

Centre Assas Amphi 4

Session : juin 2018

Année d'étude : 1ere année de Licence information et communication

Cours : **Enjeux de la communication (UEF 2)**

Titulaire du cours : Arnaud Mercier

Durée de l'épreuve : 3 heures

Documents autorisés : aucun sauf dictionnaire bilingue pour étudiants étrangers.

Vous traiterez au choix un des deux sujets proposés

Sujet 1 (dissertation) : **Les pratiques journalistiques sont-elles exemptes de toute critique ?**

Sujet 2 (dissertation à partir d'un commentaire de document) : **Bâissez une dissertation à partir de toutes les réflexions que le texte ci-après vous inspire.**

Le selfie : expression contemporaine de soi

Par Sandy Berthomieu (doctorante), carnet de recherche Hypothèses.org

L'écran est une surface lumineuse où se projette son propre visage comme à la surface de l'eau. Le reflet de soi semble se perdre dans l'abondance des images, tel Narcisse se perdant dans l'abîme de son reflet. Toutefois, cette mise en réseau du selfie n'est-il pas l'expression inverse du narcissisme pathologique ?

C'est une théorie, notamment soutenue par Agathe Lichtensztein. Selon elle, le selfie n'est pas la fixation d'un moi-idéal surévalué mais au contraire une multiplicité des portraits, une recherche permanente de son propre visage. De plus, le partage de l'image de soi est davantage porteur d'un besoin de communication et d'échanges avec autrui : « *il participe à un désir intense de sociabilité, une envie de communiquer, de faire lien avec les autres* » contrairement au narcissisme caractérisé par un repli sur soi. Pauline Escande-Gauquié rappelle également que le narcissisme est intrinsèquement lié à la construction identitaire, que toutes les générations ont été confrontées à cette étape, seuls les moyens d'expression utilisés se transforment.

Les réseaux sociaux conditionnent le partage des photographies. Celles-ci sont généralement de format carré et l'usage communautaire favorise l'emploi de mêmes codes de représentations. On pense notamment aux déclinaisons du selfie avec le célèbre *duckface*

(mimique de la bouche rappelant le bec d'un canard) et en période estivale le très en vogue *legfie* (photographie des jambes dénudées). P. Escande-Gauquié explique : « *les plateformes de partage obligent à une publication formatée et organisée notamment via la « galerie » (Instagram) ou la timeline, dite aussi « mur » (Facebook). Dans cette perspective, chaque photographe amateur poste les images de sa vie selon un idéal esthétique qui est celui de l'imaginaire de la galerie, certes, mais standardisée. Avec ce paradoxe selon lequel « ma vie est un chef d'œuvre unique » mais « reproductible » à l'infini ».*

La création de profil d'utilisateur sur les réseaux sociaux présente plusieurs visages d'une même personne s'adaptant à leurs spécificités communautaires. De ce fait, le moi se multiplie (ou se divise) pour apparaître dans un contexte amical, informationnel ou encore professionnel. La photographie de profil s'adapte alors que le selfie s'exprimera plus librement sur certains réseaux sociaux.

Les utilisateurs actifs sur les réseaux socionumériques sont désignés comme « *touriste du quotidien* » par André Gunthert qui associe la pratique photographique à son outil. Détachée de ses contraintes techniques, la photographie à portée de main permet de capter une image à tout moment et en tout lieu. Cette vision du quotidien capturée visuellement et immédiatement partagée au regard de l'autre possède plusieurs interprétations.

D'une part, l'image est l'attestation d'un moment vécu ou d'une expérience (marquants et/ou banals) comme cela a toujours été le cas de l'image photographique. La mise en ligne de la photographie ajoute à la valeur de témoignage l'attestation de la présence du moment, non plus regardé mais vécu physiquement. Lors d'une visite, le monument historique ne suffit plus, le bras tendu ou la perche à selfie viennent ajouter à la scène le visage. En figurant sa présence, l'utilisateur atteste de son existence : être visible sur la toile est une preuve de vie !

D'autre part, la publication de l'image destinée au regard de l'autre est en attente d'une réaction visible par l'action du « *like* » et des commentaires, actions perçues comme des récompenses mélioratives pour l'égo. Le besoin de reconnaissance voir de popularité validé par une communauté d'internautes peut révéler une estime de soi défailante. Les personnes en manque de confiance en elles auraient tendance à produire davantage de selfie et à porter une attention plus soutenue aux réactions suscitées (un phénomène qui peut notamment être prononcé suivant l'âge de l'utilisateur).

Enfin, dans sa multiplicité, le selfie est une partie (et non un tout) visible de l'individu. Elsa Godart questionne cette métamorphose du moi et interroge le sujet qui se « *représente* » sur l'écran. L'individu devient un personnage de son propre quotidien qu'il met en scène, recadre, filtre, légende... Ainsi, chaque utilisateur propose une facette déformée de soi, par le choix des images, le contexte et les interactions, il est en train d'écrire sa propre fiction.

Références :

Escande-Gauquié P., 2015, *Tous selfie ! Pourquoi tous accro ?*, Paris : François Bourin.

Godart E., 2016, *Je selfie donc je suis. Les métamorphoses du moi à l'ère du virtuel*, Paris : Albin Michel.

Gunthert A., 2015, *L'image partagée. La photographie numérique*, Paris : Textuel.

Lichetensztein A., 2015, *Le selfie. Aux frontières de l'égoportrait*, Paris : L'Harmattan.