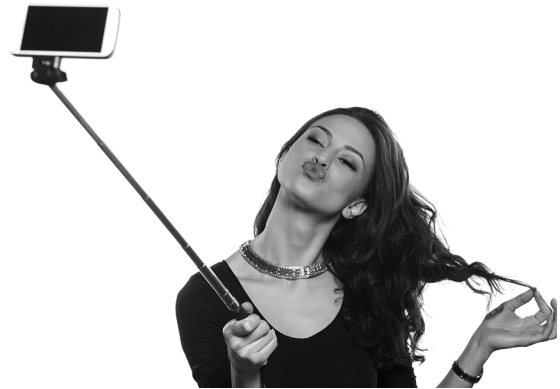


# Le selfie, un nouveau langage

(1) Une nouvelle coupe de cheveux ? Selfie. Sur une serviette, à la plage ? Selfie. Sur un brancard, la jambe cassée ? Selfie. Rien à faire, on s'ennuie ? Allez, pour passer le temps, selfie. Le selfie, on l'aura compris, n'a pas seulement fait son entrée dans le dictionnaire. Le concept s'est ancré dans les habitudes de nombreux utilisateurs. Chaque seconde, 1076 « égoportraits » sont pris à travers le monde. La pratique divise. Au mieux, ses critiques jugent du regard, dans les musées, les touristes cadrant leur propre visage au détriment des œuvres d'art. Au pire, ils partent en guerre, comme ce comédien américain coupant les perches à selfies des promeneurs dans les rues de New York.

(2) Océane, lycéenne parisienne de 17 ans, fait partie de cette génération pour laquelle se prendre en photo est aussi naturel que de déjeuner à midi. Plus qu'une habitude, c'est un art de vivre. La jeune femme publie entre cinq et dix selfies par jour sur sa page Facebook. Depuis un an et demi, elle n'envoie pratiquement plus de messages écrits, préférant s'exprimer avec des images. Loin du simple effet de mode, le selfie est devenu le symbole du *pic speech*, un langage par l'image. Ce néolangage est spontanément employé par la génération d'Océane, qui regroupe les personnes nées à partir de 1995, au moment où arrivaient en France Internet et les téléphones portables.



(3) Selon Stéphane Hugon, sociologue, bien que s'envoyer des autoportraits équivaille à « s'échanger du vide », la pratique marque une communication forte. Internet en est le lieu idéal. « Il faut donner de la place à des éléments comme le selfie car ils traduisent la mise en marche d'une redéfinition du collectif », explique-t-il. « Le digital est la caisse de résonance d'une transformation beaucoup plus profonde. » Cette transformation, selon lui, est celle de l'âme occidentale. Les valeurs sociétales promues après la Seconde Guerre mondiale et aujourd'hui acquises, à savoir l'autonomie et la liberté, nous confrontent désormais au vide : « Les espaces sociaux sont devenus des coquilles vides : on ne vote plus, on a perdu confiance dans l'entreprise et dans les syndicats. La société éprouve une nostalgie communautaire. » Les technologies comme le smartphone ont permis de recréer du lien.

(4) Le selfie est une nouvelle étape : la réinjection du sensible dans le lien social, dont l'effet est de créer de

nouveau ce sentiment communautaire disparu. « Il ne fonctionne qu'avec un groupe d'appartenance, explique Stéphane Hugon. Recevoir le selfie d'un inconnu est presque perçu comme une agression. » Le phénomène du selfie serait davantage le signe d'un besoin de liens plus affectifs et moins rationnels que celui d'un narcissisme à vif. « C'est un narcissisme collectif, conclut-il. Je n'existe que dans ma relation à l'autre. »

**(5)** Le selfie est souvent comparé à un miroir. Une différence : ce miroir s'avère souvent déformant. À force de photographier son propre visage, on se découvre un profil plus flatteur que l'autre. On affine ses traits, favorisant un angle plutôt qu'un autre. On ajoute des filtres, ou l'on fait appel à des applications pour éliminer les imperfections de la peau. Bref, on photographie un idéal de soi et du décalage entre celui-ci et la réalité peut naître un malaise. Ou l'inverse : on n'a pas 100% confiance en soi. On va chercher le compliment, ça aide à se sentir joli. »

**(6)** Le compliment virtuel, c'est le *like*. Et sur les réseaux sociaux, les selfies en génèrent beaucoup. L'acteur James Franco, surnommé le

« Roi du selfie » par la presse américaine, justifiait son engouement pour cette pratique dans le *New York Times* : « Une bonne collection de selfies attire l'attention. Et l'attention, c'est le but du jeu quand il s'agit de réseaux sociaux. À notre époque où un clic nous submerge d'informations, attirer l'attention dans ce flot de choses est un vrai pouvoir. L'attention, c'est ce que tout le monde veut, c'est le pouvoir. Et si vous êtes une personne à laquelle les gens s'intéressent, le selfie fournit quelque chose de très puissant. ».

**(7)** Incontournables dans le monde de la mode, les selfies de mannequins marquent une évolution d'une pratique qui existait déjà. « Avant, pour entrer dans une agence, il fallait passer par le polaroid », explique Hermine Chanteau, jeune directrice artistique en publicité. « Les filles étaient shootées sans artifice, en T-shirt noir basique. Aujourd'hui, elles présentent leurs selfies. » Pour se faire embaucher, les mannequins doivent justifier d'un certain nombre de *likes* sur les réseaux sociaux, espaces sur lesquels comptent beaucoup les grandes marques.

*d'après Le Un,  
le 14 décembre 2016*