eat. I haven't been to Coca in forever!! And although my appetite has been crap, I did manage to eat a little! :) »

Traduction proposée :

« Déjeuner »  
« Après une classe stressante, nous sommes sortis manger. Je ne suis pas toujours au Coca !! Et bien que mon appétit n'ait pas été terrible, j'ai réussi à manger un peu ! »

### Retranscription des commentaires de la photo de Paige Shoemaker

**tracy apps:** i miss that face!  
**Page Shoemaker:** I miss you too Tray! I was at Deron's wedding this weekend and thought of you! :)

Traduction proposée :

**tracy apps:** ce visage me manque!  
**Page Shoemaker:** Tu me manques aussi Tray! J'étais au mariage de Deron ce weekend et j'ai pensé à toi! :)

**tracy apps:** see.. i had to do a double take.. i didn't even know he was dating anyone. HAH! i'm glad you got to be there for that. hey. if laws ever change.. you have to come to my wedding! :-)

ps. i have off next week (i'm starting a new job april 1st... my last day here is tomorrow) give me a call when you have a free moment. k?

**btezra:** it's been some time since I was there for brunch. I must change that asap

**tracy apps:** je vois.. j'ai dû y regarder à deux fois.. je ne savais même pas qu'il était avec quelqu'un. HAH! je suis contente que tu aies été là pour ça. hey. Si jamais les règles changent. tu dois venir à mon mariage! :-)

ps. Je suis en congé la semaine prochaine (je commence un nouveau boulot le 1<sup>er</sup> avril... mon dernier jour ici est demain) appelle moi quand tu as un moment de libre. ok?

**btezra:** Ca fait un moment maintenant depuis la dernière fois que j'étais là pour un brunch. Je dois changer ça dès que possible

## Grille d'analyse de la photo de Paige Shoemaker

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/celeste343/2347502311/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/celeste343/2347502311/in/pool-selfie-shots/</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2008			
<b>Enonciateur</b>		Paige Shoemaker			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Femme - Adulte			
<b>Date des commentaires</b>		2008			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique /créative)</b>		Ordinaire en contexte (une carte de restaurant est visible)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Non visible (la moitié du visage est caché)			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Pose de trois-quarts, cadrage resserré sur le visage qui est à moitié caché par une carte de restaurant			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Non. Aucun signe visuel ne permet de dire que la personne s'est prise elle-même en photo.			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« selfie »	Non	Non	Non	Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	C.L du déjeuner	- C.L de la nourriture (« Coca », « appétit », « manger ») - C.L de l'anxiété (« stressante »)	- C.L de la relation amoureuse (« mariage ») - C.L du travail (« boulot », « congé ») - Marqueurs temporels (« ce week-end », « la semaine prochaine », « dernier jour », « demain », « 1 <sup>er</sup> avril »)	- C.L du corps (« visage ») - C.L de la relation amoureuse (« mariage ») « était avec quelqu'un » - C.L du temps (« ça fait un moment », « dès que possible »)

<b>Tonalité du discours</b>	X	Neutre	Explicative	- Exclamative - Explicative	- Exclamative - Explicative
<b>Sujets abordés</b> (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X	Le contexte de la photo	- Un moment précédant la photo - L'individu et son activité au moment de la photo		- L'individu - L'un des commentateurs - Activité passée de l'individu - Une personne extérieure à la photo et aux commentaires - Un événement futur - Lieu où est prise la photo
<b>Remarques</b>	Nous pouvons deviner ici que l'un des commentateurs connaît personnellement l'auteur de la photo. Le Selfie sert alors ici de prétexte pour reprendre contact, qui va aboutir à une conversation entre ces deux personnes plus en profondeur et plus directe puisqu'elles prévoient de se téléphoner. La photo sert donc de support à la conversation entre des personnes qui se connaissent, qui échangent à propos de leur vie quotidienne.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de John Chorlton

<b>Titre</b>	«Mandatory »
<b>Légende</b>	« Group selfie »
<u>Traduction proposée :</u>	« Sous mandat » « Selfie de groupe »

### Retranscription des commentaires de la photo de John Chorlton

	<u>Traduction proposée :</u>
<b>Sharon West:</b> :) hello little one! welcome!	<b>Sharon West:</b> :) Bonjour toi! bienvenue!
<b>Matthew Curtiss :</b> this one is CC's fave! "this is a beautiful picture"	<b>Matthew Curtiss :</b> Celle-ci c'est la préférée de CC! "c'est une photo magnifique"
<b>Mom :</b> Congratulations to all of you. Welcome to the world, Gus! "Mrs. C"	<b>Mom :</b> Felicitations à vous tous. Bienvenue dans le monde, Gus! "Mrs. C"
<b>jimhewitt:man:</b> what a great shot. Welcome Gus! jimmy	<b>jimhewitt:man:</b> quelle super photo. Bienvenue Gus! jimmy

### Grille d'analyse de la photo de John Chorlton

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/johnchorlton/2441007251/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/johnchorlton/2441007251/in/pool-selfie-shots/</a>	
<b>1. Contexte de diffusion</b>	
<b>Année</b>	2008
<b>Enonciateur</b>	John Chorlton
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>	Adultes - Homme – Femme Bébé/nouveau-né
<b>Date des commentaires</b>	2008
<b>2. Analyse visuelle</b>	
<b>Type de photographie</b> (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)	Événementielle (la présence du bébé laisse penser qu'il s'agit d'une naissance)
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>	3
<b>Expression faciale</b>	- Heureuse (sourire de la femme) - Fatigue (petit sourire de l'homme)
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>	L'homme pose de trois-quarts avec le bébé dans le



	bras gauche. Le cadrage coupe sa tête au niveau du crâne, et le buste est apparent. Le visage de la femme est visible en entier ainsi qu'un bout de son épaule et de son bras gauche, elle se tient derrière l'homme. Le cadre est resserré sur les personnes. Le bébé est coupé au niveau des jambes.				
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>	Non. La tension dans le t-shirt de l'homme laisse deviner qu'il tient l'appareil en hauteur, de sa main droite				
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>	Oui				
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>		Non	« selfie de groupe »		Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	- C.L de l'obligation (« mandat »)	- C.L du Selfie		- C.L de l'accueil (« bonjour », « bienvenue ») - C.L de l'engouement (« super ») - C.L de la beauté (« magnifique ») - C.L de la préférence (« préférée ») - C.L des félicitations (« félicitations »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	Humoristique	Descriptive		- Enjouée - Sincère
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	Les relations des individus	Le type de photo		- L'un des individus - Les individus - La photo même
<b>Remarques</b>	La dénomination de la légende laisse penser que le mot « Selfie » a été cité pour pouvoir faire un jeu de mot et mettre la photo dans le groupe. Les conversations s'adressent principalement à un individu en particulier (le bébé), puisqu'il s'agit d'une naissance. Certains commentateurs semblent connaître les individus.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de nicoletozier

