

Université de Montréal

L'image principale de profil, symbole de l'individu connecté

**Étude des images principales de profil d'un site de rencontres en ligne
réservé aux hommes**

Par Hervé Boog

Département de Sociologie, Faculté des Arts et Sciences

Mémoire présenté à la Faculté des Arts et Sciences en
vue de l'obtention du grade de Maître en sociologie

Décembre 2015

© Hervé Boog, 2015

Résumé

Depuis le début du XXI^e siècle, un type particulier d'images a envahi l'espace public constitué par Internet : il s'agit des images principales de profil, ces images que les utilisateurs de sites de réseaux sociaux choisissent pour les représenter auprès des autres individus connectés. Comme le plus souvent il s'agit d'une image du corps de celui ou celle qui s'affiche ainsi, il est intéressant de s'intéresser à cette pratique en la rattachant à des pratiques plus anciennes. Dans un premier temps, cette étude présente donc une perspective socio-historique en notant la ressemblance de la pratique de l'image principale de profil avec celle de l'autoportrait et du portrait commandé. Cela permet de remarquer plusieurs points de rupture ou d'inflexion dans l'usage de ce type d'images, mais aussi d'en dégager les usages sociaux typiques. Ensuite, l'observation d'un lieu particulier d'Internet permet de tirer les conclusions suivantes : si l'usage principal de ces images est facile à expliquer, elles servent à symboliser une présence dans des lieux non accessibles aux corps sensibles, ces images montrent toujours des éléments qui permettent de déduire une position sociale et elles sont fondamentalement identiques aux images produites avant Internet. Ensuite, l'étude de ces images montre qu'il y a un véritable continuum dans la manière de dévoiler son intimité qui permet d'affirmer que la frontière entre public et privé n'existe pas sur Internet. Finalement, ces images montrent une absence de canon quant à leur production et une multiplicité des façons de se mettre en scène qui laissent à penser qu'elles sont devenues des symboles à part entière dans la communication qui peut s'établir entre des étrangers sur Internet.

Mots-clés : image principale de profil – autoportrait – selfie – Internet – site de réseau social – continuum privé/public

Abstract

Since the beginning of the century, a new type of images is becoming more and more common in the public space built on the Internet : the profile's main picture, these images network sites' users are using to symbolize their self. It's generally a picture of the Internet user's body, which leads to a practice already existing. The first step of this essay is a sociohistorical perspective allowed by noticing that profile's main picture are often self-portraits. It is then possible to establish a continuity between the practices of past centuries and what is visible on the Internet nowadays. The study of self-produced body images shows a gradual spread of their use from the wealthy to the lower strata of society until the mid-twentieth century. They were used mainly to show social status. After falling into disuse, this type of image is now used by one out of three persons worldwide. The observation of a particular Internet web site has allowed the collection of hundreds of main profile's pictures. Their analysis has the following conclusions: If the main use of these images is to symbolize a presence in areas not accessible to sensitive body, these images still show elements that can be used to infer a social position and are substantially identical to the images produced before the Internet. Then, the study of these images shows that there is a real continuum in the way someone's intimacy is revealed proving that the border between the public and the private does not exist on the Internet. Finally, these images show a lack of canon on their production and a multiplicity of ways of staging that suggest they have become meaningful symbols in the communication that can be established between strangers on the Internet.

Keywords : profile's main picture – self-portrait – selfie – Internet – social network site – public/private continuum

Table des matières

RÉSUMÉ	II
ABSTRACT	III
TABLE DES MATIÈRES	IV
REMERCIEMENTS	VI
INTRODUCTION	1
1. PROBLÉMATIQUE	3
2. LES USAGES SOCIAUX DES IMAGES DU CORPS AUTOPRODUITES	11
2.1. L'ÈRE PRÉ-NUMÉRIQUE	12
2.2. LE RÔLE DE LA TECHNOLOGIE	21
2.3. LES APPORTS DE L'ÈRE NUMÉRIQUE	24
2.4. PRIVÉ – PUBLIC	29
2.5. CONCLUSION	33
3. LE TERRAIN ET LA MÉTHODE	36
3.1. LE CHOIX DE GAY411.COM	36
3.2. UN LIEU DE RECHERCHE PARTICULIER	43
3.3. ÉLÉMENTS DE MÉTHODOLOGIE PARTICULIERS AUX ESPACES NUMÉRIQUES	46
3.4. À PROPOS DU STATUT DE L'IMAGE EN SOCIOLOGIE – LE CAS DES IMAGES RECUEILLIES SUR INTERNET	49
3.5. DÉTAIL DE L'APPROCHE POUR LE CAS PARTICULIER DE GAY411.COM	52
4. CADRE ANALYTIQUE	56

