

**ALEXIA GERARD**

Sous la direction de Boris du Boullay et Alexia de Oliveira Gomes  
DSAA Design Graphique et Narration Multimédia  
2020

# **L'AUTO PORTRAIT À L'ÈRE DU SMARTPHONE**





Je tiens d'abord à exprimer toute ma reconnaissance à mes tuteurs Boris du Boullay et Alexia de Oliveira Gomes pour leur encadrement, leur disponibilité ainsi que leur soutien tout au long de mes recherches.

Je remercie également Delphine Gaulty, Anne Mortal et toute l'équipe enseignante pour leurs conseils et leurs encouragements.

Enfin, j'adresse toute ma gratitude à ma promotion de DSAA, ainsi qu'à toutes les personnes qui ont contribué à l'aboutissement de ce travail de recherche.

# REMERCIEMENTS

**4 Remerciements**

**6 Sommaire**

**8 Introduction**

**12 Partie 1**

**De Narcisse au selfie : l'évolution de l'autoportrait**

- a) Regard sur soi et signature - 14
- b) La peinture : l'émergence du genre pictural - 20
- c) La valeur ajoutée de la photographie - 30

**36 Partie 2**

**Moi dans la société : se représenter à travers l'écran**

- a) Spectacle et mise en scène - 38
- b) La performance : tension entre l'intérieur et l'extérieur - 44
- c) Question de clairvoyance - 52

**62 Partie 3**

**Stéréotypie de l'image : tous les mêmes ?**

- a) Le facteur démographique - 64
- b) Le contexte social - 70
- c) Un environnement digital unique - 80

**86 Conclusion**

**Ce qu'il reste de la personnalité dans l'autoportrait**

**88 Bibliographie**

**90 Sitographie**

# SOMMAIRE



Fig. 1 et 2 : Apple, Iphone 11 Pro, Site Web, Impression d'écran, 2019.

Voilà maintenant une décennie que les smartphones sont arrivés sur le marché. Dès le début, ces appareils ont eu l'ambition de révolutionner la téléphonie, voire de surpasser les outils technologiques construits jusqu'alors. Cette évolution passe par le développement d'innovations inédites ou encore inaccessibles du grand public. L'usage photographique par exemple, compte parmi les pratiques transformées par le smartphone.

Avant l'émergence de ces appareils d'un nouveau genre, l'outil photographique était déjà présent sur plusieurs téléphones portables. Mais la véritable évolution se produira en 2010, lors de la présentation de l'iPhone 4, premier smartphone à posséder une caméra frontale. Depuis, beaucoup de marques ont rivalisé d'innovation pour concevoir des caméras toujours plus performantes. Il a consécutivement été possible déclencher la prise de vues grâce à une pression de la main, une voix ou un sourire. La sortie récente de l'iPhone 11 a provoqué un nouvel engouement. En effet, celui-ci possède un dispositif photographique très différent de ces semblables. Trois objectifs (téléobjectif, grand-angle et ultra grand-angle), réglages de l'ouverture et de la focale, profondeur de champ (**fig.1 et 2**) : tout autant de réglages permettant d'atteindre, selon le fabricant, la meilleure qualité d'image sur smartphone<sup>1</sup>.

La photographie sur mobile est devenu un argument de vente de taille pour se distinguer dans ce marché de la téléphonie, et pour cause : le perfectionnement de ces caméras frontales a été un pivot important dans le développement de l'autoportrait contemporain. Cette évolution technique a d'ailleurs alimenté en grande partie la culture du selfie que l'on connaît aujourd'hui.

# INTRODUCTION

<sup>1</sup>« Jamais vous n'avez eu un tel appareil photo entre les mains », Iphone 11 Pro : <https://www.apple.com/fr/iphone-11-pro/>

Parmi les autres facteurs qui ont contribué à cette expansion, les réseaux sociaux occupent une place importante.

Même si les premiers sont apparus dans les années 90<sup>2</sup>, ce ne sera qu'en 2003 que ces réseaux ont rendu accessible les interactions et les échanges entre utilisateurs sur Internet, créant ainsi un nouveau moyen de communication incontournable.

De plus en plus d'images ont commencé à circuler sur Internet, notamment ces selfies, ces photos de soi réalisées à l'aide de son smartphone, prises sur le vif, dans un contexte particulier ou non. Cette évidente accessibilité de la prise de vues fixe de nouvelles règles et contraintes inédites dans la représentation de soi.

Le développement de ces appareils mêlé à l'émergence des moyens de diffusion que sont les réseaux sociaux ont favorisé l'invention de ce nouveau genre photographique.

Ils initient une nouvelle intuition ainsi que de nouvelles méthodes de construction de la représentation.

<sup>2</sup>TheGoble.com  
ou SixDegrees.com  
par exemple

D'ailleurs, si l'on s'intéresse à l'idée que nous nous faisons d'un autoportrait en règle général et à travers le temps, les pratiques actuelles semblent être en marge, et posent ainsi de nombreuses questions.

*En quoi le relais des images par les écrans transforme le genre ?  
Quelles sont les contraintes et les conséquences liées  
à l'accessibilité de l'autoportrait par le selfie ?  
Ou plus simplement, en quoi les outils contemporains  
ont transformé l'auto-représentation ?*

Nous commencerons dans un premier temps par étudier ce chemin global autour de l'autoportrait, ce qui a construit le genre à travers l'histoire, et quels en sont les facteurs caractéristiques qui nous amènent à questionner les pratiques actuelles. Cela nous amènera ensuite à la place de l'individu dans sa propre représentation, la place de l'écran, celle du moyen de diffusion, ainsi que l'impact de la visibilité. Puis nous étudierons la tension entre la singularité et la stéréotypie de l'image dans les représentations contemporaines.

**PARTIE 1**  
DE NARCISSE  
AU SELFIE :  
L'ÉVOLUTION DE  
L'AUTO PORTRAIT

# A) REGARD SUR SOI ET SIGNATURE

L'autoportrait est généralement admis comme un « portrait d'un artiste réalisé par lui-même<sup>3</sup> ». À notre époque, cela peut englober une huile sur toile de la Renaissance, une sculpture de l'Égypte antique ou un selfie; mais il est évident que cette notion s'est construite progressivement, au fil des siècles.

Il paraît donc indispensable d'étudier ses origines et son évolution afin de comprendre en quoi l'autoportrait d'aujourd'hui crée une telle rupture avec l'histoire des arts. Cela passe par différents processus, et surtout différents courants de pensée et de nombreuses avancées techniques.

Il semble impossible de parler d'auto-représentation sans commencer par parler d'image de soi. Pour représenter un homme, la solution la plus évidente semble d'abord de se regarder. S'étudier, tenter de comprendre son corps et son comportement, pour représenter le genre humain en général. La perception de soi et des autres est un sujet complexe qui fascine depuis bien longtemps, on le retrouve d'ailleurs tout au long de l'histoire de l'art. Il a même été au cœur de plusieurs mythes, notamment celui de Narcisse.

Il existe de nombreuses formes et variantes de ce mythe, mais la plus détaillée et la plus reprise d'entre elles reste celle rapportée dans le Livre III des Métamorphoses d'Ovide.

De nombreux faits sont énoncés dans la chorologie mise en place par l'auteur, mais la partie qui illustre le mieux notre notion semble être celle où Narcisse se découvre à travers son reflet. En voyant son image dans l'eau, il est immédiatement captivé. Il se contemple.

<sup>3</sup>Selon le Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL)

*(...) Ses yeux aussi brillants que deux astres, sa chevelure, digne de Bacchus et d'Apollon, ses joues, ombragées d'un léger duvet, son cou d'ivoire, sa bouche gracieuse et son teint, où la blancheur de la neige se marie au plus vif incarnat : il admire les charmes qui le font admirer<sup>4</sup>.*

Il veut s'en saisir, l'embrasser, mais c'est un désir vain. Il se met à pleurer mais ses larmes viennent troubler la surface lisse, ce qui déforme son image. Ainsi, affolé par la hantise de ne plus pouvoir se contempler, Narcisse se perd dans sa propre image et se noie. Ce mythe a son importance dans notre sujet car il permet d'introduire la notion d'image de soi qui, par extension, contribuera plus tard au développement de l'autoportrait. Mais cela ne reste qu'une étape. Il est vrai que la version que nous propose Ovide contient un grand nombre d'éléments qui appuie ce jugement : une grande partie descriptive et analytique du personnage, une introspection profonde, la multiplicité des points de vue et perceptions... Mais cela semble insuffisant pour le rapprocher de la future démarche de l'autoportrait (d'autant que Ovide n'est pas Narcisse). Cependant, il faut admettre que jusqu'alors, très peu de textes avaient été écrits autour de cette thématique, du moins pas avec autant de précision<sup>5</sup>.

Même s'il est difficile d'identifier ce mythe comme le début de l'autoportrait, l'analyse autour de l'image de soi qui ressort de cet écrit constitue une passerelle, qui mènera ensuite à la représentation de soi. Il est annonciateur des premiers écrits présentant des auto-descriptions.

L'origine, ou même la nature, de ces premières autobiographies est complexe à déterminer, car ce mot n'a en réalité été utilisé que tard, longtemps après le début de la pratique et l'apparition du genre. On ne l'étends pour la première fois qu'au début du XIX<sup>e</sup> siècle. Difficile alors de définir quelque chose que l'on ne connaît pas.

<sup>4</sup>Ovide, Les Métamorphoses, Livre III, Traduction Louis Puget

<sup>5</sup>La référence qu'incarne les Métamorphoses d'Ovide a pu largement mettre en valeur ce mythe et alimenter sa symbolique. Aujourd'hui encore, une jolie fleur tournée vers les eaux porte son nom.



L'émergence de ce terme est cependant intéressante à explorer, car elle montre que son acceptation comme un genre littéraire et artistique fut longue.

En Allemagne, il a d'abord été rallongé et complété par un trait d'union, *Selbst-biographie*, puis sous une forme simplifiée, *Self-biography*. Mais ce mot composé à consonance saxonne a durant longtemps été rejeté par le pays, le jugeant trop prétentieux et savant. Puis, de nombreux poètes l'utilisateur dans les années 1810, lui donnant une seconde vie. Il rentrera dans le dictionnaire français en 1842, soit 30 ans plus tard. Ce qui n'empêchera pas plusieurs auteurs de conserver ce terme, et surtout d'associer ce genre à une catégorie de biographie, et non à un genre à part entière.

Cette croyance est en partie alimentée par la narration imposée par ce type d'écriture. Contrairement à la littérature traditionnelle, composée du point de vue de l'auteur, du narrateur et du personnage, l'écriture autobiographique oscille entre ces trois aspects. Même si l'auteur reste au cœur du sujet en racontant sa propre vie, il se doit de prendre du recul sur sa propre histoire et d'y apporter un regard critique, une forme de scénario. C'est cette pluralité des points de vue qui apporte cette ambiguïté : une seule et même personne doit apporter trois points de vue et partis-pris différents sur une seule situation.

Le pacte autobiographique mis en place par Philippe Lejeune viendra bien plus tard clarifier ce concept, en proposant une charte venant expliciter la compréhension ainsi que le lien entre l'auteur et le lecteur. Mais en attendant les années 70, où Lejeune exposera sa théorie, la limite entre ces deux genres (biographie et autobiographie) reste floue pour le plus grand nombre.



Fig. 1 : L'Apologie de Hattusili III, écrit par Hattusili III, 1267-1237 av. J.-C., Tablette d'argile, Musée d'archéologie de Istanbul, Turquie.

Ainsi, il semble difficile de définir de quand datent les premiers écrits, car ils n'étaient pas encore vus en tant que tel. Aujourd'hui, le texte le plus souvent considéré comme la première autobiographie est l'*Apologie de Hattusili III (fig. 1)*, écrit et mettant en scène le roi du même nom, dans l'actuelle Turquie, entre 1267 et 1237 av. J.-C. Ce texte raconte son ascension au trône et la manière dont les dieux l'ont aidés à diriger son peuple.

Les racines de l'autobiographie semblent appuyer sur cette notion d'image de soi, mais surtout sur l'idée de la représentation. On y voit son auteur, certes, mais d'autres données sont aussi mises en lumière, comme le contexte par exemple. Montrer quelqu'un permet aussi de montrer son environnement, les autres, la société dans laquelle il évolue, sans qui l'individu ne serait en fait qu'une figure. Pour représenter Hattusili III, on parle forcément de son peuple.





Fig. 2 : **Rassemblement des Argonautes**, Cratère attique à figures rouges, 460–450 av. J.-C., Céramique, Musée du Louvre, France. Exemple de céramique attique grecque, où l'auto-représentation était la plus commune.



Fig. 3 : **Le petit bateau**, 3ème millénaire av. J.-C., Bas-relief polychrome, Première salle du mastaba de Nikaouisési, Saqqarat, Egypte.

Cette tension entre l'image (définissant la personne à proprement parler) et la représentation de soi (comprenant le contexte) se répercute d'ailleurs sur l'évolution de l'autoportrait. Il a d'ailleurs connu une apparition en plusieurs étapes, influencée et nuancée par l'émergence de ces questions.

D'abord, on pouvait assimiler cela à de la figuration. L'artiste ayant besoin de formes humaines pour représenter des scènes avait comme solution la plus évidente d'utiliser son apparence, pour y restituer des mesures, une morphologie, la manière dont était construite un corps, ou même un comportement.

Cela se remarque autour du Vème siècle avant J-C, notamment dans la peinture, la sculpture ou la céramique de la Grèce (**fig. 2**) et de l'Égypte antique (**fig. 3**). Cette étape constitue une évolution importante dans l'émergence de la représentation de soi, car elle permet aux hommes de prendre du recul sur eux-mêmes et d'y apporter un regard différent qu'auparavant. Ces pratiques artistiques ainsi que les réflexions amenées par de nombreux philosophes ont aussi donné naissance aux fameux canons de beauté, qui trouveront leurs places au cœur de futures constructions artistiques.

Ensuite, plus que de simples figurants, on peut observer quelques travaux où l'on voit l'artiste au travail. On y voit l'artiste dans son contexte, en train de représenter la scène qui se déroule sous ses yeux.

Ce type de représentation peut attester de deux volontés artistiques. D'abord, comme une preuve de la véracité de la scène. Cette remarque vaut pour la Grèce et l'Égypte antique, mais est encore plus flagrante dans la culture chrétienne et sur les représentations du Christ. L'artiste est présent, dans son enveloppe mortelle : nous pouvons ainsi supposer que la représentation du Christ est elle aussi réelle, sur un pied d'égalité avec les autres protagonistes. Le but ici n'est pas de le mettre en valeur, mais plus d'authentifier le tableau et la scène, par la signification de l'artiste.

Dans ce type de démarche, la question du regard sur soi est assez ambiguë. L'important est-il sa présence ou la manière dont il se représente ? Une sorte d'apparition peu affirmée de l'artiste dans ces cas-là. Mais dans d'autres œuvres, la justification de la représentation de l'auteur est tout autre.

Dans une époque où la place et le statut de l'auteur sont encore flous, certains n'hésitent pas à se faire figurer pour attester la création et la propriété de l'œuvre, comme une signature. Il devient presque normal à partir de la Renaissance de se faire figurer dans ses tableaux, au même titre que le commanditaire de la toile ou son donateur. C'est une sorte de symbole, d'authentification appuyant l'originalité de la production. De plus, se faire apparaître parmi d'autres figurants et se fondre dans la masse pose des questionnements autour de son image : dois-je être sur un pied d'égalité avec les autres ou me faire sortir du lot ?

De nombreux indices mènent à penser que l'autoportrait est quelque chose d'inscrit dans les moeurs artistiques depuis bien longtemps. Cependant, il est encore très loin d'avoir une place privilégiée dans la représentation, ou même de constituer un genre à part entière comme c'est largement le cas aujourd'hui.