Il n'y a pas de titre ni de légende

### Retranscription des commentaires de la photo de nicoletozier

**John L:** is this you?:)  
**nicoletozier:** yes it is hahah.  
**John L:** pretty ;)  
I could see the 25% asian :)

#### Traduction proposée :

**John L:** est-ce que c'est toi?:)  
**nicoletozier:** oui c'est moi hahah.  
**John L:** jolie ;)  
Je pourrais voir les 25% d'asiatique :)

**nicoletozier:** haha thanks.;  
really? Thats cool cause alot of people dont see it haha

**nicoletozier:** haha merci.;  
vraiment? C'est cool car beaucoup de gens ne le voit pas haha

### Grille d'analyse de la photo de nicoletozier

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/nicoletozier/3984729703/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/nicoletozier/3984729703/in/pool-selfie-shots</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2009			
<b>Enonciateur</b>		nicoletozier			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Fille – adolescente			
<b>Date des commentaires</b>		2009			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie</b> (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique /créative)		Ordinaire (on peut reconnaître une chambre à l'arrière-plan), recherche d'une esthétique (photo en noir et blanc, et netteté de l'image au premier-plan)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Souriante			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Le corps est de face mais légèrement tourné, et le visage est légèrement de trois-quarts dans la direction opposée. La fille est assise (la haut d'une jambe repliée est visible). Le cadrage est resserré sur le haut du corps qui est coupé au niveau du haut des jambes.			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Oui			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>				Non	Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X			- C.L de l'individu (« moi », « gens ») - C.L du rire (« haha ») - C.L - C.L de l'appréciation (« c'est cool »)	- C.L de l'individu (« toi ») - C.L de la beauté (« jolie ») - C.L de l'origine (« asiatique »)
<b>Tonalité du discours</b>	X			- Minaudant	- Séductrice
<b>Sujets abordés</b> (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X			- Individu - Personnes en général	- Individu
<b>Remarques</b>	L'auteur de la photo et le commentateur semblent déjà avoir interagit ensemble. La photo sert de support pour commenter l'apparence de la jeune fille				

## Retranscription du titre et de la légende de la photo de Phil Peck

**Titre** « Red handed »  
**Légende**

Traduction proposée : «En flagrant délit »

## Retranscription des commentaires de la photo de Phil Peck

**flor & tonic:** Hi Phill!

**Sascha D. Rueb:** haha  
red barons hand  
have a good one, my dear

**Hulalulatalulahoop :** Loving those shades my friend  
~ and i love the reflection!!!!

And noooooo to Betty's hotpot but it was a meat pie  
from t'corner shop ;-p

**Sir Oc :** Loving those shades Hey Phil :)

**Pollo Olivera :** "the" guy

**aka Tman :** Vous diable beau.....Paintbrush and  
easel and you'd really look the part.....SMART  
anyway.

**Sascha D. Rueb :** ko phangan?

h wow

I had an omelette on this place in 1999

I just remebered

hihi

take care and enjoy, Phil

chok dee krap

**Phil Peck :** hi flor - sorry it's taken me 5 weeks to  
reply though!

red baron's hand? - what's that all about then **Sash**?

t'corner shop - ha, just as i thought **Denise**!

hey **Vince**! - how's it going?

cheers \*VaRGaS\*

such a sweet talker **Tref**...

hello again **Sash** - hope it was a good omelette!

cheers

Traduction proposée :

**flor & tonic:** Salut Phill!

**Sascha D. Rueb:** haha  
baron en flagrant délit  
passe une bonne journée, mon cher

**Hulalulatalulahoop :** J'adore ces nuances mon pote ~ et  
j'adore le reflet!!!!

Et noooooon au ragoût de Betty mais c'était une tourte à  
la viande du magasin t'corner ;-p

**Sir Oc :** Hey Phil :)

**Pollo Olivera :** "le" mec

**aka Tman :** Vous diable beau.....Le pinceau et le  
chevalet et on y croirait vraiment..... en tout cas  
INTELLIGENT.

**Sascha D. Rueb :** ko phangan?

et wow

J'ai pris une omelette à cette endroit en 1999

Je viens de m'en rappeler

hihi

Prends soin de toi et amuse-toi bien, Phil

chok dee krap

**Phil Peck :** salut flor - désolé que ça m'ait pris 5  
semaines pour te répondre!

baron en flagrant délit? - de quoi s'agit-il **Sash**?

le magasin t'corner- ha, c'est ce que je pensais **Denise**!

hey **Vince**! - comment ça va?

merci \*VaRGaS\*

quel beau parleur **Tref**...

Re-salut **Sash** - j'espère que c'était une bonne omelette!

merci

## Grille d'analyse de la photo de Phil Peck

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/megaphill/3755209873/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/megaphill/3755209873/in/pool-selfie-shots</a>	
<b>1. Contexte de diffusion</b>	
<b>Année</b>	2009
<b>Enonciateur</b>	Phil Peck
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>	Homme - Adulte
<b>Date des commentaires</b>	2009
<b>2. Analyse visuelle</b>	
<b>Type de photographie</b> (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)	Ordinaire en contexte (les éléments visuels montrent seulement que l'homme se prend lui-même en photo alors qu'il est dans une voiture

	décapotable, et les lunettes de soleils ainsi que les rayons indiquent qu'il fait beau)				
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>	1				
<b>Expression faciale</b>	Neutre (pas de sourire et les lunettes de soleil cachent les yeux)				
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>	Pose légèrement de trois-quarts, le cadre est resserré sur la tête et le buste de l'individu, les bras sont hors champ				
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>	Non, mais un reflet dans les lunettes de soleil de l'individu montre son bras tenant un appareil photo tourné vers lui.				
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>	Oui				
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« auto-portrait »	Non		Non	Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	C.L du délit (« flagrant délit »)		- C.L de l'apologie (« désolé ») - C.L de la salutation (« hey », « salut », « re-salut », « comment ça va ») - C.L du remerciement (« merci »)	- C.L de la noblesse (« baron ») -C.L de l'art pictural (« pinceau », « chevalet ») - C.L de la nourriture (« ragoût », « tourte à la viande », « omelette ») -C.L de la Thaïlande (« ko phangan », « chok dee krap ») -C.L du souvenir (« m'en rappeler », « en 1999 ») - C.L de la beauté (« beau », « beau ») - C.L de l'approbation (« j'adore »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	Humoristique		Polie Exclamative, enjouée	- Exclamative - Approbatrice - Humoristique
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	L'individu		- Une référence culinaire non visible dans la photo, connue seulement de l'auteur de la photo et l'un des commentateurs - Une expérience vécue d'un des commentateurs - Les commentateurs	- L'individu - La qualité de la photo - L'idée de la photo - L'endroit où est prise la photo - Une référence culinaire non visible dans la photo, connue seulement de l'auteur de la photo et l'un des commentateurs - Une expérience vécue d'un des commentateurs
<b>Remarques</b>	Sans savoir s'il les connaît, l'auteur de la photo prend soin de répondre à tous les commentateurs, soit en leur adressant un simple « bonjour », en leur demandant des nouvelles ou en commentant les commentaires-mêmes. Il semble connaître l'un des				

	commentateurs avec qui il a déjà interagit car ils font référence à quelque chose de non visibles dans la photo et qui semble connus d'eux seuls.
--	---

