

La représentation de soi 2.0 : *Design de soi sur Instagram*

Héla CHABCHOUB BEN HAMADI,
Docteur en Sciences ET Technologies du Design
Maître Assistante en Sciences et Technologies du Design
Al'Institut Supérieur des Arts Multimédias de la Manouba, ISAMM
Tunis - Tunisie
hela.benhamadichabchoub@yahoo.fr

Resumé :

L'exposition de soi se matérialise à travers plusieurs supports du web.

Ce travail porte sur le processus de la mise en scène de soi sur Instagram. Cen'est pas la suite de la phrase ?Pour comprendre comment peut on communiquer notre image de soi d'une manière astucieuse et contrôlée.

Mots clés : Instagram, représentation de soi, mise en scène, photographies

Abstract:

Self-exposure materializes across multiple platforms on the web.

This work focuses on the process of staging oneself on Instagram. To understand how we can communicate our self-image in a clever and controlled way.

Keywords: Instagram, self-representation, staging, photographs

INTRODUCTION

L'influence graduelle des technologies de communication sur l'individu contemporain est

entraîné de modifier les représentations de la présence (SCONCE, 2000)et crée de nouveaux modèles identitaires convertis sous formes d'un agencement technique de signes qui les représentent.

Étudier l'identité dans le contexte du web 2.0 permet de mieux comprendre comment les interfaces de communication forment un environnement cognitif et informationnel qui participe à la construction du sujet (PERAYA, 1999), (PROULX, 2005)changent le regard porté sur soi, sur l'Autre et sur le monde.

Dans ce travail nous allons étudier, comment la représentation de soi 2.0 se construit-elle ? De quelle manière des multiples signes d'identité sont orchestrés pour faire une mise en scène visuelle de soi afin de créer un profil ? Que montre-t-on de soi aux autres ? Et comment les fonctionnalités de l'application Instagram participent au processus de mise en scène de soi ?

Notre travail consiste à déchiffrer le discours de soi sur les réseaux sociaux et d'identifier le rôle de la photographie dans la mise en scène de soi ?

Cette recherche décrit les différents usages de la photographie sur Instagram et propose une typologie. Ce qui va nous permettre d'analyser le processus de mise en scène de soi et le rôle de la photographie dans l'élaboration du design de soi sur les réseaux sociaux.

Pour ce faire, nous allons adapter une analyse ethnographique¹ en ligne, dans un premier temps, qui nous aidera à comprendre le rôle de la photographie dans la mise en scène de soi sur Instagram. Ensuite, nous allons analyser le discours des utilisateurs par un entretien. Notre échantillon se base sur un certain nombre de critères : il faut avoir un compte Instagram et bien sûr être actif dans la publication des photos.

I. LE WEB SOCIAL

Les nouvelles technologies ont permis la facilité de l'échange et la communication entre les humains. Le virtuel a provoqué un flux incessant de données, et ne cesse de s'adapter aux exigences des utilisateurs, les incitant à échanger toujours plus. Le web 2.0 est un outil de communication, de recherche et de partage de contenu. Il représente de nos jours un sujet pour de nombreuses recherches.

Les médias sociaux englobent une multitude de dispositifs tels que les sites de partage de contenus médiatiques, les blogs. Ceux qui provoquent notre intérêt dans ce travail, ce sont les réseaux sociaux numériques. Il s'agit particulièrement de supports médiatiques sous forme de logiciels permettant aux utilisateurs de

garder une existence, de communiquer et d'interagir en ligne. Ces plateformes sont dites « sociales », car elles permettent au plus grand nombre d'être « producteur-utilisateur » de contenus médiatiques (Proulx et al. 2012)². Ces réseaux sociaux se fondent sur les éléments que mettent en scène les utilisateurs pour construire leurs profils.

L'interface se fait médiatrice de la personne où l'utilisateur doit se théoriser en système de représentation. C'est à travers elle que l'utilisateur construit l'image qu'il convoite accorder de lui-même.

Dans cet environnement virtuel, l'utilisateur pour exister, doit « être présent » et doit se socialiser en ligne. L'identité virtuelle est très différente de l'identité réelle.

Dans le monde réel pour se socialiser et construire son identité, il suffit de se manifester par son corps pour exister aux yeux des autres.

Dans le monde virtuel pour exister, il faut être visible via un statut, une photo ou une vidéo. On parle dans ce cas d'une mise en récit ou encore d'une construction de l'image de soi et du monde. Il suffit d'un clic, pour partager des contenus ou encore échanger des messages.

Dans cette recherche, nous allons aborder la présentation de soi sur le web social en général et Instagram en particulier. Ce média social permet la participation de l'individu dans la mise en scène de son « soi » et sa mise en relation avec les autres.

[1] L'ethnographie Est Le Domaine Des Sciences Sociales Qui Étudie Sur Le Terrain La Culture Et Le Mode De Vie De Peuples Ou Milieux Sociaux Donnés.