Dans la plupart des exemples, cela constitue surtout une preuve, comme si cette représentation venait appuyer la véracité d'un propos, voire le relater. Mais la peinture apportera plus tard d'autres questions et problématiques liées à l'autoportrait, permettant d'envisager d'un nouvel oeil le genre artistique.

## B) LA PEINTURE : L'ÉMERGENCE DU GENRE PICTURAL

La Renaissance se présente comme l'une des périodes ayant le plus importé dans l'émergence de l'autoportrait. C'est à ce moment précis que la pratique commence à se faire une place dans le domaine artistique, notamment en peinture. Même si, à priori, l'autoportrait existe déjà dans certains pays d'Europe au début du XV<sup>e</sup> siècle, comme peuvent le témoigner les tableaux de Jan Van Eyck, c'est à la fin de celui-ci que le genre se fera vraiment connaître.

Le perfectionnement du système de miroiterie rendra encore plus accessible le regard sur soi, et donc l'autoportrait, comme on pourra le voir de manière évidente (**fig. 4**) durant cette période. Son apogée ne s'est pas déroulée au même rythme selon les pays, mais c'est ce qui consolidera les origines du genre.

Les premiers grands noms associés à la création de l'autoportrait se placent en Allemagne, en Flandres et aux Pays-Bas aux alentours de 1500. Parmi eux, Albrecht Dürer.



Fig. 4 : Parmigianino, Autoportrait dans un miroir convexe, Huile sur panneau convexe, 24,4 × 24,4 × 24,4 cm, 1524, Musée d'Histoire de l'Art de Vienne, Autriche.

Fig. 5 : Albrecht Dürer, Autoportrait, Huile sur toile, 66.3x 49 cm, 1500, Alte Pinakothek, Allemagne.



Dürer<sup>6</sup> est un dessinateur, graveur et peintre allemand qui, grâce à ses connaissances, a pu réellement théoriser et penser l'art, ce qui lui valut de son vivant une renommée importante. Il développe assez tôt son goût de l'autoportrait, et s'amuse à se représenter sous de nombreuses formes dès 1495. C'était pour lui une manière de réfléchir et de questionner son environnement, en plus de sa personne.

Vers 1498, il comprend sa responsabilité et son impact social en tant qu'artiste<sup>7</sup> et c'est sans doute cette prise de conscience qui fit émerger l'un de ses autoportraits les plus célèbres (**fig. 5**).

<sup>6</sup>Né en 1471 et mort en 1528. De par ses nombreux voyages, il s'intéressera vivement à l'Italie, la France, la religion, les titres de noblesses, la société dans laquelle il vit, et c'est en partie ce qui lui amènera à acquérir son grand savoir.

<sup>7</sup>On notera notamment son Autoportrait aux gants, où il se représente en noble vénitien, critiquant ainsi la manière de représenter la noblesse.

C'est une huile sur bois peinte en 1500, mesurant 66,3 cm de haut pour 49 de large. Il s'agit de l'une de ces toiles les plus marquantes, de par sa claire ressemblance avec le Christ, ou plus globalement, ses points communs avec la peinture religieuse. Ces similitudes se trouvent dans l'évidente symétrie de la toile, les couleurs sombres et la position adoptée par l'artiste : de face, devant le spectateur, une main légèrement relevée, préparant l'acte de la bénédiction, posture plutôt inédite dans l'autoportrait ou même le portrait<sup>8</sup>. On notera également l'absence de contexte, pourtant très important dans la peinture classique. Celui-ci permet en général de mettre en abîme l'artiste dans l'espace et le temps. Ici on voit simplement des annotations<sup>9</sup>. Ainsi le regard du spectateur peut se concentrer sur la personne, encore un point commun avec les représentations du Christ, qui reste un élément central.

Nous pouvons voir grâce à d'autres autoportraits que beaucoup de détails sur son visage ont été ré-ajustés pour atteindre une parfaite symétrie : la couleur de ses cheveux, la forme de son nez, sa barbe... Pourquoi se risquer à se représenter ainsi, alors que cela pourrait être considéré comme blasphématoire ? Selon plusieurs sources, il semblerait que Dürer n'ait pas choisi cette transformation pour exprimer son ego mais plutôt comme une marque d'appartenance. « C'est probablement son adhésion à cette spiritualité très en vogue en 1500 que Dürer a voulu affirmer en imitant le Christ dans son apparence physique<sup>10</sup>... ».

Ce tableau reste dans l'imaginaire collectif l'un des plus emblématiques de l'artiste, pour toutes les raisons que nous venons évoquer, mais aussi pour le travail des expressions qu'a mené l'artiste à travers son œuvre. Mais nous y reviendrons plus tard.

L'un des autres grands noms ayant contribué au développement du genre est celui de Rembrandt<sup>11</sup>. Il est généralement le premier nom que l'on cite lorsque l'on parle d'autoportrait.

Son œuvre extrêmement riche se compose en grande partie d'auto-représentation. On en dénombre une centaine sous la forme de peinture, d'eaux fortes ou de dessins, le tout entre ses 21 ans et ses 72 ans (quelques mois avant sa mort). Les expressions, la posture : de nombreux éléments peuvent laisser penser qu'en réalité Rembrandt ne se servait de lui qu'en modèle lui permettant d'explorer le corps humain, c'est une figure disponible. C'est sans doute ce qui lui permettra aussi par la suite de créer des portraits d'une qualité remarquable. Représenter le naturel à travers l'image de soi est également une manière d'envisager le monde qui l'entoure.

D'ailleurs, selon Van Gogh,

**« les portraits peints par Rembrandt...  
c'est plus que la nature, ça tient de la révélation<sup>12</sup> ».**

On peut comprendre à travers cette phrase (outre une profonde admiration de la part de Van Gogh) une réelle étude du naturel menée par Rembrandt, pour le faire transparaître, comme s'il s'agissait d'une nouvelle lecture du monde, et plus uniquement d'une représentation. Ce parti-pris n'est pas nouveau dans l'autoportrait, car il reste de toute manière impossible de réellement reproduire le réel, mais il reste rare que cela soit aussi évident.

En parlant d'évidence, l'un des grands points communs entre l'œuvre de Dürer et celle de Rembrandt se trouve dans l'étude des expressions. C'est un sujet au cœur de chacune de leurs œuvres, mais ils ont des manières différentes de les appréhender. Pour Dürer, il est extrêmement difficile de se représenter dans la réalité, sans mise en scène. Il se place comme un personnage de ses propres toiles, et non en tant que lui-même. C'est ce qui lui permet à la fois d'explorer un tas d'expressions différentes, mais sans réellement montrer qui il était vraiment. C'est une pratique extrêmement différente de Rembrandt qui semble montrer un fort intérêt pour le « vrai », comme a pu le réaffirmer Van Gogh. La représentation de la réalité est ce qui l'intéressait le plus dans ces œuvres, et la manière dont il dépeint les expressions n'échappe pas à la règle. Son corps lui sert de modèle pour montrer l'humanité et sa propre vie. Ainsi ces autoportraits et l'étude de ses expressions peuvent être considérés comme une introspection.

Pour apporter une conclusion à cette étude autour de ces deux artistes, nécessairement incomplète, il semble intéressant de noter qu'il s'agit là de la preuve d'une analyse bien plus profonde que simplement celle du corps et de l'esprit de l'auteur : celle de l'humanité tout entière, transcendée à travers un échantillon d'individu. Dürer et Rembrandt n'en sont que les exemples les plus flagrants, mais se confirme dans les autres pays d'Europe.

<sup>8</sup>Jusqu'à présent la manière la plus courante de représenter une personne était légèrement de profil. Il est possible de rapprocher ce changement avec le perfectionnement de la miroiterie cité précédemment.

<sup>9</sup>À gauche son monogramme lui permettant de signer sa toile, à droite son nom et le date de création de l'œuvre.

<sup>10</sup>Les yeux d'Argus : « Autoportrait à la fourrure » d'Albrecht Dürer : <https://lesyeuxdargus.wordpress.com/2014/10/06/autoportrait-a-la-fourrure-dalbrecht-durer/>

<sup>11</sup>Né en 1606 et mort en 1669 en Provinces-Unies (actuel Pays-Bas), il est considéré comme l'un des peintres baroque les plus importants et l'un des plus grands aquafortiste de l'histoire.

<sup>12</sup>Vincent Van Gogh, *Lettre à Théo*, juillet 1883

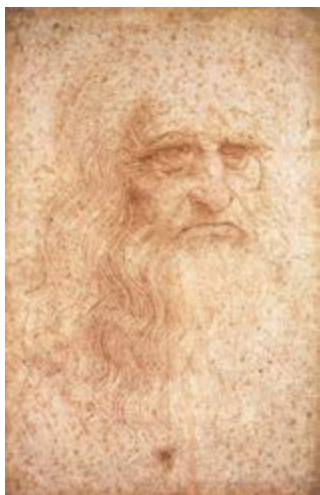


Fig. 6 : **Léonard de Vinci**,  
Autoportrait, Dessin  
à la sanguine sur papier,  
33,3 x 21,4 cm, 1512,  
Bibliothèque Royale  
de Turin, Italie.

Fig. 7 : **Michel-Ange**,  
Le Jugement Dernier, Fresque,  
1370 x 1220 cm, 1536 à 1541,  
Chapelle Sixtine, Vatican.

Fig. 8 : **Paul Véronèse**,  
Les Noces de Cana, Huile  
sur toile, 677 x 994 cm, 1563,  
Musée du Louvre, France.

Fig. 9 : **Diego Velázquez**,  
Les Ménines, Huile sur toile,  
318 x 276 cm, 1656-1657,  
Musée du Prado, Espagne.

En Italie, on considère que l'autoportrait de Pérugin est le premier à être produit, vers 1500. Mais malgré les grands noms qui se prêteront à l'exercice, très peu de grands peintres de la Renaissance deviendront adeptes de la pratique à ses débuts. On notera tout de même un dessin de Léonard de Vinci en 1512 (**fig. 6**). Plusieurs œuvres de Michel-Ange, des sculptures, ou évidemment son visage dans *le Jugement dernier* de la chapelle Sixtine (**fig. 7**), peint entre 1536 et 1541. Raphaël se représentera également dans plusieurs scènes bibliques, notamment *l'École d'Athènes* en 1510. Quelques portraits de Titien, se représentant lui-même, ou encore Véronèse qui se fera figurer dans *les Noces de Cana* (**fig. 8**) vers 1563. L'auto-représentation resta très informelle et n'eut pas encore d'intérêt profond pour ces artistes, qui jusqu'alors répondaient majoritairement à des commandes. Annibal Carrache fut le seul pour qui sa propre représentation devint rapidement un sujet de prédilection, dès la fin du XVI<sup>ème</sup> siècle. À cheval sur deux mouvements artistiques très opposés, sa pratique de l'autoportrait se distingue par son éclectisme<sup>13</sup>. Il est l'un des premiers peintres italiens à produire autant d'autoportraits, et son évolution picturale ne font qu'enrichir ses toiles et montrer le champ des possibles de l'auto-représentation. Son œuvre hétéroclite permet de montrer que la pratique peut se transformer, et qu'en fonction des courants, la manière de se voir et de se représenter peut évoluer.

En Espagne, on compte quelques autoportraits de Murillo, Zurbarán, toujours sous une forme religieuse. Mais le plus renommé de cette époque<sup>14</sup> reste *Les Ménines* (**fig. 9**), peint par Diego Velázquez en 1656.

Il s'agit d'un portrait de famille, précisément celle de Philippe IV. Cette toile est extrêmement connue et commentée pour sa composition originale et ses mystères, mais ce sont surtout les protagonistes qui nous intéressent ici. Grâce à un miroir situé à l'arrière de la scène, nous comprenons que notre point de vue est celui du Roi ou la Reine. À travers leurs yeux, nous découvrons la présence de l'artiste à leurs côtés. Il se tient droit, palette à la main, et il a le visage faisant face au spectateur, comme s'il le regardait. La question est donc la suivante : qu'est-ce qui justifie l'artiste de se représenter ainsi dans cette toile, pourquoi en particulier dans cette situation ? Comme l'a suggéré l'historienne de l'art Svetlana Alpers sur le site de l'UCB<sup>15</sup>, le fait de se représenter en compagnie de la royauté, ou plus globalement la richesse, permettrait à Velázquez de témoigner de sa condition d'artiste et son statut social. L'artiste dénonce ici la manière dont sont globalement « traiter » les artistes de cette période<sup>16</sup>, notamment en Espagne.

<sup>13</sup>Il débute sa carrière avec des toiles stylisées, presque brutes, que l'on peut facilement rapprocher du baroque. Puis son style se développera et amorcera ce qui deviendra le classicisme. Sa pratique, devenue très lisse, donne d'ailleurs un second souffle à la représentation du paysage. Selon Yves Bonnefoy, critique d'art contemporain, ces « milles paysages composés vont bientôt répandre la souvenance mélancolique du pays perdu de toute harmonie ».

<sup>14</sup>S'il peut être considéré comme un autoportrait.

<sup>15</sup>Université de Californie à Berkeley

<sup>16</sup>Un statut social faible, peu de reconnaissance vis-à-vis de ses productions, considérées comme de simples travaux de représentation et non comme des œuvres à part entière.

<sup>17</sup>Peintre et dessinateur néerlandais né en 1853 et mort en 1890. Parmi les artistes qu'ils admirent se trouvent majoritairement des peintres impressionnistes, pointillistes, on note même son intérêt pour les estampes japonaises. On connaît déjà son admiration pour Rembrandt, mais on peut aussi noter son intérêt pour les travaux de Millet, Delacroix, Monet ou Cézanne, plus inscrits dans son époque.

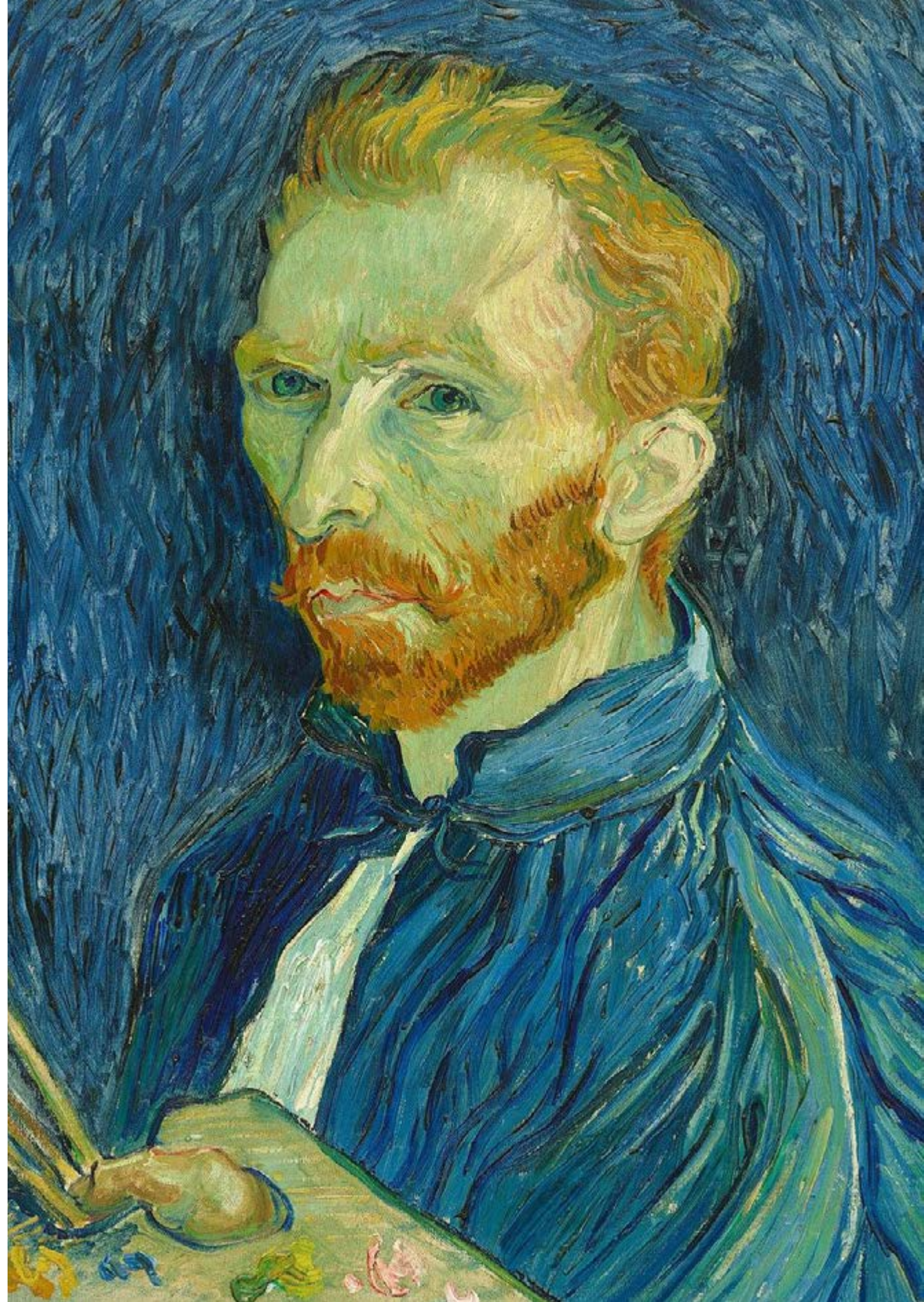
<sup>18</sup>Cornelia Homburg, *Les Trésors de Van Gogh*, Suzanne Bélanger Communications, octobre 2007.

