



HAL
open science

“ Je snape donc je suis ” : mise en récit de soi sur un réseau social de l'éphémère : l'identité numérique sur Snapchat

Marion Tessier

► **To cite this version:**

Marion Tessier. “ Je snape donc je suis ” : mise en récit de soi sur un réseau social de l'éphémère : l'identité numérique sur Snapchat. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03616059

HAL Id: dumas-03616059

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03616059>

Submitted on 22 Mar 2022

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.

Copyright

d

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias et numérique

« Je snape donc je suis » Mise en récit de soi sur un réseau social de l'éphémère L'identité numérique sur Snapchat

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Camille Rondot

Nom, prénom : TESSIER Marion

Promotion : 2018-2019

Soutenu le : 22/09/2020

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je tenais en premier lieu à exprimer toute ma reconnaissance envers Camille Rondot, ma tutrice universitaire, pour son soutien infaillible, sa patience, ainsi que ses inestimables encouragements qui m'ont permis de mener à bien ce travail. Merci également pour la pertinence de ses réflexions quant à mon sujet d'étude ainsi que ses précieuses références bibliographiques m'ayant permis d'élargir mon horizon de pensée.

Merci à Clara-Doïna Schmelck d'avoir accepté d'être ma tutrice professionnelle, et d'avoir pris le temps de partager son remarquable savoir avec tant d'enthousiasme.

J'exprime de plus ma sincère gratitude envers la richesse et la sagacité du travail réalisé par Camille Frilley, m'ayant permis de construire mon étude avec beaucoup plus de justesse.

Je remercie également Lison Daniel d'avoir accepté de répondre aussi spontanément et avec beaucoup de fraîcheur à toutes mes questions quant à son usage tout à fait exceptionnel des Lenses Snapchat.

Merci à Tom, Léna, Émilien, Bilel, Apolline, Matthis, et bien évidemment ma petite soeur Lina, qui ont eu la gentillesse de partager leurs différents regards et m'ont ainsi permis de donner une véritable saveur à mon étude.

Mes remerciements vont bien sûr à chacun de mes amis, dont l'irremplaçable présence et les précieux encouragements m'ont aidée à la finalisation de ce travail.

Merci également à ma mère, pour sa force et son amour inconditionnel. Tout comme une pensée particulière va à mon père, dont je sais que ce travail l'aurait rendu fier.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	2
INTRODUCTION.....	5
I. UNE MISE EN RÉCIT DE SOI DÉFORMANTE ET DÉCOMPLEXÉE.....	15
A. Une mise en scène de soi placée sous le signe du déguisement.....	15
1. Un cadre d'expression informel et privé.....	17
2. Une application où le masque est la norme.....	19
2.a. Le nom d'utilisateur comme masque plastigramme.....	19
2.b. Le filtre animé comme miroir kaléidoscopique.....	21
2.c. Le Bitmoji, de l'avatar au sosie.....	24
B. Un dispositif de mise en scène du réel.....	28
1.L'espace caméra : une toile d'artiste augmenté.....	28
2. La notion de statut : un acte de présence scénarisé.....	34
C. Une culture du spontané qui prime sur l'expression de la personnalité.....	37
1. Les filtres animés comme facilitateurs d'échanges.....	37
2. La messagerie instantanée : un espace de mise en récit linéaire complexe.....	40
3. La place de l'intime et du vraisemblable dans les échanges.....	44
Conclusion de partie.....	48
II. UN CADRE D'EXPRESSION STANDARDISÉ.....	50
A. Snapchat, ou l'expression d'identités fantômes.....	50
1.Le filtre : un masque polissant à deux niveaux.....	51
1.a. Un stéréotype de la beauté occidentale.....	52
1.b. Du travestissement éphémère à la dysmorphie Snapchat.....	54
2. Le Bitmoji comme substitut du réel.....	55
B. Snapchat, ou le fruit d'une appropriation populaire.....	61
1. Le rôle de l'astrologie dans la mise en récit des utilisateurs.....	61
2. La place des marques au sein du dispositif.....	65
3. Une concurrence qui pousse à la production de nouveaux architextes.....	68

C. L'amitié aux fondements de l'identité numérique	71
1. L'amitié comme argument salvateur.....	72
2. La quantification de l'interaction comme nouveau modèle de performance	76
Conclusion de partie	80
CONCLUSION	82
BIBLIOGRAPHIE	86
ANNEXE 1 : ANALYSE TECHNO-SÉMIOTIQUE DU BITMOJI	93
ANNEXE 2 : ANALYSE TECHNO-SÉMIOTIQUE DE L'ESPACE CAMÉRA	102
ANNEXE 3 : ENTRETIENS UTILISATEURS	109
ANNEXE 4 : ENTRETIEN AVEC LISON DANIEL	116

INTRODUCTION

« I think temporary social media will provide new ways of understanding the social media profile, one that isn't comprised of life hacked into frozen, quantifiable pieces but instead something more fluid, changing, and alive. »¹

Nathan Jurgenson, Sociologue.

Véritables temples de la sociabilisation contemporaine, les médias sociaux ont su s'imposer comme de nouveaux outils de construction identitaire². Comparables à des musées de soi, la personnalité, la vie privée et les intérêts de leurs auteurs y sont délibérément exposés à la vue d'un public plus ou moins intime. Comme le souligne Fanny Georges, si le profil personnel est indispensable pour exister au sein d'une communauté, c'est bien sa complétion et la manière dont l'utilisateur décide de s'y exposer qui vont exprimer sa singularité, et ainsi constituer son « identité numérique »³.

Construite dans une logique de stock d'informations et de contenus, l'identité de l'utilisateur se manifeste donc usuellement sous la forme d'un profil quasiment figé et complété dans le temps, mettant en scène une certaine quantité de productions (photos, vidéos, textes, etc.), que les internautes peuvent parcourir à l'image de notre analogie muséale. Un phénomène qui s'exprime d'autant plus lisiblement sur Instagram, où le stock de contenus partagés par l'utilisateur prend la forme d'un « feed », soit une galerie d'images, comparable à une autobiographie narrative⁴. Chaque réseau social comprenant une myriade de profils personnels, l'individu est en outre amené à marquer sa « petite

¹ Traduction : « Je pense que les médias sociaux éphémères vont apporter une nouvelle conception du profil utilisateur, celle d'un profil qui ne sera plus perçu comme une vie réduite en fragments cristallisés, mais plutôt comme quelque chose de fluide, changeant, et vivant » Jurgenson, N. (2013). *The Liquid Self*. Retrieved from <https://www.snap.com/en-US/news/post/the-liquid-self>

² Fluckiger, C. (2010). Blogs et réseaux sociaux: outils de la construction identitaire adolescente?, *Diversité*, n°162, p. 38-43

³ Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique: Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. *Réseaux*, 154(2), 165-193. doi:10.3917/res.154.0165.

⁴ Fallon, Kris, University of California, Davis. "Streams of the Self: the Instagram Feed as Narrative Autobiography"

différence »⁵ en accroissant son stock de contenus, « l'accumulation d'informations [étant] au fondement de la différenciation identitaire originelle »⁶.

Par ailleurs, cette dynamique d'exposition de soi, ce qu'Erving Goffman (1959) appelle la « mise en scène de soi », s'accompagne de la possibilité pour l'utilisateur de s'affranchir d'un souci de vraisemblance. Pseudonyme, date de naissance, photo de profil,... L'utilisateur est libre de décider des informations qu'il souhaite communiquer sur lui-même⁷, ce qui lui offre la possibilité d'arborer s'il le souhaite, le masque d'une identité fictive. Facebook ayant notamment vu fleurir une constellation d'élèves étudiant à Poudlard⁸, Twitter regorgeant de pseudonymes anagrammiques ou parodiques, et Instagram étant le terrain fertile des corps photoshopés. Une tendance à l'identité multiple qui se trouve dès lors accrue par un panel de réseaux sociaux possédant chacun leur propre interface et constituant ainsi une nouvelle opportunité pour l'utilisateur de se créer une *image*, au sens littéraire du terme.

Également constitutif de l'identité d'un utilisateur, le principe de notoriété s'illustre à travers un ensemble de codes popularisés au sein de l'écosystème des médias sociaux. Nombre de « followers », de commentaires, ou encore collection de « likes » sur les publications, sont autant de « petites formes »⁹ qui participent de la construction de l'identité calculée¹⁰ de l'utilisateur. Une tendance à la quantification placée au coeur du principe de fonctionnement des médias sociaux, générant une quête constante de performance à travers la reconnaissance d'autrui. Cette reconnaissance permettant à la fois aux individus d' « asseoir ou confirmer leur identité et ainsi accéder à un rapport positif à soi »¹¹, selon

5 Donath, J. (2007). « Signals in social supernets », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1. En ligne sur <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html>>.

6 Georges, F. L'identité numérique dans le web 2.0. 2008. fihal-01575199f

7 Perea, F. (2010). L'identité numérique : de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, volume 2010(1), p. 144-159. doi:10.3917/enic.010.0800.

8 Poudlard est une école fictive créée par J. K. Rowling pour l'univers de la suite romanesque Harry Potter.

9 Candel, E. & Gomez-Mejia, G. (2017). « Le bouton *like* : poétique du clic, vertige des discours », *Semen*, 42 ; DOI : <https://doi.org/10.4000/semn.10623>

10 Georges, F. L'identité numérique dans le web 2.0. 2008. fihal-01575199f

11 Granjon, F. & Denouël, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, vol. 1(1), 25-43. doi:10.3917/socio.001.0025.

Fabien Granjon et Julie Denouël, mais également d'accéder à certains privilèges pour les profils les plus performants. En effet, les individus les plus influents, alors qualifiés d'« influenceurs », sont invités à travailler avec des marques afin de faire la promotion de leurs produits ou services, en échange d'une rémunération. Pour ces influenceurs, dont la notoriété peut être mondiale, la mise en scène de soi semble poussée à son paroxysme à travers « des clichés plus beaux et irréels les uns que les autres [ainsi qu'une] mise en scène souvent très travaillée et loin d'être naturelle»¹². Le but étant d'obtenir un maximum de likes et de commentaires, qui permettront notamment d'obtenir de meilleures statistiques afin d'intégrer les campagnes d'influences des marques et de valoriser la rémunération qui en découle.

Pour autant, c'est bel et bien en s'émancipant de toute cette poétique de l'expression identitaire sur les médias sociaux que Snapchat a vu le jour.

En effet, lors de la sortie de l'application en 2011, Evan Spiegel et Bobby Murphy, deux étudiants de l'université de Stanford, proposent un concept bien différent des médias sociaux jusqu'alors établis. S'affranchissant définitivement du modèle discursif figé du Web 1.0, Snapchat invite ses utilisateurs à converser sous la forme de photos, de vidéos ou encore de messages texte, ayant comme particularité d'être éphémères. Chaque contenu demeurant visible par son destinataire selon une durée de vie limitée, laquelle est préalablement sélectionnée par l'expéditeur. Publié sous la forme d'une Story¹³, la durée de vie d'un contenu peut s'étendre jusqu'à 24 heures. Une fois leurs délais passés, les contenus « disparaissent » aux yeux de l'utilisateur, bien qu'ils restent stockés sur les serveurs de la plateforme. Selon un article paru sur Motherboard, le média numérique du groupe VICE US, les contenus seraient en outre surveillés par les employés de la plateforme via un outil interne baptisé « SnapLion »¹⁴. Permettant un accès total aux données des snapchatteurs par l'équipe « Spam and Abuse » de l'entreprise, l'outil est présenté comme un moyen de

¹² Baty, J. (2016). Impacts des réseaux sociaux et applications sociales sur la représentation d'un soi pluriel. Sciences de l'information et de la communication, p. 44, ffdumas-01612229f

¹³ Apparue en 2013, une Story est un outil permettant de publier une succession de contenus visibles par l'ensemble des « amis » de l'utilisateur. Elle consultable de manière illimitée dans une durée limitée à 24 heures après qu'il avoir été publiée.

¹⁴ Cox, J. (2019, mai 23). Snapchat Employees Abused Data Access to Spy on Users. https://www.vice.com/en_us/article/xwnva7/snapchat-employees-abused-data-access-spy-on-users-snaplion

lutter contre le cyber-harcèlement, les incitations à la haine, ou comme moyen de faciliter certaines enquêtes policières. Pour autant, Joel Cox, l'auteur de l'article, a recueilli des témoignages d'anciens employés de Snapchat, qualifiant SnapLion comme « les clés du royaume », et pouvant engendrer des abus. Si l'auteur n'a pas eu davantage de détails sur la nature des abus, il convient de reconnaître que le caractère éphémère des contenus, tout comme le respect de la vie privée des utilisateurs, sont en réalité des arguments marketing masquant la surveillance du dispositif. C'est donc au regard de ce caractère éphémère du cadre d'expression offert par Snapchat que nous avons décidé de mener notre recherche.

Avant d'aller plus loin, il convient de souligner que l'application était originellement destinée à un public d'adolescents et de jeunes adultes dans le but d'échanger des photos à caractère sexuel¹⁵. Non pas que Snapchat eût inventé le sexting, néanmoins comme le soutient le socio-anthropologue Jocelyn Lachance, « le don d'une photo ou d'une vidéo compromettante souligne la confiance donnée à celle ou celui qui la reçoit »¹⁶. Par conséquent, en rendant chaque contenu périssable, Snapchat faisait la promesse d'une « safe place » jusqu'alors inexistante pour ses utilisateurs.

Pour autant, depuis le lancement de l'application, Snapchat a su s'éloigner de son image sulfureuse pour évoluer vers celle d'une « plateforme de récits de vie en direct »¹⁷ faisant l'apologie de l'amitié. Les développeurs du dispositif ont notamment mis en place la fonctionnalité « Profils d'amis » en novembre 2018, soit « une nouvelle façon de célébrer les liens qui unissent les amis sur Snapchat »¹⁸ avec un espace qui permet notamment à l'utilisateur d'accéder aux contenus partagés avec un contact. Un positionnement renforcé en juillet 2019, avec une campagne publicitaire ayant pour slogan « Real friends. »¹⁹. Cette dernière met « en scène plus de 70 Snapchatters dans 12 pays différents et présente leurs

¹⁵ Orsini, A. (2017). *De Picaboo à Snapchat : Evan Spiegel, l'homme qui a dit non à Facebook*. Retrieved from <https://www.numerama.com/tech/314589-de-picaboo-a-snapchat-evan-spiegel-lhomme-qui-a-dit-non-a-facebook.html>

¹⁶ Lachance, J. (2016) « L'éthos de l'adolescent dans les mondes numériques : le rôle des destinataires », *Itinéraires* [En ligne], 2015-3 | DOI : <https://doi.org/10.4000/itineraires.3156>

¹⁷ Verstraete, G. (2016). It's about Time. Disappearing Images and Stories in Snapchat.

¹⁸ <https://www.snap.com/fr-FR/news/post/celebrating-friendship>

¹⁹ « Vrais amis »

histoires uniques fondées sur de vraies amitiés »²⁰, à travers une série de portraits vidéos disponibles sur le profil Youtube de Snapchat.



Captures d'écrans du profil Youtube de Snapchat.

Pour accompagner le lancement de cette campagne, les développeurs du dispositif ont déclaré vouloir rendre hommage aux amitiés tissées sur la plateforme afin de célébrer la volonté originelle du concept, soit le fait de « réinventer la façon dont les amis peuvent s'exprimer et partager ce qu'ils ont dans la tête ou sur le cœur »²¹. Ajoutant également que l'ambition primaire du dispositif n'était pas de réinventer « l'instant Kodak », soit le fait d'immortaliser un instant de vie grâce à la photographie, mais bien de créer un espace d'expression où il ne s'agit pas de toujours apparaître sous son meilleur jour. Des propos appuyés au sein de la bande annonce de la campagne, notamment lorsque Jie Ying déclare envoyer des snaps d'elle où elle apparaît de manière « vraiment vraiment laide »²² à son correspondant Daniel. Au cours de notre étude, nous questionnerons notamment cette vision d'une représentation de soi décomplexée au sein de la plateforme.

²⁰ <https://www.snap.com/fr-FR/news/post/real-friends>

²¹ <https://www.snap.com/fr-FR/news/post/real-friends>

²² En anglais dans la vidéo : « I like to send snaps of me being very very ugly to Daniel »



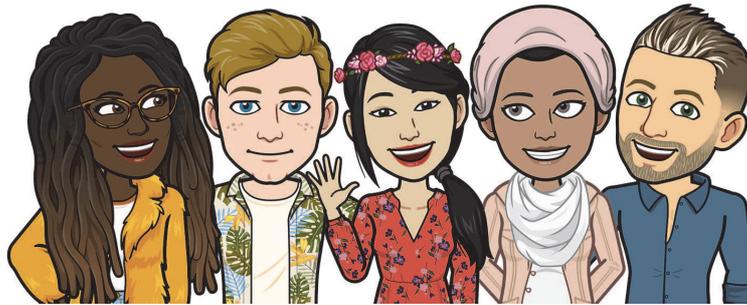
Capture d'écran de la bande annonce de « Real Friends »,
lors du portrait de Jie Ying et Daniel.
Source : [snap.com](https://www.snap.com)

Nommée application de messagerie préférée chez les utilisateurs âgés de 11 à 24 ans en 2019, Snapchat se place avant Instagram, Facebook, Twitter ou encore Tik Tok²³. Il convient donc de reconnaître que la plateforme de contenus éphémères semble plaire à la cible jeune. Pour autant, il nous semble pertinent de se demander si l'éphémère relève de la seule raison du succès actuel de Snapchat. Au fil des années, l'application s'est en effet drastiquement transformée, en intégrant notamment de nouvelles fonctionnalités s'éloignant progressivement du périssable.

En 2016 Snapchat rachète ainsi BitStrip, un service permettant à l'utilisateur de créer un petit personnage à son effigie et aux allures cartoonesques afin de le faire interagir avec celui de ses amis sous la forme d'une bande dessinée numérique. Au sein de Snapchat l'avatar devient un *Bitmoji*. Une différence de suffixe qui vient marquer un nouvel usage. Le Bitmoji est en effet décrit par les concepteurs comme « un emoji qui vous est entièrement

²³ Mediametrie. (20 février 2020). *L'Année Internet 2019 : Entre surconsommation et tri sélectif*. https://www.snptv.org/wp-content/uploads/2020/02/Annee_Internet_2019_Mediametrie_2020_02_20-1.pdf

personnel [et] vous représente partout sur Snapchat »²⁴. Il prend donc ici l'allure d'un avatar, ce que Serge Tisseron décrit comme une petite figurine chargée de représenter l'utilisateur dans les mondes virtuels²⁵. Bien que la fonctionnalité ait été conservée, le Bitmoji n'est donc plus exclusivement réservé à être mis en scène sous la forme d'une bande dessinée numérique (« strip » renvoyant à la bande dessinée en anglais).



Source : bitmoji.com

En 2017, l'application intègre une carte du monde, la *Map Snap*, permettant notamment à l'utilisateur de consulter les Snaps partagés à l'ensemble de la communauté Snapchat, mais aussi de partager sa géolocalisation avec ses contacts. Cette géolocalisation étant notamment d'une très haute précision et pouvant être émise de manière permanente si l'utilisateur le souhaite.



Capture d'écran de la vidéo « *Introducing Snap Map* ».

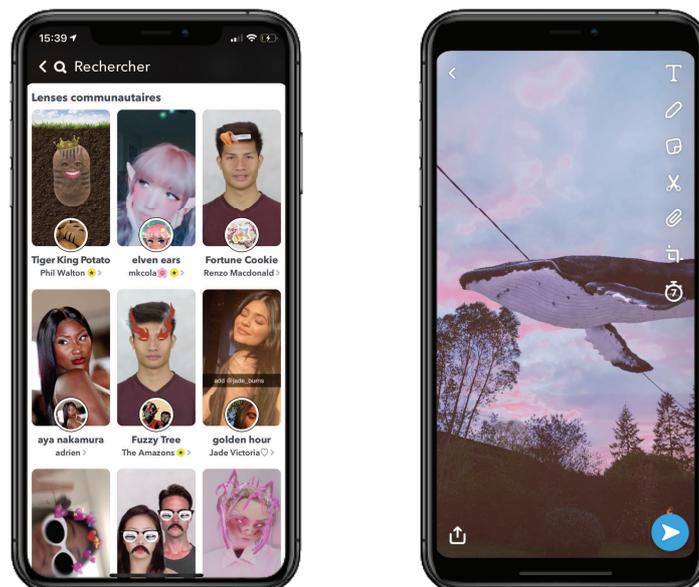
Source : snapchat.com

²⁴ snapchat.com

²⁵ Tisseron, S. (2011). Les nouveaux réseaux sociaux sur internet. *Psychotropes*, vol. 17(2), 99-118. doi:10.3917/psyt.172.0099.

Par ailleurs, si l'espace de messagerie instantané est apparu seulement quelques mois après la sortie de l'application, c'est en 2018 que la fonctionnalité d'archivage des messages voit le jour. Chaque message étant toujours effacé par défaut après avoir été lu, ou bien supprimé par les serveurs de l'application passé un délai de 30 jours sans avoir été ouvert. Pour autant l'utilisateur est désormais en mesure de modifier les paramètres de suppression des messages afin qu'ils ne soient supprimés que 24 heures après leur lecture. De plus, en appuyant longuement sur un message du chat, l'utilisateur est en mesure de le conserver sans limite de temps.

Également rendus célèbres par la plateforme dès 2015, les « Lenses », ou filtres animés, auparavant disponibles de manière aléatoire sur l'écran d'accueil, ont été récemment rendus pérennes grâce à la création d'une bibliothèque de contenus interne à l'application, nommée « Lenses communautaires ». Permettant à l'utilisateur de déformer son identité (visage, cheveux, voix, etc.) ou encore d'« augmenter » son environnement (en faisant nager une baleine dans le ciel par exemple), Camille Frilley voit en eux un véritable espace de mise en scène de soi²⁶. Forts de leur succès, les filtres animés ont par la suite été copiés par Facebook et sa filiale Instagram.



Captures d'écrans de la bibliothèque de Lenses à gauche, et du filtre « Flying Whale » à droite.

²⁶ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

Avatar, partage de géolocalisation, archivage des messages, ou encore bibliothèque de filtres : Autant de fonctionnalités qui semblent former de nouveaux jalons de l'expression de soi au sein du dispositif, au delà de l'échange de contenus périssables. Nous chercherons donc à interroger la manière dont ces dernières pourraient orienter la construction de l'identité numérique de l'utilisateur.

Ainsi, nous mènerons notre étude en gardant à l'esprit la problématique suivante : ***Dans quelle mesure la mise en récit des utilisateurs de Snapchat oscille-t-elle entre éditorialisation et standardisation de l'image de soi, au delà du caractère éphémère de leurs échanges ?***

Afin de répondre à cette problématique, nous postulons en première hypothèse que **Snapchat permet à l'utilisateur de se mettre en récit de manière à la fois très spontanée mais aussi de façon très créative, voire fantasmée.** Par exemple, nous avons déjà pu constater que l'application ne requiert pas de dévoiler sa véritable identité, et fait même l'apologie du masque à travers les fonctionnalités des filtres animés ou encore du Bitmoji. Cette réflexion nous invite donc à interroger le principe de déguisement au sein de la plateforme.

Notre deuxième hypothèse présuppose que le dispositif offre un cadre d'expression qui laisse peu de place à l'expression de l'identité de l'utilisateur, qui se cache notamment derrière l'usage de filtres et de son avatar. Ainsi ces derniers semblent venir polir, voire substituer la véritable identité de leurs utilisateurs. En cela, il nous apparaît prépondérant de questionner la notion de standardisation au sein de l'application.

Avec notre troisième hypothèse, nous souhaitons interroger la manière dont le dispositif permet à l'utilisateur de se mettre en récit à travers le prisme de la relation. Par exemple, l'utilisateur est invité à customiser ses contacts et leurs emojis d'amis, mais il est également invité à découvrir comment ses usages sont mis en récit par les développeurs du dispositif notamment à travers les Bitmoji Stories ou les profils d'amis. Par ailleurs, si Snapchat s'est affranchie des « likes » et de l'ostentation du nombre de « followers », nous

pensons que la mise en lumière de la quantification des interactions de l'utilisateur avec ses contacts participe de son identité calculée.

Afin de vérifier la validité de ces hypothèses, nous avons décidé de mener une méthodologie en plusieurs étapes. Dans un premier temps, nous avons fourni un travail de recherche et de lecture afin de comprendre les différents jalons de l'identité numérique, ainsi que de la mise en scène de soi sur les médias sociaux. Par la suite, il nous a paru nécessaire de comprendre quels étaient les outils de mise en récit de soi à disposition de l'utilisateur au sein du dispositif. De ce fait, nous avons réalisé une analyse techno-sémiotique des outils d'éditorialisation de soi complexes, comprenant la création d'un Bitmoji jusqu'à son utilisation au sein de l'application, ainsi que l'exploration des possibilités de customisation d'une photo de soi au sein de l'espace caméra. Nous avons également réalisé une série de captures d'écran des différentes fonctionnalités abordées tout au long de notre analyse, dans l'optique d'illustrer nos propos. Par ailleurs, nous avons jugé pertinent de comprendre le point de vue des utilisateurs de l'application, en interrogeant leurs usages ainsi que leurs différentes opinions au regard de certaines fonctionnalités de Snapchat. Ainsi, nous avons réalisé sept entretiens semi-directifs avec des utilisateurs âgés de 18 à 32 ans. Ces entretiens nous permettront à la fois d'étayer notre analyse de manière qualitative, mais également d'obtenir une vision plus nuancée des fonctionnalités abordées au vu des différences d'utilisation entre les répondants. Enfin, dans le but d'approfondir notre réflexion sur le principe de déguisement au sein du dispositif, nous avons réalisé un entretien supplémentaire avec Lison Daniel, scénariste, comédienne et auteur du compte Instagram « les.caracteres ». Un compte au sein duquel l'actrice met en scène des personnages qu'elle imagine puis incarne à travers des filtres Snapchat.

Notre travail s'articulera en deux grandes parties. La première nous permettra de comprendre la manière dont l'utilisateur est amené à se mettre en scène de manière très créative au sein d'un cadre d'expression faisant l'apologie du masque et de la spontanéité. Nous aborderons ensuite Snapchat en tant que cadre d'expression standardisé, donnant à voir des identités fantômes qui se confondent de par leurs masques et la culture populaire qui les unit à travers le dispositif.

I. UNE MISE EN RÉCIT DE SOI DÉFORMANTE ET DÉCOMPLEXÉE.

Ce premier chapitre a pour finalité de répondre à notre première hypothèse, qui postule que les différentes fonctionnalités de l'application influencent la manière dont les utilisateurs sont invités à se mettre en récit. Nous pensons notamment que le caractère périssable des contenus pousse l'utilisateur à se mettre en scène de façon spontanée et décomplexée. Pour autant nous souhaitons nuancer le caractère « spontané » de cette exposition de soi, pouvant renvoyer à une image de soi « authentique » ou « sans filtre », puisque l'application propose différentes fonctionnalités permettant de modifier le réel. Il nous semble par exemple que la création d'un Bitmoji ainsi que l'usage de filtres déformants entraînent à priori une altération de l'image de soi. Il s'agira dès lors de comprendre dans quelle mesure les utilisateurs peuvent être amenés à dévoiler ou au contraire déguiser leur identité au sein du dispositif. Pour cela nous nous appuyerons notamment sur notre analyse de l'application ainsi que sur nos différents entretiens, qui - bien qu'ils n'aient pas la prétention de s'exprimer au nom de tous les utilisateurs de Snapchat - nous permettront de souligner d'éventuelles récurrences dans les discours.

A. Une mise en scène de soi placée sous le signe du déguisement.

Avant d'aller plus loin dans l'analyse des usages du dispositif, il convient de rappeler que Snapchat propose une interface de mise en récit mouvante. Son interface conversationnelle couplée au caractère périssable des contenus conduisent en effet l'utilisateur à se présenter aux autres usagers dans l'instant. Ce qui permet, selon le sociologue Nathan Jurgenson, d'exprimer une identité « plus fluide, changeante et vivante »²⁷. En cela, il semble que l'utilisateur ne « construise » pas son identité sous la forme d'un profil, qui formerait par conséquent sa carte de visite sur l'application, à l'image d'un profil LinkedIn par exemple. Ainsi sur Snapchat, ce que les développeurs nomment « profil utilisateur » n'est accessible que par l'utilisateur lui-même. S'il comporte quelques informations succinctes telles que le nom d'utilisateur, le nombre de snaps envoyés depuis l'inscription, le

²⁷ Jurgenson, N. (2013). *The Liquid Self*. Retrieved from <https://www.snap.com/en-US/news/post/the-liquid-self>

signe astrologique de l'utilisateur, ou encore son « Snapcode »²⁸ qui semble remplacer la traditionnelle photo de profil, il relève surtout d'une liste d'invitation à utiliser les différentes fonctionnalités de l'application.



Capture d'écran du profil utilisateur

Afin de se représenter sur l'application, l'utilisateur est donc invité à se mettre en scène dans l'instant soit à se réinventer constamment, comme en témoigne d'ailleurs l'écran d'accueil qui n'est autre que l'espace caméra de l'application, et non un fil d'actualité en comparaison aux médias sociaux concurrents. Or, nous allons voir que le caractère éphémère des contenus n'est pas la seule manière de concevoir l'identité comme quelque chose de fluctuant, puisqu'à travers ses différentes fonctionnalités, Snapchat semble esquisser la silhouette d'un coffre de déguisements.

²⁸ QR code qui, une fois flashé dans l'espace caméra du dispositif, permet d'ajouter l'utilisateur à sa liste de contacts.

1. Un cadre d'expression informel et privé.

Afin de comprendre la manière dont l'utilisateur se présente aux autres, il convient d'abord d'étudier ce que sont les « autres ». Or comme le remarque Camille Frilley, « *sur Snapchat, tout comme sur Facebook, une personne ajoutée à sa liste de contacts est immédiatement désignée comme un "ami" »*²⁹. Un terme qui semble tendre à généraliser les liens unissants les différents utilisateurs, bien qu'ils soient ostensiblement plus hétéroclites que cela. Pour autant, ce terme d'*ami* permet de suggérer la notion de proximité, de cercle proche, qui semble lier l'utilisateur à ses contacts. Ce qui s'illustre notamment à travers les différents témoignages que nous avons recueilli.

« *J'ai que mes proches sur Snapchat. Donc mes amis, et ma crush.* » - Emilien

« *Je parle surtout avec mes meilleurs amis, et ma famille aussi* » - Léna

Une familiarité qui s'exprime également à travers la nature des échanges entre les utilisateurs. En effet, il est nécessaire de souligner que Snapchat est un dispositif conversationnel. À travers l'espace caméra, l'utilisateur est ainsi amené à s'exprimer via une création de contenu visuel régulière. Selon Apolline, l'une de nos répondants, l'intérêt de Snapchat réside dans le fait d'accompagner ses pensées de manière imagée, en abandonnant l'idée d'une mise en scène spécifique.

« *Quand t'as un truc à dire, hop tu prends une photo ou une vidéo, parfois c'est ton salon ou ton jardin, parfois c'est ta tête. Pas besoin de regarder le cadrage, l'intérêt c'est juste de montrer ta vie, mais pas en mode pour se vanter comme sur Insta. C'est juste pour parler.* »

- Apolline

En capturant l'ordinaire, le quotidien, afin d'intégrer le contenu visuel à son langage, l'utilisateur vient par conséquent désacraliser le statut de l'image. En cela, André Gunthert souligne que Snapchat « *illustre clairement l'abandon du territoire de l'œuvre et de*

²⁹ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

l'élaboration au profit de la conversation en acte ». ³⁰ Ainsi, les personnes que nous avons interrogées nous ont notamment confié que Snapchat est devenue la plateforme qu'ils privilégiaient afin d'échanger avec leurs proches. Le fait de se mettre en scène ou de mettre en scène son quotidien de manière imagée étant devenu une habitude pour ces dernières. Dès lors, la mise en scène de soi ne relève plus de l'événement, puisqu'elle est banalisée à travers un schéma conversationnel.

« Je passe ma vie à faire des selfies [et] je me filme beaucoup pour raconter des anecdotes. » - Lina

« J'utilise Snap tous les jours pour parler aux gens, donc si j'ai un truc à dire à quelqu'un je le dis avec un snap. Un peu comme certains utilisent Messenger ou Whatsapp. » - Emilien

Pour autant, si Snapchat permet aux utilisateurs de communiquer entre eux - au sens où ces derniers échangent des contenus porteurs d'informations - la production d'un snap ne semble pas toujours avoir pour vocation de diffuser un message. Camille Frilley évoque ainsi la fonction phatique³¹ du snap, en soulignant que ce dernier peut davantage relever d'un « acte de présence » permettant de se signifier aux autres, plutôt que d'un message porteur d'information³². Une dimension phatique qui semble d'ailleurs renforcée par le caractère éphémère des contenus. En effet, selon André Gunthert, le caractère périssable des contenus ajoute « *une dimension ludique, mais aussi une liberté supplémentaire pour l'utilisateur, encourageant un usage informel ou relâché* ». ³³ La mise en scène de soi se trouve donc facilitée par la notion de périssabilité, permettant une production de contenus décomplexés, pouvant de surcroît être colorés d'une tonalité légère, voire comique.

³⁰ Gunthert, A. (2014) « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, 31 | URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3387>

³¹ Selon le dictionnaire en ligne du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales la fonction phatique se définit comme suit : « *Fonction du langage dont l'objet est d'établir ou de prolonger la communication entre le locuteur et le destinataire sans servir à communiquer un message* »

³² Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

³³ Gunthert, A. (2014) « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, 31 | URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3387>

« J'envoie des snaps quand je m'ennuie vraiment et que je suis d'humeur à envoyer des bêtises (...) Vu que ça se supprime je suis pas là à me demander "j'envoie ou j'envoie pas ?" » - Tom

En cela, Snapchat semble être le terrain fertile d'une expression imagée et décomplexée de soi, adressée à un cercle proche. Or si la mise en scène de soi semble être banalisée au sein du dispositif, nous allons voir en quoi l'identité de l'utilisateur peut s'y trouver déguisée.