[2] Proulx, S., Millette, M., Heaton, L. Et Acfas. Congrès., (2012), Médias Sociaux: Enjeux Pour La Communication, Presses De L'Université Du Québec, P.4.

Instagram est fondé en mars 2010, la plateforme Instagram constitue un cas particulièrement intéressant, c'était à la base un projet d'application de photographie pour mobile, qui évolue par la suite et deviendra Instagram en octobre 2010. Le concept, de cette application, est de partager ses photographies. « Produire et diffuser du contenu qui lui ressemble pour fonder sa communauté avec des inconnus qui partagent les mêmes centres d'intérêts ».³

Chaque utilisateur possède un espace privé appelé « mur », où s'affichent ses photos prises ou modifiées via Instagram. Mais la photographie partagée en ligne doit se conformer à des exigences identitaires liées à son nouveau support⁴.

L'utilisateur poste une photo, la parole réduite à son minimum donnant la possibilité aux autres utilisateurs d'Instagram de liker et de poster des commentaires. La photo remplace les mots et fait conversation. La photographie connectée avise à un récepteur l'instantanéité d'une situation : « l'image devient un message visuel, dont l'interprétation dépend étroitement du triangle formé par son émetteur, l'occasion représentée et le destinataire visé, autrement dit présente un fort degré de dépendance au contexte »⁵.

[3] MARCHAND. S., (2016), Instagram Ou La Dictature Consentie, Genre, Sexualisation Et Marketing Sur Le Réseau De L'image Carrée, Mémoire À L'Université De Toulouse Jean-Jaurès, Master 1 Arts Du Spectacle, Communication Et Médias, Obtenu Avec Autorisation De L'auteur

[4] PAILLARD. J., (2014), La "Photo Ordinaire: Récit Des Banalités Quotidiennes Sur Les Réseaux Sociaux En Ligne. Analyse Des Usages Photographiques Sur Instagram, Sciences De L'information Et De La Communication.

[5] GUNTHER. A., (2015), La Consécration Du Selfie, Une Histoire Culturelle, Etudes Photographiques, N°32.

La mise en visibilité de soi sur Instagram est une activité sociale volontaire. L'application permet à l'utilisateur de partager ses expériences, ses goûts et s'auto-promouvoir. C'est un espace où on peut parler, s'exprimer et publier du contenu relié à soi.

Grâce aux filtres, il est possible de donner un véritable cachet aux photos les plus basiques en améliorant la qualité.

Instagram se caractérise par la simplicité d'utilisation ainsi que la qualité des filtres proposés. Son fondement repose sur la pérennisation des moments de la vie quotidienne. C'est un réseau qui correspond au besoin de partager sa vie de manière « connectée » avec ses followers afin de créer des communautés.

II. LA PRESENTATION DE SOI

Nous avons parlé des fonctionnalités et usages d'Instagram, les interactions, ainsi que le partage de contenu, sont les moyens qui permettent une mise en scène de soi en ligne.

Il est opportun de définir d'abord le soi. Ce dernier correspond à ce que nous voulons signifier en disant « je ». Le concept de soi est un objet complexe. Plusieurs recherches en psychologie sociale ont tenté de comprendre l'organisation, la construction et la motivation du soi. Pour ce faire, il était proscrit de conceptualiser le soi en un ensemble de représentations mentales, c'est à dire une association cognitive qui n'est autre que la perception des individus sur eux mêmes et elle est aussi construite socialement sous l'influence d'autrui. Ces perceptions se définissent aussi par

leur orientation temporelle, elles peuvent être réelles ou potentielles et constituer un idéal de soi.

(LECUYER. 1994), dans son livre « Le développement du concept de soi de l'enfance à la vieillesse », identifie cinq catégories du concept de soi. Le soi matériel qui correspond à l'apparence physique de l'individu, sa santé et les objets qu'il possède. Le soi social est tout ce qui concerne les comportements en société et les références au genre, il s'agit des compétences relationnelles. Le soi personnel englobe tout ce qui se rapporte à la philosophie de la vie, comme les émotions, les aspirations, les qualités, les défauts et les sentiments: c'est l'image de soi. Le soi adaptatif correspond au jugement sur soi-même et aussi sur sa façon de réagir face à la réalité en vue de maintenir son soi. Et enfin le soi non-soi c'est opinion d'autrui sur Soi.

Selon (GOFFMAN, 1973)⁶, l'individu tente de donner la meilleure image de lui-même. Avec l'avènement des nouvelles technologies, ce fait a pris une autre dimension qui dépasse le cercle social conventionnel. Et comme l'affirment (PROULX et MILLERAND, 2010)⁷, le web social permet à l'utilisateur de se dire, se raconter, se montrer par divers moyens. Ces nouveaux réseaux sociaux sont, comme le mentionne (JAUREGUIBERRY et PROULX, 2011)⁸, des révélateurs du souci de reconnaissance intéressée où « chacun est à la fois metteur en scène de soi et spectateur des représentations des autres ».