Fig. 10 : Vincent Van Gogh,  
*Autoportrait avec palette*,  
Huile sur toile, 1889,  
National Gallery of Arts,  
Etats-Unis.

Grâce à la Renaissance, la pratique trouve un second ressort qui permet d'affirmer encore plus les volontés déjà présentes à l'Égypte et la Grèce antique, autour du questionnement de soi, son image, sa représentation, mais aussi celle de la société. Après cette période, beaucoup de grands maîtres de la peinture ont produit des autoportraits, mais il semble intéressant de noter l'impact particulier qu'a eu ensuite l'expressionnisme sur le genre, et particulièrement l'élan donné par Van Gogh.

Inutile de rappeler que Van Gogh<sup>17</sup>, comme Rembrandt et Carrache avant lui, a laissé derrière lui de nombreux autoportraits, le mettant en scène dans différentes situations, trente-sept au total. On suppose que ces œuvres avaient des fins expérimentales, lui permettant de tester les techniques artistiques qu'il découvre (cela expliquerait aussi pourquoi ces toiles sont en général de petite taille<sup>18</sup>). On peut aussi imaginer que cette observation de lui-même sous différentes coutures l'ai aidé dans son introspection, lorsque l'on sait les périodes difficiles qu'a connu l'artiste.

Cependant, malgré les circonstances, Van Gogh a longtemps encouragé la pratique de l'autoportrait, car il la jugeait particulièrement en phase avec les valeurs, les partis-pris et l'esthétique du mouvement expressionniste, basé sur la retranscription du subjectif dans la réalité (**fig. 10**).



Il donne à de nombreux autres artistes expressionnistes et fauvistes l'initiative de l'autoportrait, Edvard Munch (**fig. 11**) ou Egon Schiele (**fig. 12**), mais cela ne s'arrête pas ici. L'élan ne cesse pas après l'expressionnisme, et devient même capital avec l'évolution de la société. Des artistes comme Frida Kahlo (**fig. 13**) ou Francis Bacon (**fig. 14**), choisissant l'autoportrait comme échappatoire et comme moyen d'expression privilégié, ré-interrogeront même le genre en replaçant l'image au cœur de la représentation et en le confrontant à des mouvements plus abstraits.

D'ailleurs, une question reste autour de ce genre de représentation, qui n'est qu'arrivée que très progressivement mais qui semble primordiale : la tension entre le portrait et l'autoportrait.

Évidemment, outre la question de l'introspection dans l'autoportrait, celui-ci facilite la représentation du corps et du visage humain, vu que le modèle est tout le temps disponible. Mais, comme on a pu le voir, il s'agissait durant longtemps d'autoportraits inconscients. En tant que simple figure humaine, l'identité importait encore très peu. Cependant, lorsque cette question du regard sur soi a émergée, de nouvelles problématiques se sont adjointes à la pratique. Pourquoi choisir de se représenter soi-même plutôt que de se faire représenter par quelqu'un d'autre ?

Un premier élément de réponse serait la question du point de vue. Tout le monde possède son propre jugement, volontairement ou non, et c'est aussi le cas des artistes. Lorsque l'on représente quelqu'un, on porte un jugement sur cette personne, et cela influe inévitablement sa représentation, et ce pivot ne peut être évité.

La peinture et les différents courants artistiques ont permis à la représentation de s'effectuer de beaucoup de manières : figurative, objective, imagée ou non. Mais on peut tout de même entrevoir une ligne directrice dans la conception, liée aux contraintes des supports, comme la peinture, le dessin ou la sculpture. Ces normes seront remises en cause à l'arrivée de l'appareil photographique.



**Fig. 11 : Edvard Munch,**  
*Autoportrait avec une bouteille de vin*, Huile sur toile, 110 x 120 cm, 1907, Musée Munch, Norvège.

**Fig. 12 : Egon Schiele,**  
*Autoportrait avec un récipient noir*, Huile sur panneau, 27,5 x 34 cm, 1911, Kunsthistorisches Museum, Autriche.

**Fig. 13 : Frida Kahlo,**  
*Autoportrait au collier d'épines et colibri*, Huile sur toile, 61,25 x 47 cm, 1940, Musée des Beaux-Arts de Boston, États-Unis.

**Fig. 14 : Francis Bacon,**  
*Autoportrait*, Huile sur toile, 35,5 x 30,5 cm, 1971, Centre Georges Pompidou, France.

## C) LA VALEUR AJOUTÉE DE LA PHOTOGRAPHIE

Impossible de retracer l'histoire de l'autoportrait sans parler de photographie, car en plus d'être l'une des plus grandes avancées techniques de ces derniers siècles, ce procédé a inscrit de nombreuses normes et contraintes encore applicables dans l'autoportrait contemporain.

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, le procédé de capture d'image ne date pas du XIX<sup>ème</sup> siècle, mais est beaucoup plus ancien. On a par exemple retrouvé des traces de la chambre noire<sup>19</sup> et du sténopé entre le X<sup>ème</sup> et le XI<sup>ème</sup> siècle, grâce au Perse Ibn Al-Haytham, considéré comme l'un des pères de l'optique moderne. Cela a également fait émerger plus tard les lois autour de la perspective, utilisés par les peintres italiens de la Renaissance, puis l'introduction de la lentille au XVI<sup>ème</sup> siècle. Ces avancées permettent de constater que bien avant l'appareil photographique, la presque-observation du réel était déjà bien présente<sup>20</sup>.

Cependant, la fixation de l'image resta longtemps un problème de ce procédé optique. Comment passer d'une vision éphémère à permanente ? La solution fut trouvée par Josef Nicéphore Niepce autour de 1827, puis appliquée lors de sa collaboration avec Louis Daguerre en 1839. Année à laquelle les deux inventeurs ont présenté le daguerréotype<sup>21</sup>.

L'engouement autour de cet appareil est immense et son usage devient très vite incontournable. Il montre clairement son ambition de produire l'image la plus proche possible de la réalité : il colle donc parfaitement au mouvement réaliste se développant en parallèle. L'appareil se perfectionne, devient de plus en plus accessible, et fait même voir le jour au métier de photographe, permettant à chacun de profiter de cette révolution.

Selon Michel Frizot, historien et théoricien de la photographie, « la photographie propose innocemment à chacun de lui rendre sa singularité individuelle, à titre gratuit, car il n'en coûte à personne<sup>22</sup> ». En effet, contrairement à l'époque où représenter était un travail manuel humain, long, complexe et surtout élitiste, l'appareil photographique permet de représenter n'importe qui, en un rien de temps et indépendamment de la volonté d'un artiste. Désormais, créer l'image de quelqu'un était beaucoup plus simple et accessible.

<sup>19</sup>Instrument optique permettant la projection de lumière sur une surface lisse, faisant apparaître une image inversée de la réalité. Il est considéré comme l'ancêtre de l'appareil photo.

<sup>20</sup>En témoigne également le miroir.

<sup>21</sup>Jean-Louis Marignier, *Invention de la photographie*, Belin, 1999

<sup>22</sup>Michel Frizot, *L'homme photographique*, Editions Hazan, 2018



Fig. 15 : Robert Cornelius, *Autoportrait*, Photographie, 1839, Bibliothèque du Congrès, États-Unis.



Fig. 16 : Hippolyte Bayard, *Autoportrait en noyé*, Photographie, 1840, Société Française de Photographie, France.

Le premier autoportrait photographique, capturé en 1839, est attribué à Robert Cornelius (**fig. 15**). C'est une image réussie<sup>23</sup>, suffisamment pour être qualifiée d'autoportrait. Mais il reste difficile de cerner la démarche artistique autour de ce cliché, qui relève d'ailleurs plutôt de la démarche scientifique. En effet, la photographie n'a pas tout de suite été envisagée comme un moyen de production artistique. On venait de découvrir une manière de reproduire le réel à l'identique, et cela a plutôt été vu comme une opportunité de simplification des tâches nécessitant une représentation précise : dans les sciences, la recherche, l'administration ou la justice par exemple.

Mais moins d'un an plus tard, Hippolyte Bayard inscrit définitivement le premier pas de la photographie dans le champ artistique. Après un litige autour de l'invention du procédé, qu'il pensait lui revenir de droit après de nombreuses années de recherches, il créa une mise en scène, la première de l'histoire de la photographie (**fig. 16**). On le voit allongé, torse nu, les yeux fermés. Une inscription au dos du tirage permet de comprendre qu'il simule son suicide par noyade. Ainsi il explicite le malentendu dont il a été victime et au combien il en a souffert. Ce qui ne devait être qu'un canular a finalement ouvert une nouvelle voie dans la perception et la création photographique. À la manière des peintres auxquels il succède, la narration et la mise en scène de soi viennent servir un propos dénonciateur.

<sup>23</sup>Robert Cornelius a largement contribué à réduire le temps de pose de ces appareils, ce qui lui a permis de se prendre en photo avec une certaine netteté et les yeux ouverts, malgré le cadrage assez approximatif de la photographie.



**« C'est alors la photographie qui invente au sens de révéler, de découvrir, de dévoiler une humanité ignorée, rejetée, dépréciée, jusqu'à faire reconnaître sa condition<sup>24</sup> ».**

Il s'agissait là de reconnaître un nouveau médium de représentation, ouvrant de nouvelles perspectives dans de nombreux domaines, mais surtout dans la reconstitution, permettant aux artistes d'envisager d'un autre oeil la pratique du portrait et de l'autoportrait.

L'œuvre de Bayard permet également de mettre en lumière un phénomène important dans l'usage photographique : cet outil ne voit pas tout. Certes, il est capable de représenter la réalité de manière extrêmement précise, bien plus que tous les moyens d'expression qui l'ont précédé, mais il est aussi facile de le détourner. Comme au théâtre, malgré la scène, la composition de l'espace, la présence des comédiens, et surtout le jeu d'acteur, l'image que l'on a sous les yeux ne sera jamais exactement représentative du réel : c'est une image de la réalité, une représentation, finalement peu exhaustive. La photo ajoute à cela ses propres contraintes techniques, ainsi que la dimension « rapportée » d'une image (la transposition du réel sur un autre support). Cela crée un paradoxe entre la véracité des propos d'une photo, l'empreinte qu'elle en garde, et la facilité de transformation et de manipulation de son sens. C'est une notion qui se constate dès l'invention du procédé photographique, mais qui s'observe d'autant plus à notre époque, comme nous le verrons plus tard.

<sup>24</sup>Michel Frizot, *L'homme photographique*, Editions Hazan, 2018



Michel Frizot souligne également que :

**« À supposer que le portrait soit une mise en scène, l'identité serait une mise à nu. Le portrait, cette image qui se veut porteuse d'une révélation et qu'il ne peut se contenter d'une ressemblance physique, serait comme le maquillage d'une identité, l'habillage d'un mannequin vide de sens. (...) Disons plutôt que l'identité serait ce qui subsiste dans l'absence de portrait<sup>25</sup>. »**

Ce qui montre, selon lui, le caractère indispensable du choix artistique dans la représentation de soi et des autres. Sans ce parti-pris, il ne reste finalement qu'une identité sans plu-value, une coquille vide. Le portrait, et surtout sa mise en scène, est une occasion de redonner de la vie à une image et de mettre en valeur son figurant.

Plus tard, au XXème siècle, la pratique de la photographie sera prisée. Les artistes continueront de l'explorer et de chercher ses limites, pendant que le procédé continue d'évoluer techniquement, avec l'arrivée de la couleur<sup>26</sup> ou du Polaroid<sup>27</sup> par exemple. L'apparition des appareils « de poche », plus petits, moins cher et plus facile d'utilisation, démocratise encore la pratique et installe le portrait dans de nombreux foyers.

<sup>25</sup>*Ibid.*

<sup>26</sup>Parmi les artistes importants de la photographie couleur, nous noterons Stephen Shore, Walker Evans ou Raymond Depardon.

<sup>27</sup>Andy Warhol, David Hockney ou Lucien Clergue.



Malgré cette évolution, l'autoportrait semble rester élitiste, étant donné la difficulté de se prendre en photo soi-même avec les appareils déjà commercialisés. Mais cela ne veut pas dire que ce n'est pas pratiqué ! Gisèle Freund, photographe et sociologue du XX<sup>ème</sup> siècle, signale d'ailleurs :

**« Vers la fin du siècle, apparaissent des appareils de manipulation plus facile, « Pressez sur le bouton, nous faisons le reste », fut la célèbre devise de Kodak qui devait révolutionner de fond en comble le marché de la photo. Des centaines de milliers de gens qui s'étaient rendus naguère chez le photographe professionnel pour se faire portraiturer, commencèrent à se photographier eux-mêmes. La photographie d'amateur prit un grand essor<sup>28</sup> ».**

La photographie vise à se répandre et à devenir plus autonome. En somme, un véritable outil du quotidien. On le constate par exemple dans le film de Ridley Scott sortie en 1991, lorsque Thelma et Louise se photographient avec leur appareil. Mais cet exemple est loin d'être une pratique isolée.

Un réel changement se produira au début du XXI<sup>ème</sup> siècle, à l'arrivée des smartphones dont nous parlons en introduction, qui viennent finalement affirmer ces volontés et pratiques déjà ancrées dans le précédent millénaire. Absolument tout le monde eut soudainement accès facilement à la photo, et surtout la photo de soi.

Les problématiques liées à cette évolution découlent aussi des nouvelles avancées techniques que ces outils imposent. D'abord, les caractéristiques technologiques de ces nouveaux téléphones, qui rendent nécessaire la transformation totale du procédé photographique : d'un outil mécanique à majoritairement digital, repris en main par l'ingénierie contemporaine. Ensuite : la prise en main quasi intuitive, la taille, l'interface<sup>29</sup>, la rapidité d'exécution des tâches : tant de facteurs qui, combinés avec l'émergence des réseaux sociaux, permettent de qualifier et même de comparer le smartphone à une quasi-extension de la main.

<sup>28</sup>Gisèle Freund, *Photographie et société*, Editions Seuil, 1974.

<sup>29</sup>Que l'on peut d'ailleurs rapprocher d'un miroir, mais nous y reviendrons.