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de NoisyKilljoy

Titre	« Smile, you don't know when... »
Légende	«...someone could fall in love with your smile. (: *Selfie»
<u>Traduction proposée :</u>	« Souris, tu ne sais pas quand... » «...quelqu'un pourrait tomber amoureux de ton sourire. (: *Selfie»

### Retranscription des commentaires de la photo de NoisyKilljoy

	<u>Traduction proposée :</u>
<b>Albiña Fletcher Brrrx :</b> ¡Pero menudos ojazos tienes! Me encanta tu color e_e	<b>Albiña Fletcher Brrrx :</b> Mais comme tu as de beaux yeux ! J'adore la couleur e_e
<b>NoisyKilljoy :</b> Albiña Fletcher Brrrx Mmm, estoo... ¡Hablo la que no tiene OJAZOS apenas! ¬¬ Ajo que me das :D	<b>NoisyKilljoy :</b> Albiña Fletcher Brrrx Mmm, Ok... Et toi, comme si tu n'avais pas de beaux yeux! Tu me dégoutes :D
<b>Weirdo with no name. :</b> Qué te iba a decir..¿POR QUÉ ERES TAN GUAPA CHONI AJQUEROSA? <3	<b>Weirdo with no name. :</b> Ce que je voulais dire.. Pourquoi est-ce que tu es aussi jolie meuf <3

### Grille d'analyse de la photo de NoisyKilljoy

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/nikkie9/5108290107/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/nikkie9/5108290107/in/pool-selfie-shots</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2010			
<b>Enonciateur</b>		NoisyKilljoy			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Fille - Adolescente			
<b>Date des commentaires</b>		2010			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique /créative)</b>		Ordinaire (aucun signe visuel dans la photo ne désigne une situation particulière)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Heureuse (sourire apparent)			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		La tête est de trois-quarts et repose légèrement inclinée sur les genoux (une partie des genoux sont visibles) ; la photo fait un gros plan sur le visage et le front et les oreilles sont hors champ)			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Non. Aucun signe visuel ne permet de voir que l'individu s'est pris lui-même en photo.			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait »,</b>		Non	« Selfie »	Non	Non

« portrait »					
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	- C.L du bonheur (« sourire »)	- C.L de la sensibilité sentimentale (« tomber amoureux », « sourire »)	- C.L de l'apparence (« beaux yeux ») - C.L du dégoût (« dégoûte »)	- C.L de l'apparence (« yeux », « la couleur ») - C.L de la beauté (« beaux », « jolie »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	De la recommandation	Sentimentale	- Sceptique - Ironique	-Exclamative - De la flatterie
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	- Un conseil - L'individu (indirectement)		- Le commentateur	- L'individu
<b>Remarques</b>	Les commentateurs semblent avoir déjà interagi ensemble ou se connaissent personnellement, car ils commentent en espagnol alors que le titre et la légende de la photo sont en anglais. En outre, l'auteur de la photo commente l'apparence d'un des commentateurs qui n'est pas visible ici. Les sujets semblent ici vouloir se réassurer les uns les autres sur leurs apparences physiques.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Alan Yahnke

**Titre**  
**Légende**

« Winter Geezer »  
« Minolta X-370S - MD Rokkor-X 50mm 1:1.4 (1979) - Kodak Portra 160NC Expired - Epson V750 Pro Scanner »

Traduction proposée :

« Ce vieil hiver »  
« Minolta X-370S - MD Rokkor-X 50mm 1:1.4 (1979) - Kodak Portra 160NC Expired - Epson V750 Pro Scanner »

### Retranscription des commentaires de la photo de Alan Yahnke

**bon bon** : a contemplative tone. :o)

**Alan Yahnke**: Hi you :o)

**Just Plain Curt**: LOL, at least you're the outdoor variety geezer. This old fart has been pretty much housebound for almost 3 weeks now. Chompin' at the bit for warmer weather.

**Alan Yahnke**: Me too, believe me. I don't go outside much in the winter if I don't have to. Spring is just around the corner now. Yah right, two more months. One month from now it should be getting livable at least though. :o)

**Huiru** : nice tone!

**Alan Yahnke**: Thank you very much!

Traduction proposée :

**bon bon** : un air contemplatif. :o)

**Alan Yahnke**: Salut toi :o)

**Just Plain Curt**: LOL, au moins tu es le genre de vieux de plein air. Ce vieux schnoque est plutôt resté confiné chez lui depuis presque 3 semaines maintenant. Je ronge mon frein en attendant un temps plus chaud.

**Alan Yahnke**: Moi aussi, crois moi. Je ne sors pas beaucoup dehors en hivers si je n'en ai pas la nécessité. Le printemps n'est plus très loin maintenant. Oui bon, encore deux mois. Dans un mois ça devrait au moins devenir vivable. :o)

**Huiru** : belle expression!

**Alan Yahnke**: Merci beaucoup!

## Grille d'analyse de la photo de Alan Yahnke

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/21981741@N02/4355021620/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/21981741@N02/4355021620/in/pool-selfie-shots/</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2010			
<b>Enonciateur</b>		Alan Yahnke			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Homme - Sénior			
<b>Date des commentaires</b>		2010 ; 2012 (pour les deux derniers)			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie</b> (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique /créative)		Ordinaire en contexte (l'arrière-plan montre que la photo est prise en hiver)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Pensive (les yeux semblent perdu dans le vague)			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		L'homme pose presque complètement de profil, son regard est détourné de l'objectif (il regarde droit devant lui). Le cadre est resserré sur la tête et le haut du buste, coupant le corps avant les épaules.			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Non. Aucun signe visuel ne permet de dire que l'individu s'est pris lui-même en photo.			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	Non	Non	Non	Non	Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	- C.L des saisons (« hivers ») -C.L de la vieillesse (« vieil »)	- C.L de l'appareil technique (« Minolta X-370S », « Epson V750 Pro Scanner » etc.)	- C.L des saisons (hivers », « printemps »)	- C.L de la vieillesse (« vieux », « vieux schnoque ») - C.L du temps météorologique (« temps », « chaud ») - C.L de l'apparence (« un air », « expression »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	- Descriptive	- Neutre, explicative	- Narrative - Appréciative - Ironique	- Appréciative - Autodérisoire - Narrative
<b>Sujets abordés</b> (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X	Le contexte saisonnier de la photo	L'appareil photo	- Les propres activités de l'individu - Le temps météorologique	- L'individu - Les activités de l'un des commentateurs
<b>Remarques</b>	L'auteur de la photo prend soin de répondre à tous les commentateurs. Il développe sa réaction pour répondre celui qui a commenté le plus longuement la photo, il est probable qu'il ait déjà interagi avec ce commentateur en particulier. Les deux autres commentateurs commentent le photographe même, en donnant leur avis sur l'expression qu'il dégage.				