[6] Goffman, E. (1973). *La Mise En Scène De La Vie Quotidienne: La Présentation De Soi*. Paris, Les Éditions De Minuit.

[7] Proulx, S. Et Millerand, F. (2010), *Le Web Social: Au Carrefour De Multiples Questionnements*. Dans Proulx, S. Et Millerand, F., *Web Social: Mutation De La Communication* (P. 13-30). Québec: Presses De l'Université Du Québec.

[8] Jauréguiberry, F. Et Proulx, S. (2011). *Usages Et Enjeux Des Technologies De Communication*, Toulouse : Éditions Érès, P.114.

Instagram, offre toutes les fonctionnalités pour que chacun puisse se mettre en scène comme il le désire.

III. LA PHOTOGRAPHIE COMME MODE DE PRESENTATION DE SOI

Avant les photos étaient la plupart du temps, partagés avec la famille, les amis et dans un espace privé. Et comme le souligne (BOURDIEU, 1965)⁹ il s'agit d'un moment de partage de souvenirs, matérialisés sur papier, en famille ou entre amis. Avec l'avènement de la photographie numérique, la photo a occupé une autre forme. Elle devient immatérielle, son partage se fait par voie électronique, et de manière instantanée. La visibilité des photos s'élargissant avec le web 2.0, la sociabilité se reconstitue et se transforme en conversation. La photographie enregistre les faits quotidiens, mais aussi la mise en scène des individualités. C'est une forme d'expression à travers des signes de reconnaissances mutuelles. Sur Instagram, ces signes se manifestent par un « cœur » pour manifester que vous aimez, ou bien par un commentaire sur la photo. Ce sont ces signes de reconnaissances mutuelles qui incitent les utilisateurs à s'exposer davantage. En effet, l'immédiateté des prises de photos grâce aux technologies, influence plus le partage de la mise en visibilité de soi.

L'identité de soi dépasse l'expression individuelle de soi, étant donnée que l'application Instagram permet à une tierce personne à vous identifier sur photographie et engendre une visibilité qui relève des informations résignées par les autres, on parle ici de cette « construction interactive de

[9] Bourdieu, P. (1965). *Un Art Moyen Essai Sur Les Usages Sociaux De La Photographie*. Paris, Éditions De Minuit.

l'identité »¹⁰.

La photographie joue un rôle important dans la mise en scène de soi sur Instagram et révoque une pertinence sociale forte. L'instantanéité du partage des photos prises a bouleversé les usages de la photo.

L'usage des technologies de communication s'est développé dans les pratiques quotidiennes des utilisateurs. En effet, Instagram a bouleversé la photographie. La photographie numérique a modifié les pratiques. Etant donnée que l'application est disponible sur plusieurs supports techniques, elle permet, donc, la facilité de la mise en scène de soi par la photographie, ainsi que la redéfinition des identités sociales. Instagram en tant que dispositif technique de communication, participe à une instrumentalité d'être. L'application contribue à la production de normes sociales qui mettent en valeur l'utilisateur. Ce dernier, est contraint de respecter les normes sociales établies pour publier des photos à son avantage qui adhère au processus de mise en scène de soi.

IV. LA MISE EN SCENE DE SOI

La vision de (GOFFMAN, (1973))¹¹ sur la mise en scène de soi, va nous permettre de comprendre les enjeux de la présentation de soi sur Instagram. L'auteur utilise la terminologie du Théâtre. (Rôle, représentation, façade, coulisse acteur, public.) Les utilisateurs en interaction sont considérés comme des acteurs qui font une représentation. Dans son livre, GOFFMAN (1973), développe sa

[10] Coutant, A.E.T.S. (2010), Processus Identitaire Et Ordre De L'interaction Sur Les Réseaux Socionumériques, Les Enjeux De L'information Et De La Communication, 2010,45-64.

[11] Goffman, E. (1973). OP. Cit., P.23

théorie de l'interaction par la métaphore théâtrale. Il propose d'observer les façons dont une personne, dans les situations de la vie quotidienne, se présente et présente son activité aux autres, et comment elle mène l'impression qu'elle produit sur eux ainsi que ses limites de représentation. Ce qu'il entend par la notion de « représentation », c'est « la totalité de l'activité d'une personne donnée, dans une occasion donnée, pour influencer d'une certaine façon un des autres participants »¹². Pour se représenter, l'acteur dispose d'un « appareillage symbolique » que GOFFMAN nomme « façade ». La façade comporte le décor (il parle du mobilier, de la décoration,) et aussi par l'apparence personnelle (il désigne la tenue vestimentaire, les manières, etc.). L'acteur pourra choisir la « façade » qu'il veut pour se représenter et engendrer des comportements différents chez son public. Cependant, l'acteur et le public, mettent en scène des valeurs

Généralement associées à certaines représentations sociales qui sont « l'idéalisation », qui représente l'aspect symbolique qui indique son statut social dans la société.