Antonio Casilli, sociologue et spécialiste des réseaux sociaux, explique d'ailleurs en 2010 que :

**« Lorsqu'un « menu de fonctionnalité » est appelé « interface », c'est l'esquisse d'un visage humain qui se présente à notre esprit (...) les utilisateurs sont rassurés par une figure humaine, par une voix enregistrée, par une signature manuscrite. Ce sont des traces de corps qui étaient d'une présence ». En effet, un design envoûtant et ingénieux, un outil numérique simple d'utilisation, une hiérarchie des informations évidente... selon lui, tout est créé pour humaniser le logiciel et le rendre aussi attrayant que possible<sup>30</sup>. »**

Cela influence nos modes de création, de production, mais a également un impact énorme sur la diffusion. Chaque nouvelle révolution technologique liée à l'image remet en question le genre de l'autoportrait, c'est un fait, mais cette fois-ci, l'impact n'est pas le même.

Chacun peut, à tout moment, prendre un selfie, puis un deuxième, et le diffuser à une échelle mondiale. Nous sommes à tour de rôle apparus sur des céramiques, des murs, des toiles, des surfaces sensibles à la lumière... mais désormais, le médium le plus courant pour fixer l'image est l'écran (qui n'est d'ailleurs jamais fixe). Cette dématérialisation impacte grandement la création, la visibilité et la perception des images, notamment celles qui nous sont les plus personnelles. Et nous allons voir que cette représentation pixelisée a provoqué de nombreuses réactions et fabriqué de toutes pièces une nouvelle génération d'autoportraits.

<sup>30</sup>Antonio Casilli, *Les liaisons numériques : Vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris, Éditions Seuil, 2010

**PARTIE 2**  
MOI DANS  
LA SOCIÉTÉ :  
SE REPRÉSENTER  
À TRAVERS L'ÉCRAN

## A) SPECTACLE ET MISE EN SCÈNE

Nous venons de voir à quel point l'extension des réseaux sociaux a répandu une nouvelle manière de se représenter, visant à diffuser le plus largement possible un état d'esprit ou une idée.

Cette notion de diffusion est importante car sans elle, il serait difficile d'imaginer la portée de nos images : elles ne seraient certainement pas construites ou pensées de la même façon. Toujours est-il qu'aujourd'hui, le passage par l'écran reste indispensable.

Il sert de façade et, comme pour les autres médiums de création avant lui, l'écran impact la manière de percevoir, et donc influe l'image de soi : la manière dont les individus se voient entre eux, et même l'image qu'une personne peut avoir d'elle-même. Comme une vitrine, où l'on présente et l'on regarde à la fois. Il n'y a qu'à voir le nombre de tutoriels que l'on trouve sur Internet pour réaliser le meilleur selfie possible pour comprendre à quel point la mise en scène est important<sup>31</sup>.

La manière dont se compose cette image est un sujet de fond, car c'est en général ce qui permet de nous présenter aux autres sur les réseaux sociaux. Cette visibilité est une occasion pour chacun de révéler sa personnalité. Quel que soit le cadre<sup>32</sup>, observer le spectacle qu'une personne produit sur Facebook ou Instagram permet de se faire une idée sur elle.

<sup>31</sup> Environ 3 020 000 résultats sur Google en écrivant « tuto selfie » dans la barre de recherche.

<sup>32</sup> Personnel, professionnel, pour des personnes avec lesquelles nous ne pouvons pas avoir de contact dans la réalité ou même des recruteurs.

<sup>33</sup> Cette analyse n'atteste pas d'une généralité et n'est pas valable pour tous les selfies, mais peut être considérée comme une interprétation d'un système de production répandu.

<sup>34</sup> Du moins, comme c'est observable sur le compte Instagram de Kim Kardashian ou d'autres célébrités connues pour leurs selfies.



Fig. 17 : Kim Kardashian, Photographie postée sur Instagram le 4 février 2020, Impression d'écran.

Il pourrait sembler intéressant de commencer par analyser un selfie lambda, mais cela n'est pas aussi simple : il en existe de toutes sortes, tous différents. Cependant, certaines prises de vues sont récurrentes, et pour simplifier cette observation, nous allons comparer plusieurs images issues du même compte Instagram : celui de Kim Kardashian. Avec 159 millions d'abonnés, elle est considérée comme l'une des plus grandes figures du selfie. Et parmi ses innombrables clichés, on peut retrouver quelques poses et mises en scène devenues courantes sur les réseaux sociaux<sup>33</sup>.

Ils sont au nombre de trois : le premier est le selfie que l'on appellera *sérieux* (**fig. 17**). Très répandu, il est réalisé à l'aide de la caméra frontale du smartphone et a pour objectif principal de montrer le visage de la personne. Souvent<sup>34</sup>, le téléphone n'est pas placé en face du visage, ce qui produit un angle photographique en plongée, contre-plongée, ou une mise en avant de l'un des deux profils, ayant pour but de mettre en valeur le visage de la personne. Dans cet exemple précis, on peut voir que l'angle choisi par Kim Kardashian (la posture allongée et la tête légèrement de profil) simule un visage plus affiné et des yeux allongés.

Fig. 18 : Kim Kardashian, Photographie postée sur Instagram le 14 janvier 2020, Impression d'écran.



Fig. 19 : Kim Kardashian, Photographie postée sur Instagram le 4 décembre 2019, Impression d'écran.



Le second type de photo répandu est le selfie *miroir* (fig. 18). Celui-ci consiste à prendre une photo de soi dans le reflet du miroir, de manière à montrer différents éléments : l'environnement dans lequel on se trouve, son corps et parfois son visage (s'il n'est pas caché par le reflet du téléphone). Son but est variable, mais il est généralement utilisé pour montrer un ensemble de choses, et non un détail. Sur la figure choisie par exemple, il paraît évident que ce sont ses formes que Kim Kardashian cherche à montrer. Enfin, le dernier type de photo est le selfie que l'on appellera *contexte* (fig. 19). C'est un cas particulier, car la pose de la personne n'est pas ce qui importe le plus, on se concentre davantage sur la situation ou le contexte. Sur son selfie, Kim Kardashian semble partager un bon moment avec sa fille, et son unique but pourrait être de simplement enregistrer cet instant, puisqu'elle ne cherche pas spécialement à se mettre en valeur, comme sur les autres clichés.

Ainsi, ce que l'on constate le plus dans cette comparaison n'est pas tant la différence entre les manières de faire, mais plutôt les objectifs de ces images. Le selfie *sérieux* et le selfie *miroir* ne sont que deux exemples parmi tant d'autres de mise en valeur photographique, mais ils restent les plus courants. Le selfie *contexte*, lui, même s'il inclut parfois cette mise en valeur, n'a pas la « beauté » pour principale vocation, puisqu'il témoigne surtout d'un contexte (un moment de vie ou des vacances par exemple). Cependant, l'un n'empêche pas l'autre : un selfie *miroir* peut témoigner d'un moment, et une photo de vacances peut être transformée en selfie *sérieux*. Ainsi, même s'il existe certaines récurrences dans les images, il reste difficile de faire une généralité sur la pratique du selfie. Leur seule et unique similitude se trouve alors dans l'usage du smartphone.

Au-delà de la question des réseaux sociaux et de la visibilité qui en découle, l'outil avec lequel on produit est un facteur important dans l'image finale. La différence entre une image prise au smartphone ou avec un appareil photo professionnel est énorme. Avec ce dernier, la qualité d'image sera sans doute supérieure, mais les contraintes techniques qui y sont liées n'encouragent pas un autoportrait maîtrisé<sup>35</sup> dans l'instant, comme pourrait le nécessiter les réseaux sociaux. Avec un smartphone, la qualité d'image est, pour l'heure, moins bonne (même si elle s'en rapproche de plus en plus), mais sa malléabilité et ses caractéristiques techniques facilitent amplement la prise de vue, puis la diffusion. Il est toujours avec nous, sa taille est optimisée pour garantir une prise en main ergonomique, et les applications liées à la photographie sont étudiées pour être à mi-chemin entre la facilité d'utilisation, l'accessibilité, et une large gamme de réglages permettant d'obtenir des images riches et complexes. Comme nous l'avons vu en introduction, certaines marques développent même des technologies plaçant les objectifs photographiques comme principal atout des nouveaux smartphones.

De plus, depuis plusieurs années, un nombre abondant d'applications ont vu le jour, permettant à tout un chacun de retravailler ses images. Transformer ses photos n'a jamais été aussi simple. En quelques clics, l'utilisateur peut lisser sa peau, flouter l'arrière-plan, changer les couleurs de son image, puis la poster sur les réseaux sociaux.



Cette facilité d'utilisation a cependant ses inconvénients, car la pratique du selfie a souvent été critiquée depuis ses débuts. D'abord pour toutes les raisons évoquées précédemment, mais aussi à cause de son moyen de diffusion, permettant un flux et une production d'image très importante. Ce mode de création semble aller à l'encontre du mode de photographie traditionnel et ancré dans le domaine artistique, qui a souvent été perçu comme quelque chose de technique. C'est sans doute sur ce point que se fondent les critiques liés à la pratique.

Pour d'ailleurs rester dans la pratique artistique, certains d'entre eux se sont intéressés à ces nouveaux phénomènes et à leurs conséquences. La mise en scène de soi questionnent le genre de l'autoportrait, les messages que ce dernier fait passer, les fondements de ces « spectacles ». Comme nous avons déjà pu le voir avec Kim Kardashian, on constate souvent des mises en scène décomplexées, avantageuses, spontanées... mais cette projection de soi ne pourrait-elle pas avoir un message plus fort que simplement sa propre figuration ou mise en valeur ?

Plusieurs artistes au cours des dernières années se sont posé la question de leur place dans leurs propres représentations, autour de ces jeux d'acteurs. Et c'est pourquoi certains se sont intéressés à l'in-crustation de la performance au sein de l'autoportrait.

<sup>35</sup>L'assistance de quelqu'un d'autre dans son auto-représentation reste discutable, et le retardateur rend encore la maîtrise de l'image difficile.

## B) LA PERFORMANCE ; TENSION ENTRE L'INTÉRIEUR ET L'EXTÉRIEUR

La performance est une action artistique entreprise par un ou des artistes et exécutée en direct. Elle peut être unique ou répétée, réalisée face à un public ou non. Elle peut prendre de nombreuses formes, il n'existe pas qu'un seul genre de performance. Cette pratique est caractérisée par la démarche créative qui y est associée : elle ne constitue pas une œuvre figée. L'important n'est pas le produit final, mais l'ensemble du processus de création et de production de l'œuvre. Ce point est celui grâce auquel on peut rapprocher cette pratique à celle de l'autoportrait.

La performance, même si elle est préparée à l'avance, ne peut pas toujours être dirigée avec précision par l'artiste, car c'est une œuvre instantanée, et nécessairement imprévisible. Ça fait parti du jeu. Et cette notion « d'incontrôlable » peut être associée à ce que l'on recherche en premier dans un autoportrait : se représenter, réellement.

Ces pratiques, une fois mélangées, permettent de se montrer sous un certain jour, volontaire ou involontaire, tout en prenant un peu de recul sur sa création (vu qu'elle est incontrôlable). L'artiste est conscient qu'il s'agit d'une représentation, quasi théâtrale, mais ne peut pas entièrement l'anticiper. Il laisse la place au doute, et donc au naturel, de manière presque instinctive. Cela permet d'obtenir un regard plus critique, et possiblement une image plus objective de soi. Nous allons citer deux exemples d'autoportrait-performances, analyser le processus et les objectifs de chacun, et tenter de comprendre la plus-value de cette démarche dans une représentation de soi.



Fig. 20 et 21 : Nanna Saarhelo, *Sleep with me*, Série de photographies, 2007.

Le premier se nomme *Sleep with me* (fig. 20 et 21) et a été réalisé par l'artiste finlandaise Nanna Saarhelo en 2007. Il s'agit d'une série de photographies découlant d'une répétition d'un même concept de performance. Elle a invité des personnes à dormir avec elle (des proches et des inconnus), puis elle a pris des photos. Cette performance a été réalisée une dizaine de fois, avec autant de personnes différentes, avec une moyenne de sept ou huit photos par nuit<sup>36</sup>. L'artiste et son partenaire dorment paisiblement sous l'oeil de la caméra. Ils sont inconscients de leurs gestes et de leurs postures durant la nuit. Ainsi ils apparaissent et agissent avec la plus grande spontanéité. Il n'est plus du tout question d'esthétisme, comme cela pouvait être le cas dans les selfies que nous avons étudiés précédemment. C'est une mise en scène instantanée, peu prévisible, où on la voit elle et ses partenaires, de la manière la plus naturelle possible. Ainsi, elle ne peut pas contrôler la manière dont elle se comportera avec eux. Il est d'ailleurs observable qu'au fur et à mesure des séries, son comportement change en fonction de la personne qui dort avec elle (si elle la connaît ou non). Ce double portrait peut être perçu comme une relation sociale intuitive, non construite par un contexte mais plutôt par un ressenti.

<sup>36</sup>SelfPortraitureX : Nanna Saarhelo, <http://selfportraiturex.com/2017/01/22/nanna-saarhelo/>

Pour ce qui est de la deuxième œuvre, elle a été réalisée par Jemima Stehli en 1999, et s'en nomme *Strip* (fig. 22 et 23). Comme pour la première œuvre, il s'agit d'une série photographique réunissant plusieurs prises d'un même dispositif. On la voit debout, de dos, positionnée devant un homme assis face à elle. Jemima Stehli se déshabille progressivement, et l'homme, qui possède le déclencheur de l'appareil photo dans les mains, décide du moment où il prendra la photographie, et interrompra la performance. Ainsi, l'autoportrait de l'artiste est complètement dépendant de la personne qui la regarde, puisque lui seul est responsable du moment qui sera capturé. En regardant le regard des hommes au moment de la capture de la photo, la vision que ces personnes ont de Jemima transcende l'écran. Ils dressent inconsciemment son portrait, ce qui, à l'échelle de l'œuvre et de la série, dresse l'autoportrait de l'artiste. L'intérêt ici est de démontrer l'impact et le pouvoir de l'autre sur sa propre représentation.



Fig. 22 et 23 : Jemima Stehli, *Strip*, Série de photographies, 1999.

Sur ces deux performances, l'intérêt est de scénographier et de jouer avec sa propre personne dans un contexte particulier afin de dénoncer la nature des relations sociales d'un côté, la vision du corps des femmes dans l'autre. Ce type de mise en scène est très différent de celui que l'on peut voir sur les réseaux sociaux, car le but n'est pas vraiment le même. Ici, même si le contexte social reste l'une des raisons d'être de ces autoportraits, ils ne les impactent pas totalement. Les selfies eux, baignent dans un contexte dirigé par les réseaux sociaux, et sont obligés de s'y inscrire, dans un souci d'uniformité des représentations. Une image trop différente pourrait devenir transparente, incomprise, ou pourra même susciter un engouement négatif. Ce qui n'est, en aucun cas, la vocation ou la volonté d'un selfie. Ce qui les incite à rester dans la ligne de conduite imposée par les réseaux sociaux.

Gustavo Gomez-Mejia, enseignant-chercheur en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Tours, a étudié la question de l'inscription d'une image dans un contexte digital, et en retire ceci :

**Le fait de « rejoindre un réseau » implique un assujettissement des représentations de soi à un ordre systématique, à des marqueurs identitaires préfabriqués et à des métaphores biaisées<sup>37</sup>.**

Selon lui, le fait de publier de plus en plus d'images (en prenant compte de cette ligne de conduite) forge petit à petit une identité stable, forte et affirmée d'une personne. Mais cela contraint aussi de plus en plus cette personne à publier quelque chose de fidèle à son image numérique, qui devient à terme son image sociale. Comme une dérive de l'image de soi. La liberté que permettaient les réseaux numériques s'est transformée : la peur de trop se détacher de son image originale, décevoir ses spectateurs ou d'envoyer une mauvaise information à des inconnus a pris le dessus.