2. Une application où le masque est la norme.

Pour filer la métaphore d'une identité masquée, nous avons noté que l'utilisateur était en mesure d'altérer son identité réelle, qu'il s'agisse de son identité patronymique ou bien de son apparence, à travers différentes strates inhérentes au dispositif. Une poétique du masque qui semble s'inscrire dans l'*infra-ordinaire*³⁴ de Snapchat, pour reprendre la formule de Georges Perec.

2.a. Le nom d'utilisateur comme masque plastigramme.

Dès son inscription sur l'application, l'usager doit choisir son « nom d'utilisateur » qui lui permet de créer son compte, ainsi qu'un « nom affiché » qui lui permettra par la suite d'être - selon les concepteurs - facilement reconnaissable par les personnes souhaitant l'ajouter à leur liste de contacts. Si l'utilisateur est invité à « choisir un [nom] que [ses] amis connaissent »³⁵, il ne s'agit pas pour autant d'une obligation, à l'inverse de Facebook, plateforme au sein de laquelle il est exigé que le nom d'utilisateur d'un individu corresponde à celui figurant sur sa pièce d'identité.³⁶ Ainsi sur Snapchat, l'utilisateur est libre de choisir le nom sous lequel il souhaite apparaître. Il peut décider d'y être désigné

³⁴ Perec, G. (1989) *L'infra-ordinaire*, Seuil, Paris.

³⁵ [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

³⁶ « Le nom de votre profil doit correspondre au nom que vous utilisez dans la vie courante. Ce nom doit également figurer sur une pièce d'identité ou un document de notre liste de pièces d'identité » [facebook.com](https://www.facebook.com)

selon son patronyme réel - soit par son nom et prénom - ou bien selon un pseudonyme, c'est à dire sous un nom d'emprunt. Selon Lætitia Emerit, l'utilisation de pseudonyme est une forme d'auto-nomination largement popularisée sur internet permettant à l'utilisateur de conserver une part de « vie privée ». Pour autant l'auteur souligne que le pseudonymat ne doit pas être confondu avec l'anonymat, « puisque choisir et concevoir un pseudonyme est un acte révélateur de l'individu »³⁷.

Nous remarquons dès lors que le pseudonyme constitue un véritable architecte d'éditorialisation de soi sur Snapchat. À la frontière entre personnalisation et standardisation, le cadre du « nom affiché » permet à l'utilisateur de choisir et modifier la manière dont il souhaite se désigner dans une grande liberté, et ce à l'infini. En cela, l'architecte du « nom affiché » semble s'apparenter à ce qu'Yves Jeanneret appelle un « plastigramme », soit une « forme d'écriture plastique, souple »³⁸, que l'utilisateur est ici en mesure de préciser, de réécrire au fil du temps.

Ainsi, bien que les champs à remplir suggèrent à l'utilisateur d'y entrer son prénom ainsi que son nom de famille, ce dernier peut décider de ne remplir que l'un des deux champs. De plus, l'utilisateur est libre d'y ajouter n'importe quel caractère disponible dans le clavier de son téléphone. Il peut également choisir de s'affranchir totalement de la notion de *nom*, au sens de « mot » ou « groupe de mots » en se désignant exclusivement sous la forme d'une suite de chiffres ou de caractères spéciaux. L'utilisateur peut ainsi choisir de se désigner à travers une suite d'emojis, ce que Virginie Bejo considère comme « le langage d'Internet »³⁹. Dès lors, il convient de souligner que le « nom affiché » de l'utilisateur devient une illustration.

³⁷ Emerit, L. (2014). *Vers une typologie des pseudonymes sur Facebook*. Retrieved from https://impec.sciencesconf.org/conference/impec/pages/Impec2014_Emerit.pdf.

³⁸ Bazet, I., Hémond, F., et Mayère, A. (2017) « Entretien avec Yves Jeanneret », *Communication* [En ligne], vol. 34/2 | URL : <http://journals.openedition.org/communication/7287> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communication.7287>

³⁹ Bejo, V. (2015). *Qu'est-ce que l'emoji veut « dire » ? Des imaginaires à la boîte noire : analyse d'un objet trivial sous tensions*. [Mémoire]. CELSA, Paris.



*Captures d'écran d'un changement de « nom affiché »
en une suite d'emojis*

Bien que la liberté d'éditorialisation du « nom affiché » soit considérable, il nous paraît pour autant nécessaire de souligner que cette identité choisie est relativement précaire. Considérant que l'utilisateur est libre de modifier son « nom affiché » autant de fois qu'il le souhaite et que les emojis sont des « objets instables et mouvants »⁴⁰, fréquemment modifiés par leurs concepteurs, le pseudonyme semble constituer un masque à la fois polymorphe et incertain pour l'usager. En outre, nous verrons plus tard que chaque usager est en mesure de modifier le « nom affiché » d'un utilisateur ajouté à sa liste de contact.

2.b. Le filtre animé comme miroir kaléidoscopique.

Fonctionnalité popularisée sur l'application dès 2015, les filtres animés ou « Lenses » pour reprendre les termes des concepteurs de Snapchat, permettent à l'usager de recourir à la réalité augmentée pour modifier son environnement par le biais des « World Lenses », ou encore son visage - ce qui nous intéresse particulièrement ici - avec les « Lenses de visage ». Accessibles via l'espace caméra, soit dès l'écran d'accueil, les filtres animés sont suggérés à l'utilisateur dès que celui-ci appuie sur l'écran de son smartphone. Dès lors, l'usager est en mesure d'essayer les filtres proposés, ou bien de faire glisser son écran vers le haut afin d'accéder à la galerie de filtres « Lenses communautaires » ou « Lenses Explorer » récemment mise en place, afin d'accéder à l'ensemble des Lenses disponibles.

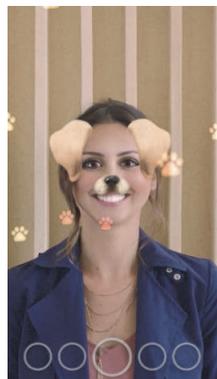
⁴⁰ Ibid.

Le filtre animé venant couvrir le visage de l'utilisateur, jusqu'à le déformer, Camille Frilley le considère comme un artifice venant masquer sa véritable identité. En faisant le choix de se déguiser d'un filtre « *on ne se présente pas en tant que soi devant l'autre, mais en tant que soi avec un masque* »⁴¹. Ainsi, l'utilisateur est amené à modifier son identité à travers un large panel de déguisements, allant du simple accessoire à la transformation drastique en passant notamment par l'esthétisation des traits du visage. Chaque filtre engendre donc une modification de l'identité réelle de l'utilisateur, pouvant de surcroit le rendre complètement méconnaissable.

Bien que les filtres animés ne soient pas classés par catégories dans la galerie de l'application, nous avons pu identifier cinq grandes thématiques proposées par Snapchat grâce à l'outil de création de Lenses⁴². Nous observons ainsi les thématiques « accessoires », « animaux », « beauté », « drôle », ou encore « LOL », que nous nous sommes permis d'illustrer ci-après avec un filtre associé, selon les concepteurs du dispositif, à chacune d'entre elles.



Accessoires



Animaux



Beauté



Drôle



LOL

Si le filtre animé est présenté comme une expérience de réalité augmentée faite pour « s'amuser » avec ses amis⁴³, Camille Frilley souligne qu'il opère comme un miroir déformant conduisant à une mise en scène de soi décomplexée, empreinte d'une tonalité

⁴¹ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

⁴² Ces catégories sont disponibles dans l'outil de création de Lenses sur create.snapchat.com

⁴³ [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

comique.⁴⁴ Pour autant il nous semble que cette coloration comique peut être nuancée de par la prépondérance des filtres à visée esthétique. Un grain de peau lissé, des dents blanchies, des yeux pétillants et maquillés, des joues rosies et un visage affiné sont devenus la norme au sein des filtres Snapchat. Il nous paraît dès lors important d'interroger le sens second du masque, en tant qu'artifice de protection. Comme le remarque Nicolas Auray⁴⁵, le masque produit un double effet sur l'individu qui d'une part se déguise et revêt une parure, et d'autre part se voile, en protégeant son visage. En effet, agissant comme une retouche photoshop instantanée, le masque esthétisant semble participer de cette mise en scène décomplexée de soi. Ce filtre venant aussitôt masquer ses éventuels défauts et donc en un sens protéger l'utilisateur d'une exposition de soi « à nu », ce dernier semble être plus à même de se mettre en scène spontanément, sans réfléchir à un cadrage ou à une lumière particulièrement valorisante.

Selon deux de nos répondantes, Lina et Apolline, les filtres à visée esthétique sont devenus usuels au sein de leurs échanges. S'embellir avec un filtre est devenu un acte quotidien, une habitude partagée par l'ensemble de leurs contacts. Par ailleurs, Lina souligne que ces filtres lui permettent également d'arborer des tâches de rousseur, un attribut qu'elle aurait souhaité posséder physiquement. À travers le filtre à visée esthétique, l'utilisateur semble donc être potentiellement amené à s'éditorialiser selon une identité fantasmée.

« Pour être honnête j'utilise aussi pas mal ceux qui font un effet "beauté". Enfin en vrai y a pas de honte, tout le monde le fait, c'est grave devenu une habitude. » - Apolline

« C'est pratique, même si t'es pas maquillée ou que t'as fait une soirée, tu mets un filtre et ça passe ! Et sinon en ce moment j'adore ceux qui font des freckles⁴⁶, je les mets tous les jours. J'aurais trop aimé en avoir en vrai. » - Lina

Les filtres animés permettent donc à l'utilisateur d'arborer une identité versatile, placée sous le signe du déguisement, et constituent ainsi un miroir kaléidoscopique de la mise en scène de soi.

⁴⁴ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

⁴⁵ Auray, N. (2004). Sosies et avatars dans les jeux: entre écriture et image. *L'image sosie*, 95-107.

⁴⁶ Tâches de rousseur

2.c. Le Bitmoji, de l'avatar au sosie.

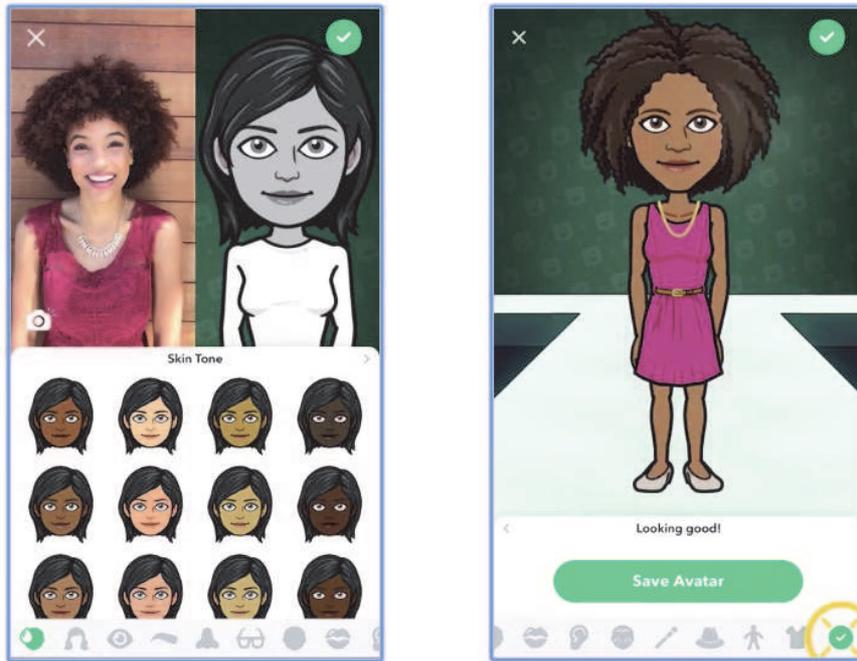
Si la représentation visuelle de l'utilisateur, sous la forme plus ou moins pérenne d'une photo de profil ou d'un avatar, est considérée comme inhérente à son identité numérique selon Fanny George⁴⁷, cette dernière n'est apparue que récemment sur l'application. En effet, si à compter de 2013 l'utilisateur pouvait remplacer le logotype du fantôme de Snapchat (présent sur son « profil utilisateur ») par une série de selfies, cette représentation de soi était relativement sommaire, ne laissant que peu de place au visage.

L'année 2016 marque donc un tournant sur Snapchat avec la possibilité pour l'utilisateur de s'éditorialiser sous la forme d'un avatar, appelé Bitmoji⁴⁸. Si l'avatar était considéré comme un moyen de s'anonymiser dans les années 1990, il est de plus en plus associé à l'identité numérique de l'utilisateur, soit la manière dont l'utilisateur se présente sur les médias sociaux.⁴⁹ Nous remarquons que cette tendance à la vraisemblance s'est notamment accentuée avec la dernière version de l'outil de création du Bitmoji, qui propose à l'utilisateur - en plus des nouvelles fonctionnalités de personnalisation - de construire son Bitmoji à l'aide d'un selfie. Ce qui lui permet donc de créer son avatar de manière plus réaliste, en se servant d'une photographie de lui-même comme modèle.

⁴⁷ Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique: Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. *Réseaux*, 154(2), 165-193. doi:10.3917/res.154.0165.

⁴⁸ **Voir annexe 1**

⁴⁹ Georges, F. (2012). Avatars et identité. *Hermès, La Revue*, 62(1), 33-40. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2012-1-page-33.htm>.



Captures d'écran d'une création de Bitmoji s'appuyant sur un selfie.
Source : snapchat.com

En cela, le Bitmoji semble parfaitement illustrer les propos de Nicolas Auray⁵⁰, qui soutient que l'avatar relève d'un faux double, un sosie virtuel comparable à une *mimicry*⁵¹ - un dépouillement temporaire de la personnalité pour en feindre une autre. Par ailleurs si le sosie, ici le Bitmoji, a pour vocation de reproduire l'apparence de l'utilisateur, il n'en demeure pas moins un masque auquel l'utilisateur souhaite être assimilé, et donc en un sens *incarner*. La notion de sosie se retrouve donc chargée d'une certaine ambivalence. Dans *Le Masque et le visage*, Alexandre Cioranescu insiste sur cette ambiguïté du masque en tant que déguisement. Selon l'auteur, si l'individu masqué demande à être assumé comme tel, « le problème se pose de savoir s'il est ce qu'il dit ».⁵²

Si les utilisateurs sont libres de se représenter par un Bitmoji ou non, nous avons cherché à comprendre si nos répondants avaient cherché à le construire à leur image. Dès lors nous avons pu observer une certaine tendance à la vraisemblance lors du processus de création,

⁵⁰ Auray, N. (2004). Sosies et avatars dans les jeux: entre écriture et image. *L'image sosie*, 95-107.

⁵¹ Caillois, R. (1958). *Les jeux et les hommes*, Gallimard, Paris.

⁵² Cioranescu, A. (1983). *Le masque et le visage: du baroque espagnol au classicisme français* (Vol. 210). Librairie Droz.

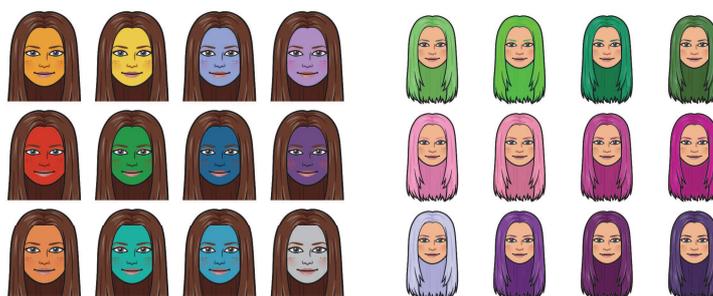
du moins « avec les possibilités de customisation proposées » comme le souligne Tom. Pour autant, certaines personnes interrogées nous ont également confié qu'elles cherchaient à faire en sorte que leur Bitmoji soit « stylé », quitte à estomper quelques défauts physiologiques ou à choisir des attributs qu'ils estiment être les plus harmonieux.

« On sait pas forcément quels types de traits nous correspondent le plus, et puis perso j'ai tendance à choisir ceux que je trouve les plus beaux » - Apolline

« J'essaie de le faire à mon image mais les défauts que j'ai je ne les mets pas (...) Je me fais plus mince, je me mets moins de poitrine, je me fais les cheveux plus longs, avec une peau plus bronzée. » - Lina

« J'ai essayé de faire en sorte qu'il me ressemble. Mais je voulais aussi qu'il soit stylé (...) avec les vêtements surtout, ou la coupe de cheveux » - Emilien

Selon le psychanalyste Serge Tisseron, « le plus souvent, [l'avatar] incarne une facette imaginaire de soi »⁵³. En cela, le Bitmoji semble également permettre à l'utilisateur d'arbore le masque d'une identité fantasmée. Chaque usager est libre de décider de se présenter aux autres tel qu'il se perçoit, ou bien de s'affranchir de tout souci de réalisme et ainsi s'éditorialiser à travers le prisme d'une identité fictive. Cette opportunité d'éditorialisation fictive semble dès lors d'autant plus marquée par le nuancier proposé pour colorer la peau ou les cheveux de cet avatar dans des tons fluorescents dénués de réalisme.



Captures d'écrans issues de l'application Bitmoji

⁵³ Tisseron, S. (2011). Les nouveaux réseaux sociaux sur internet. *Psychotropes*, vol. 17(2), 99-118. doi:10.3917/psyt.172.0099.

La mise en scène de soi nous paraît dès lors mise en abyme à travers la possibilité pour l'utilisateur d'habiller son Bitmoji d'un costume, dans les choix de customisation de sa tenue. Ainsi, le masque de l'avatar se trouve lui-même déguisé d'une apparence qui n'est pas la sienne, bien que son visage ne soit quant à lui pas couvert.



Capture d'écran issue de l'application Bitmoji

Un jeu de masques qui semble d'autant plus renforcé par la création du Bitmoji Merch par les concepteurs de Snapchat, créant ainsi une certaine porosité avec le réel. En effet, en offrant la possibilité aux utilisateurs d'acheter des objets dérivés tels que des vêtements ou objets de la vie quotidienne à l'effigie de leur avatar, ces derniers sont invités à arborer de manière ostentatoire et surtout physique, l'identité virtuelle qu'ils ont créé sur la plateforme. La mise en scène de l'utilisateur s'exporte ainsi de l'écran au monde réel, de la donnée à la matière, et nous invite à découvrir simultanément le masque et le visage démasqué.



Image issue de store.snapchat.com

B. Un dispositif de mise en scène du réel.

Nous allons ici poursuivre notre vision de la mise en scène de soi, en nous intéressant plus particulièrement à l'approche scénaristique du réel sur Snapchat. Nous allons notamment réfléchir à la manière dont l'application constitue un espace d'écriture et de mise en scène complexe, permettant à l'utilisateur de moduler, voire de théâtraliser le réel à travers une posture de créateur.

1. L'espace caméra : une toile d'artiste augmenté.

Considérée comme l'une des tensions traversant le « partage photographique » identifiées par Gustavo Gomez Mejia, l'édition de la photo nous semble poussée à son paroxysme sur

Snapchat. En effet, si l'auteur considère notamment que l'application de filtres sur la photographie digitale relève d'un acte de customisation, d'une « libération préfabriquée de la créativité »⁵⁴, les multiples possibilités de transformation de l'image permises par l'application⁵⁵ sont autant d'effets comparables à un outil de retouche accessible et ludique, prenant l'environnement de l'utilisateur comme canevas. Selon le professeur de cinéma Tom Gunning, les possibilités transformations de l'image à travers le numérique renvoient en effet à la condition de la peinture, « où la couleur, la forme, la matière, tous les composants de l'image sont le fait du peintre »⁵⁶ et ne sont plus déterminés par le réel. C'est donc en cela que nous nous permettons ce rapprochement artistique, en comparant l'espace caméra à une toile d'artiste.

Au cours de notre observation, nous avons également remarqué de nombreuses allusions à l'expression artistique au sein du dispositif. Par exemple, lorsque l'utilisateur souhaite effacer un snap avant de l'avoir envoyé, un message apparaît lui demandant s'il souhaite abandonner son « Snapspterpiece », une désignation qui n'est pas sans rappeler l'expression anglophone « masterpiece », soit un chef-d'œuvre en français. Les concepteurs déclarent également que la seule limite de création pour l'utilisateur est - à l'image d'un artiste - son imagination⁵⁷. En outre, l'analogie d'un *artiste numérique* semble s'illustrer d'autant plus lisiblement avec la possibilité de dessiner en trois dimensions, depuis fin 2019. En effet, nommée « Créer » sur l'application et assortie d'un pictogramme représentant une baguette magique, cette fonctionnalité semble s'inscrire dans la continuité du traditionnel outil « stylo » - permettant d'écrire du texte à l'aide de son doigt sur une image - en invitant notamment l'utilisateur à peindre en trois dimensions dans l'espace ou sur son visage. Pour autant, si ce procédé de création numérique peut être considéré comme artistique, il convient de souligner qu'il n'en demeure pas moins un



⁵⁴ Gomez-Mejia, G. (2017). Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter. *Communication & langages*, 194(4), 41-65. doi:10.4074/S0336150017014041.

⁵⁵ voir annexe

⁵⁶ Gunning, T. (2006). « La retouche numérique à l'index », *Études photographiques*, 19.

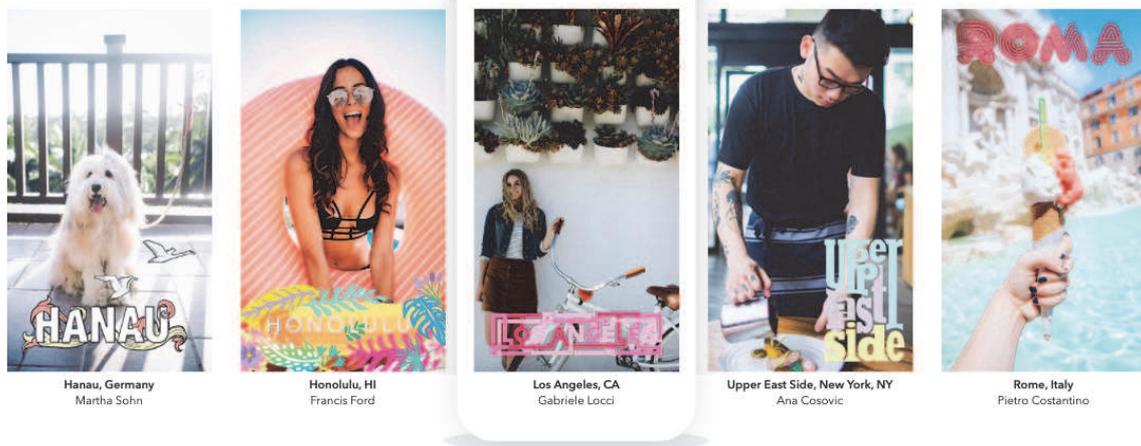
⁵⁷ « Your only limit is your imagination » Snapchat. (2018, juillet 23). *Filters and Lenses on Snapchat* [YouTube]. https://www.youtube.com/watch?time_continue=26&v=PN76vow1TUc&feature=emb_logo

processus de trucage éphémère du réel. En effet, si l'oeuvre d'art s'inscrit dans le temps de par son processus de création jusqu'à sa potentielle conservation, nous savons que le snap n'a quant à lui pas de vocation à être conservé ni exposé. En cela, le pictogramme de la baguette magique semble davantage évoquer une figure créatrice spécifique, celle du magicien qui illusionne son public le temps d'un tour.

Si les différentes personnes que nous avons interrogées nous ont confié n'avoir jamais utilisé la fonction « Créer » elles nous ont tout de même dit qu'elles avaient pour habitude de customiser leurs snaps avec des éléments simples tels que des stickers, du texte, ou encore les filtres géolocalisés. Ainsi pour Léna, le filtre géolocalisé possède une double fonction permettant à la fois de rendre son snap plus esthétique, mais également de montrer à ses contacts où elle se trouve. En customisant son snap par l'ajout de texte ou d'éléments décoratifs, l'utilisateur tend par définition à le personnaliser, soit à le faire correspondre à ses besoins ou ses goûts. En cela, l'utilisateur exprime un fragment de son identité à la fois de manière empirique mais également sous la forme d'une mise en scène pour autrui, puisque cette expression est adressée à un ou plusieurs destinataires. Par conséquent, en s'appropriant l'architexte de l'espace caméra, « le moi "informe" la matière numérique au sens premier du terme [tandis que] la matière modelée nous informe en retour de la personnalité du sculpteur »⁵⁸. Considérant le caractère éphémère des contenus, l'identité de l'utilisateur est donc amenée à s'exprimer à travers des productions graphiques dont l'obsolescence est programmée. Sa personnalité est donc vouée à se rééditer constamment afin qu'elle puisse s'inscrire dans le temps. Pour autant, elle semble s'inscrire aisément dans une géographie autant spatiale que relationnelle, à l'image du filtre géolocalisé qui permet à la fois de montrer aux autres sa présence dans un lieu mais aussi son appartenance à un groupe telle qu'une communauté universitaire par exemple.

« J'aime bien mettre l'endroit où je me trouve, y a des jolis filtres même pour montrer que je suis à la fac maintenant ! » - Léna

⁵⁸ Kredens, E. (2011). La part de soi et la part de l'autre dans les usages juvéniles d'internet [Mémoire]. Université de Savoie, France.

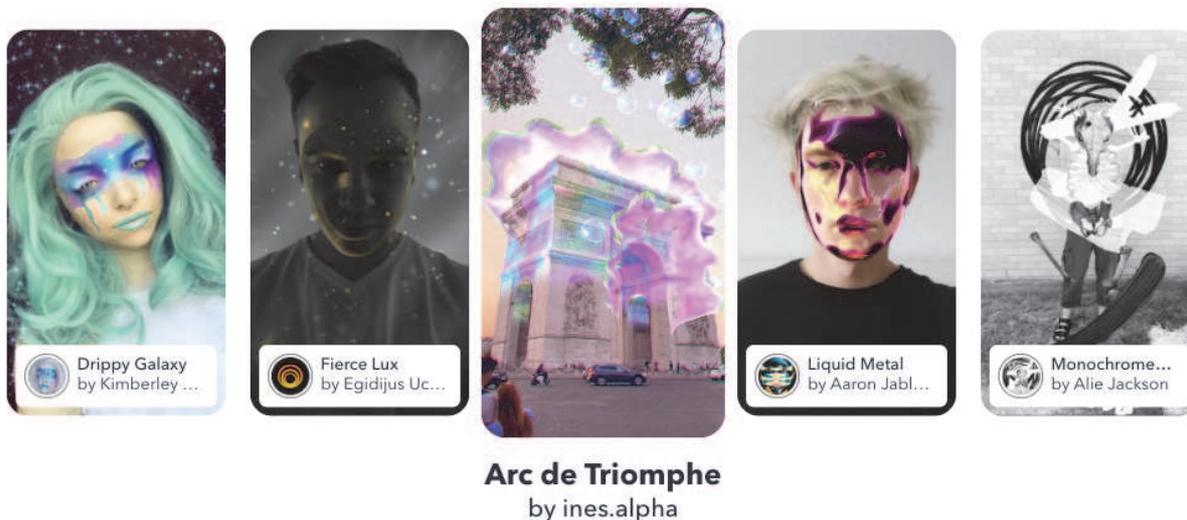


Capture d'écran illustrant différents filtres géolocalisés.
Source : [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

Par ailleurs, depuis la récente pérennisation des filtres animés sur la plateforme, la figure du créateur semble se cristalliser sur Snapchat. En effet, en rendant les filtres animés disponibles au sein d'une bibliothèque de contenus sur l'application, les concepteurs ont fait le choix d'exposer le nom des créateurs de filtres animés sous le nom que ces derniers ont choisi pour leur création. Ainsi, lorsque l'on est créateur sur la plateforme, on se doit de dévoiler son identité. En d'autres termes, pour proposer un masque, il faut soit même se démasquer. Le site de Snapchat propose même des portraits vidéo de quelques créateurs, afin de mettre en lumière leur travail ainsi que leur identité. Ici, l'identité prend un double sens, puisqu'il s'agit autant de son identité *artistique* soit son univers créatif, que de son identité *numérique* avec son Snapcode permettant d'essayer la Lens qu'il a créé. Cette prise de position s'accompagne également d'un discours que nous pourrions qualifier de facilitateur à l'égard de la création de Lenses. Ainsi, selon les concepteurs « il n'a jamais été aussi simple de commencer à créer »⁵⁹ si bien que « tout le monde peut devenir un créateur de Lens »⁶⁰.

⁵⁹ En anglais sur la page : « It's never been easier to start creating ». Source : lensstudio.snapchat.com

⁶⁰ En anglais sur la page : « Anyone can be a Lens Creator ». Source : lensstudio.snapchat.com

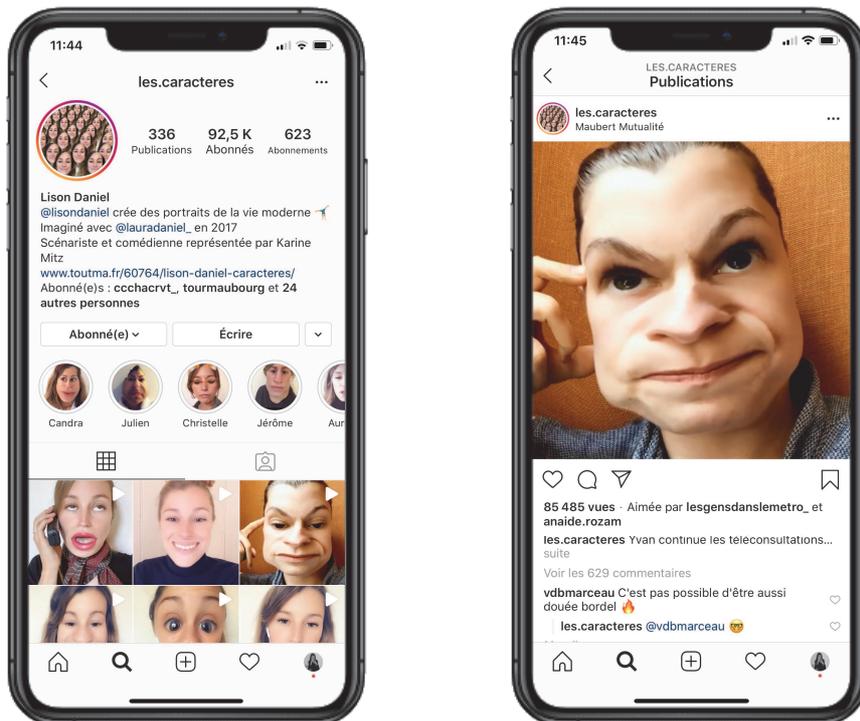


Capture d'écran illustrant différentes Lenses disponibles.
 Source : lensstudio.snapchat.com

En cela, il nous semble que Snapchat s'apparente à un théâtre, un lieu qui constitue un espace de création, d'improvisation, et bien sûr de mise en scène de soi. Un théâtre où les costumiers et les scénographes sont mis à l'honneur, en tant que créateurs produisant autant de déguisements et d'outils de transformation du réel qui contribuent à l'expression créative des utilisateurs de l'application.

Nous avons d'ailleurs voulu pousser un peu plus loin cette image du théâtre et de la mise en scène de soi costumée en interrogeant Lison Daniel, scénariste, comédienne et auteur du compte Instagram « Les caractères ». Pour Lison, le fait de pouvoir déguiser son identité constitue l'unique raison pour laquelle elle utilise l'application, elle nous a ainsi confié ne jamais envoyer de snap. En cela, cette appropriation semble renforcer notre image d'une application comparable à un coffre de déguisements. En effet, en modifiant son apparence grâce aux filtres Snapchat, la comédienne incarne des personnages au cours de petites vidéos qu'elle poste ensuite sur son compte Instagram. Lison souligne d'ailleurs que le filtre animé lui permet d'obtenir un résultat beaucoup plus convaincant qu'avec le port d'une perruque et la réalisation d'un maquillage, puisqu'il lui permet de modifier sa voix et son visage « à l'infini » et cela en très peu de temps.

« Grâce aux filtres Snap, je peux passer d'une jeune femme de 25 ans, à un gros monsieur de 40 ans en moins d'une seconde. Pour un acteur, c'est génial. » - Lison



Captures d'écran du compte Instagram « Les Caractères »

À travers les mises en scène la comédienne, le filtre animé semble donc opérer un véritable glissement du *masque* vers le *personnage*. Chaque personnage possédant des traits et accessoires définis, mais également un « caractère » qui lui est propre, s'exprimant autant dans la gestuelle de l'actrice que dans son *ethos discursif*.⁶¹ Par ailleurs, si le masque est un artifice qui couvre le visage de l'individu, le personnage - au sens théâtral du terme - est en revanche *incarné* par l'acteur. Ainsi, comme le remarque l'écrivain Georges Zaragoza, « les personnages ont une vie bien à eux »⁶², il convient donc de remarquer que leur existence est indépendante du comédien. En effet, si Lison masque son identité, c'est bien parce qu'elle cherche à mettre en lumière des personnages inspirés de véritables rencontres *in réal life*, « aux terrasses des cafés, dans le métro ». Des personnages dont elle a conçu l'*ethos* en se forgeant « une passion pour la façon dont les gens parlent, se présentent au monde, pour leurs tics de langage, leurs expressions ». Dès lors, si le filtre peut sembler caricatural, en permettant à Lison d'appuyer le stéréotype qu'elle cherche à représenter, ce

⁶¹ Amossy, R. (2010). *La présentation de soi*. Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France. doi:10.3917/puf.amoss.2010.01.

⁶² Zaragoza, G. (2006). *Le personnage de théâtre*. Armand Colin.