Ces concepts exposés par GOFFMAN (1973) dans son ouvrage, ont été appliqués sur les réseaux sociaux par (COUTANT et STENGER, 2010)¹³, dans ces recherches, les auteurs font référence à la photographie comme étant un moyen de la mise en scène de soi. Selon eux, il y a différentes manières d'utiliser la photographie. Il y a les photos où l'auteur apparaît seul, et qui

[12] Goffman, E. (1973). OP. Cit, P.23

[13] Coutant, A.E.T.S. (2010). Processus Identitaire Et Ordre De L'interaction Sur Les Réseaux Socionumériques. Les Enjeux De L'information Et De La Communication, 2010,45-64.

serait une preuve de « narcissisme » qui dispose d'un public qui choisira ou non de valider sa « façade, ou bien de la publication de photo de groupe, qui se rapporterait davantage à une activité « négociée ». Ainsi, « l'évaluation de la tendance vers le narcissisme ou vers la négociation se fonde sur le cumul de l'orientation narcissique/négoiée de chaque activité menée par l'individu »¹⁴.

Les réseaux sociaux permettent d'observer les utilisateurs, et voir comment ils gèrent le changement de rôles et agissement différemment en fonction des contextes. Ils se mettent en scène en fonction de la « face » que l'on souhaite montrer aux « amis ».

(COUTANT et STENGER, (2006) mobilisent les concepts (faces, rôles et représentation) de GOFFMAN(1973) et les appliquent aux réseaux sociaux. Ils examinent la manière que l'usage entreprend sur la plateforme (les amis, les photos, les commentaires, les j'aime,), ces attributs permettent de cerner le portrait de l'utilisateur.

V. LES DIFFERENTS MODES DE REPRESENTATION DE SOI 2.0

COUTANT et STENGER (2006) ont dressé une cartographie de mode de présentation des profils. Elle comporte, à part les deux autres présentations de soi « négocié » et « narcissique » déjà évoquées, deux autres à savoir : « l'intimité » qui considère la communication avec un cercle rapproché de personnes et « l'extimité » qui est la communication avec un maximum d'individus.

[14] Coutant, A.E.T.S. (2010), Op Cit.

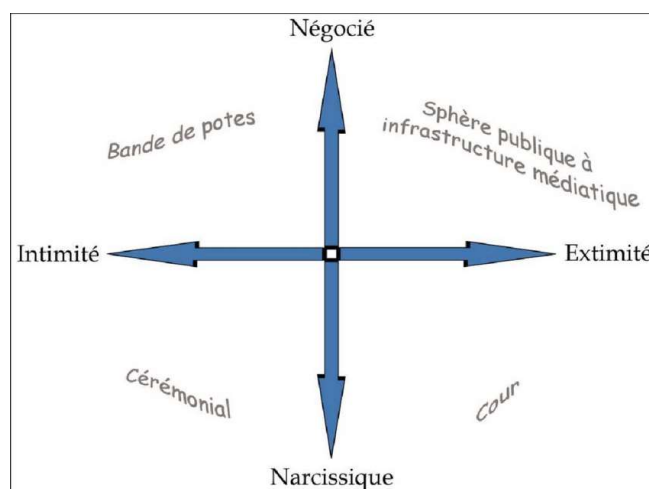


Fig. 1 : Cartographie des modes de présentation des profils sur les RSN

COUTANT et STENGER (2006) identifient quatre modes de présentation. La « sphère publique à infrastructure médiatique » représente les nombreuses relations et interactions avec nombre de personnes. La « cour » englobe un public vaste et des communications très peu ciblées. Ensuite la « bande de potes » qui n'est autre que ces interactions restreintes aux proches. Enfin, le « cérémonial » qui considère un public plus réduit que la cour.

(CARDON, (2008))¹⁵, propose une cartographie des « traits identitaires projetés vers les plateformes du Web 2.0 ». Celle-ci met en évidence deux dynamiques. L'extériorisation oppose sur un premier axe « les traits identitaires les plus incorporés à la personne (être) à ceux qu'elle a extériorisés dans des activités et des

[15] Cardon, D. (2008). Le Design De La Visibilité. Un Essai De Cartographie Du Web 2.0. Réseaux, 152, 93-137. <http://dx.doi.org/10.3917/Res.152.0093>, P100.

oeuvres(faire) »¹⁶. Ensuite, un deuxième axe qui représentent « les traits identitaires que les personnes endossent simultanément dans leurs vies numériques et réelles (réel) et ceux qui constituent des projections dans des rôles qui échappent aux contraintes de réalité qu'en rencontrent les personnes dans leur vie quotidienne (projeté) »¹⁷.

CARDON(2008) identifie cinq modèles de mise en scène de l'identité.

- *Le paravent* : les participants restent « cachés » et ne se dévoilent qu'avec la personne de leur choix.