<sup>37</sup>Gustavo GOMEZ-MEJIA, *Les fabriques de soi ? Identité et industrie sur le Web*, 2016, MKF Éditions





Fig. 24 et 25 : Marnix de Nijs,  
The Physiognomic Scrutiner,  
Installation, 2008,  
La Gaîté Lyrique, France.

Pour développer davantage l'importance de cette direction artistique dans sa propre mise en scène, nous allons parler d'une œuvre. Elle aussi s'inspire de ce principe d'autoportrait-performance, mais l'exploite différemment, pour exprimer cette dérive.

L'œuvre en question est une installation interactive se nommant « The Physiognomic Scrutiner » (fig. 24 et 25). Elle a été réalisée par Marnix de Nijs, un artiste néerlandais, en 2008. Ce dernier est un adepte des installations, car selon lui, elles sont propices à l'usage et le questionnement des nouvelles technologies dans le domaine artistique. L'un de ses thèmes favoris est les anomalies causées par une accélération rapide du développement technologique, et c'est d'ailleurs autour de cette notion que se place cette œuvre.

Ce dispositif se présente sous la forme d'un portique de sécurité lumineux précédés par des barrières en aluminium. Il est équipé d'une caméra, dirigée en direction de la personne qui s'avance vers lui. Des écrans sont également installés à l'avant et à l'arrière du portique, visibles de tous. On notera aussi la présence de haut-parleurs à l'arrière de l'installation.

Le visiteur souhaitant entrer dans l'exposition doit s'avancer vers le portique en empruntant le chemin formé par les barrières, puis s'arrêter en arrivant à sa hauteur. Grâce à un logiciel de détection et de reconnaissance biométrique, le visage du visiteur est scruté, analysé, puis assimilé à l'une des 150 figures rentrées dans la base de données. Petite subtilité : chacun de ces visages est attribué à une personne accusée d'acte immoral ou controversé. Ainsi, le visage du visiteur et celui de la base de données sont mis côte à côte à l'arrière du portique, et les haut-parleurs révèlent les actes immoraux effectués par le second visage. L'objectif de ce dispositif est de mettre en parallèle un visage lambda avec une personne controversée, et donc de lui attribuer indirectement ses torts, en public.

Cette installation permet de démontrer deux choses. D'abord, il s'agit ici de critiquer les systèmes de sécurité en vigueur. L'artiste accentue et dénonce les logiciels de reconnaissance biométrique utilisés dans certains lieux publics, qui prétendent détecter et reconnaître les criminels ou meneurs de trouble<sup>38</sup>. Ceci dit, cette détection, poussée à un stade de perfectionnement qui en devient douteux, amène la machine à associer deux visages vaguement similaires, et par conséquent à accuser des innocents. L'impact de cette performance réside dans sa qualité à mettre en situation publiquement des individus lambda dans une situation délicate, et à ainsi les impliquer, pour leur faire comprendre la puissance, voire la dangerosité de ces nouvelles techniques. Ensuite, il est important de constater le statut passif du visiteur en question. Devant le portique pèse un sentiment de tension, de malaise, voire de culpabilité, imposé au visiteur. Il est là, devant tous les autres, sous le regard attentif de la caméra, comme un accusé en attente de son jugement. Et même s'il est évidemment innocent, le logiciel va obligatoirement l'accuser en public de quelque chose qu'il n'a pas fait. Il est mis face à l'incontestable logique de la machine, et ne pourra rien n'y faire, ce qui implique un certain sentiment d'inconfort. Seul le logiciel pourra décider de son sort, et l'utilisateur devra rester passif et impuissant face à son destin, exposé ainsi au monde. La machine lui dresse son portrait.

<sup>38</sup>The Physiognomic Scrutinizer.  
[http://www.marnixdenijs.nl/physiognomic\\_scrutinizer.htm](http://www.marnixdenijs.nl/physiognomic_scrutinizer.htm)

<sup>39</sup>[https://fr.wikipedia.org/wiki/Influence\\_sociale#Le\\_Conformisme](https://fr.wikipedia.org/wiki/Influence_sociale#Le_Conformisme)

<sup>40</sup>Gustavo GOMEZ-MEJIA, *Les fabriques de soi ? Identité et industrie sur le Web*, 2016, MkF Éditions

Un phénomène similaire se produit sur les réseaux sociaux. On se présente tel qu'on le voudrait au monde mais, malgré de nombreuses retouches et des heures à choisir la photo parfaite, il reste impossible de réellement savoir ce que les autres retiendront de notre image. On ne peut pas anticiper ou même manipuler leur interprétation avec précision. En fonction de l'image que l'on nous donne, on s'y adapte. Ce phénomène s'appelle le conformisme et a été étudié à de nombreuses reprises en tant que l'un des processus majeurs de l'influence sociale : on ne dévie pas de ce qui est attendu<sup>39</sup>. C'est également une interrogation soulevée par Gustavo Gomez-Mejia :

*Doit-on penser cette « auto-représentation » comme un ensemble souple de représentations choisies par soi-même ou bien comme un ordre contraignant d'identités rendues automatiquement systématisables<sup>40</sup> ?*

Ces images sont-elles régies par une construction fondée d'une « image numérique », ou peut-on encore imaginer que cela est arbitraire ou personnel ?

Le principe de la performance permet de soulever des points intéressants, et des effets bien différents de ceux que l'on peut constater dans un selfie plus classique, ou la mise en scène peut se résumer en une pose. Comme nous le disions plus tôt, l'aspect quasi intuitif de ce type de mise en scène peut permettre de faire ressortir la vraie nature d'une personne. Mais cela n'est pas une science exacte. En effet, plus la mise en scène d'une personne et de sa vie sera importante et affirmée sur les réseaux sociaux, plus la personne se sentira obligée de rester fidèle à cette image, qu'elle soit créée de toutes pièces ou non. Il devient possible de construire et de soigner la représentation, bien au-delà de la personne et de la sphère du numérique. De cette façon, même l'intuitif peut être contrôlé.

L'autoportrait, rappelons-le, a aussi pour vocation d'être lucide sur la personne. Mais est-il encore fiable ou représentatif ? Cela incite à se poser des questions sur soi-même et sur sa personnalité profonde.

## C) QUESTION DE CLAIRVOYANCE

Nous avons vu précédemment que l'autoportrait était souvent biaisé par des mises en scène, volontaires ou non. Cela pose des questions autour de l'objectivité, la conscience de soi et de sa représentation. L'autoportrait doit-il nécessairement comporter une part de vérité ? Doit-il être le fruit d'une réflexion ? Où se place l'estime de soi dans cette tension ?

Il serait trop large et complexe d'entamer une recherche complète autour de la conscience de soi et de son corps, mais il semble être un bon compromis de parler des théories développées par Freud autour du narcissisme<sup>41</sup>.

Sigmund Freud est un neurologue autrichien du XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècle, fondateur de nombreux concepts (dits freudiens) autour de la psychanalyse. Parmi eux, un travail assez important autour de l'inconscient, dont il propose une nouvelle conception. Non plus seulement comme un simple arrière-plan de la conscience, mais comme un processus complet, comprenant les notions de refoulement, le principe de réalité ou les pulsions, qui peuvent elles-mêmes empêcher les autres informations d'atteindre la conscience.

Pour ce qui est de la notion de narcissisme, Freud l'aborde en 1914 lorsqu'il désigne la réunion des pulsions dans le Moi<sup>42</sup>, au moment de la constitution psychique d'un enfant. Pour un nourrisson en plein développement, il est en effet plus aisé de confondre tous les stades du conscient et de l'inconscient, et donc de mélanger ses perceptions de lui-même et du monde extérieur. Cela fait partie

d'un processus de narcissisme primaire. Cela constitue chez l'enfant une auto-suffisance et une libido ego centrée, induites par un manque de conscience du monde extérieur. Cette notion disparaît en grandissant (lorsque l'on prend conscience de sa personne dans le monde), mais il est intéressant de constater que la conscience de soi passe inévitablement par la conscience du monde extérieur. Il faut aussi comprendre dans cette théorie que la notion de désir (de soi, des autres, du monde) est primordiale pour se construire sur le plan psychique.

Doit-on alors comprendre que l'identité d'une personne se forge en partie sur l'expression de ses désirs ? Cela semble être un raccourci un peu rapide, mais l'idée est là. Pour faire le parallèle avec la construction des images contemporaines, il est clair que la plupart sont influencées par leur environnement. Cependant, sans volonté, sans désir, rien ne peut réellement se produire. Ainsi, la création est donc forcément originale et voulue, car elle découle d'un minimum de réflexion personnelle. Pour autant, ce mode de réflexion interne et détaché du regard extérieur peut poser des questions d'estime de soi. Cette notion psychologique et philosophique souvent dénommée « ego » dans le langage contemporain a une consonance à double tranchant et souvent mal interprétée. La question est donc la suivante : l'homme contemporain doit-il craindre l'expression de ses désirs au risque de pas se fondre dans un contexte digital collectif ?

<sup>41</sup>En particulier dans ses livres *Trois essais sur la théorie sexuelle* (sorti en 1914), et *Pour introduire le narcissisme* (sorti en 1917).

<sup>42</sup>Le Moi est l'une des trois instances (avec le Surmoi et le Ça) constituant une tentative de représentation de l'appareil psychique selon Freud.

Pour tenter de comprendre cette tension, nous pouvons prendre l'exemple du « stade du miroir » étudié par Jacques Lacan, psychiatre et psychanalyste français. En se basant sur les différents stades de conscience émis par Freud, Lacan définit un stade de développement chez l'enfant, où celui-ci prend conscience de la différence entre son propre corps et le monde extérieur : le moment où il se regarde dans la glace. Henri Wallon<sup>43</sup> réalisa d'abord ce qu'il appela le « test du miroir », puis Lacan développa et étudia ce concept en constat de ces expériences. Selon lui, la vision de lui-même dans un miroir provoque chez l'enfant un sentiment rassurant, voire jubilatoire de sa propre image. En rapprochant cela de la libido ego centrée évoquée par Freud, il ne semble pas difficile de faire le rapprochement avec l'histoire de Narcisse, qui tombe amoureux de son reflet.

Ainsi, on passe d'un stade où notre imaginaire contrôle notre vision du monde (par manque de connaissance), à un stade où l'on prend conscience de soi et des autres, où on devient clairvoyant, ce qui finalement peut se rattacher à l'estime et la connaissance de soi.

Il faut alors bien cerner la différence entre estime de soi et ego dans la culture contemporaine (finalement comparable à la tension entre le nombrilisme et le narcissisme). En effet, dans le mythe, Narcisse prend conscience de lui-même, mais cela ne veut pas dire qu'il ne se centre que sur lui-même. Dans ce cheminement, l'estime de soi relève donc plus de la connaissance, lorsque l'ego est davantage associé à un renfermement sur soi. C'était d'ailleurs déjà le cas à la Renaissance lorsque les peintres utilisaient les miroirs pour se représenter. C'était davantage une question d'observation que de vanité.

Peut-on ainsi dire que, comme nous sommes tous passés par ce stade du miroir, nous sommes tous conscients et clairvoyants vis-à-vis de nous-même et de notre image ? Pas tout à fait. Même en ayant un regard clair et honnête sur notre personne et nos désirs, il reste toujours cette problématique de la perception à travers l'écran. Et si le smartphone, en tant que miroir numérique, remettrait en cause notre propre perception ? Cela transforme notre vision de nous-même, mais influe d'autant plus sur la manière dont les autres nous voient. Au final, est-il réellement possible que notre clairvoyance soit universellement perçue ?

<sup>43</sup>Psychologue et médecin français, ami de Lacan.

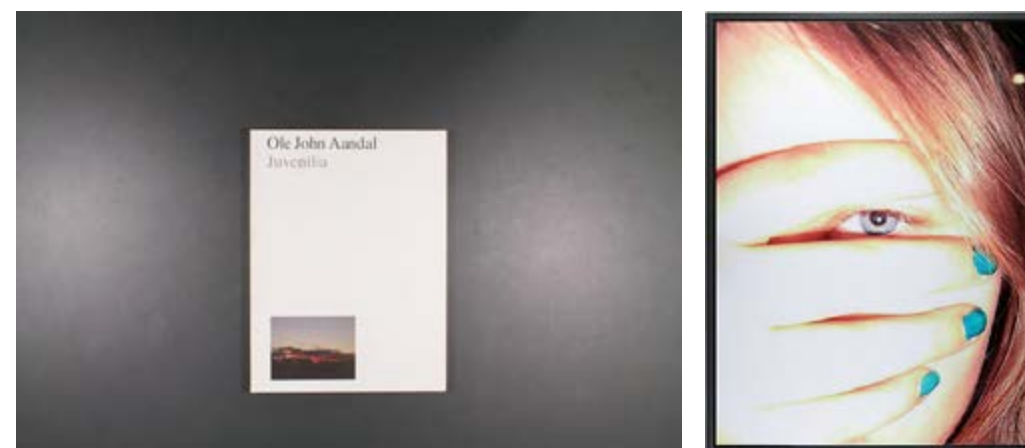


Fig. 26, 27 et 28 :  
Ole John Aandal, *Juvenilia*,  
Projet éditorial, 2009.



Pour le savoir, nous allons nous intéresser à une œuvre signée Ole John Aandal, un artiste norvégien. Il a déjà travaillé avec des images issues d'Internet par le passé, mais il a surtout exploré la relation entre l'utilisation de la photographie par les médias et les spectateurs. L'adolescence est également l'une des thématiques récurrentes dans ces travaux. Cette période de transition de l'enfance à l'âge adulte l'a toujours intéressé, notamment grâce à la recherche de soi qui y est liée. Il est également très apprécié pour ses recherches autour de la clairvoyance des images, et à la façon dont cela change imperceptiblement grâce au regard. En 2009, il présente *Juvenilia* (fig. 26, 27 et 28), un projet éditorial présentant une série de photographies prises par des adolescents, tirées d'Internet. Ces images sont de nature diverse, mais on y retrouve majoritairement des autoportraits, sous forme de selfies. L'ouvrage se compose de 74 pages et toutes ces photos sont accompagnées de textes de plusieurs auteurs, Aandal y compris. Différents aspects de l'œuvre permettent de questionner l'image de soi, et notamment son usage dans la société numérique.

L'artiste a porté son intérêt principalement sur des images prises au smartphone<sup>44</sup> et à l'appareil photo instantané, mais a surtout été attiré par les photos que l'on pourrait caractériser « d'idéalisées ». Les selfies à travers lesquels on sent une réelle implication de la part de l'auteur pour se faire apparaître aussi valorisé que possible. Selon lui, l'augmentation de l'accessibilité de la photo à ce moment-là a incité la nouvelle génération à s'approprier totalement ce médium dans l'instant. Et même si les photos semblent radicalement différentes les unes des autres (paysages, photos de famille, autoportraits), la recherche d'un idéal et la manière dont on envisage l'outil sont des critères qui rassemblent toutes les productions. Le choix du support a aussi son importance dans cette œuvre. Le fait de transposer des images numériques dans une édition papier crée un impact très différent de si on les avait laissées dans leur environnement naturel<sup>45</sup> : changer le support de diffusion permet de transformer la symbolique des images. Sur un réseau social, au milieu d'autres photos, cette image a un effet assez instantané, ponctuel et finalement très éphémère de la personne, alors que cette même image présentée dans un support édité bénéficie assez vite d'une certaine pérennité, une certaine valeur (en partie conférée par la matérialité de l'objet), voir d'une qualification d'œuvre à part entière.

La notion-clé que fait ressortir « Juvenilia » est celle d'interprétation. La sélection, le retravail et la mise en relation avec la littérature ne sont que des éléments qui visent à constituer une narration parallèle à celle originalement prévue pour la photo. Tous ces moyens permettent aussi de prendre du recul sur les images et de gagner en objectivité et en clairvoyance, comme n'importe qui serait capable de le faire, et comme a pu d'ailleurs le faire Ole John Aandal à plusieurs reprises. En 2007 il avait d'ailleurs réalisé une série, puis une exposition nommée *Never Try to Trick Me with a Kiss*, dans laquelle il présentait des images récupérées, mettant en scène des femmes issues des réseaux sociaux, afin de mettre en évidence la nouvelle culture de l'image prônée par les médias, et tenter de comprendre les fondements et les sens de ces nouvelles représentations.