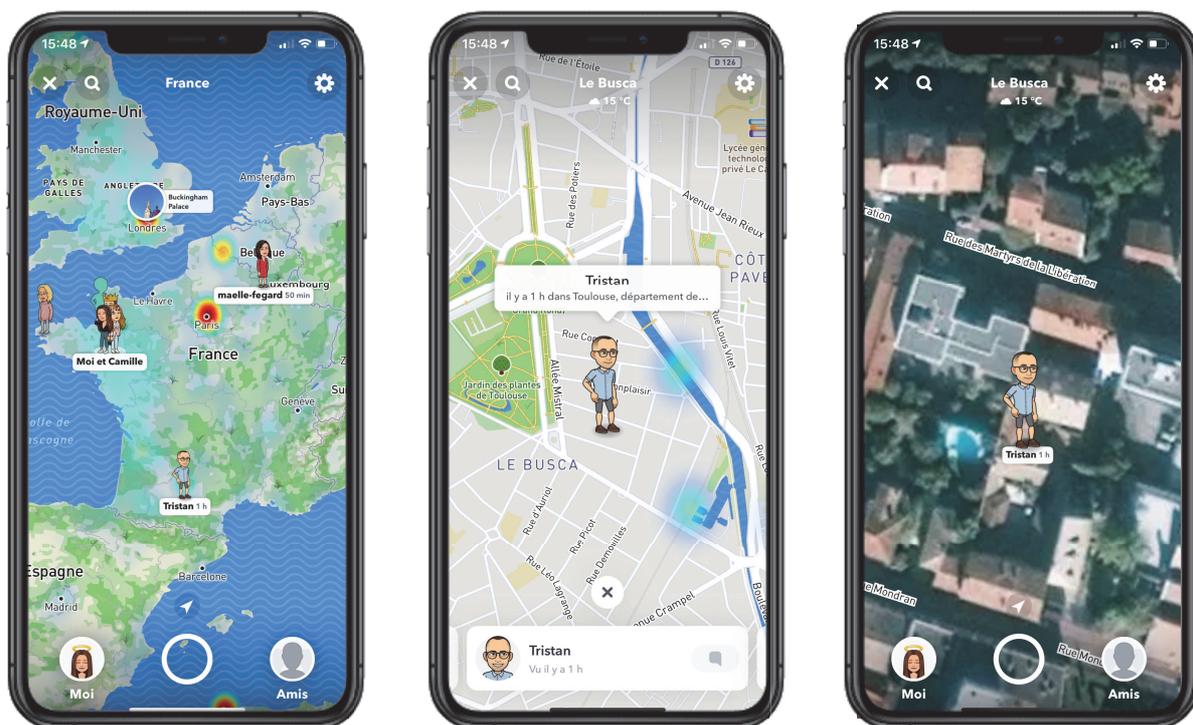
dernier ne doit pas pour autant altérer la nature humaine du personnage afin de rester crédible.

« Les filtres que je préfère sont ceux qui déforment beaucoup, mais qui créent des personnages auxquels on peut tout de même croire. Je n'aime donc pas beaucoup les filtres improbables, comme ceux qui mettent le nez à la place du front. » - Lison

Par ailleurs, l'existence indépendante des personnages de l'actrice semble également s'exprimer sur son compte Instagram, qu'elle qualifie de « *bibliothèque de personnalités* ». En effet, chacune de ses mises en scène se retrouve cristallisée dans un post, ou bien une story à la une, permettant ainsi aux personnages de s'exprimer, d'être joués en vidéos, indépendamment de leur auteur. Une appropriation du filtre animé qui s'impose comme un véritable détournement de son usage premier, soit celui d'un masque destiné à mettre en scène un utilisateur dans un échange éphémère et interne à l'application.

2. La notion de statut : un acte de présence scénarisé.

Intégrée sur l'application en 2017, la *Map Snap* permet aux utilisateurs de consulter les snaps partagés par l'ensemble de la communauté Snapchat, mais également de savoir où se trouvent leurs contacts en temps réel. Ces derniers étant représentés par leurs Bitmoji sur la carte ou à défaut, par une silhouette de Bitmoji. Si l'utilisateur décide de cliquer sur le Bitmoji d'un contact, cela pour effet de zoomer sur la position de ce contact, et d'afficher le nom de la ville dans laquelle il se trouve. Cependant si l'utilisateur décide de zoomer à nouveau, la carte passe d'une vue plan à une vue satellite. Cette nouvelle vue étant d'une telle précision qu'il est possible pour l'utilisateur de déterminer dans quelle maison se trouve son contact. Une fonctionnalité qui semble contraire au principe originel de protection de la vie privée que défendent les concepteurs de l'application. Perçue comme trop intrusive par Tom, un de nos répondants, celui-ci nous confie qu'il préfère se mettre en mode *ghost*, c'est à dire en mode fantôme, afin de ne pas être visible sur la carte.



Captures d'écran d'un zoom sur la position d'un contact

Ne requérant pas d'action spécifique de la part de l'utilisateur, sa position géographique est automatiquement générée sur la carte. Par la suite, sa localisation peut être consultée sans qu'il en soit informé. Ce qui n'est pas sans rappeler le phénomène de sousveillance des technologies numériques, que Dominique Quessada décrit comme une surveillance invisible, permanente et banale.⁶³ Ainsi, pour Tom, consulter la localisation de ses amis est un acte banalisé, puisqu'il devient une manière de prendre des nouvelles de ses contacts de manière indirecte, en s'informant sur leurs déplacements. Il en est de même pour Apolline, qui nous confie qu'elle observe les déplacements de ses amis afin de savoir où se trouvent ses derniers lorsqu'ils sont en retard pour la voir.

Pour Lina, le partage de sa position s'accompagne d'une véritable mise en scène. En effet, grâce à la fonctionnalité « statut », l'utilisateur peut choisir de personnaliser la manière dont apparaît son Bitmoji sur la carte avec un sticker spécifique. Ainsi, l'utilisateur est en mesure de représenter son Bitmoji en train de travailler, de faire du sport, ou encore de cuisiner par

⁶³ Quessada, D. (2010). De la sousveillance: La surveillance globale, un nouveau mode de gouvernabilité. *Multitudes*, 40(1), 54-59. doi:10.3917/mult.040.0054.

exemple. Une mise en scène qui permet de surcroît à Lina de savoir qui sont les personnes qui s'intéressent à elle. En effet, une fois le statut publié, l'utilisateur est informé des personnes qui l'ont consulté.

« J'aime bien montrer où je suis, et le fait de mettre mon statut à jour, ça me permet de savoir qui regarde ma localisation, en gros de savoir qui me stalke... » - Lina



Capture d'écran de la page d'édition du statut

Si la mise en scène de soi vue à travers le prisme du "statut" peut donc paraître *a priori* semi-adressée - puisqu'il ne s'agit pas d'un contenu publié à destination d'un contact particulier - elle peut en revanche être créée dans le but de produire un effet. L'effet de dévoiler l'invisible, en démasquant les personnes qui consultent la localisation de l'utilisateur.

C. Une culture du spontané qui prime sur l'expression de la personnalité.

Nous souhaitons ici nous intéresser plus particulièrement à la notion de spontanéité sur Snapchat, en tant qu'influence sur la manière dont l'identité de l'utilisateur est amené à s'exprimer. En effet si pour le spécialiste d'histoire visuelle André Gunthert, la spontanéité du selfie est un gage de fraîcheur et d'authenticité⁶⁴, nous avons vu que l'identité de l'utilisateur était ici placée sous le signe du déguisement et de la mise en scène du réel. Par ailleurs, selon le professeur en psychiatrie Jean-Marc Guilé, l'identité est indissociable de la notion d'*ipséité*, « du sentiment de continuité de soi, de la continuité d'existence et de pensée au travers des événements, des âges et des lieux »⁶⁵. Une notion que Julie Denouël rapproche à celle d'identité narrative au sein de la construction d'un soi en ligne.⁶⁶ Or sur Snapchat, la spontanéité est couplée à l'évanescence de la mise en scène de soi. Il nous paraît donc nécessaire d'aborder les contours de la spontanéité de l'expression de soi sur Snapchat, afin de comprendre la manière dont cette dernière peut influencer les échanges des utilisateurs.

1. Les filtres animés comme facilitateurs d'échanges.

Au cours de son étude, Camille Frilley remarque que les échanges de snaps peuvent être dénués de contenu informatif, et qu'ils constituent davantage un « embrayeur de conversation »⁶⁷, soit un acte de présence, plutôt qu'un message⁶⁸. En cela, l'auteur fait le rapprochement avec la *fonction phatique* du langage théorisée par Roman Jakobson⁶⁹. En effet, lorsque l'utilisateur envoie une photo de lui déguisé d'un filtre chien par exemple, le snap n'a pas d'autre fonction que de manifester sa présence au destinataire, sans pour

⁶⁴ Gunthert, A. (2015) *L'image partagée - La photographie numérique*, Éd. Textuel.

⁶⁵ Guilé, J. (2014). Ipséité et identité-identification. *Perspectives Psy*, vol. 53(2), 91-93. doi:10.1051/psy/2014532091.

⁶⁶ Denouël, J. (2011). Identité. *Communications*, 88(1), 75-82. doi:10.3917/commu.088.0075.

⁶⁷ Gunthert, A. (2015) *L'image partagée - La photographie numérique*, Éd. Textuel.

⁶⁸ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

⁶⁹ Jakobson, R. (1963). « Essais de linguistique générale », Paris, éd. de Minuit, t. 1.

autant chercher à communiquer un message. C'est notamment ce que la psychanalyste Elsa Godart nomme le « Pic speech », un discours au sein duquel les images remplacent les mots et les phrases⁷⁰.

Selon les témoignages que nous avons recueillis, cette fonction phatique s'exprime tout particulièrement dans l'usage des filtres à connotation humoristique. Nous avons ainsi observé que le fait de déguiser son identité d'un filtre déformant pouvait relever d'une motivation suffisante pour se mettre en scène à autrui. Le principe étant de se mettre en scène de façon comique afin de susciter le rire chez le destinataire, sans pour autant chercher à transmettre un message.

« En fait je discute pas avec cette app. Si j'envoie un snap c'est pour envoyer ma tête avec un filtre qui me fait marrer » - Tom

« Quand t'envoies un snap avec un filtre c'est que tu racontes quelque chose d'assez léger, voire même que tu racontes rien du tout. » - Apolline

Si le déguisement de soi humoristique apparaît dès lors comme une motivation à se mettre en scène, il convient sûrement ici d'évoquer la nuance entre le comique et le ridicule, qui lui relève quant à lui de l'humiliation⁷¹. En effet, le principe de *safe place* originel de Snapchat s'exprime ici en offrant une scène éphémère de la représentation comique de soi. L'utilisateur semble donc se sentir libre de prendre spontanément part à une mascarade généralisée, puisqu'il s'y donne en spectacle de manière sécurisée. En effet, le contenu étant périssable, cela suppose qu'il ne sera pas réutilisé ultérieurement à des fins d'humiliation. La majorité des utilisateurs que nous avons interrogé nous ont ainsi fait part d'un même esprit de décontraction au sein de leurs échanges, induit par le caractère périssable des contenus.

« Ça permet d'envoyer des photos où on se prend pas la tête » - Lina

⁷⁰ Godart, E. (2016). Éphémères images. *L'école des parents*, 620(3), 39-41. doi:10.3917/epar.620.0039.

⁷¹ Victoroff, D. (1952). *Le rire et le risible: Introduction à la psycho-sociologie du rire*. Paris, France : Presses Universitaires de France.

« Ça me stresse moins de raconter ce que je veux sur ma vie, ou d'envoyer des photos drôles, parce que je sais que ça restera pas. » - Apolline

En outre, si le destinataire décide de conserver le snap en faisant une capture d'écran, l'expéditeur en est immédiatement informé par une notification. Selon Apolline, cela lui permet de moins stresser quant au caractère embarrassant de ce qu'elle envoie, puisqu'elle peut demander par la suite à ses amis de supprimer leurs captures d'écrans.

Par ailleurs, si le filtre humoristique engendre une mise en scène spontanée d'un soi déformé, en désavantageant esthétiquement le physique, nous souhaitons souligner qu'il agit - comme nous l'avons vu précédemment - tel un déguisement. Ainsi, la véritable identité de l'utilisateur est dissimulée derrière le masque du filtre. Ce n'est donc pas le physique de l'utilisateur qui est sujet au rire, mais bien le masque. Selon Henri Bergson, le comique naît lorsque l'individu se libère d'un souci de conservation et commence à se traiter comme une oeuvre d'art⁷². Ici, le masque semble donc permettre un détachement de l'identité réelle de l'utilisateur, en l'invitant à se donner en spectacle à travers un masque comique.

D'autre part, nous souhaitons rappeler que le filtre à visée esthétique participe lui aussi de la mise en scène de soi spontanée. Comme nous l'avons vu précédemment, le filtre embellissant agit comme un masque de protection pour l'utilisateur qui peut y cacher ses petits défauts. Pour Lina, le masque est un outil qu'elle qualifie de « pratique » puisqu'il lui permet de continuer à se mettre en scène de manière imagée avec ses contacts, même lorsqu'elle ne s'estime pas à son avantage physiquement. Pour autant, nous avons vu que le masque peut également relever d'une habitude quotidienne, d'une banalisation de la mise en scène de soi. En outre, pour Léna qui choisit d'utiliser des filtres esthétiques dont elle qualifie l'effet de « naturel », le masque qu'elle décide de porter suppose une mise en scène sincère, authentique, d'elle-même.

⁷² Bergson, H. (1999). *Le rire*, PUF, Paris.

Par conséquent, si la mise en image de soi sous forme de selfie s'illustre bien de manière spontanée sur Snapchat, il convient de remarquer que cette spontanéité n'est plus gage d'authenticité. En revanche, c'est bien le déguisement de l'identité qui, en s'inscrivant dans la norme d'usage de l'application, est devenu spontané.

Lancés en avril 2018, les *Snappables* proposés par l'application semblent également s'inscrire dans cette dynamique de mise en scène spontanée de l'utilisateur. Décrits comme des Lenses interactives créées pour défier ses amis dans des jeux de réalité augmentée⁷³, ces derniers apparaissent d'ailleurs de la même manière que les filtres animés, soit lorsque l'utilisateur appuie un moment sur l'espace caméra. Selon les concepteurs, « pour jouer, il suffit de toucher l'écran, de bouger ou encore... de faire des grimaces »⁷⁴. Tous ces « jeux augmentés » invitent donc l'utilisateur à mettre en scène son visage spontanément à l'intérieur du jeu. En invitant l'utilisateur à défier ses amis après avoir réalisé son score, nous pouvons les considérer comme des filtres « embrayeurs de conversation ».



Captures d'écrans de la vidéo de présentation des Snappables.
Source : [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

2. La messagerie instantanée : un espace de mise en récit linéaire complexe.

Si l'espace de messagerie instantanée de Snapchat a d'abord été lancé comme une

⁷³ [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

⁷⁴ *ibid.*

fonctionnalité annexe quelques mois après la sortie de l'application en mai 2014, les témoignages que nous avons recueilli semblent le définir comme une fonctionnalité constitutive de l'application et déterminante dans leurs usages.

Largement démocratisé au sein des médias sociaux, l'espace de messagerie en ligne s'inscrit dans la culture du numérique à travers son caractère *instantané*. Selon la sociologue Anca Boboc, la messagerie instantanée « apporte un sentiment de coprésence, d' "être ensemble" dans la continuité du face à face, en rendant possible des conversations en dehors des endroits et des moments où la "socialisation traditionnelle" le permet. ».75 Un sentiment de « face à face » que Léna estime par ailleurs renforcé par le caractère éphémère des contenus, propre à Snapchat. En effet, l'évanescence des messages demande selon elle un réel degré d'implication dans la conversation, qui consiste en un travail de mémoire comparable à celui convoqué lors d'un dialogue oral.

« Ça se rapproche plus d'un dialogue en face, parce que ça demande de l'attention pour se souvenir de ce qu'on s'est raconté, parce que dans la vraie vie les mots on ne les sauvegarde pas non plus. » - Léna

Conservé pendant plusieurs années, le caractère périssable des messages du chat a pour autant été remis en question par les concepteurs de l'application en 2018, qui ont intégré la possibilité pour les usagers de conserver leurs messages pendant 24 heures, voire indéfiniment. Il nous semble que l'implémentation de cette fonctionnalité opère un glissement conséquent dans la manière dont l'utilisateur est invité à se représenter sur l'application. En effet, si la mise en scène de soi imagée est toujours vouée à disparaître, l'ethos discursif de l'utilisateur se voit quant à lui offrir un historique. En d'autres termes, l'utilisateur est à même de glisser d'une identité liquide76, à une identité figée.

Dès lors, il nous semble que la périssabilité des contenus relève du principe de pharmakon, un terme désignant simultanément le remède et le poison, selon les travaux de Jacques

⁷⁵ Boboc, A. (2005). Le point sur la messagerie instantanée: Solutions grand public (im) et solutions d'entreprise (eim). *Réseaux*, n° 134(6), 223-261. <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2005-6-page-223.htm>.

⁷⁶ Jurgenson, N. (2013). *The Liquid Self*. Retrieved from <https://www.snap.com/en-US/news/post/the-liquid-self>

Derrida⁷⁷. En effet, si l'absence d'historique de conversation permet de s'exprimer de manière spontanée et dans le respect *a priori* de la vie privée, cette dernière demande à l'utilisateur de fournir un effort de mémoire conséquent pour se souvenir de ce qui a été dit, là où les autres applications de messageries l'en libère. Selon Matthis, qui utilise Snapchat comme réseau de messagerie principal, la conservation des messages est devenue une fonctionnalité essentielle qui lui permet de ne pas perdre le fil de ses conversations. Pour autant selon lui, l'intérêt du *chat* réside également dans le fait de pouvoir s'exprimer de manière multimodale notamment à travers les messages vocaux. Ainsi, le *chat* semble constituer un cadre d'expression davantage optimisé face à l'espace caméra lorsqu'il souhaite s'exprimer plus longuement.

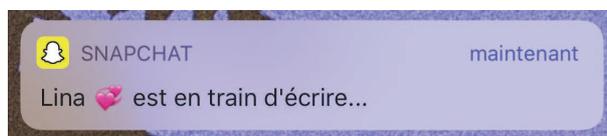
« Si t'as un truc long à raconter tu peux faire un vocal, alors que les vidéos ça se coupe au bout d'un moment. Donc quand ça se coupe tu fais plusieurs vidéos et parfois ça s'envoie dans le mauvais ordre c'est nul. » - Matthis

En effet, à travers l'espace de messagerie, l'utilisateur peut est en mesure de s'exprimer de manière plurielle, en convoquant autant de ressources verbales que multimodales (image fixe ou mouvante, son, lien hypertexte) qu'il le souhaite. En démultipliant les possibilités de mise en récit l'utilisateur, le *chat* semble ainsi concourir à étoffer l'ethos discursif de l'utilisateur, soit « la visée même de l'énoncé, qui s'attache à montrer la personnalité de l'énonciateur »⁷⁸. Par conséquent, l'espace de messagerie instantanée s'impose comme une fonctionnalité complémentaire à l'espace caméra, permettant à l'utilisateur de renforcer un sentiment d'ubiquité ainsi que de proximité avec ses interlocuteurs en se représentant de manière plurisémiotique. L'espace caméra permet en effet à l'utilisateur de manifester sa présence à l'autre par images interposées, tandis que l'espace de messagerie lui permet d'interagir en direct avec le destinataire, au sein d'un même espace numérique. Pour autant, selon Emilien ce principe d'instantanéité de la conversation en ligne peut s'avérer stressant, car il implique un degré d'urgence dans la formulation du message.

⁷⁷ Derrida, J. (1968). « La Pharmacie de Platon », in *La Dissémination*, Éditions du Seuil.

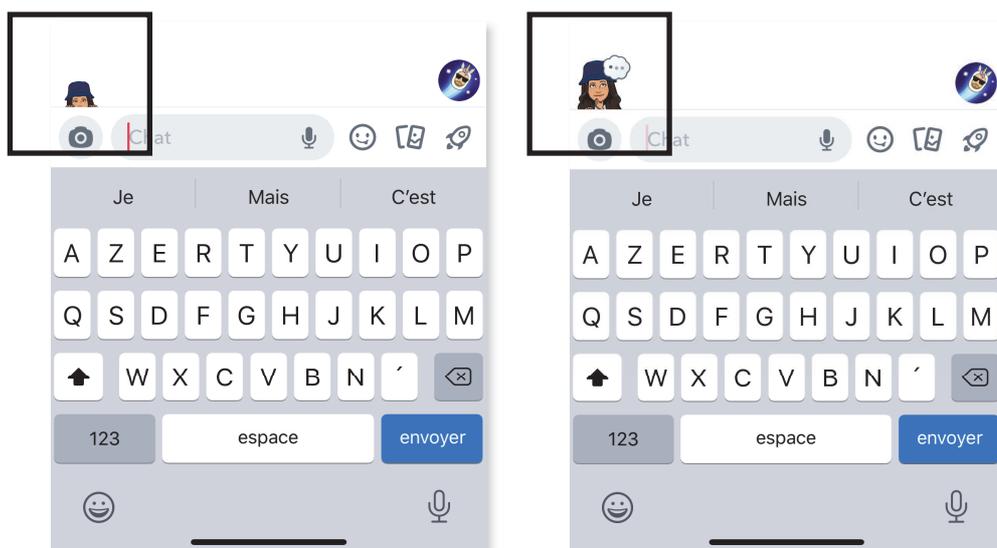
⁷⁸ Maingueneau, D. (2016) « L'ethos discursif et le défi du Web », *Itinéraires* [En ligne] <https://doi.org/10.4000/itineraires.3000>

« Le chat ça a un côté assez stressant parce que dès que tu commences à écrire ça envoie un message pour prévenir l'autre, c'est assez relou. » - Emilien



Capture d'écran de la notification alertant l'utilisateur qu'un contact est en train de lui écrire.

Selon Nicole Aubert, la société contemporaine s'accompagne d'un nouveau rapport au temps, soit l'avènement de la « dictature du temps réel » qui s'exprime par le culte de l'urgence.⁷⁹ Un rapport à l'immédiateté qui s'illustre notamment à travers les espaces de messagerie instantanée. Ainsi sur Snapchat, dès que l'utilisateur commence à taper son message dans une conversation, le destinataire est prévenu par une notification qui, une fois ouverte, dirige ce dernier au sein du cadre conversationnel. Dès lors, la présence de l'utilisateur se manifeste par son Bitmoji qui semble attendre le message en cours de formulation. Cette manifestation du statut actif de l'utilisateur semble donc renforcer le sentiment de proximité entre les deux usagers, mais également participer de ce sentiment d'urgence dans la rédaction de la réponse.



Captures d'écrans illustrant à gauche la présence de l'utilisateur observant, et à droite l'utilisateur en train d'écrire.

⁷⁹ Aubert, N. (2018). Le Culte de l'urgence-La société malade du temps. Flammarion.

Un sentiment d'urgence qu'Emilien estime particulièrement désagréable lorsqu'il est amené à rédiger un message qui lui demande de prendre un temps de réflexion dans ses choix de formulation. Pour rédiger son message sans ressentir la pression de l'urgence, Emilien nous a ainsi confié qu'il préfère l'écrire sur une application tierce pour l'envoyer ensuite sur Snapchat.

« Si tu t'engueules avec quelqu'un bah tu prends du temps pour écrire ton message parfois, donc t'as pas envie que l'autre voie que tu galères à formuler tes phrases. Du coup ce que tu fais c'est que t'écris ton message dans tes notes et tu le copies dans ta conversation Snap après. » - Emilien

En cela, bien que l'espace de messagerie instantanée permette une certaine liberté d'éditorialisation de la mise en récit de soi, le culte de l'immédiateté tout comme le culte de l'éphémère peuvent se révéler être des obstacles à l'expression de l'utilisateur.

3. La place de l'intime et du vraisemblable dans les échanges.

En deçà du caractère déguisé de l'identité de l'utilisateur sur Snapchat, il s'avère que l'application est considérée, selon les termes de Cindy Franchitto, comme « le réseau social de l'intimité »⁸⁰. Par conséquent, s'il convient de définir ce qu'il faut entendre par « intimité », force est de constater que nous observons quelques difficultés. Ainsi, selon le dictionnaire en ligne du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, le terme d'intimité désigne autant « la vie érotique secrète » d'un individu, qu'un cadre privé relationnel ou bien topique, en passant par la « nature profonde » de ce même individu. Dès lors, nous pouvons aisément associer l'intimité de Snapchat au sens érotique du terme de par l'origine du concept du dispositif, soit le fait de partager des photos à caractère sexuel. De même, au vu du cadre informel des échanges et de la proximité que nous avons pu observer entre les utilisateurs⁸¹, l'intimité semble assez bien s'illustrer à travers la notion de cadre privé. En revanche au regard de l'aspect carnavalesque de l'expression de soi sur l'application, il

⁸⁰ Franchitto, C. (2017) Snapchat et les marques de luxe. Sciences de l'information et de la communication. [Mémoire]. CELSA, Paris.

⁸¹ cf. I.A.1.

paraît *a priori* assez difficile d'appréhender l'intimité sous l'angle de la « nature essentielle » de l'utilisateur, soit comme « ce qui reste généralement caché sous les apparences ».

Pour autant, selon le psychanalyste Serge Tisseron, si l'intimité est aux fondements de la construction identitaire, cette dernière ne peut se compléter que par un processus d'extimité, « par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui afin d'être validés »⁸². Plus loin, l'auteur explique que « la manifestation du désir d'extimité est ainsi étroitement tributaire de la satisfaction du désir d'intimité : c'est parce qu'on sait pouvoir se cacher qu'on désire dévoiler certaines parties privilégiées de soi »⁸³.

Dès lors, le filtre animé apparaît comme un artifice qui rend possible la manifestation de ce double désir : c'est parce que l'utilisateur est en mesure de garder secret que ce qu'il souhaite se son identité réelle, qu'il se met en scène de manière décomplexée. Ainsi, lorsque Léna ou Emilien nous confient qu'ils cherchent à utiliser des filtres dont l'effet est « naturel », c'est bien car ils souhaitent que leur image soit validée par leurs pairs et non parce qu'ils souhaitent s'anonymiser.

« J'utilise surtout certains embellissants mais pas tous, ceux qui restent quand même naturels car si je montre mon visage c'est pour qu'il soit reconnaissable. » - Léna

« Après avec ma crush comme je te dis j'en mets pas trop, enfin pas de déformants. J'essaie de pas trop modifier mon apparence parce que le but c'est quand même qu'elle sache à quoi je ressemble en vrai. » - Emilien

Pour autant, si l'utilisateur est amené à masquer son visage, il convient de souligner qu'en utilisant Snapchat comme une application de messagerie, l'utilisateur est amené à mettre en récit ses pensées, qui témoignent bien quant à elles de sa singularité. Ainsi, en mettant en scène ses pensées, l'utilisateur rend en un sens visible l'invisible. En outre, pour la sociologue Carole-Anne Rivière, les échanges basés sur la photographie mobile relèvent d'une « communication hédoniste au quotidien »⁸⁴, créant « une nouvelle forme d'intimité

⁸² Tisseron, S. (2011). Intimité et extimité. *Communications*, 88(1), 83-91. doi:10.3917/commu.088.0083.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Rivière, C. (2006). Téléphone mobile et photographie : les nouvelles formes de sociabilités visuelles au quotidien. *Sociétés*, nO 91(1), 119-134. doi:10.3917/soc.091.0119.

visuelle »⁸⁵. En effet, si Snapchat fait la part belle au masque, l'application n'en demeure pas moins un dispositif qui permet de se mettre en image, et donc de se voir. Ainsi, même si les visages demeurent masqués, leur exposition traduit bien une quête de proximité entre les utilisateurs.

« Ce que je préfère c'est voir la tête des gens » - Emilien

Par ailleurs, le désir d'extimité s'exprime d'autant plus lisiblement avec le partage de contenus sans ajout de filtre entre les utilisateurs. Ainsi, selon Matthis et Bilel qui n'envoient presque pas de selfies sur l'application, le filtre agit comme une véritable barrière à l'expression de leur personnalité. Par conséquent, lorsqu'ils en réalisent un, leur volonté est de faire en sorte que leur image n'apparaisse pas trafiquée, afin de ne pas « mentir » à leurs destinataire. Dès lors, le choix de se dévoiler à l'autre relève bien du désir d'être reconnu pour ce qu'ils sont.

« Non, les filtres très peu pour moi. Je préfère les selfies normaux, c'est plus personnel. Sinon tu mens. » - Matthis

« Je prends rarement ma tête en photo et quand c'est le cas j'aime bien que les personnes me voient tel que je suis » - Bilel

Nous avons également pu observer, à travers nos différents témoignages, une vraisemblance qui s'illustre davantage lorsque l'utilisateur met en scène son quotidien plutôt que son visage. Ainsi, lorsque l'utilisateur accompagne ses pensées d'une photographie ordinaire capturant son environnement domestique, ou bien lorsqu'il met en récit un événement de son quotidien de manière imagée, le contenu est envoyé sans mise en scène particulière et sans éditorialisation autre que l'ajout de texte.

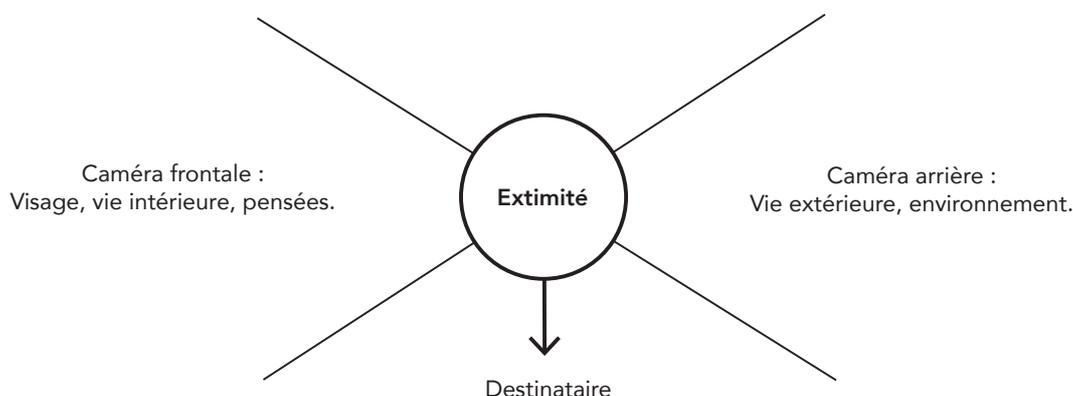
« Quand je prends un snap en caméra arrière pour montrer ma vie, genre je prends ma soeur qui enlève une araignée dans ma chambre, bah là, j'ai pas le réflexe de mettre un filtre. Je rajoute juste du texte par dessus. » - Léna

⁸⁵ Ibid.

« Le but c'est pas de faire joli, c'est juste de prendre une photo comme ça. » - Lina

« Pas besoin de regarder le cadrage, l'intérêt c'est juste de montrer ta vie » - Apolline

Dès lors, il semble que la mise en récit du quotidien s'opère de façon quasi documentaire. Ainsi, en restituant son environnement journalier à l'image d'un reporter, pour qui « rien de ce qui fait le quotidien n'est vraiment banal »⁸⁶, l'utilisateur semble illustrer le glissement d'un journal intime vers un *journal extime*⁸⁷. Si nous empruntons la formule à l'écrivain Michel Tournier, qui propose dans son ouvrage une écriture diaristique tournée vers l'extérieur à travers une série de découvertes, d'observations, et d'anecdotes nées sous ses pas, il paraît ici nécessaire de croiser le regard de l'auteur avec celui de Serge Tisseron. En effet sur Snapchat, le processus d'extimité semble s'articuler entre le reportage des fragments de l'intimité de l'utilisateur à l'image de ses pensées, ainsi que la mise en récit de son environnement. Une dualité de la narration qui s'illustre d'ailleurs de manière concrète à travers le double jeu entre la caméra frontale et la caméra arrière du téléphone de l'usager.



En désinvisibilisant son intimité par fragments, l'utilisateur traduit une mise en récit de son identité en clair-obscur, partagée entre intimité et visibilité. Car si son intimité se trouve aux fondements de son identité, il faut bel et bien se montrer pour exister aux yeux d'autrui.

⁸⁶ Boucher, J.D. (1995). *Le reportage écrit* (Cfj éd.). <https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=yHJYDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=reportage+de+soi&ots=o-1ls2udjp&sig=6xUC6E9wvGAKFOUsWn0S-BjlEHA#v=snippet&q=quotidien&f=false>

⁸⁷ Tournier, M. (2002). *Journal extime* (La Musardine éd.).

Ainsi, selon le psychiatre Joel Birman, qui interroge la « tyrannie de la visibilité » à l'échelle d'Internet, le célèbre *cogito* de Descartes « Je pense donc je suis » se substituerait par la formule : « Je vois, je suis vu, donc je suis »⁸⁸.

CONCLUSION DE PARTIE

Au cours de cette première grande partie, nous avons vu que l'utilisateur était amené à se mettre en récit de manière kaléidoscopique sur Snapchat. Le dispositif lui offre en effet de multiples architextes au sein desquels ce dernier est invité à s'exprimer : Bitmoji, espace caméra, espace de messagerie instantanée. Or ce contexte plurisémiotique invite l'utilisateur à s'éditorialiser de manière très extrêmement créative : en personnalisant son avatar, en se déguisant d'un filtre animé - voire même en créant le sien - ou encore en customisant ses snaps. Par ailleurs, le contexte familial de l'expression identitaire couplé à l'évanescence des contenus participent de la mise en récit de soi décomplexée de l'utilisateur, à travers le partage de portraits déformés, de sa géolocalisation à très haut degré de précision, mais aussi le reportage spontané de son intimité. En outre, nous avons pu observer que la mise en scène de soi sur l'application était d'autant plus facilitée par la culture du masque et du déguisement. Nous avons notamment vu que les filtres ainsi que le Bitmoji pouvaient participer d'une éditorialisation de soi fantasmée, permettant de masquer quelques défauts ou encore de s'inventer des attributs que l'utilisateur ne possède pas. Dès lors, si l'exposition spontanée de soi est intrinsèque au dispositif, cela ne signifie pas pour autant que l'utilisateur dévoile son identité réelle.