## Retranscription du titre et de la légende de la photo de Genevieve Dwyer

## Légende

### Traduction proposée :

**Oscar Arevalo** : Beautiful picture!  
**AIV\_photography** : Love this  
**Magdalena Torrealba** : Gorgeous..  
**ohfl** : You should be proud of yourself. it is never evident to be ok with one's own picture.  
**Toni es Bueno** : Well it's a good one so just shoot and post more. :) Pretty photo.  
**Katherine Wheeler** : it's very nice, I like the crop and the colours. Unusual angle too. I know what you mean about selfies :-)  
**Mary**: Oh my gosh! And you're so beautiful. It won't be too hard to get many precious angles. Feel the same way that you do. So I've entered to the 365 days to get rid of that difficulty of taking self portraits. Hardcore challenge, BTW.  
**Genevieve Dwyer** : Thanks everyone => and Mary I wanted to start the 365 this year, but I'm planning to do a bit of traveling so I don't know that I'll be able to commit to it, also I don't think I'm quite ready to take so many self portraits! Next year though perhaps? Also I just had a peak at your photostream and you're stunning! It gives me hope if people as gorgeous as you struggle taking selfies as well =>  
**\*Evan** : Totally agree with you on the self-portrait thing. Feels odd! I'm planning to give it a go too, though not through 365 portraits. A few in there would be good (: Gorgeous SP by the way! I like your processing (:  
**Mary** : Hope you both can give it a try one of these days, your galleries are so gorgeous and full of emotion, I'd love to see that. Thank you for sharing them :)  
**\*Evan** : Thank you so much mehogopijiji! (:  
**Brian** : Beautiful portrait  
**SarahLovesColor** : beautiful!  
🌱**holly**. : gorgeous work!

Whenever I try to take self portraits, I feel like a 15 year old taking myspace photos. This is the first that I've ever put on the internet, and now I'm determined to become comfortable taking photos of myself.

A chaque fois que j'essaie de faire des autoportraits, j'ai l'impression d'être la fille de 15 ans qui prend des photos pour myspace. C'est la première fois que j'en mets une sur internet, et maintenant je suis déterminée à devenir plus à l'aise à prendre des photos de moi-même.

## Retranscription des commentaires de la photo de Genevieve Dwyer

### Traduction proposée :

**Oscar Arevalo** : Magnifique photo!  
**AIV\_photography** : Je l'adore  
**Magdalena Torrealba** : Sublime..  
**ohfl** : Tu devrais être fière de toi. Ce n'est jamais évident d'être ok avec sa propre photo  
**Toni es Bueno** : Et bien c'est une bonne photo, alors photographie et poste en plus;) Jolie photo.  
**Katherine Wheeler** : C'est très joli. J'aime le cadrage et les couleurs. L'angle n'est pas commun non plus. Je vois ce que tu veux dire à propos des selfies :-)  
**Mary**: Oh mon dieu! Et tu es tellement belle. Ce ne sera pas trop difficile d'avoir de nombreux jolis angles. Je ressens la même chose que toi. Donc je suis entrée dans mes 365 jours pour me débarrasser de cette difficulté à prendre des autoportraits. Challenge difficile, à propos.  
**Genevieve Dwyer** : Merci tout le monde => et Mary, Je voulais commencer un 365 cette année, mais je prévois de voyager en ce moment, donc je ne sais pas si je serai capable d'y arriver. Aussi, je ne pense pas être prête à prendre autant d'autoportraits ! Peut-être l'année prochaine? J'ai aussi jeté un coup d'œil à tes photos et tu es magnifique ! Ca me donne espoir si les gens aussi beaux que toi ont du mal à prendre aussi des selfies =>  
**\*Evan** : Je suis complètement d'accord avec toi à propos des selfies. Ca fait bizarre! J'envisage d'essayer, bien que ce ne sera pas avec un projet de 365 portraits. Quelques uns ici seraient pas mal (: Magnifique autoportrait au passage! J'aime ton traitement (:  
**Mary** : J'espère que vous essayerez tout les deux un de ces jours, vos galleries sont tellement splendides et pleines d'émotions, j'adorerais voir ça. Merci de les partager:)  
**\*Evan** : Merci beaucoup mehogopijiji! (:  
**Brian** : Magnifique portrait  
**SarahLovesColor** : Magnifique!  
🌱**holly**. : Travail admirable!



## Grille d'analyse de la photo de Genevieve Dwyer

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/fromgenevieve/5371735486/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/fromgenevieve/5371735486/in/pool-selfie-shots/</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2011			
<b>Énonciateur</b>		Genevieve Dwyer			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Femme - Adulte			
<b>Date des commentaires</b>		2011			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie</b> (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)		Artistique (fond uni, netteté de l'image, cadrage soigné, la personne ne regarde pas l'objectif)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Pensive (bouche entre-ouverte, le regard semble perdu au loin)			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Pose de profil ; cadrage resserré sur le visage et le haut du buste, (le front et le sourcil sont coupés)			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Non. Aucun signe visuel ne permet de dire que l'individu s'est pris lui-même en photo.			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« Selfie » « Autoportrait »		« Autoportrait »	« Autoportraits » « selfies »	« Autoportrait » (x2), « portraits », « Selfies » (x2)
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X		- C.L de l'adolescence (« fille de 15 ans », « myspace ») - C.L de la tentative (« j'essaie », « c'est la première fois ») - C.L du ressenti (« j'ai l'impression », « plus à l'aise ») - C.L de la détermination (« maintenant », « déterminée »)	- C.L du remerciement (« merci ») - C.L du doute (« je ne sais pas, « je ne pense ps ») - C.L du ressenti : (« donne espoir ») -C.L de l'autoportrait (« autoportrait », « selfies »)	-C.L de la beauté (« magnifique », « admirable », « beau », « jolis », « jolie », « belle », « sublime ») - C.L de la technique photographique (« traitement », cadrage », « angle », « couleurs ») -C.L de l'autoportrait (« autoportrait », « selfies », « portrait ») - C.L de la difficulté (« jamais évident », «difficile », « difficulté », « Challenge », « d'y arriver ») - C.L du ressenti (« émotions », « fait bizarre », « être prête », « ressens », « être ok »)
<b>Tonalité du discours</b>	X		- Explicative - Engagée	- De la reconnaissance	- Admirative - Compréhensive