4.1. LA FACE EST UN ASSET	56
4.2. PUDEUR ET IMPUDEUR SUR INTERNET	68
5. ANALYSE	76
5.1. COMMENT DÉVOILER SON INTIMITÉ	77
5.1.1. LE DÉVOILEMENT DU CORPS	77
5.1.2. LE DÉVOILEMENT DE L'ENVIRONNEMENT	79
5.1.3. MODALITÉ DE PRISE DE VUE	80
5.1.4. UN CONTINUUM DANS LE DÉVOILEMENT DE L'INTIMITÉ	81
5.1.5. L'INTIMITÉ PARTAGÉE	84
5.2. L'IMAGE PRINCIPALE DE PROFIL COMME SYMBOLE COMMUNIQUANT	85
5.2.1. AFFICHAGE D'UNE POSITION	86
5.2.2. REVENDICATION DE COMPÉTENCES	97
5.2.3. UNE IMAGE POUR ÊTRE RECONNU	97
5.2.4. UN MOYEN DE PROPAGANDE	98
5.2.5. UN DÉBUT DE CONVERSATION	99
5.3. LA PRÉSENCE DU CORPS	100
CONCLUSION	103
BIBLIOGRAPHIE	109
ANNEXE 1 – LISTE DES CODES	VII
ANNEXE 2 – CODES ET CALCULS RELATIFS AU DEGRÉ D'INTIMITÉ DÉVOILÉ	XXI

Remerciements

Entreprendre un parcours universitaire afin d'apprendre les fondements d'une discipline comme la sociologie jusqu'à être capable de réaliser une recherche et un compte rendu du niveau d'une maîtrise est par nature une démarche exigeante qu'il est difficile de mener à bien sans quelques soutiens bien choisis.

Lorsqu'il s'agit de démarrer cette entreprise à plus de 45 ans sans avoir de connaissance de la discipline étudiée qui auraient pu être acquise au cours de la formation initiale ou des expériences professionnelles, le défi est peut-être encore plus grand.

Heureusement, je n'étais pas seul pour entreprendre ce périple et j'ai pu compter sur l'aide de quelques-un(e)s que je souhaite remercier particulièrement ici.

En suivant l'ordre protocolaire, je tiens tout d'abord à remercier le gouvernement du Québec qui m'a accordé une bourse de 30 000 \$ par l'intermédiaire du Fonds de recherche Société et culture. Cela m'a permis d'acquérir sereinement les notions de base de cette discipline indispensables pour effectuer un travail comme celui-ci.

Je remercie ensuite tout le personnel enseignant du département de sociologie et plus particulièrement Céline Lafontaine, professeure titulaire, qui a dirigé cette recherche et qui m'a supporté pour la partie administrative de mon parcours académique. Je remercie aussi particulièrement Barbara Thériault, professeure titulaire, et Paul Sabourin, professeur titulaire, pour leur participation en tant que membre du jury, mais aussi pour les conseils qu'ils ont pu me donner à divers moments de mon parcours.

Je remercie ensuite tout le personnel support du département de sociologie, et plus particulièrement Arièle Tordjman pour sa disponibilité et sa bonne humeur qui m'ont permis d'économiser bien du temps et de l'énergie lorsqu'il s'agissait de régler les problèmes de la vie courante.