- *Le clair-obscur* : les participants rendent visibles plusieurs aspects de leur vie (intimité, quotidien et vie sociale) à un réseau social de proches.

- *Le phare* : les participants rendent visibles de nombreux traits de leur identité avec des inconnus pour la recherche d'une audience.

- *Le post-it* : les participants rendent visible leur disponibilité à un cercle relationnel restreint.

- *La Lanterna magica*: les participants se manifestent sous la forme d'avatars qu'ils personnalisent en séparant leur identité réelle et leur identité virtuelle.

(GEORGES, (2009))¹⁸ identifie trois ensembles de signes pour créer l'identité numérique. Une identité déclarative qui représente toutes les données saisies par l'utilisateur. Ensuite, une identité agissante qui est le relevé explicite des activités de l'utilisateur. Enfin, une identité calculée qui englobe la quantification des données de l'utilisateur.

[16] Cardon, D. (2008), Op.Cit, P100.

[17] Idem, Op.Cit, P102.

[18] Georges, F. (2009). Représentation De Soi Et Identité Numérique. Une Approche Sémiotique Et Quantitative De L'emprise Culturelle Du Web 2.0. Réseaux, 154, 165-193.

[Http://Dx.Doi.Org/DOI:10.3917/Res.154.0165](http://dx.doi.org/DOI:10.3917/Res.154.0165)

Toutes ces données théoriques abordées par CARDON, GEORGES, COUTANT, STENGER, GOFFMAN, sur la mise en scène de soi, vont nous permettre d'analyser la présentation de soi par la photographie sur Instagram.

VI. LA PHOTOGRAPHIE ET L'EXPRESSION DE SOI

La photographie permet de fixer l'instant présent. (BOURDIEU, (1965))¹⁹ définit la photographie comme étant un indice et un instrument d'intégration de la vie sociale.

Selon BEUSCART (2009)²⁰, la photographie permet de fixer les événements rituels de la vie familiale et la mise en scène des individualités. L'auteur, dans son étude sur la plateforme de partage de photos, attribue à la photographie le rôle de conversation. La photographie permet de « faire conversation », et contribue à la constitution des échanges en lignes.

(SARACHAN, (2010))²¹ a identifié une typologie de catégories de photo de profil en s'inspirant du travail de (BARTHES, (1980))²² :

- « La pose » : la présentation physique de la personne et ce qu'il dévoile sur son statut et sa personnalité

- Les objets : les accessoires et le fond influencent la compréhension du sujet lui-même et le regard que le public peut lui porter

[19] Bourdieu, P. (1965). Un Art Moyen Essai Sur Les Usages Sociaux De La Photographie. Paris, Éditions De Minuit.

[20] Beuscart, J.-S. (2009). Pourquoi Partager Mes Photos De Vacances Avec Des Inconnus? Réseaux, (2), 91-129.

[21] Sarachan, J. (2010). Profile Picture, Right Here, Right Now. Facebook And Philosophy, 51 -64.

[22] Barthes, R. (1980). La Chambre Claire Note Sur La Photographie. Paris: Cahiers Du Cinéma.

- Les trucages : les modifications apportées à une photo à l'aide de logiciels.
- « Photogenia » : les éléments techniques de la photo comme la composition et la lumière.
- L'esthétisme : la photo est considérée comme un art
- La syntaxe : le langage de la photographie donne un sens au spectateur. »

Cette typologie va nous permettre d'analyser les photos sur Instagram, et apercevoir que la photo est un langage contenant des éléments que l'utilisateur a décidé de montrer au public. Ces éléments dépendent de l'image qu'il veut renvoyer de lui-même.

(LACHANCE, (2013)) considère la photographie familiale dans le contexte hypermoderne « n'est plus représentative des rôles sociaux, mais de moments intimes partagés »²³. Les trois phases traditionnelles de la photographie (la prise, la production et la réception) ont disparu. On est face à un accès d'images instantanées, sitôt prises, sitôt partagées avec son réseau social virtuel, sinon elles perdent de son intérêt et l'utilisateur perd de sa crédibilité auprès de ses amis.

VII. LES DIFFERENTS « PROFILS » INSTAGRAM

La publication des photos sur Instagram s'accompagne d'une série de règles qui correspondent à chaque type de « profil ». A partir de entretiens avec notre échantillon, nous avons dressé une typologie de profils.

[23] LACHANCE, J. (2013). Photos D'ados : À L'ère Du Numérique. Presses De L'Université Laval. P.15.

Sonia, nous parle du profil où l'utilisateur fait en sorte de nous donner une meilleure image de lui. Elle parle de son « profil vitrine », image très soignée, conforme aux normes de beauté stéréotypées. La valeur de la personne est réduite à son physique. Ce profil poste des photos retouchées, pour enlever toutes les imperfections afin de répondre aux normes de la beauté. Un corps parfait, un visage impeccable pour avoir une distinction sociale et devenir populaire. Pour se faire, il faut avoir un rythme de vie distingué (faire du sport tout les jours, manger sainement, calculer le nombre de calories) qu'ils mettent en scène tous les jours.