				- Explicative	- Encourageante - Engagée
<b>Sujets abordés</b> (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X		- Sentiments de l'individu - L'acte photographique même	- Intentions de l'individu - Sentiments de l'individu - Les photos d'un des commentateurs	- Individu - Qualité de la photo - Aspects techniques de la photo - Expérience personnelle des commentateurs
<b>Remarques</b>	Les difficultés exprimées par l'auteur des photos permettent aux autres d'extérioriser leurs propres difficultés similaires et de fait, ils se soutiennent et s'encouragent dans leur pratique photographique autour de l'autoportrait. Ils semblent pour ces usagers que les Selfies et les autoportraits relèvent de la même pratique, difficile à mettre en œuvre car elle mettrait dans l'inconfort. Dans sa légende, l'auteur de la photo explicite ce malaise avec la pratique photographique des adolescentes sur Myspace. Il semble que ce soit la question de l'image de soi et de son exposition en ligne qui soit soulevée.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Russel Lees

**Titre**  
**Légende**

« Mr Vain – Selfie »  
«It appears that wee Ikea lamp works nae too bad for portrait photography. »

Traduction proposée :

« M. Vaniteux – Selfie »  
« Il apparaît que la lampe Ikéa wee n'est pas trop mal pour les photos de portrait.»

### Retranscription des commentaires de la photo de Russel Lees

**barpilot** : Nicely lit mate, a painted expression it has to be said.  
**col**: strong shot...nice contrast...  
**Pat**: I see you've brushed out a lot of those wrinkles.  
**weeminimags.**: The lamp worked well. Great shadows!  
**ThistleDhu1** : nice shot, a worthwhile trip to Ikea!!!!  
**Popeyee** : nice one  
**Tony Smith (LRPS)**:IKEA 1, SC  
Nice One!  
**Andy Magee** : Great use of light lighting mate.  
**Zeno Watson** : Fantastic tones in your portrait!  
**g.corrow**:Nice Selfie...great lighting !  
**dcdphotos** : Voldemort? lol...

Traduction proposée :

**barpilot** : Bien éclairé mon pote, on peut dire que c'est une expression peinte.  
**col**: puissant cliché...joli contraste...  
**Pat**: Je vois que tu as enlevé beaucoup de rides.  
**weeminimags.**: La lampe marche bien. Superbes ombres  
**ThistleDhu1** : joli cliché, ça vaut le détour à Ikea!!!!  
**Popeyee** : Joli photo  
**Tony Smith (LRPS)**:IKEA 1, SC  
Joli photo!  
**Andy Magee** : Super usage d'un léger éclairage mon pote.  
**Zeno Watson** : De super tons dans ton portrait!  
**g.corrow**: Joli Selfie...super éclairage !  
**dcdphotos** : Voldemort? lol...

### Grille d'analyse de la photo de Russel Lees

<b>Photo disponible sur</b> : <a href="https://www.flickr.com/photos/scotland-central/5379324342/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/scotland-central/5379324342/in/pool-selfie-shots/</a>	
<b>1. Contexte de diffusion</b>	
<b>Année</b>	2011
<b>Enonciateur</b>	Russel Lees
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>	Homme - Adulte

<b>Date des commentaires</b>		2011			
<b>6. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie</b> (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique /créative)		Artistique (photo noir et blanc, jeu d'ombre, cadrage travaillé, très resserré sur le visage, soucis de netteté, signature de l'auteur visible dans un coin de la photo)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Sérieuse (pas de sourire, les sourcils sont froncés), expression du visage dure			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Le visage, de face, se positionne de façon transversale par rapport au cadre de la photo, qui est très serré sur le visage et ne laisse rien voir d'autre			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Non. Aucun signe visuel ne permet de dire que l'individu s'est pris lui-même en photo.			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>7. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« Selfie »	« Selfie »	« portrait »		« portrait »
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	- C.L de la vanité («vaniteux »)	- C.L du portrait (« photos de portrait» -C.L de Ikéa « lampe wee Ikéa »)		- C.L de la technique relative à la photo (« éclairage », « contraste », « tons », ombres » - C.L du portrait photographique (« portrait », « cliché », « photo ») - C.L de la beauté (« joli », « superbes », « super ») - C.L de la puissance (« puissant ») - C.L de l'apparence (« rides ») - C.L de l'art pictural (« expression peinte ») - C.L de Harry Potter ("Voldemort") - C.L de Ikéa (« lampe », « Ikéa »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	- Descriptive - Ironique (« M.Vaniteux »)	- Ironique (décalage entre la « lampe Ikéa » et « les photos de portrait »)		- Appratrice - Admirative - Observatrice - Humoristique
<b>Sujets abordés</b> (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X	Le type de photo	Le matériel utilisé Le type de photo		- L'individu - La qualité de la photo

<b>Remarques</b>	L'auteur de l'autoportrait introduit sa photo en ironisant sur la vanité, rappelant indirectement le mythe de Narcisse qui dérange dans la figure de l'autoportrait. La conservation va alors se dérouler sur l'esthétique de la photo, thème lancé par l'auteur dans la légende qui mentionne la réussite de sa photo grâce à une lampe Ikéa.
------------------	--

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Dana Telander

**Titre** « Selfie »

### Retranscription des commentaires de la photo de Dana Telander

**My Life Silent** : I really like that this photo questions what is important in a portrait.

Traduction proposée :

**My Life Silent** : J'aime vraiment le fait que cette photo questionne ce qui est important dans un portrait

### Grille d'analyse de la photo de Dana Telander

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/84179058@N06/8210699399/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/84179058@N06/8210699399/in/pool-selfie-shots</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>	2012				
<b>Enonciateur</b>	Dana Telander				
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>	Fille – Adolescente				
<b>Date des commentaires</b>	2012				
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)</b>	Ordinaire (aucun signe visuel dans la photo ne désigne une situation particulière, on peut seulement voir que la photo est prise dans un miroir)				
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>	1				
<b>Expression faciale</b>	Dédaigneuse (bouche crispée, dont un coin remonte vers le haut). Le reste du visage est caché				
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>	L'individu pose de face. La photo cadre les bords du miroir, coupe le visage (seule la bouche est visible et le bas de la chevelure) et le buste de la fille. L'appareil photo sur trépied apparaît au premier plan avec une partie de la main déclenchant la prise photographique.				
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>	Oui				
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>	Non , c'est le reflet dans le miroir qui est photographié				
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>		« Selfie »			« portrait »
<b>Champs lexicaux</b>	X				- C.L de la photo («photo »)