Finalement, il y a quelques amis qui m'ont supporté de différentes manières que je souhaite remercier particulièrement. Que ce soit financièrement ou en m'écoutant rabâcher à propos des images que j'étudiais, ils m'ont aidé à aller jusqu'au bout de la route que je m'étais tracée et je leur en sais gré pour cela. Je pense particulièrement à Guillaume, Pierre, Myriam, Émilie et Simon (l'ordre est non significatif). Un grand merci à vous cinq.

Un merci particulier à tous mes collègues apprentis sociologues qui ont su intégrer le stigmate relatif à mon âge avancé et me considérer comme un égal, ça m'a aidé à me sentir plus jeune et plus vaillant et à traverser les quelques épreuves inattendues qui ont émaillé ce parcours.

Introduction

« We come to see ourselves differently as we catch sight of our images in the mirror of the machine. »
(Turkle, 1995, p. 9).

Au milieu du XX^e siècle, des machines d'un genre nouveau ont été créées. Elles n'étaient plus le prolongement de la main ou du corps pour fabriquer ou déplacer des objets, elles étaient le prolongement de l'esprit pour compter et calculer des nombres. Petit à petit, des pans de plus en plus grands de l'activité humaine ont alors été transformés en nombres, numérisés, afin que ces machines puissent calculer des solutions à notre place. Au début, ce n'étaient que des calculs pour la mort et pour l'argent, mais bien vite, il y eut aussi des calculs pour la vie.

À partir du moment où ces machines sont entrées dans le quotidien de monsieur et madame Tout-le-monde, elles ont commencé à être détournées de leurs objectifs premiers pour servir les pulsions créatrices de la vie. Le succès du Minitel français n'a pas tenu au fait qu'il était possible d'économiser des ressources pour donner accès à l'annuaire des abonnés au téléphone, c'est le sexe qui a fait son succès, et la promesse de rencontres inédites entre les corps.

Lorsque j'ai commencé à étudier la sociologie, mon principal intérêt était de comprendre comment nous en étions arrivés à développer un système aussi complexe qu'Internet et quelles conséquences cela avait sur les organisations humaines. Le sujet est vaste. Il m'a cependant servi de guide pour découvrir cette discipline et pour prendre du recul par rapport à vingt années au service de la numérisation de la société.

Le document que je présente dans les pages suivantes est l'aboutissement de cette découverte. Bien sûr, toutes les étapes ne sont pas relatées ici, mais j'ai choisi un objet devenu banal très récemment, alors que son usage est remarqué pour la première fois il y a plus de

2000 ans, et je me suis intéressé à ses évolutions du fait de la numérisation de la société pour en faire une sorte de synthèse qui est un reflet de ce parcours.

Je n'ai rien découvert de révolutionnaire. Mais j'ai tout de même mis en évidence que si les machines calculent la vie, celle-ci a fini par envahir les machines. Les sites de réseaux sociaux connaissent en effet une croissance qui surpasse toutes les autres applications informatiques et les images de corps qu'ils véhiculent sont des indices de cette vie. Chacun peut en effet facilement prendre une photo de son corps et l'utiliser comme image principale de profil pour communiquer ses sentiments et sa vitalité à la planète entière et créer des liens inattendus avec d'autres.

Ce sont donc ces images que j'ai choisi d'étudier dans le cadre de mon projet de maîtrise. En observant un lieu particulier d'Internet, je me suis attaché à découvrir ce qui les distinguait des images de corps produites avant l'invention des machines à calculer électroniques. Au-delà de cette comparaison, j'ai aussi pu confirmer en regardant ces images de manière globale, que la frontière entre ce qui est public et ce qui est privé n'existe pas sur Internet, et qu'il est possible d'observer un continuum de positions quant au degré de dévoilement de son intimité.

Ce document livre ma réflexion sur ce sujet et commence tout naturellement au premier chapitre par décrire précisément l'objet qui a retenu mon attention et les questions que cela a entraîné. Les chapitres suivants sont alors les éléments de réponse que mes lectures, mes observations et mes analyses m'ont permis d'apporter, réponses intéressantes, mais insuffisantes puisqu'il restera toujours des questions pour continuer le travail de recherche.