Par conséquent, à l'aune de cette première partie, **nous validons notre première hypothèse** postulant que Snapchat permet à l'utilisateur de se mettre en récit de manière à la fois très spontanée mais aussi de façon très créative, voire fantasmée. Pour autant, en

⁸⁸ Birman, J. (2008) « La visibilité en question : l'espace, le temps, l'histoire », in *Voir, être vu. L'injonction à la visibilité dans les sociétés contemporaines*, Actes du colloque organisé les 29, 30 et 31 mai 2008 par l'Association internationale de sociologie (CR 46) et l'Association internationale des sociologues de langue française (CR 19).

plaçant l'expression de soi sous le signe du déguisement, l'application n'est-elle pas le théâtre d'identités fantômes ? Nous avons en effet pu constater que la culture de la spontanéité pouvait prévaloir sur l'expression de la personnalité des utilisateurs, notamment à travers l'usage de filtres à visée esthétique. Mais cet usage ne serait-il pas révélateur d'une certaine vision stéréotypée des critères de beauté diffusée par l'application ? Quelle est la part de standardisation dans la mise en récit de l'utilisateur sur Snapchat ? Il s'agit de l'objet de notre deuxième partie.

II. UN CADRE D'EXPRESSION STANDARDISÉ.

Au cours de ce deuxième chapitre, nous chercherons à vérifier nos deux hypothèses suivantes, postulant que Snapchat relève d'un cadre de mise en récit standardisé de ses utilisateurs. En effet, en deçà du caractère créatif, carnavalesque, et même kaléidoscopique de la mise en scène de soi sur Snapchat, qui détonne particulièrement avec les médias sociaux concurrents tels que Facebook ou Instagram, nous pensons que la norme du masque - tel que le Bitmoji ou le filtre animé - produit tout autant d'identités qui se confondent sous des traits similaires. Dès lors, il convient de s'interroger sur la part de standardisation de l'image de soi, véhiculée au sein de Snapchat. Afin de porter plus loin notre réflexion, nous interrogerons par extension la part de codes issus de la culture populaire, empruntés par les concepteurs en vue de mettre en récit les utilisateurs au sein de l'application. Entre autres, si l'application semble s'être affranchie des « likes » et de l'ostentation du nombre de « followers », nous pensons que la mise en récit de l'utilisateur à travers le prisme de la relation participe de la construction de son identité calculée. Ainsi, elle répondrait toujours d'une quête de performance chiffrée, à l'image du modèle des médias sociaux concurrents.

A. Snapchat, ou l'expression d'identités fantômes.

Selon le spécialiste de la géographie sociale et culturelle Guy Di Méo, « l'identité personnelle se nourrit de l'intériorisation par l'individu des valeurs, des idéaux et des normes propres à la société à laquelle il appartient »⁸⁹. Ainsi, l'auteur soutient que l'identité se construit de manière « socio-spatiale »⁹⁰, soit à travers le quotidien des interactions sociales et spatiales. Appliquée au territoire numérique de Snapchat, où règne la culture du masque, cette théorie nous invite à interroger le rapport que l'utilisateur entretient avec son image. En effet, selon l'enseignant-chercheur Cédric Fluckiger, les réseaux sociaux constituent pour les jeunes publics un « espace public d'affirmation de son individualité et

⁸⁹ Di Méo, G. (2002) L'identité : une médiation essentielle du rapport espace / société. In: *Géocarrefour*, vol. 77, n°2.

⁹⁰ Ibidem

de son inscription dans le groupe »⁹¹. Or, si le filtre ou l'avatar sont, comme nous l'avons vu, des moyens de s'exprimer de manière plus créative, ils n'en restent pas moins des artifices qui tendent à voiler l'identité réelle de l'utilisateur. Le masque venant ainsi uniformiser les visages des usagers qui partagent le même coffre de déguisements. Pour autant, cette culture du masque ne permet-elle pas à l'utilisateur de s'identifier à un groupe ? Le masque lui-même ne s'inspire-t-il pas des codes issus d'une culture populaire ? Ces différentes pistes de réflexion nous invitent dès lors à interroger à la manière dont la poétique du masque, présente sur l'application, s'inscrit dans une dynamique sociétale.

1. Le filtre : un masque polissant à deux niveaux.

Comme le souligne Camille Frilley, les filtres animés sont éminemment reflet d'une culture commune, notamment de par leurs nombreuses références inspirées de la « pop-culture »⁹². L'utilisateur pouvant ainsi se parer d'un filtre évoquant une production de l'industrie culturelle, à l'image du personnage d'Harry Potter, ou encore d'un filtre évoquant une légende populaire telle que le Père Noël. L'auteur remarque également que cette culture commune s'illustre parfois même dans la représentation de certains clichés jugés stigmatisants voire racistes par les utilisateurs, à l'image du filtre « yellowface »⁹³ caricaturant les traits asiatiques, ou encore du filtre « nerd »⁹⁴ représentant l'utilisateur avec des lunettes et un appareil dentaire.



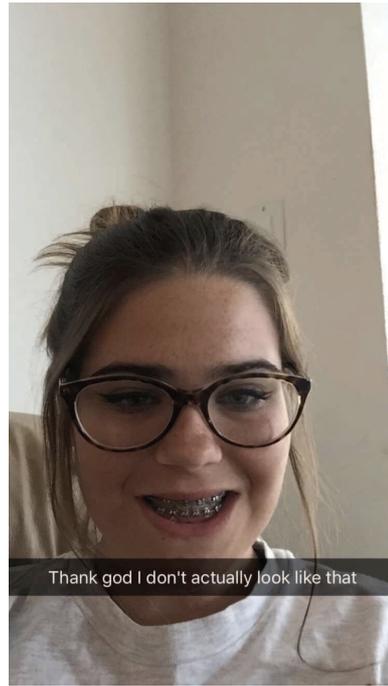
Capture d'écran d'un tweet de @tequilasunrise, illustrant le filtre « Yellowface ».

⁹¹ Fluckiger, C, (2010), Blogs et réseaux sociaux: outils de la construction identitaire adolescente?, Diversité, n°162.

⁹² Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

⁹³ Qualificatif utilisé par les utilisateurs pour désigner le filtre, renvoyant à une technique utilisée au théâtre et au cinéma par des acteurs blancs pour jouer des personnages asiatiques.

⁹⁴ Qualificatif utilisé par les utilisateurs pour désigner le filtre, évoquant la figure de « l'intello ».



Captures d'écrans d'un tweet de @madjysn, illustrant le filtre « Nerd ».

Pour autant, au delà de l'aspect carnavalesque et caricatural des filtres inspirés de la « pop-culture », nous souhaitons interroger plus spécifiquement le filtre embellissant en tant qu'artifice véhiculant une conception stéréotypée des critères de beauté. Par ailleurs, si « la beauté tire l'âme vers la vérité »⁹⁵ selon la formule de François Chassé, la mascarade du masque ne ferait-elle pas au contraire aspirer l'utilisateur à devenir une autre vérité que son corps physique ?

1.a. Un stéréotype de la beauté occidentale.

Dans *Le Corps et la beauté*, les auteurs admettent qu'il n'existe aucune définition universelle pérenne des critères de beauté, chaque époque témoignant d'une définition fluctuante du beau.⁹⁶ Pour autant, l'aire culturelle que nous traversons, dite occidentale, dégage une convergence des goûts pour une forme idéale de beauté comprenant le culte

⁹⁵ Chassé, F. (2003). L'art et la littérature dans la perspective du beau chez Platon. *Phares*, 3.

⁹⁶ Maisonneuve, J., & Bruchon-Schweitzer, M. (1999). *Le corps et la beauté*. FeniXX.

de la minceur, les caractéristiques occidentales du visage, des cheveux et de la peau ou encore des formes et courbes du corps féminin. Pour les auteurs, être beau constitue un véritable privilège dans notre société actuelle. En effet, si la beauté fascine, elle participerait à l'augmentation de l'estime de soi et engendrerait de nombreuses discriminations positives au sein de la société, en créant une confusion entre le beau, le moral et l'intellect. Dès lors, la normalisation et l'embellissement de l'apparence s'imposent comme des quêtes surinvesties au quotidien chez l'individu. Jean Maisonneuve et Marilou Bruchon-Schweitzer identifient par la suite deux types de transformations du corps : celles d'ordre *alloplastiques*, qui concernent les artifices éphémères à l'image de la coiffure ou le maquillage, et celles d'ordre *autoplastiques* telle que la chirurgie.⁹⁷

Par conséquent, il nous paraît assez pertinent d'associer le filtre animé à la notion de transformation *alloplastique* de soi, puisqu'il constitue un masque éphémère dont l'utilisateur se pare le temps d'un snap. Pour autant, toute l'ambivalence du filtre embellissant réside dans le fait qu'il modifie virtuellement le visage de l'utilisateur à la manière d'une chirurgie esthétique. En effet, parmi les effets les plus populaires, nous avons pu noter un amincissement des traits du visage, des lèvres pulpeuses, des yeux plus grands, plus brillants et plus clairs, un grain de peau lissé ou encore plus récemment, l'ajout de tâches de rousseur. Autant de caractéristiques évocatrices d'une beauté occidentale stéréotypée, difficilement atteignable sans recours chirurgical. Or comme nous l'avons vu précédemment, le filtre offre la possibilité de modifier son apparence instantanément et ce, sans le moindre effort. Dès lors, le filtre animé semble opérer le renversement du paradigme de l'idéal de beauté. En effet, auparavant réservée à une certaine « élite », la beauté - au sens de beauté occidentale - s'offre désormais à la portée de chaque utilisateur. En outre, si l'utilisateur jouit du moyen de s'embellir instantanément selon cet idéal de beauté, il participe à son tour de la diffusion et de l'ancrage de ce stéréotype au sein de son cercle proche, puis, à plus grande échelle au sein de la culture populaire.

Pour autant, il convient de souligner que les filtres animés sont traditionnellement teintés d'une coloration irréaliste notamment en accentuant excessivement les traits du visage ou

⁹⁷ Maisonneuve, J., & Bruchon-Schweitzer, M. (1999). *Le corps et la beauté*. FeniXX.

en ajoutant diverses décorations qui n'ont pas pour vocation de rendre la retouche vraisemblable. En d'autres termes, le filtre Snapchat ne se cache pas, il déforme et détourne l'image ostensiblement. Considérant que le masque est une norme sur l'application, faudrait-il en déduire que la beauté stéréotypée et caricaturale serait l'objet d'une nouvelle norme ? Si ce raisonnement nous paraît un peu avancé, nous souhaitons tout de même l'étudier à l'aune de la notion de dysmorphisme, qui relève du champ de la psychologie et qui désigne l'écart d'appréciation entre la perception et la réalité.

1.b. Du travestissement éphémère à la dysmorphie Snapchat.

En novembre 2018, une équipe de chirurgiens américains publiait une étude dans le but de mettre en lumière le phénomène de dysmorphie Snapchat.⁹⁸ Selon les auteurs, la surexposition aux images filtrées et la popularisation des logiciels de retouches sont à même de nuire à l'estime de soi et peuvent conduire à une dysmorphophobie, soit un trouble obsessionnel compulsif désignant la crainte de la dysmorphie corporelle (anomalie physique). Ainsi, l'étude alarme sur la conjoncture entre la production massive de selfies et le phénomène de « dysmorphie Snapchat », ayant pour objet l'accroissement de sollicitations chirurgicales de patients souhaitant ressembler « à des versions filtrées d'eux-mêmes, avec des lèvres plus épaisses, des yeux plus gros ou un nez plus fin ».⁹⁹ Dès lors, il semble que le filtre Snapchat puisse également être considéré comme un facteur de modification *autoplastique*. Du travestissement éphémère, le filtre animé pourrait ainsi littéralement « prendre vie » à travers la modification chirurgicale de l'individu. L'identité de l'utilisateur est donc à même d'être drastiquement influencée par la manière dont ce dernier s'éditorialise, puisque la culture du masque est en mesure de polir son identité réelle, au delà de l'interface.

Ainsi, le masque est à même d'opérer une confusion entre l'identité réelle de l'utilisateur, et son reflet retouché. En cela, le filtre ne tiendrait donc plus du masque mais bien du

⁹⁸ Rajanala, S., Maymone, M. B., & Vashi, N. A. (2018). Selfies—living in the era of filtered photographs. *JAMA facial plastic surgery*, 20(6), 443-444.

⁹⁹ Ibid.

personnage, du rôle dont s'est tellement imprégné l'acteur qu'il finit par le confondre avec sa propre identité. Ce qui n'est pas sans nous rappeler l'histoire de la célèbre blogueuse et chanteuse chinoise Qiao Biluo, ayant construit son identité publique en se cachant derrière un filtre embellissant qui a cessé de fonctionner lors d'un live, dévoilant ainsi sa véritable identité - physique - aux yeux de ses followers.¹⁰⁰



Capture d'écran illustrant Qiao Biluo sans filtre à gauche, et avec son filtre à droite.

Source : [bbc.com](https://www.bbc.com)

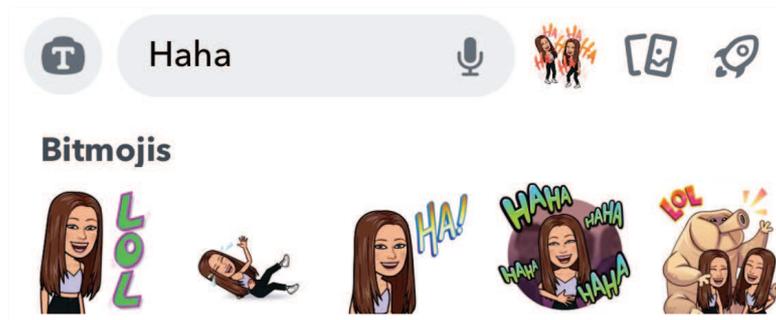
En accentuant la diffusion des standards de beauté tout en les rendant accessibles à tous, le filtre embellissant semble donc créer une forme de confusion entre la véritable identité de l'utilisateur et le reflet fictif réfléchi par son écran. Une fusion entre le masque et l'individu qui semble s'opérer d'autant plus lisiblement à travers la popularisation du Bitmoji.

2. Le Bitmoji comme substitut du réel.

Si l'on observe une tendance croissante à la customisation des emojis depuis quelques temps, notamment sur le clavier proposé par Apple qui permet de notamment changer la

¹⁰⁰ Allen, K. S. D. &. (2019, juillet 30). Glitch reveals young vlogger as middle-aged. Consulté à l'adresse <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-49151042>

couleur de peau et de cheveux, le Bitmoji constitue probablement la forme la plus avancée d'emoji personnalisable à ce jour. À la frontière entre un avatar et un emoji, le Bitmoji permet en effet de remplacer le traditionnel personnage jaune par un personnage que l'utilisateur est en mesure de façonner à son image et ce, de la tête aux pieds.¹⁰¹ Cette petite forme universelle qu'est l'emoji permet à l'utilisateur de transmettre des émotions, de signifier son état d'esprit à l'image de l'émoticône, « en mimant graphiquement certains traits expressifs de son visage »¹⁰². Dans le cadre de Snapchat, l'utilisateur est donc amené à signifier son état d'esprit, en ponctuant ses conversations ou en personnalisant ses snaps par l'ajout de son Bitmoji sous la forme d'un « sticker ». Bien que le clavier d'emojis classique ne soit pas évincé du dispositif, le clavier Bitmoji est suggéré en premier à l'utilisateur dans l'interface. Nous l'observons d'ailleurs plus spécifiquement à travers la recommandation automatique et adaptative au sein de l'espace de messagerie instantanée



Capture d'écran illustrant la recommandation automatique adaptative de Bitmoji dans l'espace de messagerie instantanée.

Selon Gaël Guibon, le système de recommandation automatique d'emojis adapté à un contexte conversationnel permet d'améliorer l'expérience utilisateur, afin de maximiser leur utilisation et de promouvoir d'éventuels nouveaux emojis masqués par leur augmentation constante.¹⁰³ Ce qui semble d'autant plus justifié par l'abondance de stickers mettant en scène le Bitmoji de l'utilisateur, ainsi que leur constante augmentation au sein du clavier proposé. En effet, nous remarquons par exemple que le clavier de Bitmoji s'adapte à

¹⁰¹ Voir I.A.2.c

¹⁰² Ponge, M. (2017) « Une ponctuation fantasmée (hantée par l'oral) : des signes imparfaits aux signes rêvés ... », *Linx*, 75

¹⁰³ Guibon, G. (2019). *Recommandation automatique et adaptative d'emojis* (Doctoral dissertation, Aix-Marseille Université).

l'enrichissement du vocabulaire en prenant en compte les acronymes et autres mots d'argot employés par le public jeune. Ces expressions pouvant être directement intégrées dans le sticker, le texte étant une illustration. Par ailleurs, nous observons également la création de stickers adaptés au contexte temporel et culturel. Ainsi, des stickers de Noël sont traditionnellement proposés aux alentours du mois de décembre, tandis que des stickers adaptés à la crise sanitaire due au Covid-19 ont été édités pendant la période d'avril 2020.



Capture d'écran illustrant les stickers édités pendant la période de crise sanitaire due au Covid-19.

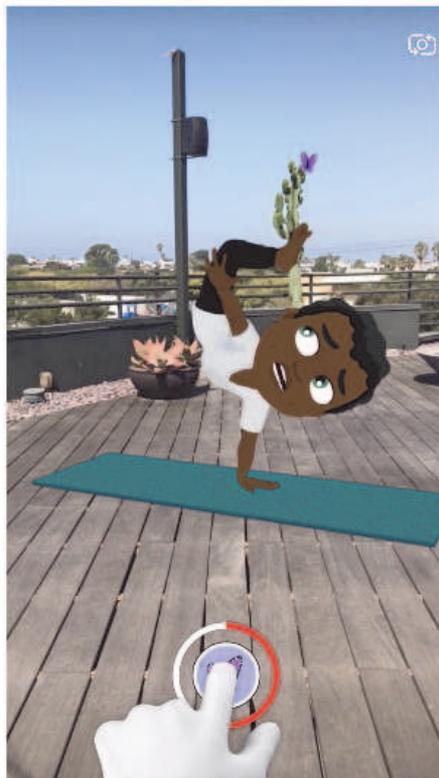
Dès lors, en considérant la personnalisation croissante du Bitmoji de l'utilisateur, à la fois physique et contextuelle, sa condition de masque semble soulever une certaine ambiguïté. En effet, si le masque voile l'identité de l'utilisateur, le Bitmoji semble au contraire tendre à le représenter de manière de plus en plus « vraisemblable » tout en standardisant l'expression de soi à travers les choix de customisation proposés. Dès lors, il convient de se demander si l'utilisateur n'est pas en mesure de disparaître derrière son avatar, à l'image du jeu vidéo où l'avatar permet aux utilisateurs de « devenir le spectateur de leurs propres actions ».¹⁰⁴

Une réflexion qui semble notamment s'illustrer à travers la fonctionnalité « Bitmoji 3D », qui permet selon les concepteurs de « donner vie » au Bitmoji de l'utilisateur, qui est « désormais capable de s'aventurer et de s'amuser dans le monde réel ».¹⁰⁵ En effet,

¹⁰⁴ Tisseron, S. (2009). L'ado et ses avatars. *Adolescence*, 69(3), 591-600. doi:10.3917/ado.069.0591.

¹⁰⁵ support.snapchat.com

l'utilisateur est invité à mettre en scène son Bitmoji à travers l'espace caméra, en activant le filtre dédié permettant de lancer une courte animation plaçant le Bitmoji dans l'espace. Dès lors, l'espace caméra n'est donc plus réservé à la mise en scène du réel, soit le visage de l'utilisateur ou son environnement, mais bien sa représentation digitalisée.



*Capture d'écran illustrant une animation Bitmoji 3D
au sein de l'espace caméra.
Source : [snapchat.com](https://www.snapchat.com)*

La mise en scène de soi à travers son avatar ne semble d'ailleurs pas être exclusivement réservée à Snapchat. Nous pouvons en effet observer une certaine porosité entre Snapchat et Apple, qui propose également un service similaire nommé « Memoji » et permettant à l'utilisateur de se mettre en scène à travers un avatar personnalisable. La version initiale de « Memoji », nommée « Animoji » et lancée en 2017 - soit un an après l'application Bitmoji - permettait déjà à l'utilisateur de porter un masque d'animal, reproduisant ses expressions faciales ainsi que sa voix lors d'une capture vidéo.



*Illustration de différents Memoji.
Source : apple.com*



*Illustration de différents Animoji.
Source : apple.com*

Si la ressemblance entre le service d'Apple et celui de Snapchat est assez frappante, il convient de remarquer que le masque proposé par Apple vient troubler encore davantage la frontière entre le masque et le personnage. En effet, ce dernier agit comme un filtre sur le visage de l'utilisateur, épousant ses expressions faciales tout en masquant définitivement son identité physique derrière une illustration animée. Nous notons également que la fonctionnalité est disponible lors des appels en « FaceTime », où les utilisateurs sont amenés à communiquer en vidéo et donc à se filmer. Cette fonctionnalité, bien que créative, témoigne donc d'une standardisation de l'expression de soi sous la forme d'un avatar, mais également d'une dépersonnalisation de la mise en scène de soi.



*Utilisation d'un Animoji pendant un appel FaceTime.
Source : apple.com*

Bien que cette fonctionnalité ne soit actuellement pas intégrée sur Snapchat, il convient de reconnaître que le masque de l'avatar s'impose comme une véritable innovation au sein des applications de messagerie, en considérant que « la nouveauté devient innovation par l'entremise d'usages ».¹⁰⁶ Il nous paraît d'ailleurs intéressant de surveiller l'évolution de cette pratique dans le futur, afin d'observer la manière dont cette poétique du masque sera amenée à influencer les codes de la mise en scène de soi. En effet, considérant que la technique de réalité augmentée permet de confondre les traits et expressions de l'utilisateur à ceux de son avatar, ce dernier tend à inscrire dans le prolongement de l'identité de l'usager. En cela, l'avatar inspiré de la réalité augmentée semble renforcer le postulat de Patrice Flichy, selon qui sur internet, « le corps est l'instrument d'une hybridation entre le réel et le virtuel »¹⁰⁷. Pour lors, bien que le masque de l'avatar relève de l'artifice ludique, nous pouvons observer qu'il entraîne une forme de dépersonnalisation de l'expression de l'utilisateur, qui s'exprime au travers d'un masque standardisé et inspiré

¹⁰⁶ Gaglio, G. (2011). Sociologie de l'innovation:«Que sais-je?» n° 3921. Que sais-je.

¹⁰⁷ Flichy, P. (2009). Le corps dans l'espace numérique. *Esprit*, (3), 163-174.

d'une culture commune donné, plutôt que par la mise en scène de son propre corps physique. Pour autant, les codes de la culture populaire ne s'expriment-ils pas ailleurs que dans l'usage du masque, au sein de l'application ?

B. Snapchat, ou le fruit d'une appropriation populaire.

Au delà de l'évanescence *a priori* des contenus, Snapchat s'inscrit dans un contexte culturo-temporel, dont les concepteurs s'inspirent tout en l'influençant à leur tour. En effet, comme le remarque Camille Frilley, les fonctionnalités des différents médias sociaux se construisent en mimétisme les unes des autres¹⁰⁸ et la mise en scène de soi sous la forme de Stories, de filtres animés, ou encore d'un avatar n'ont pas tardé à être reproduites par les concurrents de l'application. Dès lors, si la mise en scène de soi pouvait paraître de prime abord différenciante sur l'application, il convient de reconnaître qu'elle s'inscrit *in fine* dans une dynamique de standardisation propre à son contexte culturel. La porosité entre les différentes plateformes concourant à une homogénéisation de l'expression de soi. Par conséquent, l'application devenant le fruit d'une appropriation culturelle, nous souhaitons désormais interroger la manière dont la culture populaire pénètre et influence la mise en récit de l'utilisateur sur l'application, au delà du caractère éphémère des contenus et de la poétique du masque.

1. Le rôle de l'astrologie dans la mise en récit des utilisateurs.

Du grec « astron » et « logos » signifiant « discours sur les étoiles », l'astrologie puise son essence dans l'observation régulière et raisonnée du ciel.¹⁰⁹ S'il est difficile de dater avec précision son origine, la considération des signes astraux coïnciderait avec l'instinct de survie de l'Homme à l'ère Paléolithique, dans le but de déterminer à l'avance les

¹⁰⁸ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

¹⁰⁹ Bouriche, P. (2019). L'Histoire secrète de l'astrologie: Révélation sur l'imposture du zodiaque des saisons- Tome 1-A la source de tous les cultes. BoD-Books on Demand.

événements à venir tels que le cycle des saisons ou encore la survenue de calamités climatiques.¹¹⁰ Dans son ouvrage « La croyance astrologique moderne », le sociologue Edgar Morin nous explique que si l'homme « a déduit du cosmos des règles et des schémas d'organisation sociale, il a peuplé en retour la voûte céleste de dieux à son image », les astres ainsi divinisés devenant les régulateurs du temps et de la vie.¹¹¹ L'auteur nous explique alors que l'astrologie a longtemps consisté en l'interprétation de correspondances unissant le microcosme terrestre humain avec le macrocosme cosmique, en tant que savoir réservé à une élite aristocratique et religieuse. Ce n'est que par la suite, en se vulgarisant au sein de toutes les classes sociales en tant que « science magique », que l'astrologie a commencé à se pratiquer de manière individuelle et cela notamment à travers les signes de naissance. En associant les individus nés sous une même constellation, les signes du zodiaque permettent ainsi « de différencier les destins et les caractères, tout en les standardisant ».¹¹² Dès lors, l'astrologie se propose, selon les astronomes Daniel Kunth et Philippe Zarka, de « restituer l'identité de l'homme au sein du cosmos ».¹¹³

Dans les années 1930, l'astrologie commence à pénétrer la sphère médiatique par quelques rubriques éparses, avant de connaître un succès spectaculaire rendant les horoscopes omniprésents dans les journaux et les magazines.¹¹⁴ Selon Edgar Morin, l'avènement des mass-media a engendré ce qu'il nomme « le paradoxe de l'astrologie horoscopique » et qu'il assimile à celui de la consommation de masse et de la satisfaction massive de désirs individuels à travers la notion de personnalisation.¹¹⁵ Chaque horoscope étant le fruit d'une production paradoxale visant à s'adresser simultanément à tous ainsi qu'à chacun, en convoquant l'intime au coeur du public. En psychologie, cet effet est nommé effet de validation subjective ou effet de validation personnelle, plus connu sous le nom d'Effet Barnum.¹¹⁶ Selon le sociologue Laurent Puech, « la plupart d'entre nous tend à accepter une

¹¹⁰ Bouriche, P. (2019). L'Histoire secrète de l'astrologie: Révélations sur l'imposture du zodiaque des saisons- Tome 1-A la source de tous les cultes. BoD-Books on Demand.

¹¹¹ Morin, E. (1982). La croyance astrologique moderne. L'Age d'homme.

¹¹² Ibid.

¹¹³ Kunth, D. & Zarka, P. (2005). L'astrologie aujourd'hui, un phénomène de société. Dans : éd., *L'astrologie* (pp. 5-12). Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France.

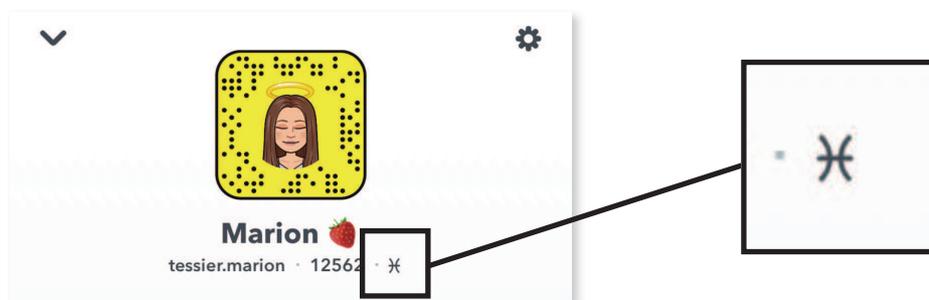
¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ Morin, E. (1982). La croyance astrologique moderne. L'Age d'homme.

¹¹⁶ Puech, L. (2004). Astrologie: derrière les mots. book-e-book.

description creuse de personnalité comme s'appliquant de manière singulière à nous mêmes, sans nous rendre compte, et c'est là le biais majeur, que la même description peut aussi bien s'appliquer à n'importe qui ».117

En intégrant l'astrologie au sein de Snapchat, les concepteurs du dispositif empruntent donc les codes d'une culture populaire, cautionnant ainsi la mise en récit de l'identité de l'utilisateur à travers la symbolique des signes de naissance. Nous pouvons notamment observer la présence du signe astrologique de l'utilisateur sur son profil - bien qu'il n'occupe pas beaucoup d'espace - avec ses informations essentielles.

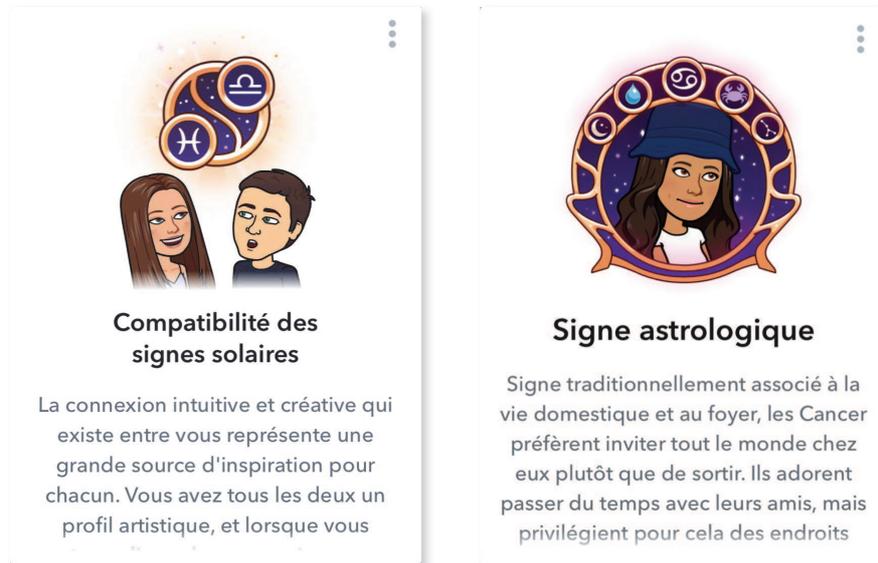


Capture d'écran du profil utilisateur, et focus sur le symbole du signe astrologique « Poisson ».

Mais la culture de l'astrologie s'illustre d'autant plus lisiblement au sein des profils d'amis, que nous étudierons en plus en détail par la suite. En effet, lorsque l'utilisateur se rend sur l'un de ses profils d'amis, il peut y découvrir sa « compatibilité astrologique » avec le contact en question à travers un court texte mettant en récit la relation des deux utilisateurs en fonction de leurs signes de naissance. Il est également en mesure de lire une description de la personnalité de son ami, sur le même principe de mise en récit en fonction de son signe zodiacal. Chaque identité se retrouve ainsi sujette au déterminisme induit par la discipline de l'astrologie, voulant que rien ne soit du au hasard mais bien à l'entremise des astres. En cela, l'utilisateur est amené à découvrir la manière dont sa personnalité est résumée et standardisée par les concepteurs à l'aune de l'astrologie. Il n'est donc plus question ici d'*exprimer* sa personnalité sur l'application, mais en un sens de la *réprimer*, en la

117 Puech, L. (2004). Astrologie: derrière les mots. book-e-book.

soumettant au déterminisme d'une culture mélangant astrologie et psychologie à travers une typologie « de caractères et destinée à libérer les potentialités de chacun ».118



Captures d'écrans illustrant la mise en récit d'une compatibilité astrologique à gauche, ainsi que la personnalité d'un utilisateur à droite.

Chaque description étant similaire pour les profils dont les signes zodiacaux concordent, le paradoxe astrologique soulevé par Edgar Morin s'exprime ostensiblement à travers l'Effet Barnum. Chaque mise en récit se situant à la frontière entre personnalisation et standardisation. Pour autant, cette ambivalence de l'expression de l'identité semble faire partie d'une culture commune plus ample encore. En observant la sphère marketing de notre société contemporaine, nous pouvons en effet lui rapprocher le phénomène du culte de la personnalisation, en tant que stratégie de fidélisation des communautés de marques. Chaque culture de marque visant à la fois à produire un effet de démarcation chez leurs utilisateurs, tout en cherchant à produire l'adhésion du plus grand nombre à un même ensemble de codes.

¹¹⁸ Kunth, D. & Zarka, P. (2005). L'astrologie et les sciences humaines. Dans : Daniel Kunth éd., *L'astrologie* (pp. 107-117). Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France.

2. La place des marques au sein du dispositif.

Selon Bernard Cova, si la définition identitaire de l'individu est de plus en plus empreinte de la communion autour d'une marque ou d'un produit, notre société postmoderne a fait glisser la stratégie marketing de fidélisation du consommateur à l'entreprise d'un lien de personnalisation à un lien de tribalisation.¹¹⁹ En effet, l'auteur nous explique que l'inclusion du consommateur dans une communauté de marque est synonyme d'une fidélisation beaucoup plus affective, et donc plus intense qu'une fidélisation cognitive. Dès lors, les marques doivent changer de registre de discours, en passant d'un discours marchand à un discours non-marchand.¹²⁰

Or dans son étude, Camille Frilley observe que les Lenses constituent « un espace de dépublicitarisation intéressant » : la Lense sponsorisée se différenciant du traditionnel post publicitaire des fils d'actualités, en invitant l'utilisateur à « s'approprier » le contenu par l'interaction, ou en le projetant sur un décor aux couleurs de la marque.¹²¹ Dès lors, les marques qui investissent Snapchat sont en mesure de se mettre en scène de manière innovante et sous le prisme de l'amusement. La technologie de la réalité pouvant de surcroît être mise au service de la promotion de leurs produits, à l'image de Maybelline ayant créé un filtre animé permettant à utilisateur de tester les différentes teintes d'une encre à lèvres, dans un décor brandé aux couleurs de la marque. Cet espace comportant même un bouton « acheter » redirigeant directement l'utilisateur sur la page du produit testé. Si l'usager qui utilise le filtre ne passe pas forcément à l'acte d'achat, Camille Frilley souligne que le filtre animé est bien un moyen de pénétrer la pratique ordinaire et banale du selfie, en s'immisçant dans les échanges informels et relâchés d'un réseau d'individus relativement proches.¹²² Un phénomène d'extension de la présence des marques dans les temps de la vie privée et de l'infra-ordinaire qu'Yves Jeanneret qualifie de vecteur « d'emprise ».¹²³

¹¹⁹ Bernard Cova, « La fidélisation : de la personnalisation à la tribalisation », *Communication et organisation*, 27 | 2005, 32-43.