Rym, nous parle de son « profil professionnel », qui se rapproche un peu du « profil vitrine ». Il s'agit d'un profil soigné et une image façonnée pour évoquer son apparence professionnelle.

Afef, est un profil « actifs plus », elle se connecte fréquemment, elle est active en termes de publication et de commentaires.

Myriam, quant à elle, c'est un « profil Lambda », il s'agit de profil de personne normal, quelconque ordinaire. Il s'agit d'un profil plus accessible. L'utilisateur poste des photos afin de montrer le « moi authentique ». Des images ordinaires extraites de la vie de tous les jours (son chien, son repas, un café en terrasse, etc.). Des photographies qui représentent le « soi quotidien » et permet ainsi de transmettre la complexité de la personne représentée.

Elle nous parle, aussi, du « profil lambda intense » un profil ordinaire, mais avec un nombre de publication plus intense dont le but de « se monter ».

Khalil est le profil « petits utilisateurs », il est très peu actif, et se connecte occasionnellement.

Leila, représente un « profil régulier », elle est présente quotidiennement pour voir les publications de ses amis. Mais elle publie des images et laisse des commentaires que très rarement.

Marc et Jawaher sont des profils « journal intime », ils sont souvent connectés et postent des photos de ce qu'ils font au quotidien.

Cette typologie établie suite à l'analyse ethnographique et l'entretien avec des utilisateurs nous donne une première idée sur l'importance de partage des photos dans la construction de soi 2.0, et va nous permettre d'établir une catégorisation de la mise en scène de soi sur les réseaux sociaux.

VIII. LA MISE EN SCENE DE SOI SUR INSTAGRAM

L'analyse des différents profils de notre échantillon, et les entretiens avec eux nous a permis d'approfondir notre étude sur la manière dont l'usage se met en scène par l'image photographique. Nous avons distingué quatre types de profils : une mise en scène consciente, une mise en scène festive, une mise en scène passionnelle et une mise en scène amusante.

- *La mise en scène consciente*

Imen, 44 ans publiait beaucoup de photos, mais elle n'en publie plus que de manière très occasionnelle depuis un an.

« J'avais pas mal de photos, toute ma vie privée est étalée sur ce média. Avant, ça ne me dérangeait pas de publier des photos. Après j'ai changé d'attitude. Ayant de plus en plus d'amis, plutôt des connaissances qui peuvent avoir un lien avec ton boulot, et tu préfères te limiter à des photos plus sobre. »

Une prise de conscience concernant l'image de soi. En effet, les photos peuvent être vues par un réseau élargi. Et de plus que la photo une fois publiée, on n'a plus de maîtrise sur sa propagation.

Imen a supprimé plusieurs photos de son profil et a choisi de façonner une nouvelle image d'elle. Une image de soi plus consciente et contrôlée.

- *La mise en scène festive*

Myriam a 28 ans, inscrite sur Instagram depuis 2013, « *Au réveil, je me connecte pour être informée des nouvelles publications, et à chaque moment de la journée quand j'ai trouvé l'occasion de le faire* ». Myriam a 600 photos publiées, elle est tout le temps accompagnée par la famille, les amis ou les collègues. Elle n'apparaît que très rarement seule. On la voit dans différents contextes comme les restaurants, les cafés, les concerts, les festivals, les soirées, etc. elle publie en moyenne une photo par semaine, pour monter à son réseau qu'elle est présente et ce qu'elle fait, avec qui et où elle est. Une manière de rendre compte de ses activités. Et comme le développe (LACHANCE, (2013)) « Témoigner de sa participation à des activités réservées aux personnes de son âge, c'est aussi affirmer sa liberté aux yeux de tous »²⁴. C'est à dire, c'est une manière de s'exprimer et dire qu'on est là.

[24] LACHANCE, J. (2013), Op. Cit. P.62.

LACHANCE nous explique aussi que le fait de prendre des photos dans des fêtes, anniversaire, cérémonies, etc., est motivé par le désir de magnifier l'instant présent. Ces photos expriment sa présence « je suis là, avec ». L'auteur nous parle de la prescription d'un récit d'une histoire personnelle.

Lorsque Myriam publie ses photos, elle reçoit en échange des « likes » et des commentaires. Pour elle, ces commentaires sont la marque de l'intérêt que lui porte son réseau, ils viennent renforcer l'intérêt de la photo publiée.

Myriam souhaite véhiculer une image de soi, comme étant une personne sociable, qui aime faire s'amuser et partager de scènes de vie. Correspondre au registre de la fête, c'est le profil que Myriam souhaite donner d'elle même sur Instagram et la publication intensive de photographies dans ce contexte, qui renforce sa mise en scène sous le registre de festivité.