Il est facile de deviner qu'il y a eu une divergence d'interprétations entre ce que l'adolescent a voulu produire, ce qu'il a perçu de sa propre image, et ce qu'Ole John Aandal en a compris. Difficile en revanche de prendre le recul nécessaire sur certaines images (en particulier celles choisies par l'artiste), quelle position adopter face à certaines productions. Et évidemment, impossible de réellement savoir quels ont été les désirs des personnes concernées au moment de la prise de vue.

Ce travail nous montre peut-être à quel point la clairvoyance dans une image digitale peut être une utopie, lorsque l'on voit le nombre de facteurs pouvant influencer sur la perception de ces dernières.

La manière dont sont présentées les photos dans le projet d'Ole John Aandal nous invite à voir les images d'une façon particulière, mais la présentation de ces mêmes photos dans un contexte numérique nous force à les envisager d'une autre manière. Tout se joue dans l'interprétation. Alors qu'est la bonne manière de voir les images ? Y a-t-il une bonne manière de les comprendre ? Saurons-nous un jour si elles peuvent être considérées comme objectives et représentatives d'une personne ? Est-ce vraiment leur objectif ?

<sup>44</sup>La photographie sur smartphone est arrivée durant aux débuts des années 2000, mais la qualité de ces images devient réellement exploitable à partir de 2007.

<sup>45</sup>Les réseaux sociaux ou même la pellicule du téléphone.



Fig. 29, 30 et 31 : Amalia Ulman, *Excellences et Perfections*, Performance digitale, Impression d'écran, 2016.

Pour essayer de comprendre dans quelles mesures une image peut être considérée comme représentative, nous allons nous intéresser à une œuvre d'Amalia Ulman, nommée *Excellences et Perfections* (fig. 29,30 et 31).

Produite en 2014, cette œuvre est une performance utilisant Instagram comme support de présentation / diffusion. C'est inédit car jusqu'alors, très peu d'œuvres de ce genre, se déroulant exclusivement sur les réseaux sociaux, n'avait été produite. Durant plusieurs mois, l'artiste s'est mise en scène sur Instagram, à travers différents rôles. On n'y voit d'abord une jeune femme naïve et ingénue, dans son environnement quotidien. Puis, suite à une présumée rupture amoureuse, elle se transforme en un personnage plus extravagant et décomplexé, plus rebelle. Enfin, Amalia s'excuse de son comportement outrageux avant d'entamer une rédemption et de retrouver la paix.

L'artiste crée toute une narration autour d'un personnage fictif la mettant elle-même en scène. Ce personnage aux multiples facettes est selon elle une création unique<sup>46</sup>, car très propre au langage et aux modes de représentations d'Internet. En effet, il aurait été difficile de présenter ce personnage sur un autre support qu'un réseau social, car il est véritablement détaché de la réalité.

Ces 6 mois de performance appuient aussi la dimension dans laquelle s'inscrit l'œuvre. L'aspect réalité est d'ailleurs aussi une notion complexe interrogée par *Excellences et Perfections*. Évidemment, beaucoup ne se sont pas rendu compte au début qu'il s'agissait d'une performance, et Amalia a accumulé de nombreux « followers » qui croyaient à la réalité du personnage. Une jeune femme d'une vingtaine d'années s'exposant sur les réseaux sociaux, changeant de comportements régulièrement, dont les activités semblaient extrêmement banales : tout était fait pour que le compte paraisse le plus normal possible, et ça a fonctionné. Ceci dit, sa banalité s'expliquait aussi par le contexte de création. Toutes les actions menées par Amalia Ulman étaient fondées et probables sur un réseau social et c'est ce qui explique sa crédibilité. Mais la dimension donnée par l'artiste à son travail incite tout de même à prendre du recul sur ces pratiques, qui nous paraissent si normales sur Instagram, mais qui deviendraient étranges dans un autre contexte que celui du web.

Cela peut sembler caricatural, mais permet finalement de se questionner autour des rôles que chacun peut voir, ou même adopter lorsque notre personnalité se retrouve exposée dans une sphère publique.

<sup>46</sup>L'aspect unique et original est cependant discutable. Comme elle n'a construit ce personnage qu'en fonction de stéréotypes, il peut facilement être considéré comme une personnalité « lambda ».



Différents de points de vue sont exploités dans cette œuvre : celui de l'artiste qui produit, celui qui assiste à la performance en connaissant son objectif, celui qui voit et juge sans réellement savoir... C'est également une représentation assez crédible des ressentis subjectifs autour de la production artistique, encore amplifiés sur les réseaux sociaux.

Chaque phase a un ressenti associé, et cela vaut aussi bien pour le créateur que pour le spectateur. Puis, n'oublions pas que chaque étape est influencée par la manière de pensée et un contexte divergent. Ainsi, il paraît une fois de plus difficile d'imaginer une vérité absolue autour d'une image, lorsque l'on sait le nombre de visions différentes qui y sont appliquées. La clairvoyance et l'objectivité autour d'un même sujet semblent se compliquer à chaque nouvelle perception qui s'ajoute.



En plus des points de vue extérieurs déjà complexes s'ajoute aussi la transition de l'écran, qui est en fait indissociable de ces nouveaux autoportraits. Ils ne pourraient tout simplement pas exister sans cette zone de transition. Il y a ce que nous montrons et ce que l'écran veut bien transmettre. Une image n'apparaît pas de la même façon dans la pellicule d'un smartphone qu'en tant que photo de profil Facebook légendée, car le contexte n'est pas le même. Et une image n'apparaît pas non plus de la même manière sur deux smartphones : leurs affichages ne sont pas égaux. Et il ne s'agit là que du contexte technique; mais si l'on y ajoute l'état d'esprit du spectateur et le contexte dans lequel il se situe, puis que l'on considère le très grand nombre d'images auquel il fait face, il semble difficile d'être en mesure d'évaluer chaque image simplement d'un point de vue graphique. De plus, n'oublions pas que même si une photographie est censée être au plus proche possible de la réalité, elle est souvent transformée. Les réseaux sociaux sont un terrain de jeu où tout le monde est libre de partager le contenu qu'il souhaite et d'y réagir. Au début il était surtout réservé à un cadre personnel, mais avec son développement il est devenu accessible à absolument tout le monde. De nombreux mouvements se sont créés, mais l'émergence d'un grand nombre d'informations n'a-t-il pas forcé l'uniformisation de tous ces contenus ? À force de mélanger toutes ces conditions, les images ne seraient-elles pas en train de se mettre au même niveau ?

**PARTIE 3**  
STÉRÉOTYPIE  
DE L'IMAGE:  
TOUS LES MÊMES ?



# A) LE FACTEUR DÉMOGRAPHIQUE

L'uniformisation des outils, l'augmentation du flux visuel, la création de normes d'images et de nouveaux canons de beauté n'ont fait qu'augmenter le ratio de contenu d'apparence similaire sur les réseaux sociaux. Ce qui a vite amené à questionner les intérêts et les caractéristiques des nouveaux autoportraits. Les technologies actuelles ont contribué à l'émergence de méthodes et de ces « lois de l'image » permettant d'inscrire des photos amateurs dans des normes de création contemporaine. L'objectif global de ces règles : se fondre dans la masse tout en exprimant sa singularité.

Mais cet entre-deux, mis en œuvre par plusieurs méthodes d'expression et de communication n'auraient-elles pas construit, grâce à l'unification des profils, un chemin vers de nouveaux stéréotypes ? C'est probable, mais loin d'être admis, car cela dépend de plusieurs critères. Le premier est démographique. Pour étudier précisément ce critère et vérifier son impact, nous pouvons utiliser un outil développé par Lev Manovich et son équipe : *Selfiecity*.

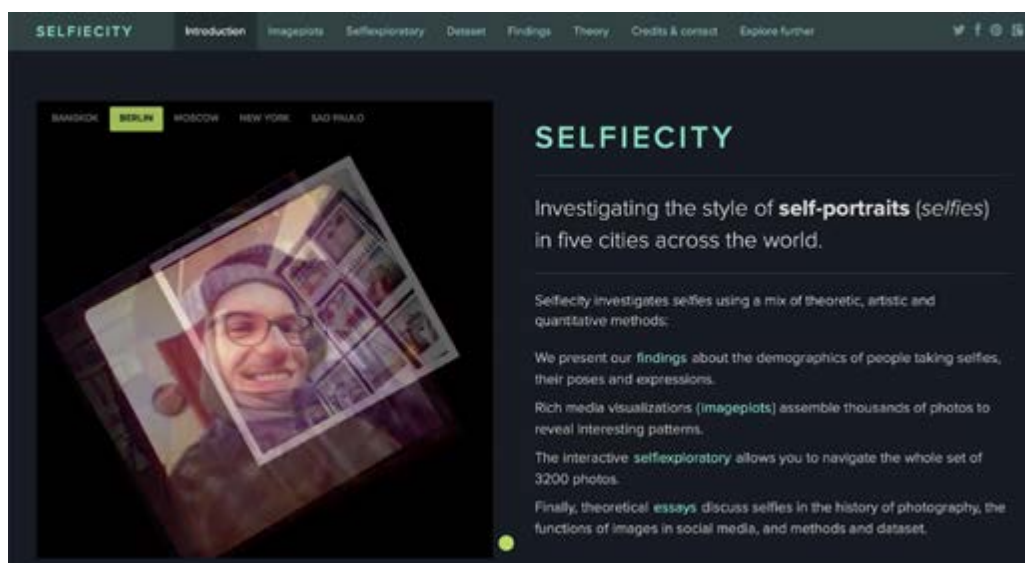


Fig. 32 : Lev Manovich, *Selfiecity*, Site web, Impression d'écran, 2014

Lev Manovich est un théoricien reconnu pour ses travaux autour de la culture digitale, et son application de la data-analyse dans la culture contemporaine (notamment les réseaux sociaux).

Après avoir écrit une dizaine de livres autour de ce sujet, il se joint à plusieurs autres théoriciens et data-analystes pour créer *SelfieCity.net* (fig. 32), un outil permettant de sélectionner, trier et classer les selfies trouvés sur Instagram et issus de différentes cultures. Le but de ce projet est d'étudier et de comparer les selfies d'un point de vue théorique, artistique et quantitatif. Le tout en fonction de plusieurs critères autour d'une personne : sa provenance, son genre, son âge...

La sélection et l'étude de ces images ont été réalisées en partie par le « Amazon's Mechanical Turk », un logiciel d'analyse et de reconnaissance biométrique développé par l'entreprise du même nom, selon un processus très précis. D'abord, 120 000 photos ont été aléatoirement choisies dans 5 métropoles : Bangkok, Berlin, Moscou, New York et Sao Paulo (soit 20 000 à 30 000 photos par ville). Puis, le logiciel a réduit sa sélection, en gardant uniquement les images correspondant à des selfies isolés (où seulement une seule personne apparaît), formant un ensemble de 3 200 images (640 photos par ville). Pour finir, le logiciel a analysé les photos en détectant le genre et l'âge de la personne, mais aussi en relevant d'autres critères, comme l'angle de la caméra, l'inclinaison du visage, le port d'une barbe ou d'une paire de lunettes, l'ouverture de la bouche et des yeux, ou encore l'humeur du figurant. Une fois ces informations classifiées, l'échantillon visuel a permis de mener des analyses autour de la pratique du selfie dans différents pays, puis d'en tirer des conclusions.

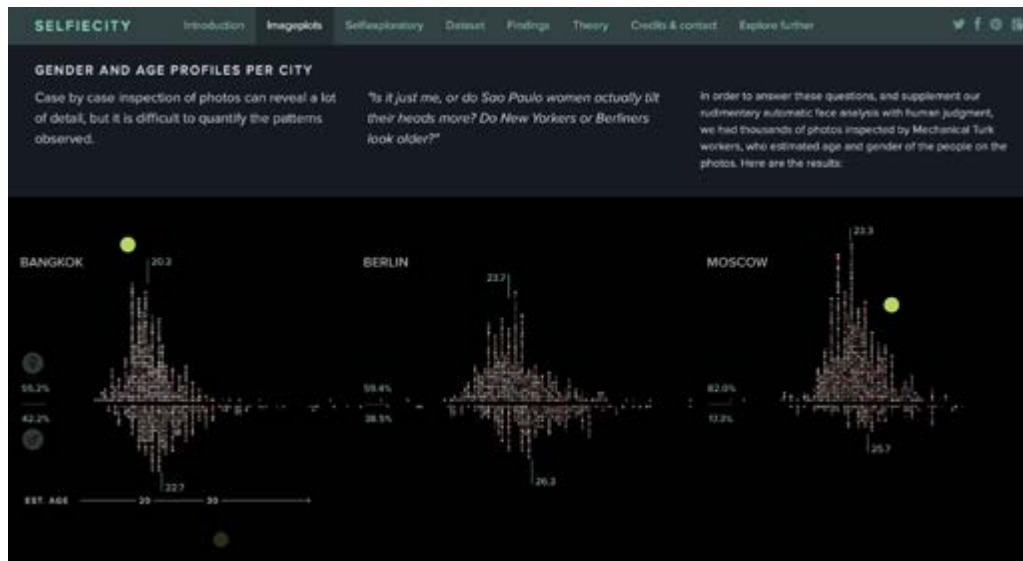


Fig. 33 : Lev Manovich, *Selficity*, Site web, Impression d'écran, 2014

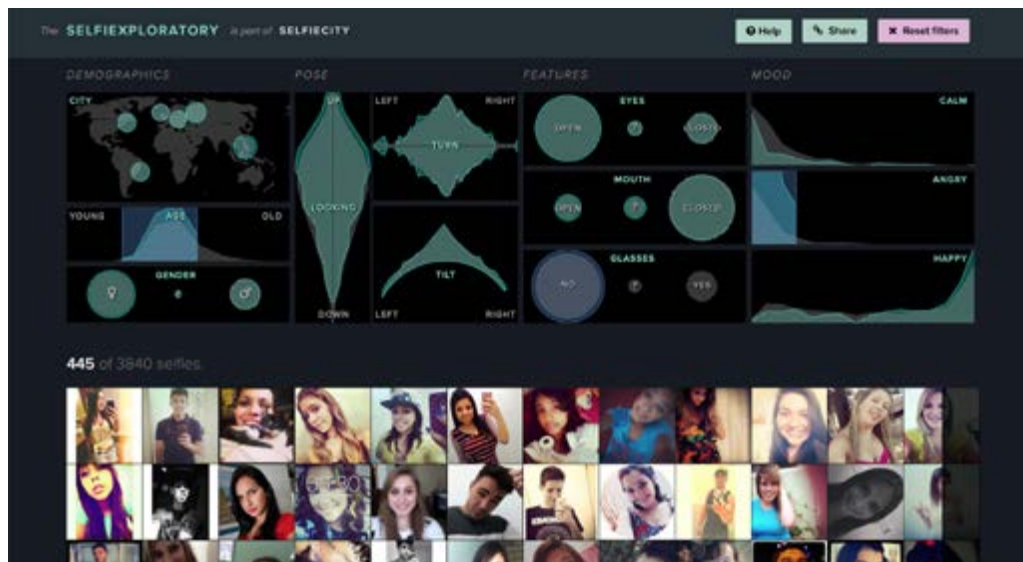


Fig. 34 : Lev Manovich, *The Selfieexploratory is part of Selficity*, Site web, Impression d'écran, 2014

D'abord, il est intéressant de voir que la catégorisation effectuée par le logiciel permet de voir des différences de la plus petite échelle à la plus grande. Mais ce qui en ressort à première vue, c'est évidemment que tous ces pays ne sont pas égaux face à la pratique du selfie. Les ratios entre les images d'hommes et de femmes, ainsi que l'âge, en sont deux exemples flagrants (fig. 33).