¹²⁰ Ibid.

¹²¹ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

¹²² Ibid.

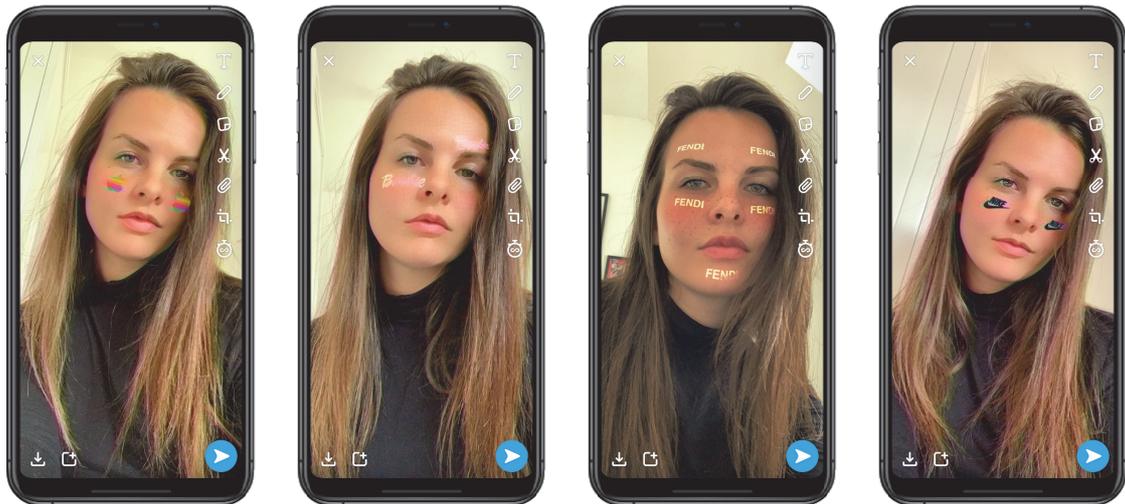
¹²³ Jeanneret, Y. (2014) Critique de la trivialité, Paris, éd. Non Standard.



Captures d'écrans du Snapcode redirigeant vers la Lense Maybelline à gauche (source : Instagram) et de la Lense activée à droite.

Par ailleurs, les marques célèbres pénètrent également la sphère des Lenses de par la création spontanée de filtres animés à leur effigie, par certains utilisateurs. En effet, nous avons pu observer une myriade de filtres animés permettant à l'utilisateur d'accessoiriser son visage d'une large sélection de noms de marques populaires tous secteurs confondus (IKEA, Coca-Cola, Apple, Barbie, Chanel, etc.). Dès lors, le nom de la marque s'apparente à un maquillage, souvent accompagné des traditionnels codes du filtre à visée esthétique (peau lissée, tâches de rousseur, yeux éclaircis, lèvres agrandies, etc.). Par conséquent, nous pouvons en conclure que la marque devient par l'entremise de la Lense, une parure *alloplastique* à l'image du maquillage, pour reprendre le concept de Jean Maisonneuve et Marilou Bruchon-Schweitzer¹²⁴. Le filtre s'apparente ainsi à un accessoire permettant à l'utilisateur de montrer son appartenance tribale à la marque, en parant son visage d'un logotype.

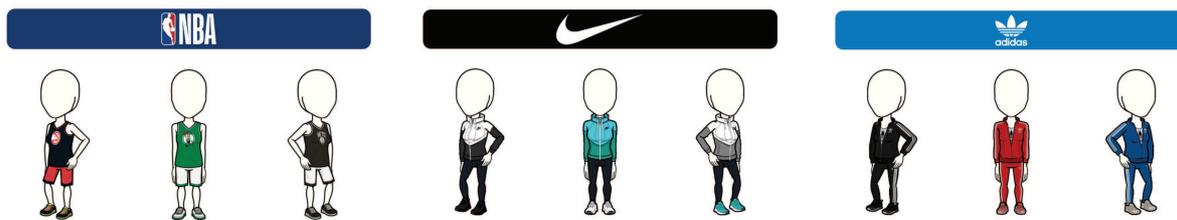
¹²⁴ Maisonneuve, J., & Bruchon-Schweitzer, M. (1999). *Le corps et la beauté*. FeniXX.



Captures d'écrans illustrant différentes Lenses à l'effigie de marques : Apple, Barbie, Fendi, Nike.

Pour autant, la présence des marques sur la plateforme ne se résume pas qu'aux filtres animés. En effet, ces dernières s'approprient également le champ du masque de l'avatar de l'utilisateur, puisque nous avons pu observer la présence de marques de sport au sein de l'espace de customisation du Bitmoji. Si cet espace semble pour lors relativement peu exploité par les marques, nous pensons qu'il pourrait tendre à se développer notamment pour l'univers du luxe. Une sphère qui commence, selon l'étude de Cindy Franchitto, à s'immiscer sur la plateforme dans une logique publicitaire.¹²⁵ Pour autant, la présence exclusive de marques de sport nous conforte dans l'idée d'un lien de tribalisation entre la marque et l'utilisateur qui va chercher à montrer le « camp » qu'il a choisi de soutenir. En effet, la traditionnelle rivalité entre les concurrents Nike et Adidas oppose depuis son origine deux communautés de consommateurs. Permettre à l'utilisateur d'habiller son Bitmoji selon cette dualité de choix, c'est lui donner l'opportunité de supporter sa marque favorite, à l'image d'une équipe sportive. Il est d'ailleurs possible pour l'utilisateur de choisir une tenue de sport aux couleurs de l'une des différentes équipes sportives majeures américaines. Un choix spatio-culturel qui s'explique probablement par la présence du siège de Snapchat en Californie.

¹²⁵ Franchitto, C. (2017) Snapchat et les marques de luxe. Sciences de l'information et de la communication. [Mémoire]. CELSA, Paris.



Captures d'écrans illustrant différentes tenues de marques visant à vêtir le Bitmoji : NBA, Nike, Adidas.

En pénétrant les normes d'usages de Snapchat, à travers les Lenses ou la customisation du Bitmoji, les marques participent donc de la standardisation de la mise en scène des utilisateurs. Le processus de personnalisation - ici du snap ou de l'avatar - étant le produit de l'appropriation de standards par les logiques d'usage¹²⁶, ce dernier tend à créer un modèle de l'identité numérique commun¹²⁷. Or, ce phénomène d'homogénéisation de l'expression de soi se ressent également à travers la perméabilité entre les différents médias sociaux concurrents. Les fonctionnalités les plus prisées étant copiées puis recopiées, jusqu'à ce qu'elles apparaissent telles des normes de l'expression de soi numérique, à l'image des Stories ou des filtres animés. Pour autant, comme le remarque le sociologue Stuart Hall, l'homogénéisation de la culture de masse n'est jamais absolue puisque le contexte capitaliste nécessite une construction de l'identité fondée sur la différence.¹²⁸

3. Une concurrence qui pousse à la production de nouveaux architextes.

En s'inscrivant dans une culture commune de l'expression de soi numérique, les Stories et les Lenses ont dépassé les frontières de Snapchat. En effet, si Instagram puis Facebook se sont construites en mimétisme de l'application en permettant à l'utilisateur de poster des

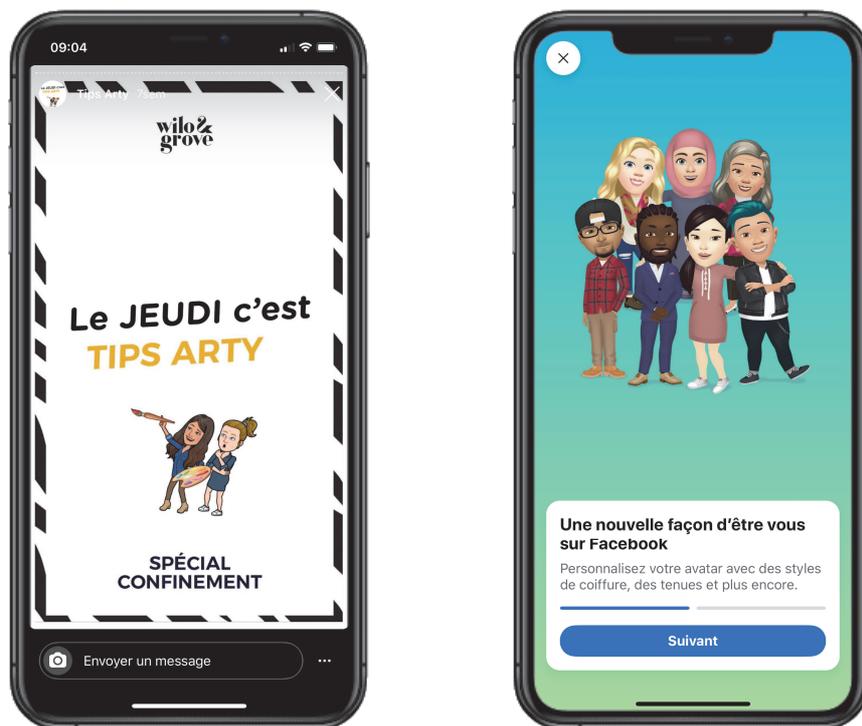
¹²⁶ Boenisch, G. (2009). Jacques Perriault, *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*. Paris, Éd. L'Harmattan, 2008. *Questions de communication*, 15(1), 503-504. <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2009-1-page-503.htm>.

¹²⁷ Georges, F. (2011). L'identité numérique sous emprise culturelle: De l'expression de soi à sa standardisation. *Les Cahiers du numérique*, vol. 7(1), 31-48. <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-31.htm>.

¹²⁸ Hall, S. (1990). Globalization and ethnicity.

contenus éphémères (nommés « Instagram Stories » et « Journée Messenger ») et en reproduisant un panel de filtres animés similaires à Snapchat, la perméabilité des Lenses avec les autres plateformes s'effectue au-delà du *snackable content*.¹²⁹ Ainsi, les Lenses Snapchat s'exportent également en tant que photo de profil sur d'autres réseaux sociaux à l'image de Facebook, ou d'applications de rencontre telle que Tinder.¹³⁰

Il en est de même pour la culture de l'avatar, qui s'exporte sur les plateformes concurrentes par l'extraction du Bitmoji sous la forme de stickers ou encore par construction mimétique, en intégrant une fonctionnalité de création d'avatar au sein de l'application. Ainsi, il n'est pas rare d'apercevoir des Stories Instagram comportant des Bitmoji, tandis que Facebook a lancé sa propre interface de création d'avatar personnalisé, pouvant également être utilisé sous la forme de stickers sur l'application.

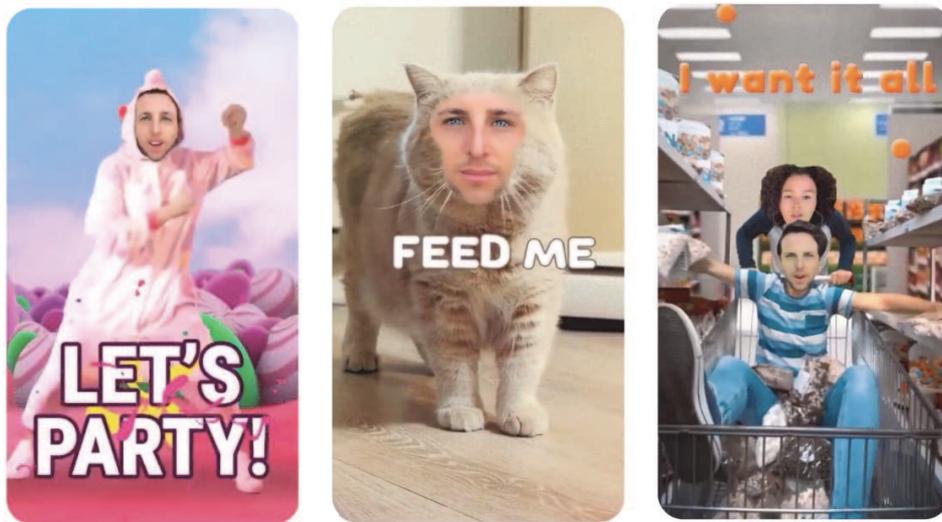


Captures d'écrans illustrant une Storie Instagram avec un sticker Bitmoji à gauche, ainsi que la présentation de l'avatar Facebook à droite.

¹²⁹ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

¹³⁰ Ibid.

Dès lors, ce qui pouvait constituer un caractère différenciant de Snapchat tend à se standardiser à travers une homogénéisation des différentes plateformes. Par conséquent, cette concurrence semble vectrice de la création de nouveaux architypes, à l'image des « caméos » lancés sur Snapchat en décembre 2019. Si le terme évoque un procédé cinématographique ou télévisuel consistant en la brève apparition d'une personnalité notable sous la forme de clin d'oeil¹³¹, la fonctionnalité Snapchat permet à l'utilisateur de « devenir la vedette de [ses] propres vidéos courtes diffusées en boucle »¹³². Ainsi, l'utilisateur est invité à capturer son visage par un selfie, qui est par la suite inséré dans de courtes cinématiques proposées par le dispositif à travers l'espace de messagerie instantanée. Lors d'une conversation, les caméos sont suggérés de la même manière que les stickers Bitmoji¹³³ et permettent, si le contact de l'utilisateur a également configuré son selfie de Caméo, de faire apparaître les deux usagers ensemble, au sein d'un même Caméo.



Captures d'écrans de la vidéo de présentation des Caméos. Source : [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

S'apparentant à une Lense, le caméo invite l'utilisateur à partager un contenu produit par le dispositif, mettant en scène son image de manière comique. En cela, il nous semble que le

¹³¹ Prager, B. (2013). Aux limites du cadre: Werner Herzog n'est pas Alfred Hitchcock. *Décadrages. Cinéma*, à travers champs, (25), 8-20.

¹³² [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

¹³³ II.A.2.

rapprochement effectué par Camille Frilley entre la Lense et le *meme* ou encore le GIF¹³⁴, s'illustre d'autant plus lisiblement. Ces deux formats à caractère comique s'inscrivent également dans une logique de *snack content*, et dont la présence est abondante au sein de plateformes telles que Facebook ou Instagram. Mais le caméo nous semble également participer de la standardisation des échanges entre les utilisateurs, en lissant la mise en scène de l'utilisateur qui s'exprime à travers un contenu préfabriqué par le dispositif. En effet, au sein du caméo, seul le visage de l'utilisateur témoigne de son identité, puisque le son, le texte, et la vidéo sont pour lors le propre des concepteurs de Snapchat. Par conséquent, le format du caméo semble souligner un détachement progressif de la personnalisation de la mise en scène de l'utilisateur sur le dispositif, au profit d'un contenu divertissant que nous pourrions qualifier de « clé en main ».

Ainsi, si le mimétisme entre les plateformes tend à la production de nouvelles fonctionnalités différenciantes mettant en scène l'utilisateur, ces dernières semblent ostensiblement s'inspirer d'une même culture commune partagée entre les divers dispositifs. Dès lors, si la mise en récit de l'utilisateur s'exprime différemment tout en s'inspirant des mêmes codes de l'écosystème des médias sociaux, nous souhaitons désormais interroger le détachement *a priori* de Snapchat envers l'identité calculée de l'utilisateur, qui s'exprime par exemple sous la forme de « likes » ou d'un nombre de « followers » sur les plateformes concurrentes. Il nous semble en effet que la mise en récit de l'utilisateur à travers le prisme de la relation participe de la construction de son identité calculée.

C. L'amitié aux fondements de l'identité numérique.

Pour la philosophe Anne Dalsuet, l'avènement de Facebook a conduit à un écosystème de médias sociaux revendiquant des liens sociaux modelés sur l'amitié.¹³⁵ Pour autant, l'auteur nous explique que le numérique a bouleversé notre compréhension de son principe, à

¹³⁴ Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.

¹³⁵ Dalsuet, A. (2013). T'es sur Facebook?: Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié?. Flammarion.

travers la notion de quantification de l'amitié, la révélation systématique de l'intimité ou encore l'instrumentalisation sociale de l'amitié.¹³⁶ Si nous avons vu précédemment comment Snapchat pouvait s'inscrire dans une dynamique de dévoilement de l'intime, nous souhaitons désormais interroger les notions de quantification et d'instrumentalisation de l'amitié au sein du dispositif. En effet, si la quantification du nombre d' « amis » participe de l'identité calculée de l'utilisateur sur des plateformes telles que Twitter, Facebook ou encore Instagram, Snapchat semble s'en être affranchie en privilégiant l'aspect qualitatif au quantitatif. Pour autant la notion de quantification de l'amitié ne s'exprime-t-elle pas plus ou moins insidieusement sous une nouvelle forme ? De même, si l'instrumentalisation de l'amitié dote l'utilisateur d'un certain pouvoir de légitimation et de visibilité, notamment à travers l'accumulation de likes sur ces mêmes plateformes, Snapchat semble également s'en être émancipée. Pour autant l'amitié n'est-elle pas un instrument permettant la durabilité d'un dispositif de contenus éphémères ?

1. L'amitié comme argument salvateur.

En choisissant l'amitié pour slogan, Snapchat a semble-t-il trouvé le ciment de son existence. L'amitié étant un sentiment qui se décline sous plusieurs formes de relations plus ou moins intimes¹³⁷ et s'épanouissant à travers le partage d'expériences dans le temps.¹³⁸ Par ailleurs, au sein d'une économie de contenus éphémères, c'est bien cette sollicitation expérientielle - qui prend la forme d'un échange au sein de la plateforme - qui permet plus que jamais à l'utilisateur d'exister. Comme le souligne Anne Dalsuet, « être, c'est être contacté ou contacter »¹³⁹. Selon la philosophe, l'avènement du numérique aurait de surcroît engendré une nouvelle chronologie affective, où l'amitié ne se déploierait plus dans la lenteur temporelle mais bien à travers une « compulsion du contact » phatique.¹⁴⁰

¹³⁶ Dalsuet, A. (2013). *T'es sur Facebook?: Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié?*. Flammarion.

¹³⁷ Maisonneuve, J., & Lamy, L. (1993). *Psychosociologie de l'amitié*. FeniXX.

¹³⁸ Dalsuet, A. (2013). *T'es sur Facebook?: Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié?*. Flammarion.

¹³⁹ Ibid.

¹⁴⁰ Ibid.

Pour autant, il convient de rappeler que Snapchat puise son concept de l'idée de Reggie Brown, étudiant aux côtés d'Evan Spiegel, qui souhaitait créer une application en faveur du sexting grâce à des photos en mesure de s'autodétruire.¹⁴¹ Ainsi, l'argument d'un dispositif en faveur de l'amitié est donc arrivé dans un deuxième temps chez Snapchat, bien que l'on puisse lire sur le site de l'application que le concept est né d'une volonté de « créer une place pour partager des selfies étranges et des photos amusantes avec ses amis »¹⁴². Dès lors, il nous semble légitime de considérer ce positionnement comme résultant d'une stratégie marketing lucrative. En effet, en adoptant ce positionnement Snapchat a su se détacher d'une image de marque sulfureuse, tout en justifiant son caractère différenciant par une volonté de révolutionner l'expérience utilisateur à travers le concept universel de l'amitié. En outre, la récente campagne « Real friends » lancée le 30 juillet 2019 à l'occasion de la journée internationale de l'amitié, est survenue après une année de détresse notable chez Snapchat. En effet, la maison mère de Snapchat a connu en 2018 une véritable crise s'exprimant par une action en bourse valant moins du tiers de ce qu'elle affichait lors de son premier jour de cotation, un plan de licenciement massif ainsi qu'une baisse du nombre d'utilisateurs quotidien pour la première fois depuis son lancement.¹⁴³

Par conséquent, nous pensons que ce contexte nous permet de mieux appréhender la raison pour laquelle l'amitié occupe une place centrale au sein de Snapchat, jusqu'à constituer un prisme de mise en récit pour l'utilisateur. En effet, si le dispositif permet aux utilisateurs de nouer des amitiés en échangeant via la plateforme, il présente également de nombreuses opportunités de mettre en récit les relations de l'utilisateur. Ainsi, si nous avons vu précédemment que les caméos permettait à l'utilisateur de se mettre en scène avec le contact de son choix à travers une courte vidéo, il en est de même avec les stickers de Bitmoji qui permettent à l'utilisateur de mettre en scène son avatar et celui de son contact à travers une série d'illustrations. En outre, la mise en récit du contact de l'utilisateur

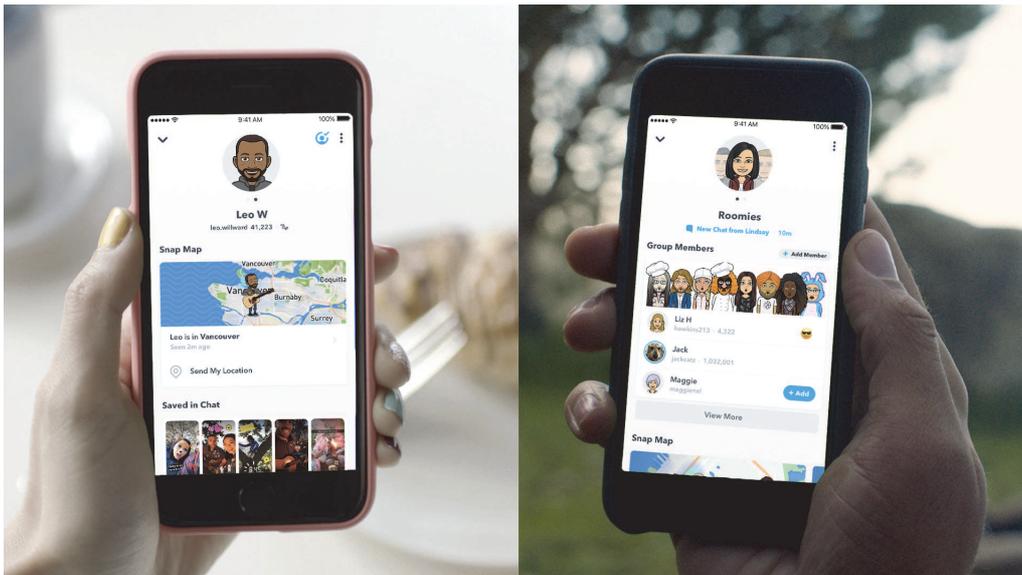


¹⁴¹ L'étonnant troisième cofondateur de Snapchat, payé 158 millions de dollars pour disparaître. (2017, février 3). Consulté à l'adresse <https://www.lesechos.fr/2017/02/le-tonnant-troisieme-cofondateur-de-snapchat-paye-158-millions-de-dollars-pour-disparaitre-161263>

¹⁴² Let's chat. (2012, mai 9). Consulté à l'adresse <https://www.snap.com/fr-FR/news/post/lets-chat/>

¹⁴³ Snapchat, la crise d'adolescence. (2018, octobre 10). Consulté à l'adresse <https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/snapchat-la-crise-dadolescence-141383>

s'exprime également dans la customisation de son surnom. L'utilisateur étant en mesure de nommer ses contacts comme il le souhaite sur l'application, ces derniers n'en étant pas informés. Par ailleurs, chaque amitié est « célébrée » pour reprendre les termes des concepteurs¹⁴⁴, à travers un profil d'ami accessible en cliquant sur le Bitmoji du contact sélectionné.



Profils d'amis Snapchat.
Source : [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

Si le profil d'ami permet de recenser un certain nombre d'information telles que la géolocalisation du contact, les pièces jointes partagées ou encore les éléments enregistrés dans le chat, il met également en récit les deux utilisateurs à travers une série de « badges » à l'image de du badge de compatibilité astrologique étudié précédemment. Décrit par les concepteurs comme des « petits symboles spéciaux (...) ajoutés en fonction [des] interactions et relations »¹⁴⁵ entre l'utilisateur et ses contacts, le sens premier du badge renvoie selon le dictionnaire en ligne du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, à la notion d'insigne de scoutisme « correspondant à l'ancienneté, au mérite ou à une spécialité ». En observant les différents badges suggérés et leurs descriptions, il nous semble que cette dernière description s'y applique entièrement. Ainsi, le badge est en

¹⁴⁴ Vive l'amitié ! (2018, novembre 13). Consulté à l'adresse <https://www.snap.com/fr-FR/news/post/celebrating-friendship>

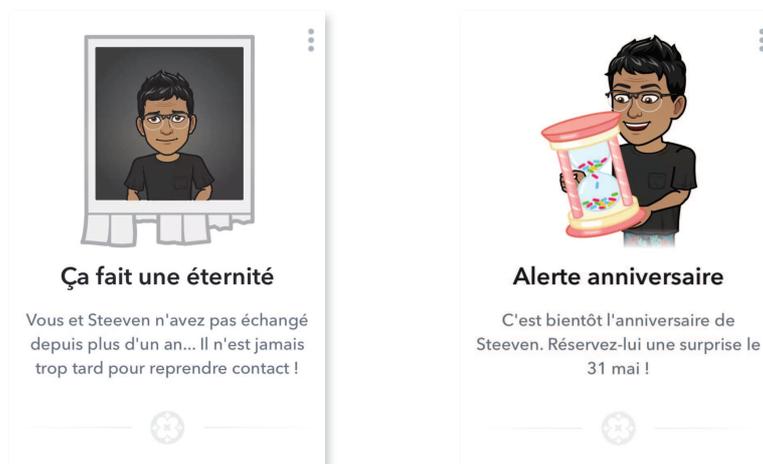
¹⁴⁵ [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

mesure d'informer l'utilisateur sur la spécificité de la relation, à l'image du badge « Meilleurs potes » ou du badge de compatibilité astrologique, mais il l'informe également sur son « ancienneté » à l'image d'un indicateur de performance et s'apparente alors à une récompense à l'image des badges « Légendes de Snapchat » ou encore « Snapstreak ».



Captures d'écrans de badges issus de profils d'amis Snapchat.

Fluctuants selon le profil sélectionné et le nombre d'interactions réalisées, les badges peuvent également s'apparenter à des alertes invitant l'utilisateur à réaliser une action. Par exemple un profil d'amis peu actif invite l'utilisateur à interagir avec le contact sélectionné tandis que l'approche imminente de sa date d'anniversaire suggère à l'utilisateur de s'y préparer.



Captures d'écrans de badges issus d'un profil d'amis Snapchat.

Dès lors, les différents badges semblent s'inscrire dans une dynamique d'instrumentalisation de l'amitié au profit d'une intensification des usages du dispositif, sachant que la fréquence d'utilisation, l'engagement et l'utilisation répétée d'une solution digitale sont des indicateurs clé de performance pour une marque¹⁴⁶. Ainsi, la mise en récit des différents utilisateurs sous le prisme de la relation, à travers la série de symboles constituée par les badges, semble ostensiblement participer de la stratégie marketing de Snapchat. Par conséquent, si l'application incite à l'usage pour augmenter son trafic et récompense ensuite les utilisateurs pour leurs interactions, la quantification de l'interaction n'est-elle pas le nouveau ressort de l'identité calculée de l'utilisateur ?

2. La quantification de l'interaction comme nouveau modèle de performance.

Selon Fanny Georges, l'identité calculée est l'une des trois composantes de l'identité numérique de l'utilisateur, avec l'identité agissante (envoyer un message par exemple) et l'identité déclarative (comme renseigner date de naissance).¹⁴⁷ Le développement d'outils visant à numériser le quotidien s'est en effet accompagné d'une omniprésence de la quantification, à travers une extension des traces d'activités telles que le nombre de « followers » ou de « likes », mais également à travers un phénomène de « self-tracking » qui consiste en la mesure délibérée des agissements d'un individu (alimentation, exercice physique, données de santé, etc.).¹⁴⁸ Lorsque ces mesures sont attribuées par autrui, à l'image des « likes », leur volume peut « être traduit comme une quantité sur une échelle de l'assentiment et de l'affection ou un système de votes, adhésions, taux d'engagement, crédit et attention »¹⁴⁹. Pour autant lorsqu'elles sont produites par l'utilisateur, ces mesures conduiraient davantage l'utilisateur à adopter une vision réflexive au regard de son identité

¹⁴⁶ Kibler, A. (2019, août 21). 4 KPI essentiels pour mesurer l'engagement de vos apps mobiles. Consulté à l'adresse <https://blog.atinternet.com/fr/4-kpi-essentiels-pour-mesurer-lengagement-sur-vos-apps-mobiles/>

¹⁴⁷ Georges, F. (2008). L'identité numérique dans le web 2.0.

¹⁴⁸ Pharabod, A., Nikolski, V. & Granjon, F. (2013). La mise en chiffres de soi: Une approche compréhensive des mesures personnelles. *Réseaux*, 177(1), 97-129. doi:10.3917/res.177.0097.

¹⁴⁹ Candel, E., & Gomez-Mejia, G. (2017). Le bouton like: poétique du clic, vertige des discours. *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, (42).

quantifiée.¹⁵⁰ En cela, la notion de quantification personnelle semble donc bien intrinsèque à la mise en récit de l'utilisateur sur la plateforme. Or cette mise en récit semble être encouragée par le dispositif, à travers une série de codes auxquels les badges étudiés précédemment nous paraissent appartenir.

En effet, selon Fabien Grangeon et al., la plupart des outils de mesure de performance se caractérisent par une dimension ludique appliquée au principe de compétition autour du chiffre, et au sein de laquelle s'inscrivent les badges.¹⁵¹ Ainsi, nous pouvons observer que les badges Snapchat célébrant une performance recourent à un vocabulaire éminemment mélioratif, visant à flatter l'utilisateur et donc en un sens à le récompenser pour sa performance. Par exemple, le badge illustrant l'historique d'interaction entre deux utilisateurs comporte la mention « Vous êtes des légendes vivantes ! », tandis que le badge illustrant le mode Snapstreak met ostensiblement le chiffre du score d'interactions en valeur, accompagné de la mention « Ça chauffe ! » en référence à une performance active.

Constitué d'un emoji représentant une flamme, ainsi que d'un chiffre, le mode Snapstreak - également appelé « les flammes » par les utilisateurs - est décrit par les concepteurs comme un symbole indiquant à l'utilisateur qu'il a échangé avec un autre usager toutes les 24 heures d'intervalle ou moins, pendant plus de trois jours consécutif.¹⁵² Il constitue donc bien un indicateur de suivi de performance pour l'utilisateur, prenant la forme d'un badge visible depuis un profil d'amis, tout en étant également visible depuis le fil de conversations, sous le nom du contact en question.



Capture d'écran illustrant le mode snapstreak actif et visible sous le nom d'utilisateur du contact concerné.

¹⁵⁰ Pharabod, A., Nikolski, V. & Granjon, F. (2013). La mise en chiffres de soi: Une approche compréhensive des mesures personnelles. *Réseaux*, 177(1), 97-129. doi:10.3917/res.177.0097.

¹⁵¹ Ibid.

¹⁵² [snapchat.com](https://www.snapchat.com)

Pour la plupart de nos répondants, la collection de flammes avec un autre utilisateur constitue un indicateur « symbolique » permettant de mettre en lumière un intérêt et un attachement réciproque, en soulignant la récurrence des échanges. Ainsi, le processus de pérennisation des flammes entre deux individus peut même relever d'un accord tacite, en gage de la relation qu'ils entretiennent. Par ailleurs, à l'approche du délai d'expiration des flammes (lorsque les deux usagers n'ont pas échangé pendant une durée se rapprochant de 24 heures), les deux utilisateurs sont alerté de la disparition imminente du score par l'apparition d'un emoji représentant un sablier. Pour Lina, l'apparition de ce symbole génère un stress qui l'incite à échanger au plus vite avec le contact en question, par peur de perdre sa collection de flammes. En outre, Tom souligne l'enjeu de la notion de performance d'une telle collection, en nous confiant que certaines personnes envoient des snaps « vides », c'est à dire avec un fond uni et sans texte, afin d'entretenir les flammes.

« Je dirais pas que je parle pour faire des flammes, mais j'avoue que celles que j'ai sont assez symboliques. Ça reflète l'amitié que je peux avoir avec ces personnes. » - Léna

« Ça montre que tes amis ont vraiment envie de te parler. Et finalement si une personne oublie de t'envoyer un snap un jour et que tu perds les flammes, c'est un peu une trahison. » - Apolline

« Moi j'avoue que si je vois le sablier je suis en panique, et ça m'embête vraiment si je perds les flammes. D'ailleurs à un moment j'avais trouvé un moyen de les récupérer en faisant croire au support Snapchat qu'il y avait eu un bug. » - Lina

« Les flammes ont un peu compté, je trouvais ça drôle à un moment. Mais ça pouvait un peu m'agacer les personnes qui envoyaient des snaps vides pour maintenir la flamme. » - Tom

D'autre part, le principe de mesure numérique de performance appelle généralement celui du classement, « certains outils proposent ainsi de comparer vos données à celles des autres utilisateurs du même site ».¹⁵³ Sur Snapchat, la notion de classement est appliquée aux « amis », à travers une catégorisation typologique des différents contacts en fonction du

¹⁵³ Pharabod, A., Nikolski, V. & Granjon, F. (2013). La mise en chiffres de soi: Une approche compréhensive des mesures personnelles. *Réseaux*, 177(1), 97-129. doi:10.3917/res.177.0097.

nombre d'interactions qu'il possède avec l'utilisateur. Ainsi, l'utilisateur peut observer des « emojis d'amis » à côté du nom de ses contacts, attribués selon les données calculées sur la base des interactions entre les usagers et dont la signification est disponible sur le site de Snapchat.



Capture d'écran illustrant le guide des emojis d'amis.

Nos différents sondés ont émis des avis très hétérogènes quant au classement d'amis. En effet, s'il s'agit d'un indicateur précieux pour Lina car il lui permet de savoir à qui elle parle le plus, Matthis considère ce classement comme superficiel et contraire à sa volonté de ne pas donner d'étiquettes à ses différentes relations. Bien que cette fonctionnalité ne soit pas appréciée unanimement par nos répondants, nous observons les efforts des concepteurs afin de rendre ces indicateurs de performances plus ludique à travers la possibilité pour l'utilisateur de personnaliser ses différents emojis d'amis.