1. Problématique

Dans les sociétés occidentales, certains individus produisent¹ une représentation de leur corps, ou d'une partie de leur corps, généralement sous la forme d'une image bidimensionnelle fixe, afin qu'elle soit vue par d'autres. Cette production est une action sociale dans la mesure où elle a pour objectif une réaction d'une partie de ses spectateurs. Ceux-ci peuvent alors agir à leur tour, vis-à-vis du producteur ou d'autres individus, en étant directement inspirés par la représentation et sa production. Ce phénomène, vieux de plusieurs milliers d'années, a cependant évolué de manière considérable depuis le début du XXI^e siècle. Alors que seuls quelques individus particuliers produisaient des images de leur corps dans les siècles passés, ils sont plusieurs centaines de millions à le faire aujourd'hui dans le cadre des sites de socialisation, sites de réseaux sociaux ou sites de rencontre, c'est-à-dire à ces endroits sur Internet, qui sont comme des cafés et des bars, où il est possible de socialiser avec des inconnus (et des connaissances) au travers la médiatisation d'objets numériques². Dans un article consacré à l'autoportrait numérique, la sociologue espagnole Amparo Lasén rapporte, pour illustrer la période avant Internet, que l'artiste Guy Stricherz n'a trouvé qu'une centaine d'autoportraits parmi les 100 000 clichés qu'il a récupérés auprès de 500 familles américaines lors de son enquête du milieu du XX^e siècle³ (Làsen, 2013, p. 100; Stricherz & Eastman Kodak

¹ Il faut comprendre ici l'action de produire comme un processus qui commence par la décision de produire, ensuite il faut créer ou faire créer, fabriquer ou faire fabriquer, pour finalement distribuer, afficher, diffuser, télécharger ou faire faire ces différentes actions en fonction de l'objet matériel support de ce qui doit être vu par d'autres.

² Pour l'ensemble du document, l'espace des corps est défini comme étant le lieu où le corps peut ressentir le monde qui l'entoure au travers des sensations physiques ou la médiation d'objets matériels et les espaces numériques sont définis comme étant les lieux où les sensations ressenties sont le résultat de la médiation d'objets numériques.

³ Enquête qui a permis la publication de l'ouvrage *Americans in Kodachrome, 1945-65*. (Stricherz & Eastman Kodak Company., 2002)

Compagny, 2002). À l'opposé, les chiffres les plus récents concernant Facebook.com, le site de réseaux sociaux le plus important du moment, indiquent que 1,3 milliard d'individus se connectent au moins une fois par mois à leur profil Facebook⁴, c'est-à-dire qu'environ 1,3 milliard d'individus ont affiché consciemment une photo de leur corps sur Facebook afin que d'autres la voient ; une étude de Noelle J. Hum et ses collègues rapporte en effet que « [t]he profile photograph is now a central component of online self-presentation » (2011, p. 1828) et ils citent en exemple un compte rendu de recherche qui indique que 98,7% de son échantillon a posté une photo de son corps sur son profil Facebook (ibid.). Au niveau mondial, 1,8 milliard d'individus auraient au minimum un profil sur un site de socialisation donnant la possibilité d'afficher une photo de leur corps qui soit vue par d'autres comme un symbole d'eux⁵.

Cette augmentation considérable et très rapide du nombre d'individus produisant une image de leur corps afin que d'autres la voient et réagissent à son propos indique qu'il y a là un point de rupture. C'est pourquoi il est intéressant d'analyser ce phénomène, afin de comprendre ce que signifie la rupture en cours, mais aussi pour voir s'il y a une forme de continuité entre les représentations observables jusqu'à la fin du XX^e siècle et celles disponibles à foison depuis le début de la démocratisation d'Internet.