(C.L)					- C.L du portrait (« portrait ») - C.L de l'appréciation (« j'aime vraiment ») - C.L
Tonalité du discours	X	Neutre			- Appréciative
Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X	Le type de photo			La photo même Le sujet de la photo (le portrait)
Remarques	La photo met en avant l'appareil photo et la prise photographique plus que l'auteur de la photographie même, ce qui laisse penser que l'auteur de la photo n'est pas le sujet le plus important de la photo. Le commentateur va orienter son commentaire dans ce sens.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Saul שאול Davis

Titre

« selfie at Michael's new flat »

Traduction proposée :

« selfie dans le nouvel appartement de Michael »

### Retranscription des commentaires de la photo de Saul שאול Davis

**Benjamin Kahane :** A selfie? I like the word. Did you invent it?

**Saul שאול Davis :** Good word no? Not my invention.

Traduction proposée :

**Benjamin Kahane :** Un selfie? J'aime le mot. Est-ce que tu l'as inventé?

**Saul שאול Davis :** Bon mot n'est-ce pas? Ce n'est pas de mon invention.

### Grille d'analyse de la photo de Saul שאול Davis

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/benqish/7188511962/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/benqish/7188511962/in/pool-selfie-shots/</a>	
<b>1. Contexte de diffusion</b>	
Année	2012
Enonciateur	Saul שאול Davis
Genre & appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)	Homme - Adulte
Date des commentaires	2012
<b>2. Analyse visuelle</b>	
Type de photographie (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)	Ordinaire (aucun signe visuel dans la photo ne désigne une situation particulière, on peut seulement voir que la photo est prise dans un miroir, dans une chambre)
Nombre de personnes présentes sur la photo	3
Expression faciale	Non visible (le visage est caché par l'appareil photo)
Pose/Cadrage de l'individu	L'auteur de la photo pose de face. Il se prend presque entièrement en pied (un lit cache ses jambes au dessus des genoux). L'homme qui se trouve derrière à la moitié du corps caché par le

	premier et son visage est tourné de profil. La femme l'arrière-plan est de dos.				
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>	Oui				
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>	Non, l'individu se prend en photo dans un miroir				
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« Selfie », « autoportrait »	« Selfie »		Non	« Selfie »
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X			- C.L de l'invention (« invention ») - C.L du langage (« mot ») - C.L de l'appréciation (« bon »)	- C.L du Selfie (« selfie ») - C.L de l'invention (« inventé ») - C.L de l'opinion, de l'appréciation (« j'aime »)
<b>Tonalité du discours</b>	X			- Positive - Neutre	- Interrogative - Appréciative
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	- Le type de photo - L'endroit où est prise la photo		La légende de la photo	La légende de la photo
<b>Remarques</b>	Sur la photo, les deux personnes qui se trouvent aux côtés de l'auteur de la photo ne semblent pas réaliser qu'ils sont en train d'être pris en photo Il est intéressant de noter que la conversation est centrée sur la terminologie de « Selfie ». Le commentateur indique qu'il ne le connaît pas et apprécie cette invention. L'auteur de la photo précise qu'il ne l'a pas inventé, en précisant qu'il apprécie également le néologisme.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Courtney

Pas de titre ni de légende

### Retranscription des commentaires de la photo de Courtney

**Tony Cornish** : Nice! get to sleep, lol.

**CatnessGrace**: Aawwww i LOVE this photo!!!!!!!!!! so nice! reminds me of something out of a fairy-tale, just a magickal quality to it.

**Eddie Bowthorpe**: Really beautiful Courtney,eddie,xxxx

**Catmanjoe**: This is really really nice! I'm in total agreement with Catness, and can I add my two cents, ha ha? Lovely portrait of you and Butters, Courtney! :-):-)

#### Traduction proposée :

**Tony Cornish** : Jolie! Va te coucher, lol.

**CatnessGrace**: wouaaah j'ADORE cette photo!!!!!!!!!! Tellement jolie! Ça me rappelle quelque chose du conte de fée, il y a quelque chose de magique.

**Eddie Bowthorpe**: Vraiment jolie Courtney,eddie,xxxx

**Catmanjoe**: Ca c'est vraiment trop mignon! Je suis complètement en phase avec le délire des chats, et est-ce que je peux donner mon avis, ha ha? Adorable portrait de toi et de Butters, Courtney! :-):-)

**Courtney:** Tony Cornish lol :p CatnessGrace awe thanks so much sweetie!!! I love this cat so much! Eddie Bowthorpe thank you Catmanjoethanks so very much!  
 ~Name Goes Here~: Awesome shot.

**Courtney:** Tony Cornish lol :p **CatnessGrace** wow merci beaucoup sweetie!!! J'adore tellement ce chat! **Eddie Bowthorpe** merci **Catmanjoethanks** merci beaucoup!  
 ~Name Goes Here~: Photo géniale.

### Grille d'analys de la photo de Courtney

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/95053809@N06/9716960410/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/95053809@N06/9716960410/in/pool-selfie-shots</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2013			
<b>Enonciateur</b>		Courtney			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Fille - Adolescente			
<b>Date des commentaires</b>		2013			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie</b> (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique /créative)		Ordinaire (photo prise en intérieur, pas de contexte particulier identifiable)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1 avec un chat			
<b>Expression faciale</b>		Joyeuse (sourire visible)			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Pose de trois-quarts, le cadre est resserré sur la personne et le chat, coupant le haut du crâne, une partie du bras qui tient l'appareil et une partie du buste est visible au niveau de la poitrine.			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Oui			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>				Non	« portrait »
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X			- C.L de l'animal (« chat ») - C.L de la gratitude (« merci », « merci beaucoup ») - C.L de l'adoration (« j'adore »)	- C.L de la beauté (« jolie » x2) - C.L du mignon (« mignon », « adorable », « sweetie ») - C.L de la fiction (« conte de fée », « magique ») - C.L de l'animal (« chat ») - C.L de l'adoration (« j'adore ») - C.L de l'amusement (« lol »)
<b>Tonalité du discours</b>	X			Explicative	- Enjouée - Amusée - Approbative
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo,</b>	X			- Le chat figurant sur la photo	- Injonction à l'individu - La photo même

le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)					- Les chats en général - L'individu et son chat
Remarques	Trois des commentateurs semblent connaître l'auteur de la photo car l'une appelle le chat par son nom, un autre signe son commentaire par son nom et celui de quelqu'un d'autre et un troisième semble connaître le contexte de la situation puisqu'il signale qu'elle est censée dormir.				