*Capture d'écran illustrant un emoji d'ami « BFF »
changé par l'emoji chopes de bière.*

En cela, il nous semble donc que ces indicateurs de performance se situent également à la frontière entre personnalisation et standardisation de la mise en récit de l'utilisateur sur le dispositif. En outre, ces derniers nous indiquent bien que Snapchat ne s'est pas émancipée de l'ostentation de l'identité calculée de l'utilisateur, mais bien que cette dernière a opéré un glissement de la collection de « followers » et de « likes » à la performance vécue sous le prisme de la quantité d'interactions. L'utilisateur est dès lors associé à une « étiquette », définie par une série de codes tant techniques (l'emoji d'amis est attribué selon un algorithme) que populaires (la typologie d'amis étant issus d'une même culture commune) préalablement déterminés par les concepteurs. Dès lors, Snapchat participe d'une mise en récit uniformisante des différents utilisateurs, tout en s'inscrivant dans la même dynamique de standardisation de performance relationnelle chiffrée propre à l'écosystème des médias sociaux.

CONCLUSION DE PARTIE

Nous postulons en deuxième hypothèse que Snapchat est un dispositif dont le cadre d'expression laisse peu de place à l'expression de l'identité de l'utilisateur. Or nous avons en effet pu constater que les différents cadres de mise en récit de l'utilisateur s'inspirent des codes d'une culture populaire stéréotypante. Ainsi, l'effet de personnalisation de la mise en scène de soi est illusoire, à l'image de la mise en récit de l'utilisateur à travers le prisme de l'astrologie. En outre, le masque étant devenu une norme sur l'application, les différentes identités se confondent par une homogénéisation et une stéréotypisation d'un même modèle de présentation de soi, à l'image du filtre esthétisant ou encore du Bitmoji. Ainsi, nous avons même observé que l'apparence du masque pouvait se substituer à l'identité

réelle de l'utilisateur, et cela également *in real life*. Par ailleurs, la porosité entre les différents réseaux concurrents entraîne elle aussi une standardisation des usages et des représentations. Ainsi, ce qui pouvait paraître de prime abord comme une manière originale de se mettre en scène sur Snapchat, se transforme en une norme d'usage par l'adoption des fonctionnalités par les autres médias sociaux. Dès lors, **ces différents éléments nous permettent de valider notre deuxième hypothèse.**

Enfin, notre troisième hypothèse interrogeait la manière dont le dispositif permet à l'utilisateur de se mettre en récit à travers le prisme de la relation. Or, comme nous l'avons vu, la relation occupe une place essentielle dans l'économie de Snapchat. En effet, l'amitié est placée au cœur de la stratégie de la marque, jusqu'à être évoquée comme le principe originel de l'application par les concepteurs. Ainsi, la relation des utilisateurs est mise en récit de manière kaléidoscopique, notamment à travers une série de mise en récit célébrant les différentes amitiés à l'image des profils d'amis, une série d'architextes de mise en scène de l'utilisateur et de ses contacts tels que les stickers Bitmoji ou les caméos, ou encore à travers la valorisation des performances d'interactions entre deux utilisateurs avec le mode Snapstreak ou encore les emojis d'amis. Par conséquent, la notion d'identité calculée dont semblait s'être affranchie Snapchat se révèle être *in fine* le fruit d'un déplacement de la notion de performance relationnelle traditionnelle basée sur la reconnaissance vers une quête de production massive d'interactions par la suite récompensées. Dès lors, le rôle de l'amitié apparaît comme indéniablement central dans la mise en récit de l'utilisateur sur Snapchat, **ce qui nous invite donc à valider cette troisième et dernière hypothèse.**

CONCLUSION

Si le thème de ce mémoire nous a été inspiré par l'observation d'un certain nombre de comportements sur Snapchat - d'ailleurs inscrits dans *l'infra-ordinaire* d'un cercle de relations proches - nous avons dans un premier temps souhaité nous concentrer sur la manière dont la relation entre les utilisateurs pouvait se construire de façon empirique et durable, en dépit de l'évanescence des contenus au sein de Snapchat. Cette particularité étant justement constitutive de l'ADN de la marque et s'émancipant fermement des modèles d'historicité prônés par les plateformes concurrentes. Pour autant, en approfondissant notre réflexion tout en cherchant à étayer nos propos, il nous ait alors apparu que la mise en récit de l'utilisateur à travers le prisme de la relation n'était en réalité que l'infime part d'une problématique plus complexe encore : celle de la mise en récit de l'image de soi, au delà de l'absence de cristallisation des contenus.

En considérant la manière dont se déploient les profils personnels sur des plateformes telles que Facebook, Instagram ou encore Twitter, la notion d'historicité nous a en effet parue centrale. Ces plateformes étant considérées comme de nouveaux outils de construction identitaire¹⁵⁴ et la singularité de l'identité numérique de l'utilisateur étant justement induite par la complétion du profil de ce dernier.¹⁵⁵ Dès lors, plusieurs questionnements ont vu le jour : Le caractère éphémère des contenus influence-t-il la manière dont l'utilisateur décide de s'exposer ? Les célèbres filtres Snapchat orientent-ils la manière dont l'utilisateur construit son identité numérique ? Par ailleurs, les nouvelles fonctionnalités apparues sur l'application ne tendent-elles pas à mettre en récit l'utilisateur de manière pérenne ? Dès lors, la notion d'historicité est-elle totalement évincée du dispositif ? Snapchat est-il un réseau social fondamentalement novateur ? Tout au long de notre analyse, nous nous sommes donc demandé dans quelle mesure la mise en récit des utilisateurs de Snapchat oscille entre éditorialisation et standardisation de l'image de soi, au delà du caractère

¹⁵⁴ Fluckiger, C. (2010). Blogs et réseaux sociaux: outils de la construction identitaire adolescente?, *Diversité*, n°162, p. 38-43

¹⁵⁵ Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique: Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. *Réseaux*, 154(2), 165-193. doi:10.3917/res.154.0165.

éphémère de leurs échanges. Afin de répondre à cette interrogation, nous avons formulé trois hypothèses majeures, dans le but de les confirmer ou bien de les infirmer.

Nous avons alors postulé que Snapchat permet à l'utilisateur de se mettre en récit de manière à la fois très spontanée mais aussi de façon très créative, voire fantasmée. Il s'agissait notamment ici d'étudier et de mettre en regard différents usages du dispositif, à l'aune du contexte plurisémiotique de l'expression de soi, constitutif de Snapchat. Nous avons ainsi pu constater que l'utilisateur était amené à se mettre en scène de manière kaléidoscopique, en modulant son identité quasiment à l'infini parmi les différents déguisements intrinsèques au dispositif. La poétique du masque s'est alors révélée être une norme d'usage bien plus ancrée dans la culture populaire que ce que nous avons pu imaginer, s'exportant au-delà même des frontières de l'application. Si le numérique est un espace ayant favorisé l'expression d'un soi pluriel¹⁵⁶, Snapchat apparaît comme un espace propice à l'expérience d'une pluralité de mise en scène de soi, pouvant même conduire les artistes à s'approprier ce cadre d'expression comme un espace de création professionnel à l'image de Lison Daniel. L'évanescence des contenus s'inscrivant dès lors dans une dynamique de réinvention constante de l'expression de soi, avec une construction mouvante, fluctuante et vivante d'une « identité liquide »¹⁵⁷ pouvant toutefois exprimer un certain attachement, une certaine habitude d'usage d'un type de filtres spécifiques. Par ailleurs, nous avons vu que cette culture du masque couplée au caractère périssable des contenus influencent la manière dont l'utilisateur se met en scène, puisqu'il s'y expose de manière plus spontanée et décomplexée, notamment de façon humoristique, tout en sachant que ses contenus ne sont pas adressés publiquement, mais bien à l'utilisateur de son choix. Au contraire, lorsque l'exposition de soi relève du permanent et sert à représenter l'utilisateur sur la plateforme à l'image du Bitmoji, nous avons pu observer que l'utilisateur apportait un soin particulier à soigner son image, en cherchant notamment à retranscrire une image vraisemblable de soi, ou bien au contraire à projeter une image fantasmée, qui répond davantage aux « normes » de la beauté occidentale stéréotypée.

¹⁵⁶ Denouël, J. (2011). Identité. *Communications*, 88(1), 75-82. doi:10.3917/commu.088.0075.

¹⁵⁷ Jurgenson, N. (2013). *The Liquid Self*. Retrieved from <https://www.snap.com/en-US/news/post/the-liquid-self>

Dès lors, nous avons interrogé la notion de standardisation au sein du dispositif en cherchant à comprendre si cette culture du déguisement pouvait primer sur l'expression de l'identité l'utilisateur, tout en interrogeant par extension la part de codes empruntés à la culture populaire en vue de mettre l'utilisateur en récit. L'ambivalence du dispositif s'est alors révélée s'établir en plusieurs strates. En effet, si l'expression de soi est placée sous le signe de la créativité sur le dispositif, nous avons vu que la culture du masque était imprégnée de certains stéréotypes notamment esthétiques. En pénétrant l'infra-ordinaire, le masque contribue alors à la diffusion massive de ces stéréotypes et l'utilisateur est tenté de se perdre entre son reflet fantasmé et sa véritable identité. Ainsi, l'apparente créativité de la mise en scène de soi induite par le déguisement au sein de la plateforme, tend en fait à homogénéiser, à standardiser la présentation de soi sur l'application. Par ailleurs, nous avons pu observer que la mise en récit de l'utilisateur s'inscrivait pleinement dans un paradoxe métissant personnalisation et standardisation. En effet, en empruntant notamment les codes de la culture astrologique afin de présenter l'utilisateur sous la forme de courtes descriptions « personnalisées », les concepteurs accentuent cette mise en récit stéréotypée de l'identité à travers le paradoxe de l'astrologie soulevé par Edgar Morin.¹⁵⁸ En outre, en nous penchant finalement sur la place de l'amitié au sein du dispositif, nous avons réalisé qu'elle participait elle aussi de l'ambivalence de la mise en récit de l'utilisateur. En effet, si cette dernière constitue un véritable prisme de mise en récit, elle s'appréhende également comme une part de son identité, numérique du moins. Chaque usager étant ainsi à même de se « découvrir » ou de s'éditorialiser à travers une série de cadres convoquant plusieurs identités simultanément - la sienne et celle d'un contact - à l'image des stickers, des caméos ou encore des profils d'amis. En outre, la notion de relation participe pleinement de l'identité calculée de l'utilisateur, puisque nous avons vu que la quantification de l'interaction était au coeur d'un processus de performance *gamifié* par les concepteurs. L'identité calculée étant un principe intrinsèque à l'écosystème des médias sociaux, nous en avons conclu qu'il participait de la standardisation de la mise en récit de l'utilisateur sur l'application.

¹⁵⁸ Morin, E. (1982). La croyance astrologique moderne. L'Age d'homme.

Cette étude nous aura donc permis de définir les contours de l'expression de soi sur Snapchat, au delà de l'aspect éphémère des contenus, et d'appréhender la manière dont elle oscille entre personnalisation et standardisation. Il nous est en effet apparu que le caractère éphémère influence drastiquement la mise en scène des utilisateurs, tout comme il tend à n'être plus la seule manière pour l'utilisateur de se mettre en récit sur Snapchat. De plus, en s'imprégnant fortement des codes de la culture populaire tout en influençant à son tour dans la culture de l'expression de soi numérique, nous avons vu que la mise en récit de l'identité par Snapchat s'exporte au delà-même des frontières de l'application.

Toutefois, nous tenons à émettre une critique essentielle à notre travail, puisque ce choix de recherche s'est avéré particulièrement complexe en couvrant un champ d'analyse bien plus large que nous nous sommes efforcés de restreindre. Ainsi, il aurait été pertinent d'étudier plus spécifiquement la mise en récit des créateurs de contenus sur Snapchat, à l'image des influenceurs ou encore des marques ayant investi l'espace Discover de l'application. Puisque ces cas spécifiques constituent en soi des « profils personnels » particuliers. D'autre part, la notion de l'intime pourrait être abordée de façon bien plus complexe encore, puisque Snapchat demeure un lieu d'exposition sexuellement explicite de soi pour certains utilisateurs. Or cette exposition implique le risque d'être trahi par le destinataire qui est en mesure de diffuser les contenus reçus sans le consentement de l'utilisateur, ce qui s'exprime d'ailleurs à travers le phénomène de « revenge porn ». Ce phénomène ayant d'ailleurs explosé au cours de la période de confinement due à la crise sanitaire du Covid-19, à travers la prolifération de comptes épinglés pour harcèlement.¹⁵⁹ Il nous semble par conséquent qu'une campagne de sensibilisation sur ce sujet pourrait être mise en place les équipes de Snapchat, notamment auprès du jeune public. En effet, si l'identité numérique peut s'avérer liquide, les usages peuvent quant à eux engendrer des conséquences psychologiques irréversibles.

¹⁵⁹ Bounemoura, H. (2020, mai 4). Avec le confinement, le revenge porn explose sur Snapchat. Consulté à l'adresse <https://www.20minutes.fr/high-tech/2757007-20200409-revenge-porn-ca-traumatisee-confinement-comptes-ficha-explosent-snapchat>

BIBLIOGRAPHIE

L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE & LA PRÉSENTATION DE SOI

- Amossy, R. (2010). La présentation de soi. Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France. doi:10.3917/puf.amoss.2010.01.
- Baty, J. (2016). Impacts des réseaux sociaux et applications sociales sur la représentation d'un soi pluriel. *Sciences de l'information et de la communication*, p. 44, ffdumas-01612229f
- Denouël, J. (2011). Identité. *Communications*, 88(1), 75-82. doi:10.3917/commu.088.0075.
- Di Méo, G. (2002) L'identité : une médiation essentielle du rapport espace / société. In: *Géocarrefour*, vol. 77, n°2.
- Donath, J. (2007). « Signals in social supernets », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1. En ligne sur <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html>>.
- Emerit, L. (2014). Vers une typologie des pseudonymes sur Facebook. Retrieved from https://impec.sciencesconf.org/conference/impec/pages/Impec2014_Emerit.pdf.
- Fallon, Kris, University of California, Davis. "Streams of the Self: the Instagram Feed as Narrative Autobiography"
- Flichy, P. (2009). Le corps dans l'espace numérique. *Esprit*, (3), 163-174.
- Fluckiger, C, (2010), Blogs et réseaux sociaux: outils de la construction identitaire adolescente?, *Diversité*, n°162.
- Georges, F. (2008) L'identité numérique dans le web 2.0. fahal-01575199f
- Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique: Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. *Réseaux*, 154(2), 165-193. doi:10.3917/res.154.0165.
- Georges, F. (2011). L'identité numérique sous emprise culturelle: De l'expression de soi à sa standardisation. *Les Cahiers du numérique*, vol. 7(1), 31-48. <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-31.htm>.
- Granjon, F. & Denouël, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, vol. 1(1), 25-43. doi:10.3917/

socio.001.0025.

- Guilé, J. (2014). Ipséité et identité-identification. *Perspectives Psy*, vol. 53(2), 91-93. doi:10.1051/psy/2014532091.
- Gunthert, A. (2014) « L'image conversationnelle », *Études photographiques*, 31 | URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3387>
- Hall, S. (1990). *Globalization and ethnicity*.
- Jurgenson, N. (2013). *The Liquid Self*. Retrieved from <https://www.snap.com/en-US/news/post/the-liquid-self>
- Kredens, E. (2011). *La part de soi et la part de l'autre dans les usages juvéniles d'internet*. [Mémoire]. Université de Savoie, France.
- Maingueneau, D. (2016) « L'ethos discursif et le défi du Web », *Itinéraires* [En ligne] <https://doi.org/10.4000/itineraires.3000>
- Perea, F. (2010). L'identité numérique : de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, volume 2010(1), p. 144-159. doi:10.3917/enic.010.0800.
- Pharabod, A., Nikolski, V. & Granjon, F. (2013). La mise en chiffres de soi: Une approche compréhensive des mesures personnelles. *Réseaux*, 177(1), 97-129. doi:10.3917/res.177.0097.

LE MASQUE & L'AVATAR

- Allen, K. S. D. &. (2019, juillet 30). *Glitch reveals young vlogger as middle-aged*. Consulté à l'adresse <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-49151042>
- Auray, N. (2004). *Sosies et avatars dans les jeux: entre écriture et image. L'image sosie*, 95-107.
- Caillois, R. (1958). *Les jeux et les hommes*, Gallimard, Paris.
- Georges, F. (2012). *Avatars et identité*. *Hermès, La Revue*, 62(1), 33-40. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2012-1-page-33.htm>.
- Tisseron, S. (2009). *L'ado et ses avatars*. *Adolescence*, 69(3), 591-600. doi:10.3917/ado.069.0591.

- Tisseron, S. (2011). Les nouveaux réseaux sociaux sur internet. *Psychotropes*, vol. 17(2), 99-118. doi:10.3917/psyt.172.0099.
- Zaragoza, G. (2006). *Le personnage de théâtre*. Armand Colin.

L'ÉPHÉMÈRE & L'INSTANTANÉ

- Aubert, N. (2018). *Le Culte de l'urgence-La société malade du temps*. Flammarion.
- Boboc, A. (2005). Le point sur la messagerie instantanée: Solutions grand public (im) et solutions d'entreprise (eim). *Réseaux*, n° 134(6), 223-261. <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2005-6-page-223.htm>.
- Godart, E. (2016). Éphémères images. *L'école des parents*, 620(3), 39-41. doi:10.3917/epar.620.0039.
- Jurgenson, N. (2013). The Liquid Self. Retrieved from <https://www.snap.com/en-US/news/post/the-liquid-self>
- Verstraete, G. (2016). It's about Time. Disappearing Images and Stories in Snapchat.

LA RELATION

- Dalsuet, A. (2013). *T'es sur Facebook?: Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié?*. Flammarion.
- Lachance, J. (2016) « L'éthos de l'adolescent dans les mondes numériques : le rôle des destinataires », *Itinéraires [En ligne]*, 2015-3 | DOI : <https://doi.org/10.4000/itineraires.3156>
- Maisonneuve, J., & Lamy, L. (1993). *Psychosociologie de l'amitié*. FeniXX.

L'INTIMITÉ & LA VISIBILITÉ

- Birman, J. (2008) « La visibilité en question : l'espace, le temps, l'histoire », in *Voir, être vu. L'injonction à la visibilité dans les sociétés contemporaines*, Actes du colloque organisé les 29, 30 et 31 mai 2008 par l'Association internationale de sociologie (CR 46) et l'Association internationale des sociologues de langue française (CR 19).

- Quessada, D. (2010). De la sousveillance: La surveillance globale, un nouveau mode de gouvernementalité. *Multitudes*, 40(1), 54-59. doi:10.3917/mult.040.0054.
- Tisseron, S. (2011). Intimité et extimité. *Communications*, 88(1), 83-91. doi:10.3917/commu.088.0083.118

LES PETITES FORMES

- Candel, E. & Gomez-Mejia, G. (2017). « Le bouton like : poétique du clic, vertige des discours », *Semen*, 42 ; DOI : <https://doi.org/10.4000/semen.10623>
- Guibon, G. (2019). Recommandation automatique et adaptative d'emojis (Doctoral dissertation, Aix-Marseille Université).
- Ponge, M. (2017) « Une ponctuation fantasmée (hantée par l'oral) : des signes imparfaits aux signes rêvés ... », *Linx*, 75.

LA PHOTOGRAPHIE NUMÉRIQUE

- Frilley, C. (2017). La pratique du selfie ordinaire : entre mise en scène de soi et éditorialisation de l'autoportrait par les filtres animés. Le cas des " Lenses " Snapchat. [Mémoire]. CELSA, Paris.
- Gomez-Mejia, G. (2017). Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter. *Communication & langages*, 194(4), 41-65. doi:10.4074/S0336150017014041.
- Gunning, T. (2006). « La retouche numérique à l'index », *Études photographiques*, 19.
- Gunthert, A. (2015) *L'image partagée - La photographie numérique*, Éd. Textuel.
- Rajanala, S., Maymone, M. B., & Vashi, N. A. (2018). Selfies—living in the era of filtered photographs. *JAMA facial plastic surgery*, 20(6), 443-444.
- Rivière, C. (2006). Téléphone mobile et photographie : les nouvelles formes de sociabilités visuelles au quotidien. *Sociétés*, no 91(1), 119-134. doi:10.3917/soc.091.0119.

SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- Bazet, I., Hémond, F., et Mayère, A. (2017) « Entretien avec Yves Jeanneret », Communication [En ligne], vol. 34/2 | URL : <http://journals.openedition.org/communication/7287> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communication.7287>
- Bejo, V. (2015). Qu'est-ce que l'emoji veut « dire » ? Des imaginaires à la boîte noire : analyse d'un objet trivial sous tensions. [Mémoire]. CELSA, Paris.
- Bernard Cova, « La fidélisation : de la personnalisation à la tribalisation », Communication et organisation, 27 | 2005, 32-43.
- Bøenisch, G. (2009). Jacques Perriault, La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer: Paris, Éd. L'Harmattan, 2008. Questions de communication, 15(1), 503-504. <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2009-1-page-503.htm>.
- Gaglio, G. (2011). Sociologie de l'innovation:«Que sais-je?» n° 3921. Que sais-je.
- Jeanneret, Y. (2014) Critique de la trivialité, Paris, éd. Non Standard.
- Perec, G. (1989) L'infra-ordinaire, Seuil, Paris.

AUTRES

ASTROLOGIE

- Bouriche, P. (2019). L'Histoire secrète de l'astrologie: Révélations sur l'imposture du zodiaque des saisons-Tome 1-A la source de tous les cultes. BoD-Books on Demand.
- Kunth, D. & Zarka, P. (2005). L'astrologie aujourd'hui, un phénomène de société. Dans : éd., L'astrologie (pp. 5-12). Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France.
- Kunth, D. & Zarka, P. (2005). L'astrologie et les sciences humaines. Dans : Daniel Kunth éd., L'astrologie (pp. 107-117). Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France.
- Morin, E. (1982). La croyance astrologique moderne. L'Age d'homme.
- Puech, L. (2004). Astrologie: derrière les mots. book-e-book.

BEAUTÉ

- Chassé, F. (2003). L'art et la littérature dans la perspective du beau chez Platon. Phares, 3.

- Maisonneuve, J., & Bruchon-Schweitzer, M. (1999). Le corps et la beauté. FeniXX.

CINEMA

- Prager, B. (2013). Aux limites du cadre: Werner Herzog n'est pas Alfred Hitchcock. Décadrages. Cinéma, à travers champs, (25), 8-20.

COMIQUE

- Bergson, H. (1999). Le rire, PUF, Paris.
- Victoroff, D. (1952). Le rire et le risible: Introduction à la psycho-sociologie du rire. Paris, France : Presses Universitaires de France.

LINGUISTIQUE

- Jakobson, R. (1963). « Essais de linguistique générale », Paris, éd. de Minuit, t. 1.

MARKETING

- Kibler, A. (2019, août 21). 4 KPI essentiels pour mesurer l'engagement de vos apps mobiles. Consulté à l'adresse <https://blog.atinternet.com/fr/4-kpi-essentiels-pour-mesurer-lengagement-sur-vos-apps-mobiles/>
- Mediametrie. (20 février 2020). L'Année Internet 2019 : Entre surconsommation et tri sélectif. https://www.snptv.org/wp-content/uploads/2020/02/Annee_Internet_2019_Mediametrie_2020_02_20-1.pdf

PHILOSOPHIE

- Derrida, J. (1968). « La Pharmacie de Platon », in La Dissémination, Éditions du Seuil.

SNAPCHAT

- Bounemoura, H. (2020, mai 4). Avec le confinement, le revenge porn explose sur Snapchat. Consulté à l'adresse <https://www.20minutes.fr/high-tech/2757007-20200409-revenge-porn-ca-traumatisee-confinement-comptes-ficha-explorent-snapchat>
- Cox, J. (2019, mai 23). Snapchat Employees Abused Data Access to Spy on Users. https://www.vice.com/en_us/article/xwnva7/snapchat-employees-abused-data-access-spy-on-

users-snaplion

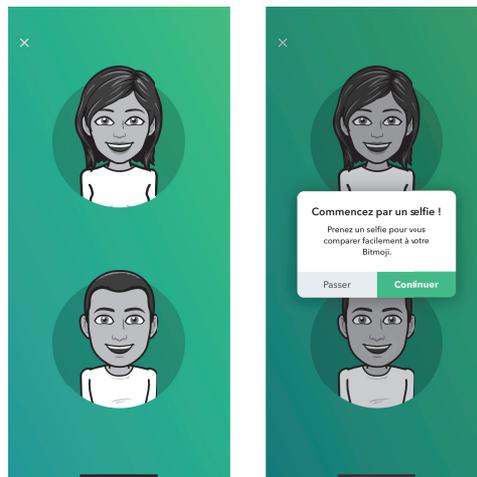
- Franchitto, C. (2017) Snapchat et les marques de luxe. Sciences de l'information et de la communication. [Mémoire]. CELSA, Paris.
- L'étonnant troisième cofondateur de Snapchat, payé 158 millions de dollars pour disparaître. (2017, février 3). Consulté à l'adresse <https://www.lesechos.fr/2017/02/letonnant-troisieme-cofondateur-de-snapchat-paye-158-millions-de-dollars-pour-disparaitre-161263>
- Orsini, A. (2017). De Picaboo à Snapchat : Evan Spiegel, l'homme qui a dit non à Facebook. Retrieved from <https://www.numerama.com/tech/314589-de-picaboo-a-snapchat-evan-spiegel-lhomme-qui-a-dit-non-a-facebook.html>
- Snapchat, la crise d'adolescence. (2018, octobre 10). Consulté à l'adresse <https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/snapchat-la-crise-dadolescence-141383>

ANNEXE 1 : ANALYSE TECHNO-SÉMIOTIQUE DU BITMOJI

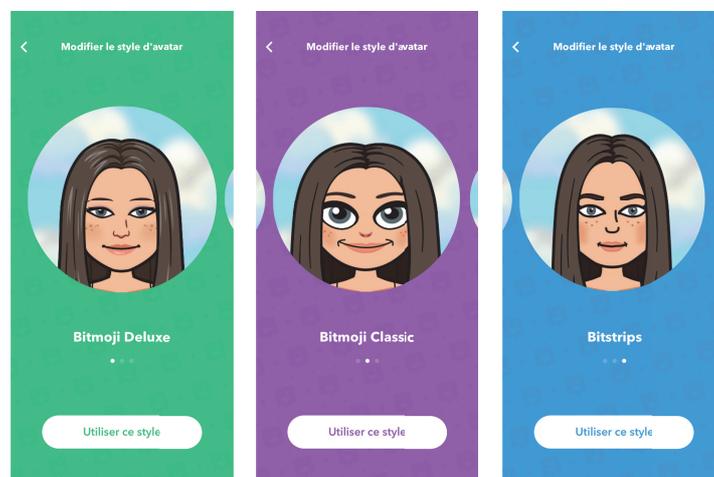
CRÉATION DE L'AVATAR :

ÉTAPE 0 : Afin de créer son Bitmoji, l'utilisateur doit télécharger l'application éponyme sur son téléphone. C'est en ouvrant cette application tierce qu'il pourra créer son avatar.

ÉTAPE 1 : Dès lors, l'utilisateur est invité à sélectionner un avatar de sexe féminin ou masculin. Le style par défaut de l'avatar est le style « Bitmoji Deluxe », qui est le plus récent, mais l'utilisateur est toujours en mesure de modifier ce critère ultérieurement dans les paramètres de l'application. Il sera alors en mesure de le changer par le style « Bitmoji Classic » ou « Bitstrip ». Après avoir déterminé le sexe de son avatar, l'utilisateur est invité à prendre un selfie s'il le souhaite, afin de le prendre comme modèle. Nous décidons ici de reproduire un avatar à notre image.

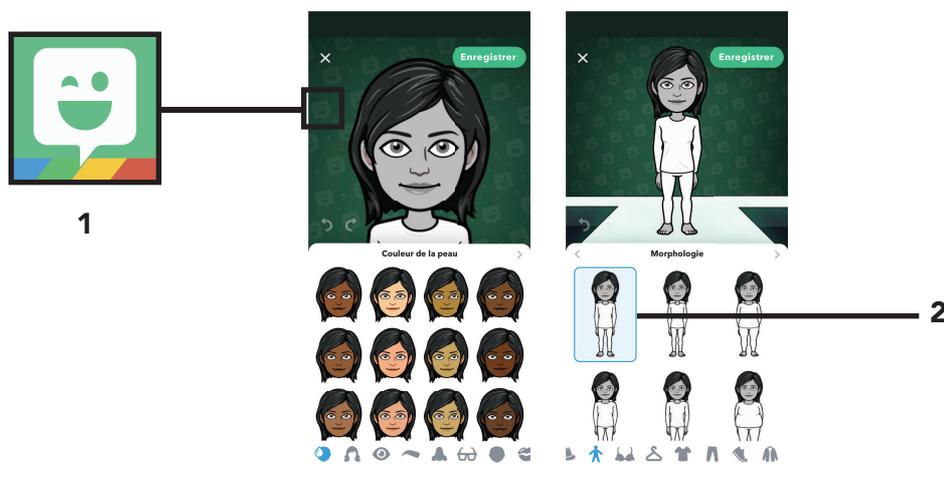


Captures d'écran illustrant l'étape 1.

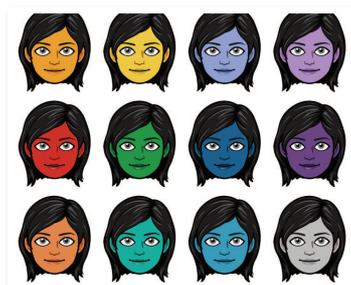


Captures d'écran illustrant les trois styles d'avatar.

ÉTAPE 2 : L'utilisateur est ensuite redirigé vers l'espace de création du Bitmoji, où se trouve l'avatar « standard » en gros plan en haut de l'écran, placé devant un fond vert sur lequel nous distinguons le logotype de la marque Bitmoji (1). La partie basse de l'écran est composée des différentes catégories de customisation de l'avatar. Le premier critère de customisation, et donc de différenciation, suggéré par les concepteurs est la couleur de peau de l'avatar. Les différents choix de couleur de peaux s'étalonnent à travers différentes variations de couleur de peau vraisemblables, ainsi que de couleurs fictives. Si nous devions émettre une remarque particulière, nous pourrions souligner que **le Bitmoji par défaut ne possède pas de couleur de peau ni de couleur des yeux présélectionnées**, ces dernières étant grisées et l'encadrement de présélection (2) étant absent. Pour autant, il possède une coupe de cheveux, des traits du visages, ainsi qu'une corpulence par défaut. Nous remarquons que les traits du visage et la corpulence par défaut sont relativement fins, tout en possédant de grands yeux, ce qui nous invite à comparer les critères par défaut de l'avatar à la **culture du filtre esthétisant qui possède ces mêmes critères**.

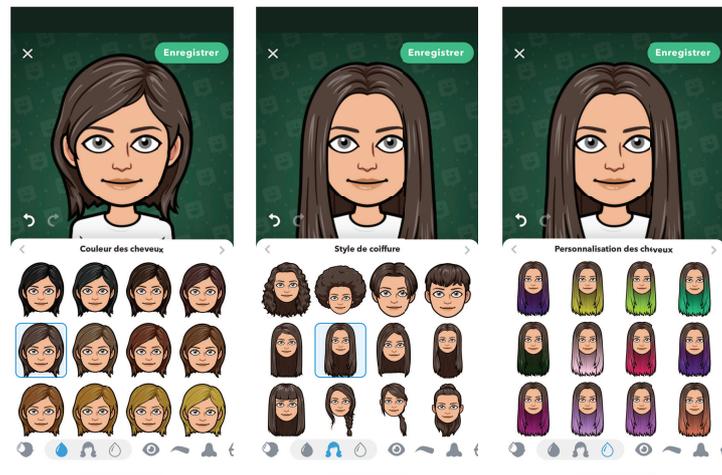


Captures d'écran illustrant l'étape 2.



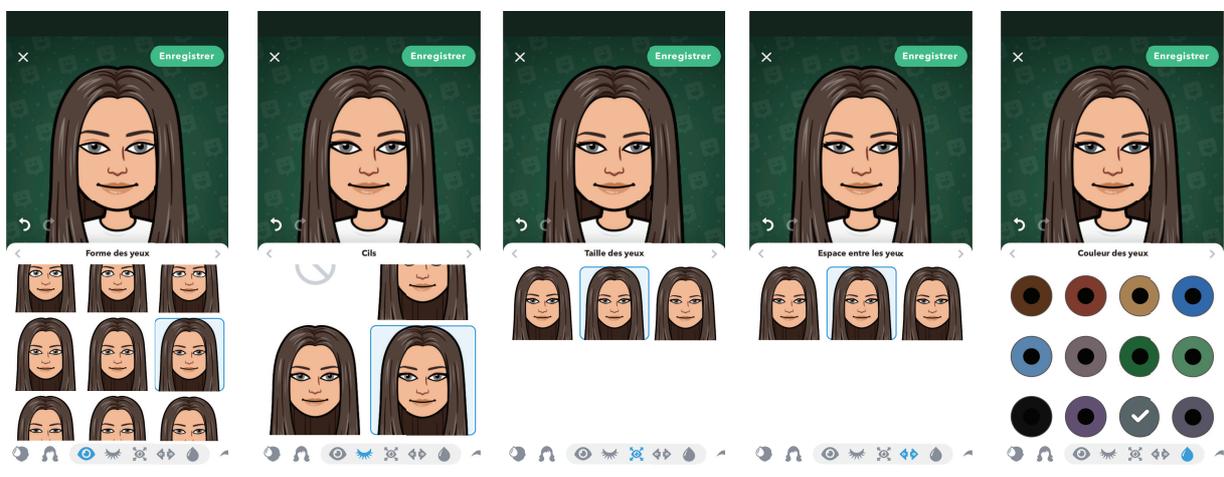
Capture d'écran des couleurs de peau fictives.

ÉTAPE 3 : L'utilisateur est ensuite invité à personnaliser la coiffure de son avatar, dans l'ordre suivant : « couleur des cheveux », « style de coiffure » et « personnalisation ». L'étape de personnalisation faisant ostensiblement référence à la culture du « tie and dye », qui consiste en une **technique de coloration des cheveux populaire**.