Pour ce qui est des autres analyses, les schémas détaillés sur l'ensemble du site internet permettent de voir qu'il y a d'autres différences importantes selon les pays. Par exemple, Moscou semble être la ville où le plus de femmes prennent des selfies, mais c'est aussi là-bas que les gens sourient le moins. Doit-on y voir un signe ou une représentation fiable de la population russe ? Sans doute, car cela reste un indice de particularité culturelle, mais il n'est pas déterminant.

L'onglet interactif *Selfieexploratory* (fig. 34) nous permet d'ailleurs de faire un constat d'autant plus intéressant. Cet outil permet à chacun de jouer avec les statistiques relevées et de faire ses propres constats. Ainsi, il est possible de sélectionner manuellement une ou plusieurs fourchettes sur différents critères, pour comparer tous les selfies de tous les pays se confondent aisément, et que le critère géographique est loin de scinder les styles d'autoportraits, c'est même plutôt le contraire. Il existe tout type de selfies dans tous les pays, pour tous les âges et tous les genres.

Un autre aspect intéressant dans le projet mené à travers ce site est celui de l'échantillonnage. On voit ici une norme émerger en fonction de la sélection, mais il ne faut pas oublier qu'il s'agit originellement d'un panel aléatoire, valable seulement dans l'exemple de ce site. Mais si l'on transpose ce fonctionnement aux réseaux sociaux, cela signifie-t-il que les normes qui émergent auprès de chacun sont déterminées par l'échantillon qu'il a lui-même sous les yeux ? De ce point de vue il est difficile de définir une norme générale puisque celle-ci dépend de ce que chacun voit sur son écran.

Ainsi on peut voir que la création d'une image se détache en partie de ses normes démographiques. Mais peut-on rapprocher cela d'un geste singulier de la part de l'auteur mêlé à une volonté de s'inscrire dans une norme ? Ou au contraire, d'une inspiration totale des codes actuels qui incitent à produire des images « à la mode » ? De quel côté de la balance penche l'instinct du créateur ?

Dans la matérialité du monde dans lequel nous évoluons, la hiérarchie est tout de suite mise en place par des dispositions physiques ou sociologiques. Il n'y a qu'à voir la manière dont l'on met en avant des personnes comparées à d'autres, dans les théâtres ou salles de conférences par exemple, ou au contraire la manière dont on les cache ou protège, comme cela peut-être le cas avec une personnalité bénéficiant d'une protection humaine rapprochée ou d'un lieu clos hyper sécurisé. Cette hiérarchie peut aussi s'appliquer sans manifestation physique, par exemple grâce à l'influence, la popularité ou même le statut. Ce phénomène s'observe assez souvent, dès qu'il est possible de constater un groupe en réalité. Tout autant de dispositifs et d'applications communes dans la réalité. Mais est-il possible de réellement constater ces effets dans un univers virtuel ?

Il ne faut pas oublier que désormais, l'univers digital s'inscrit aussi dans notre environnement proche, au même titre que l'univers physique. Sa particularité réside dans le fait qu'il peut être à la fois cet environnement proche, mais également être connecté au reste du monde, parfois éloigné d'un point de vue physique. Et cela vient remettre en jeu tous les facteurs liés à l'emplacement d'une personne.



Dans le monde « réel », l'influence a un impact différent, car le regard que nous portons sur des proches (des amis, de la famille, des collègues...) est loin d'être celui que nous portons sur des profils Instagram. Selon Guillaume Erner, journaliste et sociologue, « nos meilleurs amis jouent un rôle moins important que nos simples connaissances, vis-à-vis de qui nous entretenons des liens faibles<sup>50</sup> ». Ces connaissances permettent une influence extérieure et détachée à celle que nos proches nous apportent déjà. Ce qui semble être, inconsciemment, un point de vue plus objectif (comparé à celui de nos amis et notre famille, qui sera forcément plus subjectif). Le monde virtuel est beaucoup plus lisse et « neutre » quant aux informations à mettre avant. Sauf une intervention humaine ou une adaptation technologique particulière, il est tout à fait possible de retrouver une photo de l'un de ses amis, d'un cousin éloigné ou d'une célébrité à la suite dans un fil d'actualité Instagram. Et évidemment, aucune différence d'interface ne sera opérée en fonction du contenu : les images seront de la même taille, les pseudonymes et les commentaires aussi. Il arrive que certaines personnes reconnues sur les réseaux sociaux bénéficient d'un traitement de leur contenu légèrement différent, mais cela reste une minorité. Tout est pensé dans l'interface pour que les images soient les moins différenciées possible et que tous les contenus soient mis sur un pied d'égalité. Et comme nous l'avons déjà compris, les réseaux sociaux font désormais partie de notre environnement proche. Même si nous avons déjà vu grâce à *SelfieCity* que la démographie avait son importance dans la stéréotypie des images, on ne peut plus le considérer comme déterminant à l'ère du digital. Les outils de communication contemporains ont pris une telle importance qu'aujourd'hui, qu'ils peuvent même surpasser les informations du réel.

<sup>50</sup>Guillaume Erner, *Sociologie des tendances*, 2009, Que sais-je ?, 2ème édition, Chapitre 3.

## B) LE CONTEXTE SOCIAL

Même s'il est facile de voir que le facteur démographique influe en partie sur le style d'un selfie, nous avons vu qu'il est loin d'être déterminant. De nombreux éléments, notamment amenés par l'émergence des réseaux sociaux, viennent consécutivement altérer sa création puis sa perception par les autres. Ces facteurs peuvent être environnementaux, politiques, psychologiques, esthétiques. Ils apportent chacun à leur manière un impact supplémentaire et créent la singularité de chaque autoportrait. Ceci dit, il existe un facteur récurrent dans chacune de ces images, sans doute l'un des plus importants dans les choix et les parti-pris de l'auteur : le facteur sociétal et culturel.

En fonction de ses centres d'intérêt, chacun ne suivra pas les mêmes personnes sur les réseaux sociaux, et chacun se constitue au fur et à mesure un fil d'actualité qui lui est propre, comme nous avons déjà pu le constater grâce à la démographie.

Cependant, malgré des intérêts divergents, il arrive que des images deviennent le point de rencontre entre plusieurs cultures; et soient par conséquent les cibles d'un engouement particulièrement conséquent. Ces dernières années ont permis de diffuser plusieurs images<sup>51</sup> ayant créé un enthousiasme sans précédent. Parmi elles, un selfie qui valait 1 milliard<sup>52</sup>.

<sup>51</sup>Ou d'autres type de contenus, comme de la vidéo ou de la musique

<sup>52</sup>Le Figaro, *Oscars 2014 : le selfie qui valait milliard*, <https://www.lefigaro.fr/culture/2014/04/09/03004-20140409ARTFIG00311-oscars-2014-le-selfie-qui-valait-1-milliard.php>



Fig. 35 : Photo postée sur le compte Twitter de **Ellen DeGeneres** (@TheEllenShow), 2014.

En 2014, lors de la cérémonie des Oscars, a été posté sur Twitter un selfie (**fig. 35**) qui a fait énormément de bruit, et qui est encore aujourd'hui considéré comme l'un des selfies les plus connus de ces dernières années. Cette image, partagée en très grand nombre sur les réseaux sociaux, a été postée par Ellen DeGeneres, une animatrice et humoriste très suivie et populaire aux Etats-Unis. Elle y pose avec une dizaine d'autres célébrités présentes à l'évènement, en majorité des pointures du cinéma hollywoodien : Meryl Streep, Brad Pitt, Bradley Cooper, Jennifer Lawrence ou encore Kevin Spacey.

Nous pouvons rapprocher cette photo d'un selfie de type contexte, dont nous parlions précédemment. Et en effet, la sympathie, les rires, un léger flou certainement lié au manque de stabilité du smartphone : cette image regroupe tous les critères apparents pouvant attester de la spontanéité de cette-ci. Ce selfie a été l'un des nombreux pris par Ellen en cette soirée du 2 mars 2014, mais c'est celui-ci qu'elle a décidé de poster sur Twitter. Au début, on pouvait simplement croire à une volonté naïve d'Ellen de partager avec ses followers un bon moment; mais personne n'aurait pu imaginer que cette photo aurait une telle puissance de frappe... quoi que.

<sup>53</sup>Le Figaro, *Oscars 2014 : le selfie qui valait milliard*, <https://www.lefigaro.fr/culture/2014/04/09/03004-20140409ARTFIG00311-oscars-2014-le-selfie-qui-valait-1-milliard.php>

<sup>54</sup>Selon Maurice Lévy, directeur du groupe Publicis.

<sup>55</sup>Comme pourrait l'être les Grammy Awards ou les Golden Globes

Lorsqu'on y pense, les réseaux sociaux étaient déjà suffisamment développés à ce moment-là pour que cette image ait le potentiel de se répandre. En imaginant simplement que chacun des figurants retweete la photo, puis que chacune de leurs communautés la re-partage à nouveau; lorsque l'on considère la popularité de chacun des figurants et leur potentiel nombre d'abonnés, ce record ne paraît plus aussi étonnant. En moins de douze heures, les internautes ont fabriqué sans difficultés une chaîne sans interruption qui fera de cette photo la plus partagée de l'histoire, avec 37 millions de vues<sup>53</sup>.

On apprendra plus tard que la soirée était sponsorisée par Samsung, et que la probabilité pour que cette image soit une idée de la marque était assez élevée. La marque assure cependant qu'il ne s'agissait pas d'un placement de produit; si ça avait été le cas, cette opération aurait pu coûter à la marque entre 800 millions et 1 milliard de dollars<sup>54</sup>.

Ici, le contexte de cet autoportrait est suffisamment inédit et important pour qu'il puisse provoquer une telle réaction : une cérémonie incontournable, des acteurs de choix, des abonnés réactifs... Mais avec un peu de recul, cette histoire paraît peu surprenante. Elle démontre cependant ce qu'un regroupement d'influence est capable de produire.

Il est évident qu'un évènement, d'une ampleur plus ou moins similaire, mais comptabilisant moins d'invités, aurait eu plus de difficulté à atteindre un tel

niveau aussi vite. De plus, la cérémonie des Oscars concerne un milieu (le cinéma) s'adressant à une très large cible<sup>55</sup>, et non à une niche. L'évènement étant déjà très attendu, ce qui y était rattaché (notamment la communication digitale) ne pouvait pas passer inaperçu.

Comme nous le disions au début de cette partie, une image (et surtout un autoportrait) dépend de plusieurs autres facteurs. Mais cet exemple suffit à montrer que la culture reste tout de même un pivot important dans la popularisation d'un contenu. Peu importe le contenu qu'elle postera, Kim Kardashian continuera d'avoir du succès sur les Internet, parce que c'est acquis. Elle possède un statut social élevé sur les réseaux sociaux, et sa présence est inscrite dans le contexte culturel actuel. Ainsi, tant qu'elle sera soutenue et considérée comme une icône par ses abonnés, son succès perdurera. Peu importe l'aspect graphique de ses photos. Le contexte culturel peut grandement impacter une œuvre contemporaine car, à lui seul, il peut déterminer sa reconnaissance ou sa transparence. Une question peut alors découler de ce bilan : que se passe-t-il lorsque le contexte d'une image devient faible, voire inexistant ? Et après tout, est-il réellement possible qu'une image subsiste sans contexte ? Si oui, quel effet produit-elle ? C'est la question que s'est posé Paolo Cirio, un artiste italien, qui a souvent critiqué pour le caractère controversé de ces œuvres.

Ses thèmes de prédilection sont en général autour de la sphère numérique : le hacking, les réseaux sociaux, la vie privée à l'ère du digital... Le tout se matérialisant à travers de la photographie, des performances, des installations ou de la vidéo. L'œuvre qui nous intéresse ici est une installation se nommant *Street Ghost* (fig. 36 et 37). Elle a été développée entre 2012 et 2017, et part d'une interrogation simple de l'artiste autour de la part de vie privée dans Google Street View.

Pour rappel, Google Street View est un outil de navigation intégré à Google Maps et Google Earth, permettant à l'utilisateur de se repérer dans un lieu à 360°, comme s'il y était. Le système de capture d'image de l'environnement avec cet outil inclut, en général, la présence de personnes dans la prise de vue. Evidemment, avec un dispositif aussi important que celui mis en place, la question de droit à l'image de ces figurants semble périlleuse. Et la solution décidée par Google a tout simplement été de flouter le visage des protagonistes. Mais est-ce une solution suffisante pour préserver l'anonymat de ces personnes ?

Pour questionner davantage ce parti-pris, Paolo Cirio a mis en place un processus de création particulier. Il a repéré plusieurs de ces « fantômes » dans différentes villes autour du monde. Il les a ensuite détournés et imprimés en grandeur nature (en prenant soin de garder les couleurs les plus fidèles possible, ainsi que les flous appliqués aux visages). Il les a ensuite replacés à l'endroit où ils ont été initialement capturés par Google : apposés aux murs des immeubles, collés comme du papier peint.



Fig. 36 et 37 : Paolo Cirio, *Street Ghosts*, Impression et installations in situ, Taille humaine, 2012-2017.

Ce projet permet de soulever différents problèmes liés à la numérisation de l'image de soi. D'abord, la question de l'anonymat. La seule chose permettant de préserver la vie privée de ces personnes est le flou sur leur visage, mais cela est loin d'être suffisant en réalité. On voit leurs vêtements, accessoires, coupes de cheveux, déjà des marqueurs sociaux forts permettant une reconnaissance plus simple, et surtout, le fait qu'ils soient replacés à l'exact lieu où ils ont été pris en photo ne fait que révéler encore plus d'indices. Cette exposition soudaine semble dérangement : n'importe qui peut se retrouver sous la lumière d'une seconde à l'autre sans son consentement. De plus, l'aspect imprimé de ces figures apporte un message fort. Même si le but est au final de re-contextualiser ces images, l'aspect peu naturel de l'impression et du positionnement de ces personnes donnent une impression de flottement, de figures vides, plates, sorties de leurs corps, comme des fantômes (d'où le titre). L'artiste assimile même ces figures à « des victimes de la guerre de l'information dans la ville, un enregistrement transitoire des dommages collatéraux de la bataille entre les entreprises, les gouvernements, les civils et les algorithmes<sup>56</sup> ».

D'apparence, cette œuvre semble se détacher de l'autoportrait traditionnel, pourtant un élément important permet de créer un lien. Il ne s'agit pas d'une représentation même de l'artiste, mais plutôt un second autoportrait<sup>57</sup> de la part des individus qu'il fait figurer. Comme nous l'avons déjà vu précédemment, une représentation de soi passe aussi par le regard des autres sur soi. Et comme ça a été le cas dans les performances citées, le protagoniste principal ne maîtrise pas toujours cette représentation. Dans *Strip* par exemple, ce sont les hommes déclenchant la prise de vue qui créent l'autoportrait de Jemima Stehli.

Cependant, comme aucunes des personnes n'a donné son accord pour apparaître dans ces représentations, pouvons-nous encore qualifier cette œuvre d'autoportrait ? C'est difficile à définir, l'exposition symbolise-t-elle le début d'un autoportrait ?

Puis, même dans le cas où ces œuvres ne pourraient pas être qualifiées en tant qu'autoportraits (mais plutôt en tant que portraits), elles continuent de poser la question du contexte, qui reste inexistant. La requalification de la personnalité par Paolo Cirio est réduite à néant par la transformation de l'environnement. Serait-ce alors ce dernier qui contribue à la personnalité d'une image ou d'un individu ?

<sup>56</sup>Paolo Cirio, *Street Ghosts*, <https://paolocirio.net/work/street-ghosts/>

<sup>57</sup>Le premier étant en quelque sorte l'apparition dans Google Street View.