- *La mise en scène passionnelle*

Héla, 40 ans est passionnée de cuisine, elle aime prendre des photos des plats qu'elle cuisine.

« J'adore cuisiner, et essayer de nouvelles recettes et bien dresser mes plats pour le plaisir des yeux et je veux les partager les recettes et astuces avec les autres et connaître leur avis ». En effet ces photos suscitent plusieurs réactions de la part de réseau, des commentaires de compliment, d'encouragement ou encore de demande de recettes.

Héla accorde beaucoup d'importance à la mise en scène de ses plats cuisinés. Elle considère que la photographie qu'elle publie est un moyen de

mettre en scène sa passion de la cuisine avec un souci du détail.

Karim, 32 ans est un passionné des beaux paysages aux voyages à travers le monde. Dès son plus jeune âge, Karim aimait déjà explorer le monde et admirer la nature. Une passion qui le suit toujours et qu'aujourd'hui se manifeste parfaitement à travers ses photos.

« J'essaie de partager à ma façon ma vision du voyage, mes rencontres et mes découvertes à travers des photos prises un peu partout dans le monde ».

Karim poste de superbes photos de voyage, mais il donne également des informations sur les lieux qu'il visite. C'est toujours un plaisir, pour son réseau, de voir de nouvelles photos, donc de nouvelles découvertes.

- *La mise en scène humoristique*

Adnen, 50 ans alloue un intérêt tout spécifique à l'humour et adore publier des statuts ou des photos qui vont amuser son réseau.

« Moi, Instagram ce n'est que pour s'amuser, étaler sa vie sur Instagram, ce n'est pas mon truc ».

L'image que Adnen s'est construite sur son profil est purement comique, c'est sa ligne éditoriale.

« Il y a une attente de la part de mon réseau, il est habitué à mes publications humoristiques et je sais que je les fait toujours marrer et puis moi ça ne me dérange pas. »

La notion d'attente évoque l'importance de la ligne éditoriale des utilisateurs et qui est propre à chacun. C'est à dire quand on visite les profils des gens, on sait que dans ce profil je vais trouver tel

genre de lien. Ton réseau s'habitue à ta ligne éditoriale et il t'interpele quand tu t'y éloignes un peu et te ramène à la retrouver à nouveau. Ces interactions ont beaucoup d'importance pour ce genre de profil. Le registre humoristique est au cœur de l'image que Adnen s'est construite sur Instagram, à tel point qu'il s'est implanté comme une ligne éditoriale difficilement contournable.

IX. CONTROLER SON IMAGE DE SOI

Comme nous l'avons constaté, il existe plusieurs manières pour la mise en scène de soi sur Instagram à travers les photos qu'on partage. Le contrôle de l'image de soi qu'on souhaite montrer aux autres, commence par depuis la prise même des photos, son traitement, sa sélection et sa publication.

Mais pourquoi nous publions des mises en scène de soi sur les réseaux sociaux ?

D'après l'analyse des motivations de publications de notre échantillon, nous avons dégagé quatre types de contexte qui poussent l'utilisateur à poster ses photographies.

D'après notre entretien, certains utilisateurs considèrent la photographie comme étant un moyen de fixer un instant présent qui se traduit en image. Il est question donc de « saisir » l'instant présent afin d'en sauvegarder une empreinte et d'avoir la possibilité de la renouveler au moyen d'une image et en lui donnant une forme intelligible qui pourra reproduire les émotions vécues à cet instant de prise de la photographie. La photographie évolue, et devient une trace d'une émotion et d'un souvenir. Et comme le souligne (LACHANCE, (2010)), « La photographie est la peur de perdre le sentiment

présent qui la provoque »²⁵. En effet, la photographie va nous permettre de revivre l'instant passé et nous permettra de reconstruire les événements vécus ainsi que les sentiments associés.

Avec l'avènement de la photographie numérique, la pratique photo a évolué, elle ne sont plus destinées uniquement pour les grands événements, mais s'infligent dans la vie de tous les jours. Certains utilisateurs postent des photos instantanées pour dire « Je suis là », voir même plusieurs photos pendant la journée, décrivant leur journée. Le profil devient une continuation de soi. L'utilisateur publie pour renseigner le quotidien.

Les utilisateurs publient aussi des photographies pour entretenir des interactions avec les autres à travers un « j'aime » ou bien un « commentaire ». La photo se représente comme une discussion entre l'utilisateur et son réseau.

La photographie peut aussi prendre le rôle d'un message entre l'utilisateur et une personne en particulier. Il peut être direct en identifiant la personne sur la photo ou alors implicitement sans que la personne ne soit directement identifiée.

Quel que soit le contexte de publication de la photographie, le plus important pour l'utilisateur est l'interaction. Les interactions sont très attendues par les utilisateurs et sont le cœur même de la mise en scène de soi.