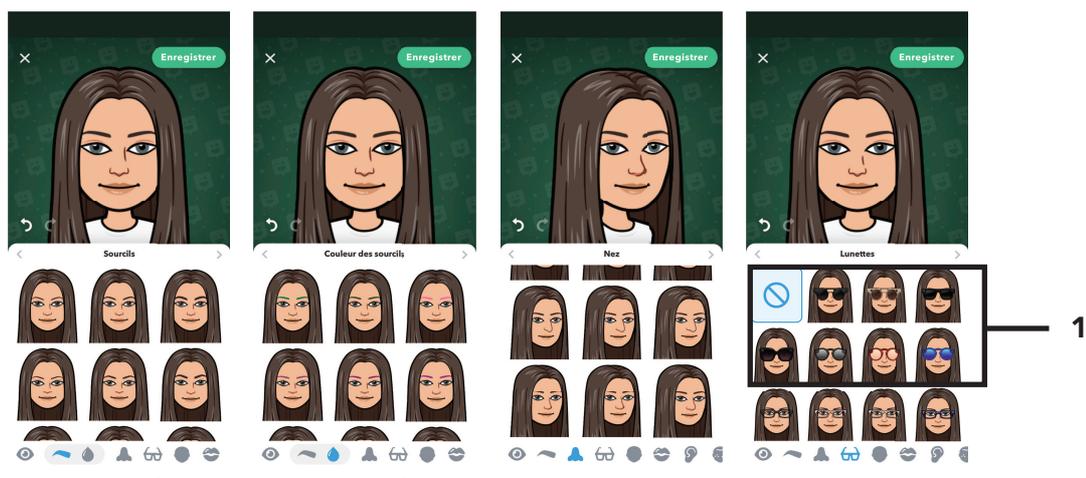
Captures d'écran illustrant l'étape 3.

ÉTAPE 4 : Cette étape consiste en l'éditorialisation des yeux de l'avatar. L'utilisateur est invité à définir la forme des yeux, la longueur des cils, la taille des yeux, leur espacement puis leur couleur parmi les choix proposés. Si l'utilisateur peut par la suite ajouter des lunettes à son avatar, **cette étape nous indique déjà que les signes d'invalidité ne sont pas représentés par l'application**. En effet, le Bitmoji représente un individu ne possédant aucun handicap.



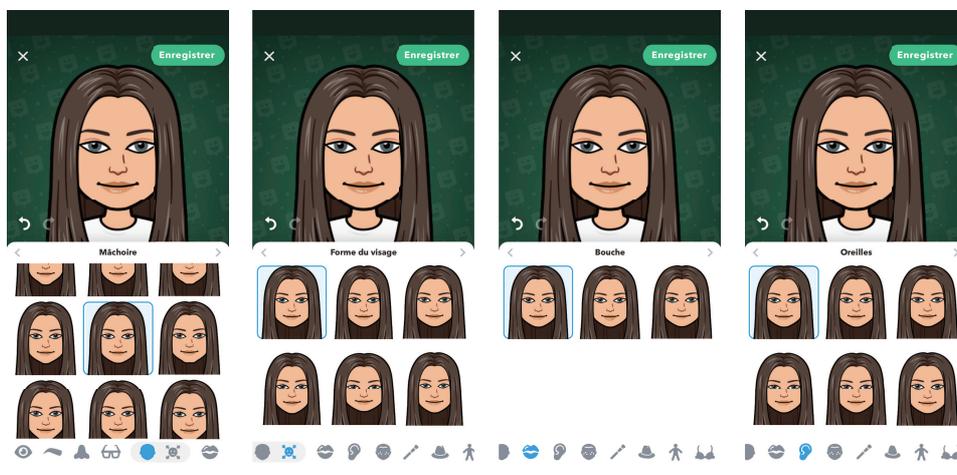
Captures d'écran illustrant l'étape 4.

ÉTAPE 5 : Par la suite, l'utilisateur est invité à customiser ses sourcils (forme et couleur), la forme de son nez, puis à choisir s'il souhaite porter une paire de lunettes. L'étape des lunettes comprend aussi bien des lunettes de vue que des lunettes solaires, ou encore des accessoires divers. On remarque également un **clin d'oeil des concepteurs aux lunettes « Spectacles »** (1) de la marque qui possèdent une caméra intégrée. Ces dernières sont d'ailleurs les premières suggestions de lunettes proposées.



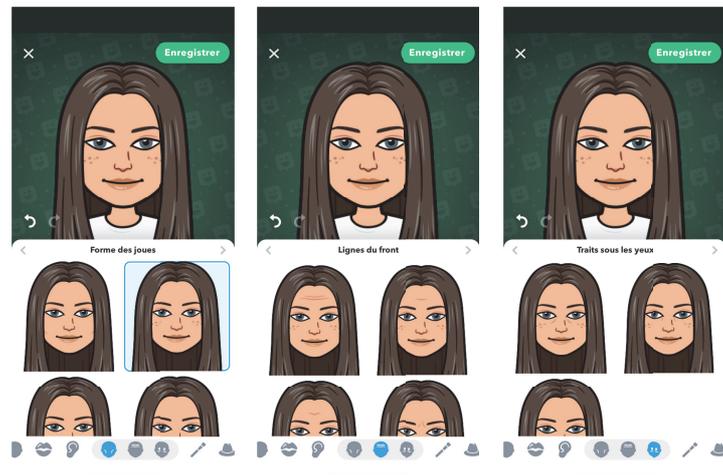
Captures d'écran illustrant l'étape 5.

ÉTAPE 6 : L'utilisateur est ensuite invité à personnaliser la forme du visage de l'avatar et sa mâchoire, la forme de la bouche puis la forme des oreilles. Pour autant, en ayant sélectionné une coupe de cheveux relativement longue, les oreilles ne sont pas visibles.



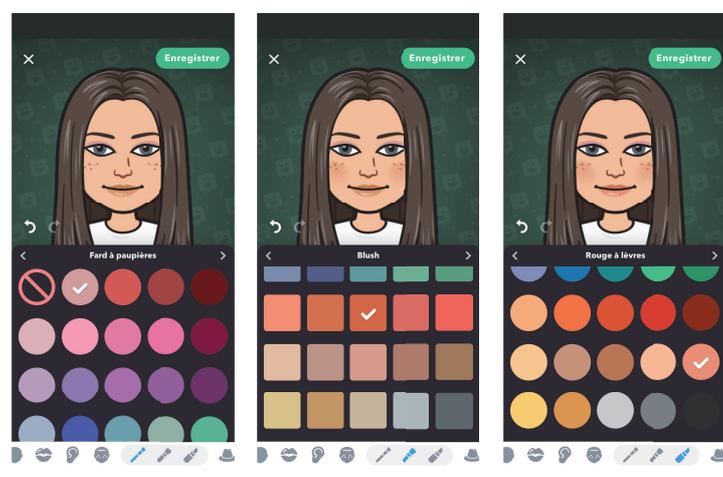
Captures d'écran illustrant l'étape 6.

ÉTAPE 7 : L'utilisateur peut s'il le souhaite, ajouter des particularités au visage de son avatar. Il peut ainsi définir la forme des joues (ou ajouter des tâches de rousseur), ou encore ajouter des rides du visage.



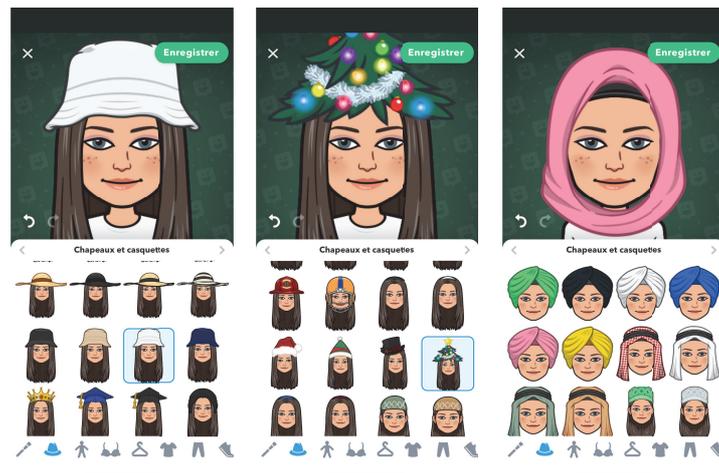
Captures d'écran illustrant l'étape 7.

ÉTAPE 8 : Cette étape facultative consiste à customiser le Bitmoji avec du maquillage. Le maquillage étant indéniablement un produit de la culture populaire, nous tenons à souligner le fait qu'elle s'inscrit pleinement dans notre objet d'étude. En effet, **cette étape se situe à la frontière entre personnalisation et standardisation.**



Captures d'écran illustrant l'étape 8.

ÉTAPE 9 : L'étape des « chapeaux et casquettes » permet à l'utilisateur d'accessoiriser son Bitmoji. Nous observons des **références aux tendances actuelles de la mode** à l'image des bobs (1), ainsi que des **références « popculture »** à l'image des chapeaux de Noël (2). Mais **cette étape permet également à l'utilisateur montrer son appartenance culturelle**, en arborant un voile (3) par exemple.



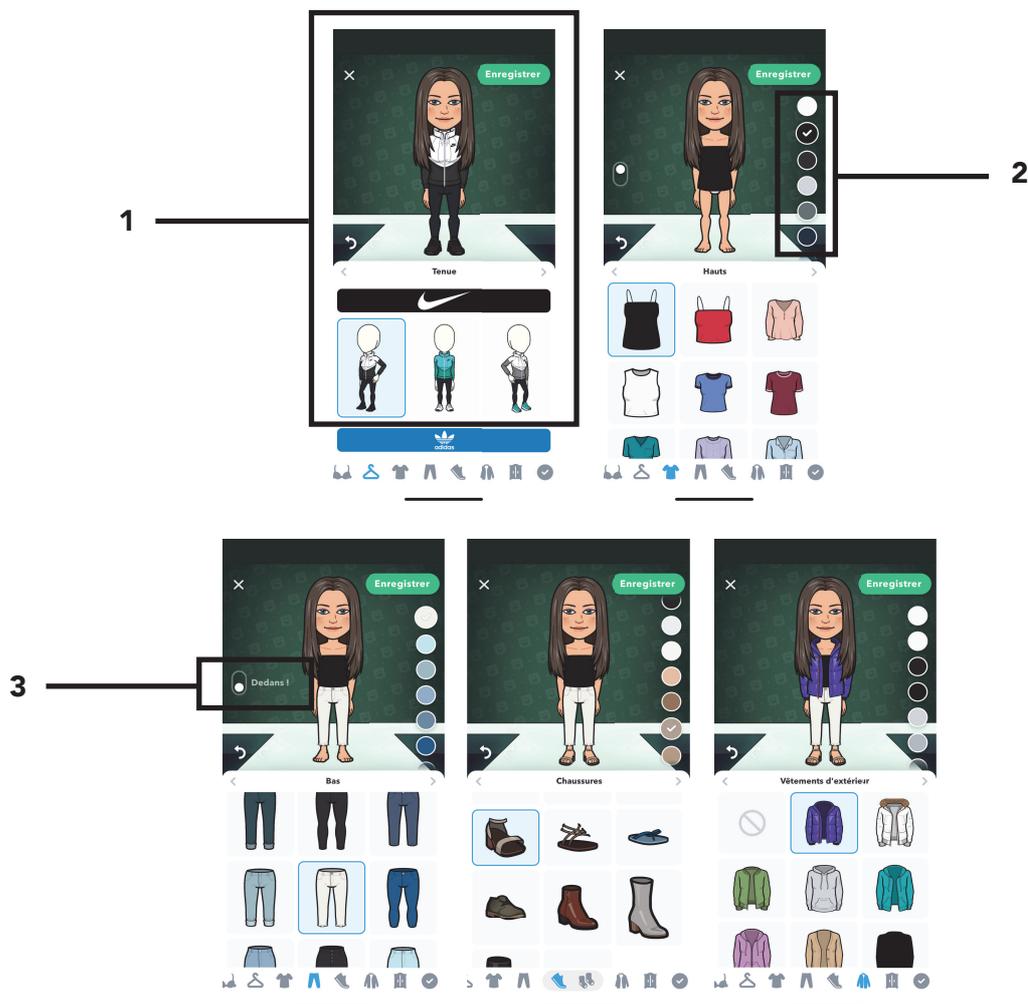
Captures d'écran illustrant l'étape 9 de gauche à droite : 1, 2, 3.

ÉTAPE 10 : Le corps du Bitmoji peut être personnalisé selon des critères assez sommaires, soit une morphologie en six choix ainsi qu'une taille de poitrine en trois choix. Ici encore, nous pouvons observer que **le Bitmoji n'est pas conçu de manière à représenter un quelconque type de handicap**, ce qui nous paraît assez segmentant.



Captures d'écran illustrant l'étape 10.

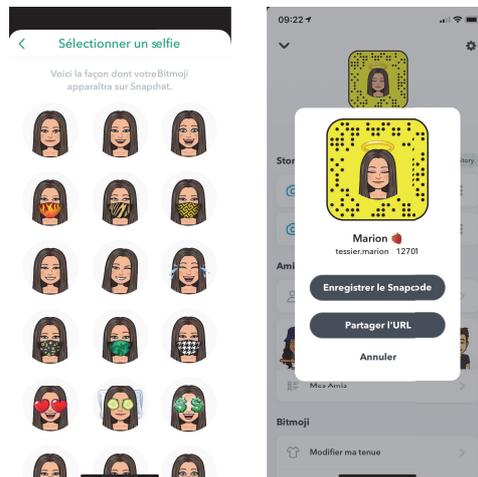
ÉTAPE 11 : La dernière étape de customisation de l'avatar consiste en la personnalisation des vêtements. Ici, l'utilisateur a le choix de sélectionner des tenues »standard » soit pré-déterminées par les concepteurs, où l'on retrouvera par exemple les tenues de marques telles que Nike (1) ou Adidas, ou bien de sélectionner ses vêtements par étape : « haut », « bas », « chaussures », « chaussettes », « vêtement d'extérieur ». En choisissant ses vêtements par étape, l'utilisateur peut customiser la couleur de chaque vêtement (2), et personnaliser le port d'un haut (à l'extérieur ou à l'intérieur d'un bas) (3).



Captures d'écran illustrant l'étape 11.

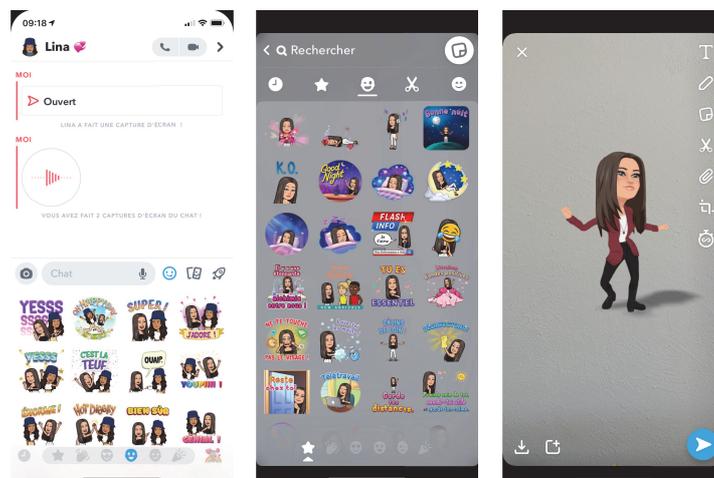
UTILISATION DE L'AVATAR :

Par la suite, le Bitmoji représente l'utilisateur sur Snapchat, notamment sur son SnapCode. Ainsi, l'utilisateur est en mesure de choisir un « selfie » qui tient lieu de photo de profil.



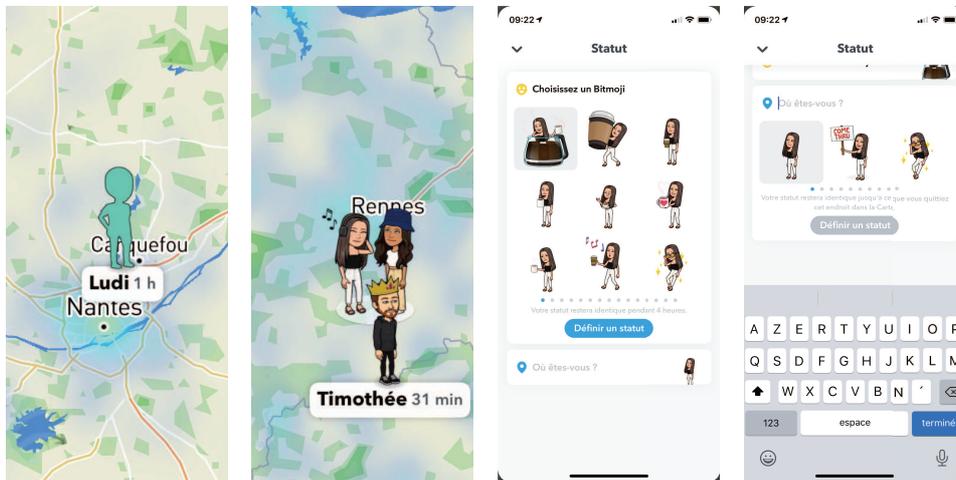
Captures d'écran illustrant la sélection de selfie à gauche et le SnapCode à droite.

L'utilisateur peut par la suite convoquer son avatar à travers différents cadres d'expression intrinsèques à l'application tels que l'espace de messagerie instantanée (1) avec celui d'un contact par exemple, ou bien à travers l'espace caméra, sous la forme de sticker (2) ou encore sous la forme d'une animation 3D (3).



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 1, 2, 3.

C'est également **l'avatar qui vient représenter l'utilisateur sur la Map Snap**. Si l'utilisateur n'a pas configuré d'avatar, il sera représenté par une silhouette de Bitmoji (1) qui, en un sens, l'anonymise. Si l'avatar peut présenter des particularités fluctuantes en fonction de ce que détecte l'application, comme le fait d'écouter de la musique (2), d'être dans un train, une voiture ou un avion, l'utilisateur est également en mesure de customiser la manière dont il apparaît sur la carte en définissant un « statut ». Ce statut met en scène le Bitmoji dans des situations spécifiques (3) et dans un lieu (4) défini par l'utilisateur. Il est actif pendant une durée de quatre heures, délais après lequel il disparaît.



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 1, 2, 3, 4.

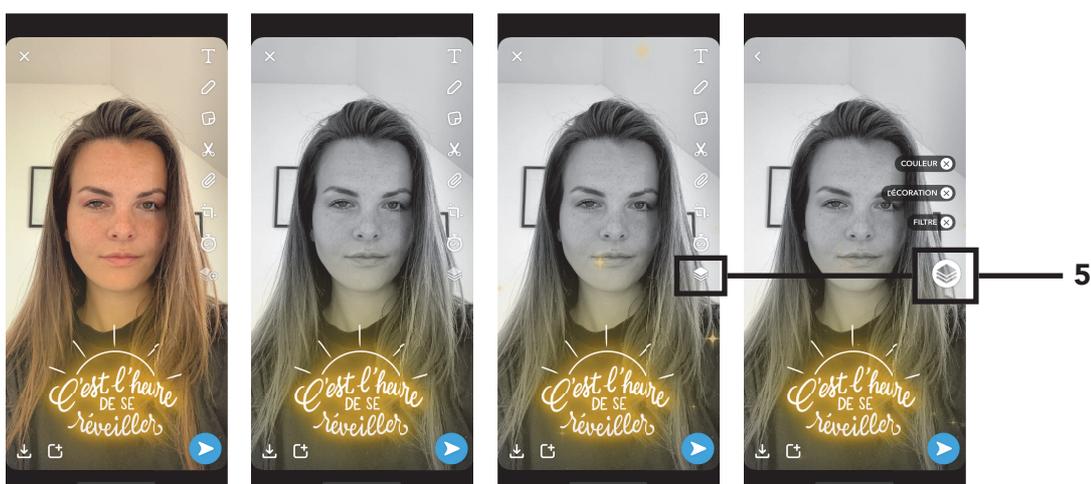
ANNEXE 2 : ANALYSE TECHNO-SÉMIOTIQUE DE L'ESPACE CAMÉRA

L'espace caméra étant extrêmement fluctuant et complexe, nous avons choisi de porter notre analyse sur les possibilités actuelle de customisation d'une photo de soi sur Snapchat. Au vu de la constellation actuelle de fonctionnalités, notre analyse ne pourra prétendre à être exhaustive et s'accordera plutôt à **définir les grands axes de customisation d'un selfie**.

CUSTOMISATION CLASSIQUE :

Les filtres traditionnels :

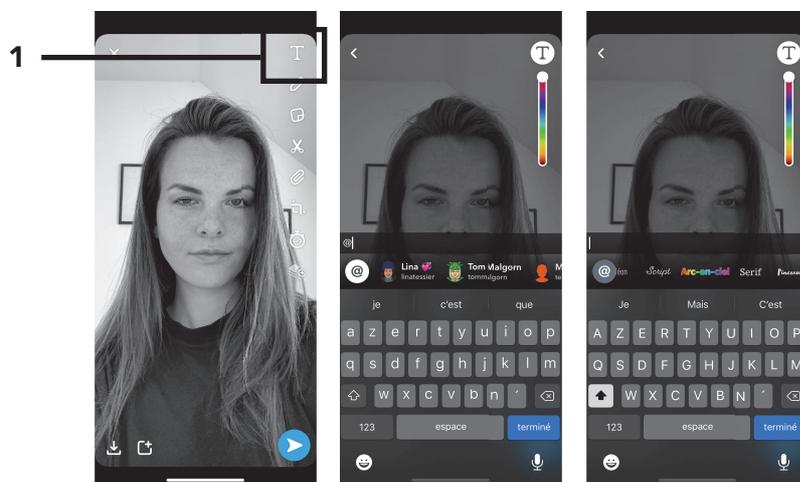
Après avoir pris un selfie simple, c'est à dire sans ajout de Lense, l'utilisateur est en mesure de personnaliser son cliché avec un filtre traditionnel. Pour appliquer un filtre, l'utilisateur doit « swiper », c'est à dire balayer son écran avec son doigt vers la gauche ou vers la droite. Les filtres peuvent également être cumulés, si l'utilisateur maintient un doigt posé sur l'écran tout en continuant de « swiper ». **Ce processus d'accumulation s'inscrivant pleinement dans une démarche de personnalisation**, et donc de différenciation. Nous pouvons observer plusieurs types de filtres : le « filtre » (1), le filtre « couleur » (2), le filtre « décoration » (3) tel que des étoiles scintillantes ici, ou encore le filtre « lieu ». Une nouvelle fonctionnalité de verrouillage des filtres a été ajoutée récemment et permet de simplifier ce processus de superposition de filtres (4). Cette fonctionnalité est illustrée par une icône représentant plusieurs carrés superposés (5).



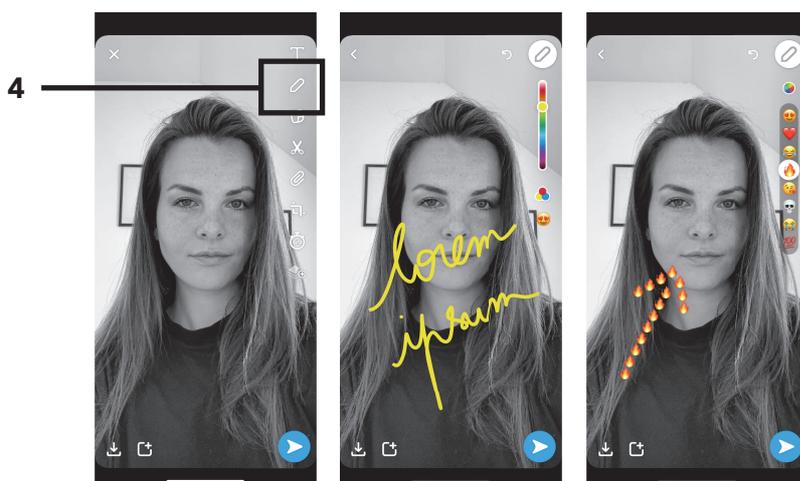
Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 1, 2, 3, 4.

L'écriture :

L'utilisateur est en mesure d'ajouter du texte sur son snap de deux manières différentes : numérique et manuscrite. L'écriture numérique s'effectue avec l'outil « texte » (1) et peut prendre plusieurs formes telles que l'identification d'un contact (2), ou encore divers formats typographiques (3). L'écriture manuscrite s'effectue quant à elle avec l'outil stylet (4) en faisant glisser son doigt sur l'écran. Elle peut être réalisée en différentes teintes (5), ainsi qu'avec une sélection d'emojis (6). Nous observons que la couleur par défaut de l'écriture manuscrite est le jaune, soit la couleur du logo de Snapchat. On observe donc que la customisation du snap s'inscrit ici encore dans une **logique de personnalisation au sein d'un cadre standardisé**, constitué d'architextes répondants des codes pré-établis par les concepteurs.



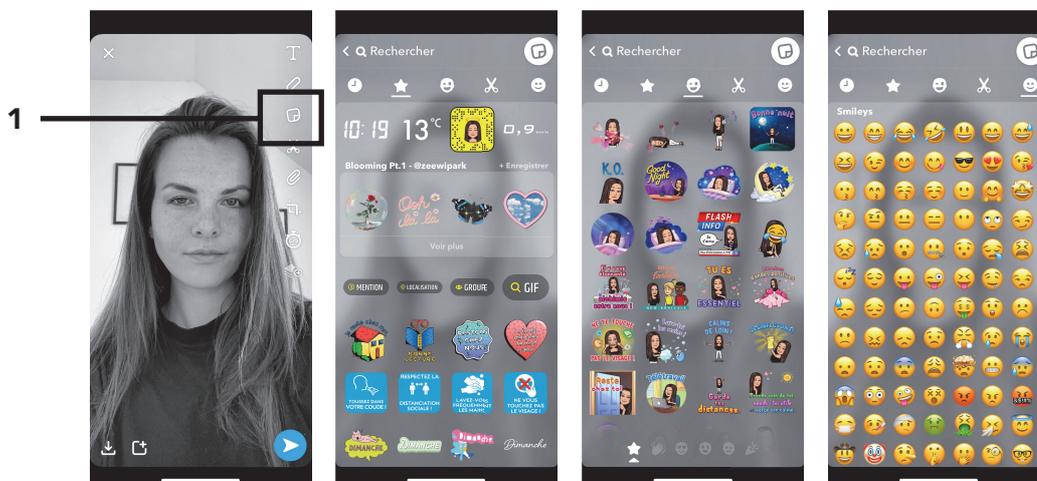
Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 1, 2, 3.



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 4, 5, 6.

Les « stickers » :

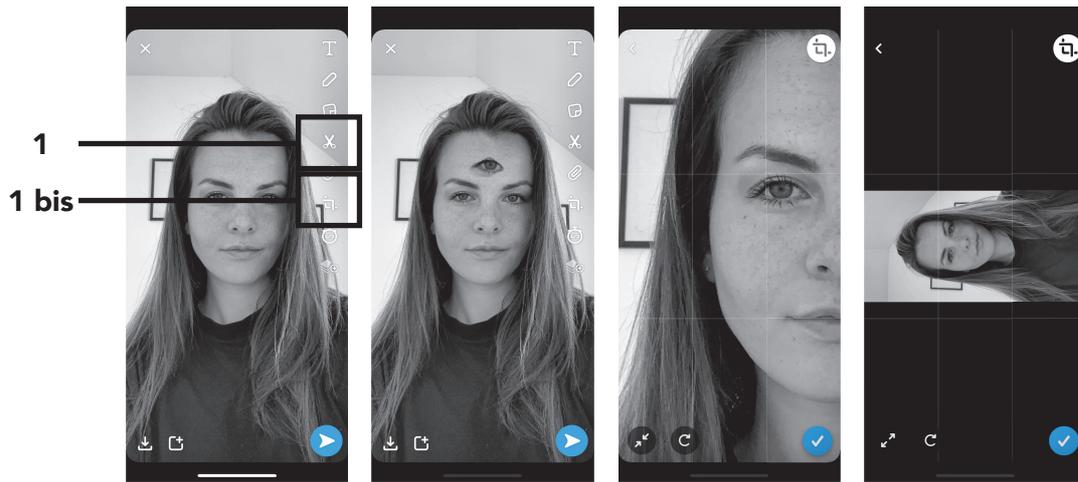
Cette catégorie regroupe un champ très dense et complexe d'éléments de customisation, dont l'icône représente un autocollant (1). L'utilisateur observe en effet une page très riche (2) qui possède même une barre de recherche. Il est dès lors en mesure d'ajouter des éléments informationnels tels que l'heure, la température extérieure, son SnapCode, sa vitesse, ou encore des illustrations contenant du texte. Il est également en mesure d'ajouter des éléments de décoration tels que des GIF, ou autres stickers animés ou non. Nous pouvons observer la présence des deux grandes bibliothèques d'emojis : celle de l'avatar (3) et celle de l'emoji classique (4). Ces différents éléments de customisation reflètent donc bien les codes empruntés à la **culture populaire numérique**.



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 1, 2, 3, 4.

Le découpage et le recadrage :

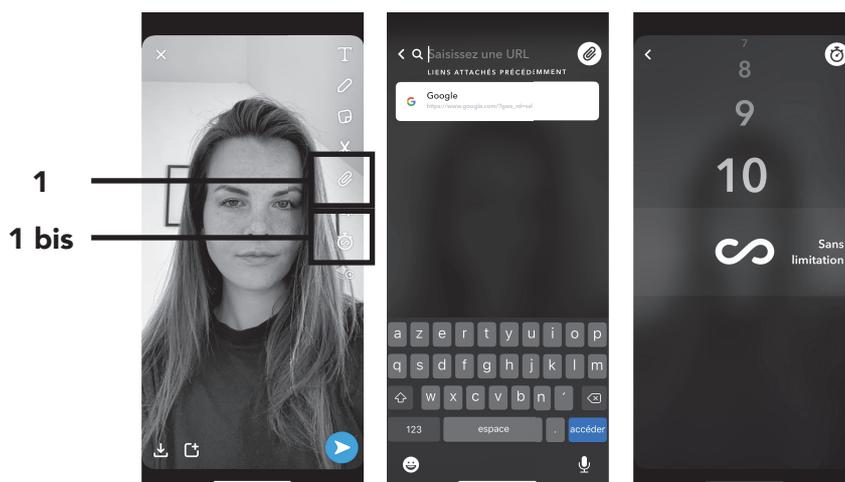
La photographie peut également être retouchée avec l'outil de découpage représenté par une paire de ciseaux (1) et permettant de créer des stickers directement à partir de fragments de la photo (2). L'utilisateur peut également modifier sa photo à l'aide de l'outil de recadrage (1bis) permettant notamment de zoomer (3) ou encore de changer le sens de la photo (4). Ces différentes fonctionnalisés permettent à l'utilisateur de posséder un **outil de retouche photo accessible**, et cela directement au sein de l'application.



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 1 et 1bis, 2, 3, 4.

La pièce-jointe et la durée :

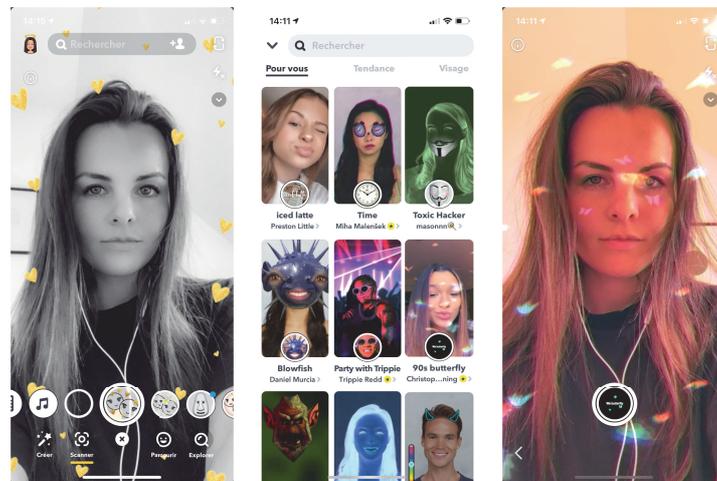
Afin de personnaliser son snap, l'utilisateur est également en mesure d'ajouter une URL grâce à l'outil pièce jointe représenté par un trombone (1). Il peut également choisir le délais de visionnage de son snap qui peut d'ailleurs être « infinie », grâce à l'outil de durée représenté par un chronomètre (1bis). Si nous avons choisi de rassembler ces deux fonctionnalités, c'est bien car la notion d'externalité (2) et le visionnage « infini » (3) nous semble souligner le **détachement de Snapchat de son principe originel d'évanescence des contenus**.



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 1 et 1bis, 2, 3.

LENSES :

Les Lenses étant des filtres animés, l'utilisateur ne peut pas les appliquer à posteriori. Il doit donc préalablement sélectionner la Lense désirée avant de se prendre en photo ou en vidéo. Une fois les Lenses activées (en restant appuyé longuement sur l'écran), l'utilisateur accède à un panel de filtres suggérés et se voit directement masqué par le premier filtre de la suggestion (1). En swipant vers le haut, l'utilisateur accède à la bibliothèque de Lenses (2) où l'on observe différents filtres avec le nom de leurs créateurs juste en dessous. L'utilisateur peut ensuite sélectionner le filtre de son choix en appuyant dessus, puis se voit directement paré de ce dernier (3).