Fig. 38 : Richard Prince, *New Portraits*, Exposition, 2015, Galerie Gagosian, États-Unis.

Pour pousser encore plus cette interrogation, nous allons analyser un dispositif mis en place par Richard Prince en 2014. *New Portraits* (**fig. 38**) est une exposition, ayant eu lieu à la galerie Gagosian à New York. Elle a un caractère particulier, car l'ensemble des éléments présentés dans l'exposition forment une œuvre à part entière.

Richard Prince est notamment reconnu pour ses travaux de « rephotographie », la ré-exploitation d'images en somme. Evidemment, sa découverte des réseaux sociaux, et notamment d'Instagram et des selfies, a donné un nouvel élan à son travail, dans un univers où règne la culture du partage.

Dans l'œuvre en question, et grâce à de nombreuses impressions d'écran de son téléphone, il a organisé une exposition présentant sa banque d'images, composée de nombreux selfies sélectionnés arbitrairement dans son fil d'actualité Instagram. Ces photos ne sont pas les siennes, aucunes des personnes présentées n'a donné son accord pour figurer dans l'exposition, et c'est là tout l'intérêt de l'œuvre selon Prince. Les images ont été imprimées sur de grands formats, accompagnées du pseudonyme ayant publié la photo, du nombre de likes et de la légende, et toutes mises côte à côte, comme cela pourrait-être le cas dans une galerie traditionnelle. Toutes les images sont mises au même niveau, même échelle, même taille. Une photographie de Kate Moss et un selfie de l'un de ses amis sur pied d'égalité.

Il est normal qu'une image soit partagée sur les réseaux sociaux, pourquoi ça ne le serait pas de les réutiliser dans un cadre plus physique<sup>58</sup> ? Il est également précisé que chaque reproduction est revendue pour environ 100.000 dollars, et évidemment les personnes représentées, n'ayant pas donné leur autorisation, ne touchent rien<sup>59</sup>. Cela questionne la place de l'artiste et du créateur, ainsi que l'accessibilité des images sur Internet.

Le contexte est évidemment primordial dans cette œuvre car, comme on a pu déjà le voir dans « *Juvenilia* », les dimensions prises par les images dans chacun des deux milieux sont totalement différentes. La question de la valeur est évidemment au cœur du débat : elles passent d'images en libre-service sur Internet, à des propriétés vendues plusieurs milliers de dollars dans la réalité.

<sup>58</sup>Captures, *New Portraits*, <http://revuecaptures.org/contrepoint/new-portraits>.

<sup>59</sup>Art Design Tendance, *Richard Prince sur Instagram : #escroc ou #génie ?*, <https://artdesigntendance.com/richard-prince-sur-instagram-escroc-ou-genie/>.



De plus, la perception n'est pas la même, on passe d'un petit format à un bien plus grand, on leur attribue un quasi-statut d'œuvres d'art alors qu'elles n'étaient considérées que comme très banales sur un écran de téléphone.

Cela semble étrange car finalement, outre le fait que ces images soient issues d'Instagram, tout semble parfaitement normal. Si l'on fait abstraction du contenu des œuvres présentées, la scénographie et le moyen de présentation s'inscrivent la perfection dans le contexte culturel attendu : celui d'une exposition artistique. Ce n'est pas tant le contexte propre qui nous importe, mais plutôt son remaniement. Peut-on alors en déduire que c'est la sortie du contexte digital qui crée toute l'incohérence du dispositif ? Certainement. En tout cas, c'est un environnement qui mérite d'être étudié car c'est peut-être lui, l'atout principal de ces créations numériques.



## C) UN ENVIRONNEMENT DIGITAL UNIQUE

La sphère numérique a révolutionné le domaine artistique, c'est un fait. Que ce soit au niveau de la technique ou des moyens de communication, il est évident que sans cette grande innovation, nos représentations ne se seraient pas à ce point transformées. Mais cette sphère, aussi novatrice qu'elle puisse paraître, a son paradoxe : elle incite aussi bien à la singularité qu'à l'uniformisation des contenus. Les autoportraits sont les exemples même de cette tension.

D'un point de vue technique, nous avons déjà vu les efforts mis en œuvre par les fabricants pour concevoir des appareils photo performants. Cependant nous n'avons pas encore parlé de « retouches », et c'est pourtant primordial lorsque l'on sait que l'écran transforme de toute façon les images.

Avec un minimum de volonté, il est en réalité bien plus simple de transformer une image qu'on le pense. D'abord, « la retouche » ne commence pas au même point pour chacun : nous sommes en effet très inégaux vis-à-vis de cette transformation. Pour certains, un simple recadrage suffit à être considéré comme de la retouche, lorsque de la correction de couleur et le lissage de la peau ne pourraient sembler être qu'une « optimisation » pour d'autres.

Les fabricants de smartphones et les éditeurs d'applications ont conscience de cette divergence, et avec l'évolution exponentielle que subit le marché de l'image, il semblait évident de développer des outils pouvant répondre aux attentes

des utilisateurs, notamment amateurs. Dans le cas du selfie, nous pouvons discerner deux types d'effet visuel pouvant s'apparenter à de la retouche : direct et indirecte.

Dans la catégorie des retouches directes, nous pouvons inclure tous les outils qui impactent et transforment le visage avant la prise de vue. Parmi eux, les filtres, très répandus sur les réseaux sociaux, qui permettent d'ajouter une dimension ludique à l'autoportrait, ou tout simplement de modifier sa forme de son visage ou sa texture. Accessibles directement depuis les plateformes de diffusion, ils sont les plus prisés des utilisateurs. Ce système de filtres existe aussi sous forme d'applications, mais sont souvent plus associés à des changements chromatiques. Ces modifications pré-photo-graphiques permettent de prévoir l'effet que l'on veut donner à son image avant même de l'avoir capturée. Cette simplicité est destinée à tout le monde, pour s'amuser ou pour ceux qui n'ont simplement pas envie de perdre du temps avec des retouches approfondies. Nous avons d'ailleurs vu en introduction les nouvelles fonctionnalités disponibles sur l'iPhone 11, permettant de gérer le flou de l'image, grâce des focales, temps de pose ou ouverture de l'objectif : comme sur un appareil photo professionnel. Il n'est pas rare que cela affecte même d'autres facteurs de la création de l'image, comme le ton ou le message de la photo.



Pour ce qui est de la retouche indirecte, elle vient plutôt s'appliquer après la prise de vue, en vue d'améliorer le cliché. Même s'il existe des effets prêts à l'usage sur les réseaux sociaux, les applications destinées uniquement à cette fonction sont bien plus nombreuses. D'ailleurs, certains éditeurs d'images ont même décliné leurs logiciels destinés aux ordinateurs sur les smartphones, permettant de rendre plus abordable et simple la retouche, comme Adobe avec Lightroom et Photoshop. Ce sont d'ailleurs des logiciels originellement destinés aux professionnels, mais qui montrent ici une volonté de s'adresser à une cible plus large, et plus uniquement aux professionnels.

Mais ces ajustements ne seraient-ils pas limités ? Le smartphone est-il réellement capable d'imiter, voire reproduire les compétences d'une prestation professionnelle ? Un flou de profondeur par exemple, qui peut être accentué, marque de plus en plus une absence de contexte qui, comme on a pu le voir dans l'exemple précédent, ne fait qu'effacer l'originalité de l'image et accentuer le stéréotype.

De plus, ces outils de retouches, qui ont pour vocation de devenir de plus en plus accessibles, ont été obligés de se simplifier. Ces filtres et effets prêts à l'emploi n'auraient-ils pas un effet inverse à celui désiré ? À force de donner l'occasion aux usagers de personnaliser leurs images, ne seraient-ils pas en train de les formater ?

Cependant, l'image en elle-même, retouchée ou non, ne peut pas gommer tout son contexte, car celui de la diffusion reste primordial. On peut compter le contexte dans lequel sera l'utilisateur au moment de la retouche si elle a lieu, le moment où il publiera la photo, et même celui dans lequel sera l'utilisateur-récepteur de l'image. Il a la question de « moi à travers leurs écrans », mais il est indispensable de ne pas oublier « eux à travers mon écran ». L'avis et le point de vue de chacun dont nous parlions dans la partie 2 ne peuvent fonctionner sans la présence d'un contexte.

Bien trop de facteurs rentrent en compte dans la création de l'image et sa perception pour que l'on puisse définir un réel stéréotype, et pourtant c'est un fait : beaucoup de photos sont construites et fabriquées de la même manière. Avec autant de paramètres différenciants, comment se fait-il que l'on arrive tout de même à trouver des similitudes aussi flagrantes ? Pour comprendre ce phénomène, il suffit d'un exemple lui-même contradictoire : les célébrités d'Internet.

Ces personnalités, munies de leurs accessoires, sont la preuve qu'une hiérarchie sur le web est possible. Ces personnes reconnues peuvent bénéficier de quelques avantages (selon les plateformes), comme des filtres, une certification, ou même des applications ou fonctionnalités statistiques, accessibles à partir d'un certain nombre d'abonnés. Comme le confirme Pauline Escande-Gauquié,

**« la renommée, c'est la visibilité quantifiable<sup>60</sup> ».**

<sup>60</sup>Pauline Escande-Gauquié, *Tous selfie ! Pourquoi tous accro ?*, 2015, Éditions François Bourin.



Cependant, cela veut-il dire que la célébrité digitale se reporte dans la réalité ? C'est difficile à dire. La célébrité « en vrai » et dans l'univers dématérialisé ne se construisent pas exactement de la même manière. Et il y a plus de chances à vrai dire, que cela soit une question de cible, qu'une question de support.

L'interface des réseaux sociaux, comme nous le disions en partie 2, ne donne finalement qu'une image lissée des contenus. Les profils et photos sont mis au même niveau, certes, mais il ne faut pas oublier qu'ils « disparaissent » une fois sortis de l'écran. Ils existeront toujours à travers la sphère numérique, mais leur seule chance d'obtenir une visibilité physique est d'apparaître sur le smartphone (ce qui ne dure au final que quelques secondes). Ce sont en quelque sorte des images invisibles.



Mais, si on les considère tout de même comme « existants », il est facile de constater que les profils sont très loin d'être les mêmes. Cela peut s'expliquer par la grande différence entre les moyens de communication liés au numérique et les autres, plus traditionnels. Ces influenceurs, comme on les appelle, ont commencé comme tous les autres, fondus dans la masse. Puis, un moment est arrivé où ils se sont démarqués, ont su se détacher de l'existant et gravir l'échelle sociale d'Internet. Pour au final devoir inspirer ceux qui sont restés en bas de l'échelle, et solidifier encore la base de l'édifice, produisant un contenu encore plus normalisé.

Contrairement à d'autres supports numériques, les réseaux sociaux ont cette volonté d'être accessibles à absolument tout le monde, peu importe l'âge, le physique ou le milieu social. Le point de rencontre entre cette ouverture, permettant à chacun de s'exprimer librement tout en voyant le monde qui l'entoure, et la pression exercée par la concurrence dans ce système, a créé un entre-deux où chacun doit à la fois montrer sa singularité et rester dans le chemin indiqué par cette intelligence collective. Ce qui a contribué à créer des normes et des références qui, malgré le caractère complexe de chaque individu, incite à créer du banal.

Chaque époque a transformé à sa manière l'autoportrait. Aussi bien sur la question du point de vue, que celui de l'impact du contexte ou de la technique. Et l'arrivée des smartphones remet encore en cause la pratique, ce qui est totalement normal. Nous avons également vu que les moyens de diffusion tels que les réseaux sociaux ont grandement impacté notre manière de créer de l'image.

L'autoportrait a été transformé par le XXIème siècle et ne sera plus jamais comme avant, c'est une certitude. Mais a-t-il réellement besoin de ressembler à ses prédécesseurs ?

Il semblerait logique après cette étude de considérer le selfie comme une évolution à part entière, ancrée et adaptée à son époque et son fonctionnement, comme un nouveau genre d'autoportrait. Impossible de réellement transposer les pratiques actuelles à la Renaissance, et vice-versa : le contexte y est radicalement différent.

La manière de faire transparaître la personnalité n'est plus la même, certes, mais cela ne signifie pas pour autant qu'elle a disparu. Comme nous le disions dans cette étude, une image, malgré ce qu'elle subit d'influence, ne peut se créer sans consentement ni conscience. L'auteur y a forcément mis sa patte à un moment donné, et c'est là que transparaît toute sa singularité. Rien ne se crée, tout se transforme.

# CONCLUSION : CE QU'IL RESTE DE LA PERSONNALITÉ DANS L'AUTO PORTRAIT

**Bright, Susan.** *Auto-focus, L'autoportrait dans la photographie contemporaine,* Thames & Hudson, 2010.

**Casilli, Antonio.** *Les liaisons numériques : Vers une nouvelle sociabilité ?* Éditions Seuil, 2010.

**Erner, Guillaume.** *Sociologie des tendances,* Que sais-je ?, 2ème édition, Chapitre 3, 2009.

**Freund, Gisèle.** *Photographie et société,* Editions Seuil, 1974.

**Frizot, Michel.** *L'homme photographique,* Editions Hazan, 2018.

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

**Gomez-Mejia, Gustavo.** *Les fabriques de soi ? Identité et industrie sur le Web,* MkF Éditions, 2016.

**Jost, François.** *Le Culte du banal,* CNRS, 2013.

**Marinier, Jean-Louis.** *Invention de la photographie,* Belin, 1999.

**Ovide.** *Les Métamorphoses,* Le Livre de Poche, Édition de 2016.

**Roman, Mathilde.** *Art vidéo et mise en scène de soi,* Editions L'Harmattan, 2008.

**Tisseron, Serge.** *L'intimité surexposée,* Hachette Littérature, 2002.

# BIBLIOGRAPHIE

**Apple - Iphone 11 Pro**

<https://www.apple.com/fr/iphone-11-pro/>

**Les yeux d'Argus - « Autoportrait à la fourrure » d'Albrecht Dürer**

<https://lesyeuxdargus.wordpress.com/2014/10/06/autoportrait-a-la-fourrure-dalbrecht-durer/>

**@kimkardashianwest - Instagram**

<https://www.instagram.com/kimkardashian/?hl=fr>

**SelfPortraitureX : Nanna Saarhelo,**

<http://selfportraiturex.com/2017/01/22/nanna-saarhelo/>

**The Physiognomic Scrutiner - Marnix de Nijs**

[http://www.marnixdenijs.nl/physiognomic\\_scrutinizer.htm](http://www.marnixdenijs.nl/physiognomic_scrutinizer.htm)

**Ole John Aandal - Juvenilia. Actuphoto.**

<https://actuphoto.com/9370-ole-john-aandal-juvenilia.html>

**Amalia Ulman fait entrer Instagram au Tate Modern**

<https://www.numerama.com/pop-culture/140141-amalia-ulman-fait-entrer-instagram-au-musee.html>

**Selfiecity**

[selfiecity.net](http://selfiecity.net)

**Oscars 2014: le selfie qui valait 1 milliard**

<https://www.lefigaro.fr/culture/2014/04/09/03004-20140409ARTFIG00311-oscars-2014-le-selfie-qui-valait-1-milliard.php>

**Paolo Circo, Street Ghost**

<http://www.paolocirio.net/work/street-ghosts/>

**Captures, New Portraits**

<http://revuecaptures.org/contrepoint/new-portraits>

**Art Design Tendance, Richard Prince sur Instagram : #escroc ou #génie ?,**

<https://artdesigntendance.com/richard-prince-sur-instagram-escroc-ou-genie/>

# SITOGRAFIE

**Alexia Gerard**  
***L'autoportrait à l'ère du smartphone***

Sous la direction de Boris du Boullay et Alexia de Oliveira Gomes  
DSAA Design Graphique et Narration Multimédia  
2020

Typographies utilisées : Arial, Oswald.