En postant une photo, on est toujours dans l'attente des « j'aime » ou de commentaires. Ces éléments sont importants dans le processus de

[25] LACHANCE, J. (2013), Op. Cit. P.81.

mise en scène de soi. On publie et on veut être rassuré que c'est vu.

Pour approuver une photo (sa qualité, sa technicité, son discours, son souvenir, ce qu'elle évoque, etc.), les utilisateurs le mentionnent par un « j'aime ». C'est une sorte d'un accusé réception, un moyen de voir que la publication a été consultée et validée par le « réseau ». Cependant l'utilisation des « j'aime » pour une ancienne photo est très mal vue « *Oh, elle a liké mes vieilles photos de 2014 !* ».

Laisser un commentaire prend plus de temps que le « like », c'est pour cette raison que les utilisateurs se tournent vers le « j'aime » qui s'avère plus populaire. Bien que le commentaire a plus d'importance aux yeux de celui qui a posté la photo. La publication peut aussi ne pas avoir d'interaction. Ce qui dérange celui qui l'a posté.

X. SYNTHÈSE ET CONCLUSION

Grâce aux entretiens menés, la mise en scène de soi sur Instagram est stimulée par les réactions qui découlent du partage d'une photo. La photo se transforme en un moyen de communication, qui permet de montrer en image des moments de la vie quotidienne. C'est un moyen de se mettre en scène en image.

GOFFMAN (1973) aborde dans ses recherches, des notions d'interaction et d'identité. L'auteur considère les interactions comme des « jeux » où les acteurs manipulent, contrôlent les informations diffusées, en modérant les photos postées, les utilisateurs maîtrisent le pouvoir sur leur identité et appuient l'attention portée sur eux par les autres. L'auteur évoque aussi de la

préservation de leur « face », ils doivent être en mesure de choisir la face qu'il présentera aux autres et de partager la meilleure image d'eux mêmes.

L'interaction et le contrôle de son image ont évolué. On parle maintenant d'interactions virtuelles, qui semblent être importantes dans le processus de mise en scène de soi. Cependant l'application Instagram devient un miroir de ce que l'on veut dévoiler, protégé par un filtre qui ne laissera passer que ce que l'on estime être le meilleur de soi.

Le profil sur les réseaux sociaux est devenu une carte d'identité. Les usagers d'Instagram publient des photos pour les autres et suscitent des interactions virtuelles.

Plusieurs sociologues ont travaillé sur les réseaux sociaux et les modes de présentations de soi. Toutefois, aucune recherche n'a abordé la représentation de soi par le biais de photographies.

Dans cet article, nous avons pu constater la diversité des profils et l'importance de la photographie dans la mise en scène de soi sur Instagram.

BIBLIOGRAPHIE

- [1] Bourdieu, P. (1965). Un art moyen essai sur les usages sociaux de la photographie. Paris, Éditions de Minuit.
- [2] Barthes, R. (1980). La chambre Claire note sur la photographie. Paris: Cahiers du cinema.
- [3] Beuscart, J.-S. (2009). Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus? Réseaux, (2), 91-129.
- [4] Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité. Un essai de crutographie du web 2.0. Réseaux, 152, 93-137. <http://dx.doi.org/10.3917/res.152.0093>.
- [5] Coutant, A.e.T.S. (2010), Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques, Les Enjeux de l'information et de la communication, 2010, pp. 45-64.
- [6] Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. Réseaux, 154, pp. 165-193.
- [7] Goffman, E. (1973). La mise en scène de la vie quotidienne: La présentation de soi. Paris, Les Éditions de Minuit.
- [8] Gunthert, A., (2015), La consécration du selfie, Une histoire culturelle, Etudes photographiques, n°32. <http://dx.doi.org/DOI:10.3917/res.154.0165>
- [9] Jauréguiberry, F. et Proulx, S. (2011). Usages et enjeux des technologies de communication, Toulouse : Éditions Érès.
- [10] Lachance, J. (2013). Photos d'ados: à l'ère du numérique. Presses de l'Université Laval.
- [11] Marchand, S., (2016), Instagram ou la dictature consentie, Genre, sexualisation et marketing sur le réseau de l'image carrée, Mémoire à l'Université de Toulouse Jean-Jaurès, Master 1 Arts du spectacle, communication et médias, obtenu avec autorisation de l'auteur
- [12] Paillard, J. (2014), La "photo ordinaire: récit des banalités quotidiennes sur les réseaux sociaux en ligne. Analyse des usages photographiques sur Instagram, Sciences de l'information et de la communication.
- [13] Proulx, S. et Millerand, F. (2010), Le Web social : au carrefour de multiples questionnements. Dans Proulx, S. et Millerand, F., Web Social: Mutation de la Communication (pp. 13-30). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- [14] Proulx, S., Millette, M., Heaton, L. et Acfas. Congrès., (2012), Médias sociaux: enjeux pour la communication, Presses de l'Université du Québec.
- [15] Sarachan, J. (2010). Profile picture, right here, right now. Facebook and Philosophy.