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de ryan vogel

**Titre** « Weather sucks today »

Traduction proposée : «Le temps est pourri aujourd'hui »

### Retranscription des commentaires de la photo de ryan vogel

Traduction proposée :  
**C.Adora:** I can see that on the expression :))) **C.Adora:** Je peux le voir avec ton expression :)))  
**C.Adora:** yea lol I'm never happy going to class **C.Adora:** ouais lol Je ne suis jamais content d'aller en cours

### Grille d'analyse de la photo de ryan vogel

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/110073602@N04/11242179863/in/pool-selfie-shots/">https://www.flickr.com/photos/110073602@N04/11242179863/in/pool-selfie-shots/</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2013			
<b>Enonciateur</b>		<b>ryan vogel</b>			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Homme - Jeune			
<b>Date des commentaires</b>		2014			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie (touristique, événementielle, ordinaire, artistique /créative)</b>		Ordinaire (pas d'arrière-plan tellement reconnaissable, nous distinguons seulement un mur avec le bout d'un papier qui accroché sur la partie orangée de ce mur, laissant penser que l'individu est peut-être adossé contre un tableau d'affichage)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Impassible (pas de sourire, les yeux sont légèrement écarquillés)			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Pose de face, cadrage sur le visage et le buste (le haut du bonnet est légèrement coupé et les bras sont coupés avant les épaules).			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Non. Les plis du pull-over du bras gauche laissent deviner qu'il tient l'appareil photo ou son téléphone de la main gauche.			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie »</b>	« selfies » « selfie »,	Non			Non



et/ou « autoportrait », « portrait »	« instaselfie » « portrait »				
Champs lexicaux (C.L)	X	- C.L de la météo (« le temps ») - Marqueur temporel (« aujourd'hui »)			- C.L de l'école (« cours ») - C.L du ressenti (« expression », « content »)
Tonalité du discours	X	- Descriptive - Négative			- Neutre - Informative
Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X	- La météo au moment où est prise la photo			- L'individu - Le ressenti du commentateur sur une obligation de son quotidien
Remarques					

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Can Mustafa Ozdemir

<b>Titre</b>	«Selfie»
<b>Légende</b>	« Trough a Voigtländer TLR»
<u>Traduction proposée :</u>	«Selfie» « A travers un Voigtländer TLR»

### Retranscription des commentaires de la photo de Can Mustafa Ozdemir

	<u>Traduction proposée :</u>
<b>Scott Gitlin :</b> Clever!	<b>Scott Gitlin :</b> Intelligent!
<b>Can Mustafa Ozdemir:</b> Thanks.	<b>Can Mustafa Ozdemir:</b> Merci.
<b>Temari 09:</b> Interesting shot, thanks for sharing with us.	<b>Temari 09:</b> Cliché intéressant, merci de le partager avec nous.
<b>JoeCow:</b> Amazing you take some wonderful pictures! :)<3	<b>JoeCow:</b> Enorme, tu prends de magnifiques photos! :)<3
<b>Jan Gryz:</b> a good idea!	<b>Jan Gryz:</b> une bonne idée !

### Grille d'alyse de la photo de Can Mustafa Ozdemir

Photo disponible sur : <a href="https://www.flickr.com/photos/canozdemir/15885035578/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/canozdemir/15885035578/in/pool-selfie-shots</a>	
<b>1. Contexte de diffusion</b>	
Année	2014
Enonciateur	Can Mustafa Ozdemir
Genre & appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)	Homme - Adulte
Date des commentaires	2014
<b>2. Analyse visuelle</b>	
Type de photographie (touristique, évènementielle, ordinaire, artistique /créative)	Artistique (l'autoportrait apparaît dans l'un des objectifs placé à l'avant d'un vieil appareil photo, tenu entre les mains du photographe)

<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Neutre			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		L'autoportrait ne fait figurer que le visage du photographe qui apparaît dans le petit objectif à l'avant d'un vieil appareil photo qu'il tient entre ses mains, en posant de face. La photo même est cadré que les mains et laisse apercevoir le photographe (du haut des jambes jusqu'à hauteur des coudes)			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Oui			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Non, l'individu se trouve derrière l'objectif de l'appareil photo dans lequel le visage apparaît			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« Selfie »	« Selfie »	Non	Non	Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X	C.L du Selfie		C.L de la gratitude (« merci »)	- C.L de l'ingéniosité (« intelligent », « bonne idée ») - C.L de l'approbation (« énorme », « intéressant ») - C.L de la beauté (« magnifiques »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	Descriptive	Descriptive		- Approbatrice - Enthousiaste
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	Le type de photo	Le matériel utilisé		- La qualité de la photo - L'idée même de la photo
<b>Remarques</b>					

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Sabine Mondestin

**Titre**

**Légende**

Traduction proposée :

« Sabine'e selfie :- ) »

« SAMSUNG CAMERA PICTURES »

« Selfie de Sabine »

«PHOTOS DE L'APPAREIL SAMSUNG»

### Retranscription des commentaires de la photo de Sabine Mondestin

**dominariva:** black and tight wonderful

**berniceje2 :** gorgeous!

**Ugo Bossi:** You're a wonderful beauty!!!♥♥♥♥

**jado0820041 :** classic beauty

**andreas.k.sieger :** So beauty

Traduction proposée :

**dominariva:** noir et moultant, magnifique

**berniceje2 :** Belle!

**Ugo Bossi:** Tu es une beauté magnifique!!!♥♥♥♥

**jado0820041 :** Beauté classique

**andreas.k.sieger :** Tellement belle

**Paul:** Very lovely!  
**jimjibuti1 :** Nice thighs  
**YOU RAT BASTARDS:** need a photographer???  
**bkm1339 :** so beautiful

**Paul:** Vraiment charmante!  
**jimjibuti1 :** Jolies jambes  
**YOU RAT BASTARDS:** besoin d'un photographe???  
**bkm1339 :** tellement belle

### Grille d'analyse de la photo de Sabine Mondestin

<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/sabinemondestin/15968230137/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/sabinemondestin/15968230137/in/pool-selfie-shots</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2014			
<b>Enonciateur</b>		Sabine Mondestin			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Femme - Adulte			
<b>Date des commentaires</b>		2014			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie (touristique, évènementielle, ordinaire) artistique /créative)</b>		Ordinaire (La photo est prise dans les toilettes d'un bâtiment)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		1			
<b>Expression faciale</b>		Neutre (pas de sourire, le regard est dirigé sur l'écran de l'appareil photo)			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Autoportrait presque totalement en pied (un lavabo cache les jambes au niveau des cuisses), pris dans un miroir. La femme est tournée de profil et son visage est tourné de face, légèrement de trois-quarts.			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Oui			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Non, la photographie est prise dans un miroir			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« Selfie »	« Selfie »	Non		Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X		C.L technique (« Appareil Samsung »)		- C.L de la beauté (« magnifique », « Belle », « beauté », « charmante », « jolies ») - C.L du corps (« jambes ») - C.L du textile (« moulant »)
<b>Tonalité du discours</b>	X	Descriptif	Neutre		- Appréciative, admirative
<b>Sujets abordés (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)</b>	X	Le type de photographie	L'appareil utilisé		- L'individu - La tenue de l'individu
<b>Remarques</b>					

### Retranscription du titre et de la légende de la photo de Dejan&Milica

<b>Titre</b>	« Underwater selfie »
<b>Légende</b>	« Cala Galdana Menorca »
<u>Traduction proposée :</u>	« selfie sous-marin »
	« Cala Galdana Menorca »

### Retranscription des commentaires de la photo de Dejan&Milica

<b>Spangles44</b> The cheerful photographer!!!!: Looks just like you!!!	<u>Traduction proposée :</u> <b>Spangles44</b> The cheerful photographer!!!!: Juste à votre image!!!
<b>Paul Thre Threlfall</b> : Great dynamic image!	<b>Paul Thre Threlfall</b> : Super photo dynamique!
<b>Jelena dimitrijevic</b> : Super :)	<b>Jelena dimitrijevic</b> : Super :)
<b>Stéphane Tramoni</b> : beautifully done!	<b>Stéphane Tramoni</b> : Joliment fait!