Un premier élément de rupture réside dans la capacité des individus d'aujourd'hui à créer une représentation de leur corps par rapport à celle des individus des siècles précédents. En effet, les technologies numériques, et notamment les dispositifs d'enregistrement de la réalité quotidienne sous forme d'images numérisées, permettent, depuis le milieu des années 1990, à un nombre sans cesse croissant d'individus, de créer des images d'eux sans l'aide d'aucun

⁴ <http://newsroom.fb.com/company-info/> - site consulté le 9 décembre 2014

⁵ <http://www.statista.com/topics/1164/social-networks/> - page consultée le 9 décembre 2014.

intermédiaire⁶. Dans les siècles précédents, seuls ceux ayant étudié certaines techniques de transformation de la matière pouvaient l'agencer de telle sorte que le résultat soit une représentation de leur propre corps. Un mot particulier désignait alors ce type de pratique et soulignait son caractère exclusif, il s'agissait de l'*autoportrait* qui était défini comme « un dessin de l'artiste par lui-même » (Robert et al., 2010). Cette rupture technique importante est matérialisée par un mot nouveau pour désigner les images de son corps que chacun peut enregistrer à l'aide d'un dispositif numérique. On parle maintenant de *selfie* ou d'*égoportrait* qui se définit comme une image de lui qu'un individu capture à l'aide d'un dispositif de prise de vues tenu à bout de bras, généralement un téléphone portable muni d'un appareil photo⁷.

Il existait cependant, et il existe toujours, des individus qui décident de produire une représentation de leur corps afin qu'elle soit vue par d'autres et qui n'ont pas créé l'objet matériel ou numérique qui le représente, soit parce qu'ils n'en ont pas la capacité, soit parce que la représentation existait déjà et qu'ils se sont contentés de la choisir pour l'ériger en symbole d'eux-mêmes. Dans cette étude, afin de définir un objet sociologique cohérent à étudier, ces représentations seront assimilées aux autoportraits puisque c'est la décision de produire qui leur donne un intérêt et un rôle social particulier. Ainsi, pour prendre un exemple historique, lorsqu'Henri VIII d'Angleterre commande son portrait en 1537, il impose au peintre de la cour, Hans Holbein le Jeune, l'image qu'il veut voir et montrer de sa personne et ce portrait sera à classer dans les autoportraits (Foister & Tate Britain (Galerie), 2006, pp. 93-102). En revanche, les portraits d'Amalia de Clèves et d'Anne de Clèves, commandés par ce roi

⁶ La technologie numérique n'a en ce domaine rien amené de nouveau si ce n'est une certaine massification liée à la simplicité d'usage et au coût en constante diminution. Il était déjà possible de prendre des photos de soi sans intermédiaire avec un photomaton (un automate capable de prendre la photo et de développer l'épreuve), un appareil Polaroid ou tout simplement en utilisant le retardateur disponible sur certains appareils de prise de vue.

⁷ <http://fr.wikipedia.org/wiki/Selfie> - page consultée le 18 décembre 2014

pour apprécier leurs qualités en tant que potentielles futures épouses, et faire son choix, ne sont pas des autoportraits des jeunes femmes puisqu'elles n'ont pas pu diriger l'artiste et que l'intention n'était pas d'elles (Holbein & Grohn, 1987, p.84).

S'il convient parfois d'étendre la définition classique de l'autoportrait pour recueillir un corpus d'images représentatives de l'objet qui m'intéresse, surtout pour les images commandées par des individus avant la fin du XX^e siècle, il faut au contraire la restreindre à partir des premières années du XXI^e siècle. Tous les selfies ne sont, en effet, pas dignes d'intérêt. Seules les images désignées explicitement par les individus pour les représenter dans le cadre d'interactions médiatisées par Internet correspondent à l'objet que je souhaite étudier. C'est pourquoi je me limite dans le cadre d'Internet et des sites de réseaux sociaux aux images que chacun désigne comme image principale de profil, puisque c'est la représentation de son corps qu'il érige en symbole de lui et qui sera accolée à toutes ses interventions numériques.

Dans cette étude, je m'intéresse donc aux représentations de son corps qu'un individu utilise auprès d'autres comme moyen d'expression sociale. J'appellerai cet objet un autoportrait ou une image du corps autoproduite et j'adopterai comme définition :

Une inscription d'une représentation de son corps sur un support technologique érigée par soi-même en symbole de soi à destination d'autres.