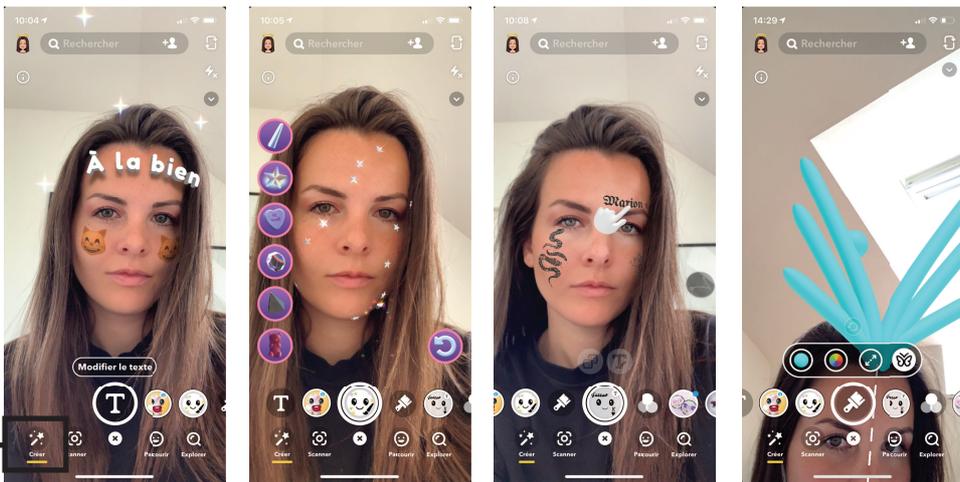


Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 1, 2, 3.

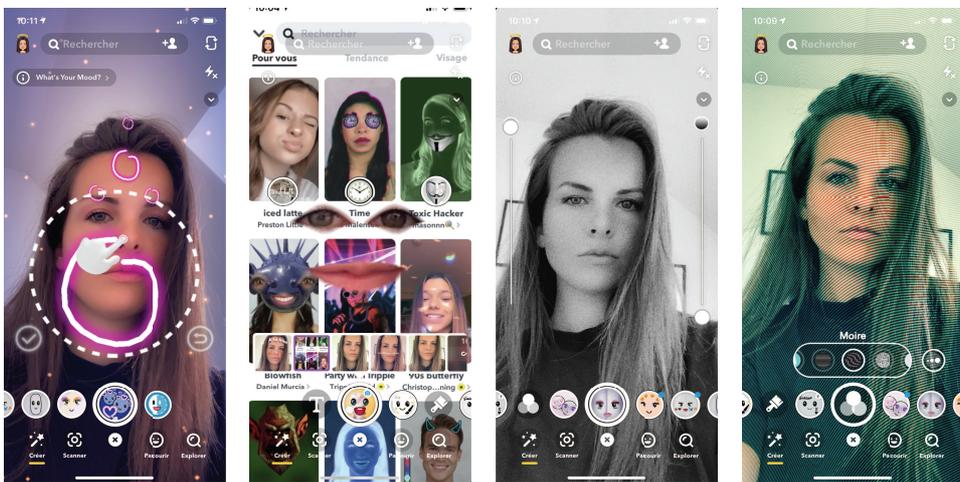
OUTIL « CRÉER » :

L'outil « Créer » est représenté par une icône située en bas à gauche de l'écran principal et symbolisant une baguette magique (1). Elle permet à l'utilisateur de modifier son reflet à travers de nombreuses fonctionnalités de customisation **qui illustrent parfaitement l'aspect kaléidoscopique de son reflet numérique**. Il s'agit d'un outil permettant à l'utilisateur de créer son propre masque en plaçant des éléments sur son visage tels que du texte (2), des « strass » (3), des tatouages (4), de la peinture 3D (5) et (6), ou encore de placer son visage - ses yeux et sa bouche - sur une photo de sa galerie de photo (7). L'utilisateur accède également à un panel de filtres dont les effets esthétiques tels que le grain et la luminosité (8), ou encore l'aspect texturé (9) sont modulables. Il est aussi en mesure de modifier son allure alloplastique avec des accessoires tels que des lunettes (10) ou du maquillage (11). L'utilisateur est également invité à modifier son visage en parant ses pommettes de symboles (12) de le déformer (13) ou encore de s'appliquer un masque d'animal recouvrant entièrement son visage (14).

1



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 2, 3, 4, 5.



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 6, 7, 8, 9.



Captures d'écran illustrant de gauche à droite : 10, 11, 12, 13.



Captures d'écran illustrant : 14.

ANNEXE 3 : ENTRETIENS UTILISATEURS



TOM

23 ANS, DIPLÔMÉ.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU SNAPCHAT ?

Depuis environ un an j'y vais très peu, je dirais une fois par semaine. Avant ça j'y allais tous jours, mais je trouve le contenu de moins en moins intéressant, et mes amis ne sont plus beaucoup sur Snapchat. J'utilise plus Instagram maintenant.

QUELLE EST TA FONCTIONNALITÉ FAVORITE ?

Ma fonctionnalité favorite avant c'était surtout pour envoyer des photos de moi, ou de ma vie, à mes amis. Aujourd'hui je dirais plus que c'est Discover, pour regarder des vidéos de différents médias (Brut. ...)

QU'EST-CE QUI TE MOTIVE À ENVOYER UN SNAP ?

J'ai pas de réelle motivation, en fait je discute pas avec cette app. Si j'envoie un snap c'est pour envoyer ma tête avec un filtre qui me fait marrer. J'ai plus du tout le réflexe d'aller sur Snapchat pour partager des moments qui me semblent intéressants, pour ça j'utilise Insta. Mais j'envoie des snaps quand je m'ennuie vraiment et que je suis d'humeur à envoyer des "bêtises". Donc je dirais que quand j'utilise Snap, c'est surtout pour envoyer des trucs où je suis pas à mon avantage (rires). Nan mais vu que ça se supprime je suis pas là à me demander "j'envoie ou j'envoie pas ?".

QUI SONT LES DESTINATAIRES DE TES SNAPS ?

Je n'ai plus que deux ou trois destinataires "réguliers", mes amis l'utilisent plus. Et quand le contenu d'un snap me semble vraiment drôle ou intéressant, ça m'arrive de l'envoyer à plusieurs personnes ou de l'envoyer à un groupe. Mais bon, mes groupes ne sont plus vraiment actifs.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU DES FILTRES, ET QUELS SONT TES PRÉFÉRÉS ?

Je vais utiliser des filtres quand c'est une photo de moi. Quand il n'y a rien d'intéressant visuellement, et que le contenu, que ça soit une blague ou une histoire, est basé sur le texte. Et concernant mes préférés, j'aime bien les filtres d'animaux (ourson, chien...).

DU COUP SELON TOI, QUEL EST LE TYPE DE CONTENU QUI MÉRITE D'ÊTRE MONTRÉ SANS FILTRE ?

J'utilise pas de filtre quand je prends un snap de mes amis, ou quand c'est un paysage par exemple.

EST-CE QU'IL T'ARRIVE D'UTILISER LA FONCTION "CRÉATION" POUR CRÉER TES PROPRES FILTRES ?

Je connais la fonction création, mais je ne l'ai jamais utilisée.

SI TU AS UN BITMOJI, EST-CE QUE TU DIRAIS QUE TU L'AS FAIT À TON IMAGE OU NON ?

J'avais fait un Bitmoji il y a quelques années, je pense qu'il m'est assez fidèle. Enfin du moins avec les possibilités de customisation proposées. Mais j'ai un peu changé depuis (barbe, coupe de cheveux), et je ne l'ai pas mis à jour.

EST-CE QUE TU CUSTOMISES TES SNAPS ?

Je prends pas le temps de customiser mes snaps, pour moi ça doit rester assez simple. J'ai toujours en tête le modèle de snap basique avec le texte blanc sur bandeau noir, contrairement à Insta où je prends un peu plus soin du visuel que ça soit le texte, les couleurs, les stickers, et les gifs de mes Stories ou des photos que j'envoie en message privé.

UTILISES-TU LA FONCTION "STATUT" DE LA MAP ? POURQUOI ?

Je l'ai utilisée au moment où la fonction est apparue sur l'appli. Je trouvais ça assez original mais aussi effrayant étant donné la précision de la géolocalisation. J'ai vécu plusieurs fois à l'étranger et j'ai rencontré beaucoup de gens que j'ai sur Snapchat, je trouve ça cool de voir où sont ces personnes aujourd'hui sur la planète, parce qu'elles voyagent aussi beaucoup. J'utilisais surtout Snapchat quand j'étais étudiant, donc mes amis sont principalement des camarades classe, ça me permet de voir où sont ces personnes aujourd'hui en France sans forcément avoir besoin de leur parler.

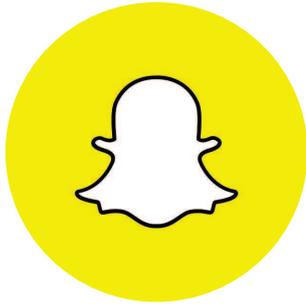
Mais après l'apparition de la fonctionnalité, je me suis très vite mis en mode "ghost", et aujourd'hui j'ai autorisé seulement à quelques amis de voir où j'étais. D'ailleurs je pense que je vais me remettre en ghost.

LES FLAMMES (OU MODE SNAPSTREAK), ÇA COMPTE POUR TOI ?

Les flammes ont un peu compté, je trouvais ça drôle à un moment. Mais ça pouvait un peu m'agacer les personnes qui envoyaient des snaps vides pour maintenir la flamme. Je trouvais ça intéressant quand ça se faisait naturellement parce que tu as vraiment des choses à envoyer à la personne. Je faisais aussi attention à ça quand j'utilisais Snapchat pour parler à des hommes rencontrés sur les applications de rencontre, c'était plaisant d'avoir des flammes avec certaines personnes parce que ça montrait que tu t'entendais bien avec. Mais avec du recul ça me paraît légèrement puéril.

ET LES PROFILS D'AMIS, OU ENCORE LE CLASSEMENT D'AMIS, ÇA COMPTE ?

J'avoue que je n'y ai jamais fait attention.



BILEL

32 ANS, ENSEIGNANT.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU SNAPCHAT ?

Je dirais deux ou trois fois par semaine. Pas plus en tous les cas.

QUELLE EST TA FONCTIONNALITÉ FAVORITE ?

Les Stories. J'aime autant en mettre que regarder celles de mes contacts.

QU'EST-CE QUI TE MOTIVE À ENVOYER UN SNAP ?

Je dirais partager un moment particulier, ou raconter une anecdote.

QUI SONT LES DESTINATAIRES DE TES SNAPS ?

La plupart du temps je poste des stories donc ça va être destiné à l'ensemble de mes contacts, qui ne sont d'ailleurs pas forcément des amis très proches, mais des amis quand même. Mais sinon ça m'arrive aussi d'envoyer des snaps à des personnes en particulier, et dans ce cas là ça va être des proches.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU DES FILTRES, ET QUELS SONT TES PRÉFÉRÉS ?

Je n'utilise jamais de filtre ! Je sais que Snapchat c'est un peu le royaume du filtre, mais je pense que j'ai passé l'âge. Je prends rarement ma tête en photo et quand c'est le cas j'aime bien que les personnes me voient tel que je suis, et pas avec des oreilles de chien sur la tête ou je ne sais pas quoi (rires).

SI TU AS UN BITMOJI, EST-CE QUE TU DIRAIS QUE TU L'AS FAIT À TON IMAGE OU NON ?

Non je n'ai pas de Bitmoji. Je trouve ça peut-être un peu enfantin de se créer un avatar. Je sais qu'il y a eu cette mode sur d'autres réseaux aussi, à un moment les gens créaient des histoires animées avec leurs avatars et les avatars de leurs amis. Je ne vois pas l'intérêt, personnellement.

EST-CE QUE TU CUSTOMISES TES SNAPS ?

Oui, quasiment à chaque fois. Mais j'ajoute seulement du texte. Je fais au plus simple !

UTILISES-TU LA FONCTION "STATUT" DE LA MAP ? POURQUOI ?

Non, je n'aime pas trop ce phénomène où tout le monde se traque. Je n'ai vraiment pas envie qu'on sache où je suis en permanence. Et puis si j'ai envie de partager l'endroit où je suis, je poste une Story !

LES FLAMMES (OU MODE SNAPSTREAK), ÇA COMPTE POUR TOI ?

Je trouve que ça n'a aucun intérêt.

ET LES PROFILS D'AMIS, OU ENCORE LE CLASSEMENT D'AMIS, ÇA COMPTE ?

Idem, aucun intérêt.

LE FAIT QUE ÇA SOIT ÉPHÉMÈRE, ÇA CHANGE QUOI ?

C'est justement ce qui me plaît sur cette app. On partage un moment de vie avec ses proches, et ça va pas venir polluer ton téléphone. Après tu peux choisir de conserver la vidéo si tu l'aimes bien, mais c'est pas le but. Le but c'est un peu de partager ce qu'on est en train de penser ou de vivre sans vraiment réfléchir.



APOLLINE

18 ANS, ÉTUDIANTE.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU SNAPCHAT ?

Tous les jours. Selon mon iPhone je passe approximativement 2H30 dessus chaque jour.

QUELLE EST TA FONCTIONNALITÉ FAVORITE ?

Envoyer des photos et des vidéos.

QU'EST-CE QUI TE MOTIVE À ENVOYER UN SNAP ?

C'est le plus pratique pour raconter sa vie. C'est sans prise de tête et en plus ça s'efface. Donc quand t'as un truc à dire, hop tu prends une photo ou une vidéo, parfois c'est ton salon ou ton jardin, parfois c'est ta tête. Pas besoin de regarder le cadrage, l'intérêt c'est juste de montrer ta vie, mais pas en mode pour se vanter comme sur Insta. C'est juste pour parler, tu vois ?

QUI SONT LES DESTINATAIRES DE TES SNAPS ?

Mes cinq meilleurs amis.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU DES FILTRES, ET QUELS SONT TES PRÉFÉRÉS ?

Tout le temps, et surtout les filtres déformants pour faire rire mes amis. Mais après pour être honnête j'utilise aussi pas mal ceux qui font un effet "beauté". Enfin en vrai y a pas de honte, tout le monde le fait, c'est grave devenu une habitude.

EST-CE QU'IL T'ARRIVE D'UTILISER LA FONCTION "CRÉATION" POUR CRÉER TES PROPRES FILTRES ?

Non je sais pas comment faire. Et puis j'y pense pas non plus. Il y a des gens déjà forts qui en créent pour moi donc ça me va.

DANS QUEL CONTEXTE N'UTILISES-TU PAS DE FILTRES ?

Quand je raconte quelque chose de sérieux je mets jamais de filtre. Ça serait un peu discréditant. Enfin je trouve que ça s'y prête pas, quand t'envoies un snap avec un filtre c'est que tu racontes quelque chose d'assez léger, voire même que tu racontes rien du tout. (rires) Mais la plupart du temps si c'est sérieux, j'envoie un message sur le chat.

SI TU AS UN BITMOJI, EST-CE QUE TU DIRAIS QUE TU L'AS FAIT À TON IMAGE OU NON ?

J'ai essayé de faire un Bitmoji à mon image, mais c'est pas facile. Déjà on sait pas forcément quels types de traits nous correspondent le plus, et puis perso j'ai tendance à choisir ceux que je trouve les plus beaux donc c'est pas forcément honnête (rires). D'ailleurs j'ai demandé à une amie de me le

refaire récemment pour qu'il soit plus réaliste. Parce que je trouvais ça assez dur de se faire soi-même finalement. Alors que s'il te ressemble c'est plus pratique pour les personnes qui cherchent à t'ajouter !

EST-CE QUE TU CUSTOMISES TES SNAPS ?

Je mets souvent du texte, surtout si c'est une photo. Après je mets pas trop de stickers ou quoi. Mais je mets des emojis quand même.

UTILISES-TU LA FONCTION "STATUT" DE LA MAP ? POURQUOI ?

La fonctionnalité statut je l'utilise pas forcément, mais la map je la regarde pas mal. Ça me sert beaucoup quand j'attends quelqu'un qui est en retard, puisque je peux regarder où il est !

LES FLAMMES (OU MODE SNAPSTREAK), ÇA COMPTE POUR TOI ?

Oui, ça compte pas mal pour moi. Ça montre que tes amis ont vraiment envie de te parler. Et finalement si une personne oublie de t'envoyer un snap un jour et que tu perds les flammes, c'est un peu une trahison. Enfin personnellement je le vis mal, j'ai l'impression d'avoir perdu quelque chose que j'étais en train de construire (rires). Enfin parfois c'est vrai quoi, on perd plus de deux ans de flammes pour un oubli, c'est pas cool.

ET LES PROFILS D'AMIS, OU ENCORE LE CLASSEMENT D'AMIS, ÇA COMPTE ?

Non ça en revanche je trouve ça vraiment pas significatif.

LE FAIT QUE ÇA SOIT ÉPHÉMÈRE, ÇA CHANGE QUOI ?

Je suis moins en train de me dire "qu'est-ce que j'envoie", étant donné que c'est éphémère. Ça me stresse moins de raconter ce que je veux sur ma vie, ou d'envoyer des photos drôles, parce que je sais que ça restera pas. Après ça arrive que des potes screenent mon snap, mais si je veux pas qu'ils le gardent je leur dis de supprimer.



LINA

19 ANS, ÉTUDIANTE.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU SNAPCHAT ?

Tous les jours, et beaucoup de fois par jour. C'est vraiment mon réseau social préféré.

QUELLE EST TA FONCTIONNALITÉ FAVORITE ?

Je passe ma vie à faire des selfies, donc je pense que c'est ce que je préfère (rires). Je dirais d'ailleurs que j'utilise aussi bien les photos que les vidéos. Je me filme beaucoup pour raconter des anecdotes.

QU'EST-CE QUI TE MOTIVE À ENVOYER UN SNAP ?

J'aime bien partager ce que je fais, ce que je pense. Avoir l'avis de mes amis aussi. C'est un moyen de discuter mais avec des photos. Après certains réseaux ont copié ça, mais moi j'ai pris l'habitude avec Snap.

QUI SONT LES DESTINATAIRES DE TES SNAPS ?

Mes amis, et ma soeur.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU DES FILTRES, ET QUELS SONT TES PRÉFÉRÉS ?

Tous les jours, et quasi à chaque fois en fait. J'utilise pas mal de filtres déformants, c'est marrant. Mais sinon, c'est surtout les filtres qui lissent la peau, qui te font de plus grands yeux et je crois que ça amincit aussi... C'est pratique, même si t'es pas maquillée ou que t'as fait une soirée, tu mets un filtre et ça passe ! Et sinon en ce moment j'adore ceux qui font des freckles, je les mets tous les jours. J'aurais trop aimé en avoir en vrai.

EST-CE QU'IL T'ARRIVE D'UTILISER LA FONCTION "CRÉATION" POUR CRÉER TES PROPRES FILTRES ?

Non jamais, j'ai l'impression que c'est trop compliqué à faire et que le mien sera moche.

DANS QUEL CONTEXTE N'UTILISES-TU PAS DE FILTRES ?

C'est plutôt quand j'ai la flemme de devoir en choisir un. Mais c'est assez rare. Par contre j'en utilise jamais avec la caméra arrière. Le but c'est pas de faire joli, c'est juste de prendre une photo comme ça.

SI TU AS UN BITMOJI, EST-CE QUE TU DIRAIS QUE TU L'AS FAIT À TON IMAGE OU NON ?

J'essaie de le faire à mon image mais les défauts que j'ai je ne les mets pas sur mon Bitmoji. Par exemple : je me fais plus mince, je me mets moins de poitrine, je me fais les cheveux plus longs, avec une peau plus bronzée. Mais je respecte la

couleur de mes cheveux, ou mon visage par exemple.

Je vais aussi changer de tenue régulièrement, en fonction des nouveaux vêtements qui sont proposés. Je sais que pour certaines personnes ça compte pas du tout mais moi j'avoue que j'y apporte beaucoup d'attention. Je trouve qu'un Bitmoji c'est pas fait pour te ressembler à cent pour cent, c'est virtuel. Donc autant en profiter.

EST-CE QUE TU CUSTOMISES TES SNAPS ?

Oui, je personnalise ceux que j'envoie pour dire "bonne nuit" avec un petit stickers ou mon bitmoji... Mais sinon je modifie très rarement mon snap. (Des fois ça m'arrive de juste mettre le filtre de la localisation).

UTILISES-TU LA FONCTION "STATUT" DE LA MAP ? POURQUOI ?

Oui, j'aime bien montrer où je suis, et le fait de mettre mon statut à jour, ça me permet de savoir qui regarde ma localisation, en gros de savoir qui me stalker...

LES FLAMMES (OU MODE SNAPSTREAK), ÇA COMPTE POUR TOI ?

Oui, beaucoup. Les flammes ça montre à qui tu parles tous les jours. Le fait d'entretenir les flammes ça montre qu'on aime se parler et qu'on tient à l'autre. Moi j'avoue que si je vois le sablier je suis en panique, et ça m'embête vraiment si je perds les flammes. D'ailleurs à un moment j'avais trouvé un moyen de les récupérer en faisant croire au support Snapchat qu'il y avait eu un bug. Mais ça marche plus maintenant. (rires)

ET LES PROFILS D'AMIS, OU ENCORE LE CLASSEMENT D'AMIS, ÇA COMPTE ?

Le classement d'amis c'est pareil, j'y fais très attention. Ça montre à qui tu parles le plus. En revanche, les profils d'amis je trouve ça inutile. Quand ça a débarqué c'était un peu l'euphorie, parce que c'était nouveau. D'ailleurs à un moment je trouvais ça troublant parce que je trouvais ça réaliste. Mais en fait je me suis rendue compte que c'était quasiment la même chose pour tout le monde. Donc c'est inintéressant.

LE FAIT QUE ÇA SOIT ÉPHÉMÈRE, ÇA CHANGE QUOI ?

Ça change tout ! (rires) Déjà c'est pas utile de garder toutes les photos que j'envoie, parce que c'est juste ma tête. Enfin parfois je garde des snaps mais c'est rare, c'est quand c'est vraiment drôle, ou quand j'ai pris une belle photo avec des amis par exemple. Mais le fait que ça reste pas, ça permet d'envoyer des photos où on se prend pas la tête. C'est pas comme sur Insta !



EMILIEN

20 ANS, ÉTUDIANT.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU SNAPCHAT ?

J'utilise Snapchat tous les jours. Plusieurs fois par jour, d'ailleurs.

QUELLE EST TA FONCTIONNALITÉ FAVORITE ?

Le fait de discuter avec des selfies, et des vidéos aussi. J'utilise pas mal le chat aussi, mais ce que je préfère c'est voir la tête des gens. Le chat ça a un côté assez stressant parce que dès que tu commences à écrire ça envoie un message pour prévenir l'autre, c'est assez relou. Tu vois par exemple si tu t'engueules avec quelqu'un bah tu prends du temps pour écrire ton message parfois, donc t'as pas envie que l'autre vois que tu galères à formuler tes phrases. Du coup ce que tu fais c'est que t'écris ton message dans tes notes et tu le copies dans ta conversation Snap après.

QU'EST-CE QUI TE MOTIVE À ENVOYER UN SNAP ?

J'utilise Snap tous les jours pour parler aux gens, donc si j'ai un truc à dire à quelqu'un je le dis avec un snap. Un peu comme certains utilisent Messenger ou Whatsapp, ou quelque chose comme ça.

QUI SONT LES DESTINATAIRES DE TES SNAPS ?

J'ai que mes proches sur Snapchat. Donc mes amis, et ma crush.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU DES FILTRES, ET QUELS SONT TES PRÉFÉRÉS ?

Je les utilise souvent, enfin avec mes potes. J'avoue que j'ai pas passé le cap avec ma crush (rires). Et mes préférés ça reste les filtres déformants. C'est les plus drôles.

EST-CE QU'IL T'ARRIVE D'UTILISER LA FONCTION "CRÉATION" POUR CRÉER TES PROPRES FILTRES ?

Non, j'ai déjà regardé ce que c'était mais honnêtement on comprend pas grand chose. Et puis ceux qui sont suggérés sont déjà cool.

DANS QUEL CONTEXTE N'UTILISES-TU PAS DE FILTRES ?

Avec mes amis c'est assez aléatoire, c'est un peu quand j'en ai envie. Mais j'ai souvent la flemme, on parle beaucoup donc je vais pas toujours chercher un filtre marrant pour discuter. Après avec ma crush comme je te dis j'en mets pas trop, enfin pas de déformants. J'essaie de pas trop modifier mon apparence parce que le but c'est quand même qu'elle sache à quoi je ressemble en vrai.

SI TU AS UN BITMOJI, EST-CE QUE TU DIRAIS QUE TU L'AS FAIT À TON IMAGE OU NON ?

J'ai essayé de faire en sorte qu'il me ressemble. Mais je voulais aussi qu'il soit stylé.

COMMENT TU AS FAIT POUR QU'IL SOIT STYLÉ ?

Heu (rires) avec les vêtements surtout, ou la coupe de cheveux. Je choisis des choses que j'aime bien quoi, même si j'ai pas forcément ces vêtements là dans la vraie vie.

EST-CE QUE TU CUSTOMISES TES SNAPS ?

Je met des textes souvent, ou alors des gifs parfois. Et je mets des filtres aussi. Tu sais, les filtres qui sont proposés par Snapchat, comme la localisation ou les événements actuels.

UTILISES-TU LA FONCTION "STATUT" DE LA MAP ? POURQUOI ?

Je savais même pas que ça existait. Mais sinon je regarde la map Snap quand même, c'est sympa pour savoir si tes potes sont autour ou pas. Par exemple, j'ai pas mal d'amis d'enfance et on essaie de se voir quand on rentre chez nos parents. Bon après c'est pas mal pour *stalker* aussi mais c'est mal.

LES FLAMMES (OU MODE SNAPSTREAK), ÇA COMPTE POUR TOI ?

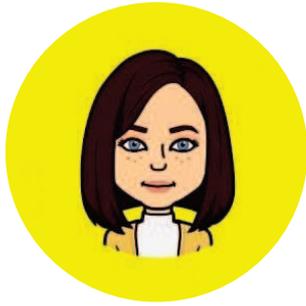
Pas du tout, j'ai des flammes avec des gens mais je m'en fiche complètement. Je réponds aux gens parce que j'en ai envie, pas pour avoir des flammes.

ET LES PROFILS D'AMIS, OU ENCORE LE CLASSEMENT D'AMIS, ÇA COMPTE ?

Non plus, je n'y fais pas attention. Pour moi ça ne veut rien dire.

LE FAIT QUE ÇA SOIT ÉPHÉMÈRE, ÇA CHANGE QUOI ?

Moi j'aime bien parce que ça fait que tu prends pas mille ans pour faire ta photo parce que tu sais que ça va pas rester. Et puis, on s'enverrait pas des photos de nous aux toilettes ou de notre famille avec des vieux filtres immondes si on savait que ça restait je pense. (rires)



LÉNA

19 ANS, ÉTUDIANTE.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU SNAPCHAT ?

Plusieurs fois par jour.

QUELLE EST TA FONCTIONNALITÉ FAVORITE ?

Le *chat*, et le fait de pouvoir garder uniquement les messages qu'on veut. Mais sinon j'utilise surtout le facecam.

QU'EST-CE QUI TE MOTIVE À ENVOYER UN SNAP ?

C'est la meilleure application pour parler avec ses amis, je trouve. Déjà tu vois leur tête quand ils racontent un truc, et puis t'as pas besoin d'être toujours *on fleek* sur tes photos.

QUI SONT LES DESTINATAIRES DE TES SNAPS ?

Je parle surtout avec mes meilleurs amis, et ma famille aussi, mais vraiment mes proches comme ma soeur ou mes cousins. Après j'ai aussi des gens à qui je parle plus beaucoup mais pas tant que ça. Souvent je fais du tri.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU DES FILTRES, ET QUELS SONT TES PRÉFÉRÉS ?

Souvent, j'utilise surtout certains embellissants mais pas tous, ceux qui restent quand même naturels car si je montre mon visage c'est pour qu'il soit reconnaissable. Après ça m'arrive aussi d'utiliser des filtres déformants mais c'est plus rare et c'est plus pour faire rire avec mes amis. J'utilise aussi certains filtres classiques, parce qu'ils donnent un bon rendu aux niveaux des couleurs sur les photos.

EST-CE QU'IL T'ARRIVE D'UTILISER LA FONCTION "CRÉATION" POUR CRÉER TES PROPRES FILTRES ?

Jamais, je ne savais même pas qu'on pouvait créer nos filtres.

DANS QUEL CONTEXTE N'UTILISES-TU PAS DE FILTRES ?

En général quand la personne à qui je parle n'en utilise pas, je n'en utilise pas non plus. Et quand je prends un snap en caméra arrière pour montrer ma vie, genre je prends ma soeur qui enlève une araignée dans ma chambre, bah là, j'ai pas le réflexe de mettre un filtre. Je rajoute juste du texte par dessus.

SI TU AS UN BITMOJI, EST-CE QUE TU DIRAIS QUE TU L'AS FAIT À TON IMAGE OU NON ?

J'ai essayé de faire un Bitmoji qui me ressemble vraiment, sans réelle amélioration. Donc avec mes véritables caractéristiques

physiques. C'est pareil pour le style vestimentaire qu'il porte, c'est aussi à mon image. En soi le Bitmoji c'est quelque chose qui est censé te représenter donc je ne vois pas l'intérêt de mentir. Enfin après c'est aussi une question de s'assumer physiquement dans la vie réelle. Et moi je suis pour qu'on s'assume, même si on a la possibilité de mentir sur les réseaux.

EST-CE QUE TU CUSTOMISES TES SNAPS ?

J'ajoute très souvent du texte à mes snaps car ils ont quasiment toujours un but. C'est un moyen de discuter. Et j'aime bien mettre l'endroit où je me trouve, y a des jolis filtres même pour montrer que je suis à la fac maintenant !

UTILISES-TU LA FONCTION "STATUT" DE LA MAP ? POURQUOI ?

Non je ne l'utilise jamais et je suis très rarement visible sur la map car je pense que tout le monde n'a pas besoin de savoir précisément où je suis à chaque instant. Et puis c'est pour garder une vie privée, la map est hyper précise : on distingue les maisons.

LES FLAMMES (OU MODE SNAPSTREAK), ÇA COMPTE POUR TOI ?

J'ai pas mal de flammes avec certaines personnes. Parfois depuis plusieurs années. Je dirais pas que je parle pour faire des flammes, mais j'avoue que celles que j'ai sont assez symboliques. Ça reflète l'amitié que je peux avoir avec ces personnes.

ET LES PROFILS D'AMIS, OU ENCORE LE CLASSEMENT D'AMIS, ÇA COMPTE ?

Le classement d'amis et les profils c'est différent. Ça ne compte pas du tout pour moi. Ce n'est pas parce qu'à un moment je parle plus avec une personne que je suis plus amie avec elle que d'autre. Après c'est vrai que le classement représente un peu les relations que je peux avoir avec certaines personnes mais ça dépend du type de relation : il y a des personnes avec qui je ne parle pas par snap et qui sont tout autant mes amis.

LE FAIT QUE ÇA SOIT ÉPHÉMÈRE, ÇA CHANGE QUOI ?

Ça se rapproche plus d'un dialogue en face, parce que ça demande de l'attention pour se souvenir de ce qu'on s'est raconté, parce que dans la vraie vie les mots on ne les sauvegarde pas non plus. Là, on a le choix.



MATTHIS

21 ANS, ÉTUDIANT.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU SNAPCHAT ?

J'utilise Snap tous les jours.

QUELLE EST TA FONCTIONNALITÉ FAVORITE ?

Les messages. Enfin le chat en général, parce que c'est pratique pour discuter. En plus si t'as un truc long à raconter tu peux faire un vocal, alors que les vidéos ça se coupe au bout d'un moment. Donc quand ça se coupe tu fais plusieurs vidéos et parfois ça s'envoie dans le mauvais ordre c'est nul.

QU'EST-CE QUI TE MOTIVE À ENVOYER UN SNAP ?

C'est surtout une habitude, j'utilise Snapchat parce qu'on utilise plus les SMS standards avec mes potes.

QUI SONT LES DESTINATAIRES DE TES SNAPS ?

Tous mes contacts, ou des groupes de potes. Parfois c'est à un pote en particulier. Enfin en tous les cas j'ai que mes amis sur Snap.

À QUELLE FRÉQUENCE UTILISES-TU DES FILTRES, ET QUELS SONT TES PRÉFÉRÉS ?

Non, les filtres très peu pour moi. Je préfère les selfies normaux, c'est plus personnel. Sinon tu mens. Après ça m'est déjà arrivé de créer mes propres filtres mais sur Instagram et Facebook. C'était des filtres pour des événements ou des marques.

SI TU AS UN BITMOJI, EST-CE QUE TU DIRAIS QUE TU L'AS FAIT À TON IMAGE OU NON ?

Je me suis fait un Bitmoji plutôt à mon image mais il date un peu. Il faudrait le remettre à jour mais je n'y pense pas.

EST-CE QUE TU CUSTOMISES TES SNAPS ?

Assez peu, voire jamais. Enfin je fais rarement autre chose que d'ajouter du texte. De toute manière je discute surtout via le chat.

UTILISES-TU LA FONCTION "STATUT" DE LA MAP ? POURQUOI ?

Jamais. Mais j'aime bien regarder la map quand même. Ça me permet de savoir si mes potes sont à côté ou pas, et parfois ça permet de lancer des conversations. On va réagir à la localisation de quelqu'un par exemple, si la personne est pas loin ou autre.

LES FLAMMES (OU MODE SNAPSTREAK), ÇA COMPTE POUR TOI ?

J'ai eu le délire des flammes, mais très peu de temps. Depuis je m'en fiche royalement. Je suis peut-être trop vieux pour ça. (rires)

ET LES PROFILS D'AMIS, OU ENCORE LE CLASSEMENT D'AMIS, ÇA COMPTE ?

Pas du tout, je trouve que ça catégorise tes amis et j'aime pas du tout ça. Déjà je suis pas trop pour les étiquettes de "meilleur ami" ou autre dans la vraie vie, donc là j'aime pas que ça soit une application qui le décide juste parce que j'ai plus parlé avec machin hier. Donc j'y prête pas attention. Et les profils d'amis je trouve que ça n'a aucun intérêt.

LE FAIT QUE ÇA SOIT ÉPHÉMÈRE, ÇA CHANGE QUOI ?

Moi je conserve les messages du chat, sinon on perd vite le fil de la conversation je trouve. Mais pour les snap je trouve ça cool, parce qu'on s'envoie des photos qui n'ont pas vraiment de but. C'est plus une manière de discuter, donc ça sert à rien de tout garder.

ANNEXE 4 : ENTRETIEN AVEC LISON DANIEL

Les pages 116 à 118 ont été retirées de la version diffusée en ligne.