### Grille d'analyse de la photo de Dejan&Milica







<b>Photo disponible sur :</b> <a href="https://www.flickr.com/photos/131625985@N07/16687036100/in/pool-selfie-shots">https://www.flickr.com/photos/131625985@N07/16687036100/in/pool-selfie-shots</a>					
<b>1. Contexte de diffusion</b>					
<b>Année</b>		2015			
<b>Énonciateur</b>		Dejan&Milica			
<b>Genre &amp; appréciation de l'âge (adolescent, jeune, adulte, senior)</b>		Femme et Homme- Adultes			
<b>Date des commentaires</b>		2015			
<b>2. Analyse visuelle</b>					
<b>Type de photographie</b> (touristique, événementielle, ordinaire) artistique /créative)		Touristique (le fait que la photo soit sous l'eau et que la femme porte un masque de plongée laisse penser que ces personnes sont dans la mer)			
<b>Nombre de personnes présentes sur la photo</b>		2			
<b>Expression faciale</b>		Peu visible avec les bulles devant les visages, mais elles semblent neutres			
<b>Pose/Cadrage de l'individu</b>		Pose de face, le cadre est resserré sur les visages et les hauts du buste. Les têtes sont hors champs au niveau du crâne			
<b>Visibilité du bras tenant l'appareil photo</b>		Non. Aucun signe visuel ne permet de dire que l'individu s'est pris lui-même en photo.			
<b>Prise photographique avec l'objectif directement tourné vers l'individu</b>		Oui			
<b>3. Analyse lexicale</b>					
	<b>Tags de la photo</b>	<b>Titre de la photo</b>	<b>Légende de la photo</b>	<b>Commentaires de l'énonciateur</b>	<b>Commentaires des autres membres</b>
<b>Utilisation des mots « selfie » et/ou « autoportrait », « portrait »</b>	« Selfie »	« selfie »	Non		Non
<b>Champs lexicaux (C.L)</b>	X		- C.L de la localisation géographique («Cala Galdana Menorca »)		- C.L de l'engouement (« super ») - C.L de la beauté (« joliment ») - C.L de l'image (« photo », « image ») - C.L de l'action (« dynamique », « fait »)

<b>Tonalité du discours</b>	X	- Descriptive	- Informative		
<b>Sujets abordés</b> (l'individu sur la photo, le lieu de la photo, la qualité de la photo, les aspects techniques de la photo etc.)	X	Le type de photographie	Le lieu où est prise la photo		- Les individus - La qualité de la photo
<b>Remarques</b>	L'un des commentateurs semble connaître les personnes qui ont posté la photo				

## F. Annexe 5 : Autoportraits photographiques de célébrités partagés sur les réseaux sociaux

Une photographie de la chanteuse Rihanna partagée sur Instagram et Twitter



 **Rihanna** @rihanna · 20 juil. 2012   
One of those unnecessary pix that u post just cuz ur iPhone was in your hand #1love [instagr.am/p/NTtcWJhM7a/](https://www.instagram.com/p/NTtcWJhM7a/)  
  1,3 k  894 

Quatrième photographie de la chanteuse Madonna partagée sur Instagram



**madonna**


25 months ago

Cheers motherfuckers!  
I'm on instagram

Follow

Première photographie de l'acteur James Franco partagée sur Instagram



 **jamesfrancotv** Follow  
31 months ago  
1st instagram

Première apparition du terme « selfie » sur le profil Instagram de James Franco dans les commentaires



 **jamesfrancotv** Follow  
27 months ago

♥ susannahbanana8, happinessinstore, anastasiagnandt and 3,909 others like this.

 **carly\_hahn**  
Bubby ♥. Come to me, New Orleans is calling your name mi amour

 **beatricelangdon**  
@libertyboyd @darciebishop\_ @3llas0rdillh03\_

 **mayakayak**  
[]

 **romitaromita**  
I love you and your grandma [] she's amazing..♥  
@jamesfrancotv

 **bellajft**  
Sweet [] []

 **realtorcarmengmiami**  
Sweet Grandma!!

 **sooj4n**  
Selfie

 **lola.rael**  
@cate\_mclaughlin

♥ Leave a comment... ⋮

**MOTS-CLÉS** : *selfies*, discours, acteurs sociaux, usagers des réseaux sociaux, autoportrait, photographie

### **RESUME**

Ces dernières années, nous avons assisté à l'avènement d'un néologisme : le *selfie*. Le terme se voit sacralisé en 2013 en intégrant les Dictionnaires d'Oxford. Selon la définition anglaise, le *selfie* se caractérise comme un autoportrait photographique « connecté », en lien avec les nouvelles technologies de communication. Cette étude s'attache à montrer que ce genre conceptuel de la photographie résulte d'un entrelacs de représentations de différents acteurs: les acteurs sociaux d'une part, et les usagers des réseaux sociaux d'autre part. Toutefois, cette co-construction ne s'est pas fait de façon évidente ou de connivence. Nous montrons dans quelle mesure le *selfie* relèvent des mêmes discours qui accompagnent l'émergence de nouvelles techniques d'information et de communication et qui annoncent une rupture sociale. Nous pensons également que la pratique du *selfie* répond à la pratique de l'autoportrait photographique et de son partage, qui existe depuis le début de la photographie.

**KEYWORDS** : *selfies*, speech, social actors, social networks users, self-portraiture, photography

### **ABSTRACT**

These past few years, we attended the rise of a neologism: the *selfie*. This word has been sanctified when it entered The Oxford Dictionaries. According to the English definition, a *selfie* is characterised as a “connected” photographic self-portraiture, related to new communication technologies. This study aims at demonstrating that this kind of conceptual photography is a result of a mix of representations from different actors: the social actors on the one hand, and the social networks users on the other hand. However, this co-construction doesn't seem as obvious or created with connivance as it is. This study is meant to present in what ways the speeches about the *selfie* are the same as the ones about new communication technologies, which announce a social break. This study also argues that the *selfie* practice responds to the photographic self-portraiture practice and its share, as it has been existing since the beginning of the photography.