Définition qui permet d'englober celle de l'autoportrait telle que proposée par le dictionnaire puisque les dessins que les artistes font d'eux-mêmes, qu'ils les diffusent d'une manière ou d'une autre ou décident de les conserver, correspondent bien à un souci de communication vers d'autres avec un symbole de soi. Rembrandt distribuait par exemple des images de lui pour faire la publicité de son atelier de peinture et elles constituaient, entre autres, le symbole de son savoir-faire (Calabrese, 2006, p. 318).

La question qui se pose alors est de savoir si les représentations correspondant à cette définition ont toutes le même rôle social et montrent toutes le même type d'éléments. Pour cela, une étude des représentations rendues disponibles au cours des siècles passés est nécessaire. Elle permettra, de plus, de savoir s'il y a eu d'autres ruptures ou points d'inflexion significatifs dans l'usage que les individus faisaient des représentations de leur corps. Il sera ensuite possible de se concentrer sur la rupture constatée entre la fin du XX^e siècle et le début du XXI^e. Les questions plus précises qui m'intéressent sont donc les suivantes :

- Quels sont les usages sociaux des autoportraits diffusés sur Internet ?
- Est-ce les mêmes usages sociaux que ceux des autoportraits produits avant l'avènement d'Internet ?

En ce qui concerne les autoportraits produits jusqu'à la fin du XX^e siècle, de nombreux auteurs ont publié des textes qui permettent de comprendre leurs usages sociaux. Il sera donc facile d'établir une typologie des usages classiques qui servira de base de comparaison pour l'étude de ce qui se donne à voir sur Internet.

Il sera ensuite nécessaire de réunir un ensemble d'images principales de profil qui puissent être étudiées sociologiquement afin de pouvoir déterminer si des différences ou des similitudes peuvent être constatées entre les images diffusées jusqu'à la fin du deuxième millénaire et celles diffusées depuis le début du troisième. L'étendue d'Internet et la multitude des sites qui permettent de socialiser avec d'autres interdisent cependant une étude générale dans un cadre académique, c'est pourquoi il est indispensable de se concentrer sur un lieu particulier afin d'avoir accès à un ensemble de pratiques homogène qui permettra de tirer des conclusions significatives. Dans cet esprit, j'ai choisi de m'intéresser à un site de rencontre pour hommes homosexuels québécois. Au-delà des raisons pratiques que j'expose dans le chapitre

consacré au terrain et à la méthode, il y a une raison sociologique à ce choix. Un site de rencontre pour hommes homosexuels, surtout s'il est à vocation généraliste, permet en effet d'avoir l'opportunité de voir des individus représentatifs de toutes les couches de la société, que les divisions soient liées au statut socio-économique, au niveau d'éducation, à l'âge ou aux caractéristiques physiques. Le site que j'ai choisi, Gay411.com, offre ainsi la possibilité de rencontrer aussi bien un jeune étudiant qu'un professionnel d'âge mur, un homme de couleur qu'un homme obèse, un homme riche qu'un homme pauvre, un homme né au Québec qu'un immigrant récent et il offre aussi la possibilité de rencontrer des hommes handicapés ou malades.

Mes questions de recherche se précisent donc avec la définition du terrain d'enquête et deviennent :

- Quels sont les usages sociaux des autoportraits diffusés sur Gay411.com ?
- Est-ce les mêmes usages que ceux des autoportraits produits avant Internet ?
- Dans quelle mesure une généralisation peut-elle être faite pour étendre les résultats de cette étude à l'ensemble des sites de socialisation ?

Les autoportraits disponibles sur les sites de socialisation sont généralement accompagnés d'informations sur l'individu dont le corps est représenté visant à compléter l'impression globale laissée par la contemplation de l'image. Selon les endroits, ces informations sont plus ou moins visibles et l'image que l'utilisateur a désignée comme photo principale de profil est plus ou moins mise en avant. Sur un site comme Gay411.com, à moins de connaître un pseudonyme et de s'adresser directement à lui, l'utilisateur verra toujours les propositions de rencontre sous la forme d'un tableau de trois lignes de cinq autoportraits miniatures. À lui de décider avec quelles images interagir, c'est-à-dire sur lesquelles cliquer. Il aura alors accès

à ces informations complémentaires et à des fonctions permettant d'aller plus avant dans l'interaction de découverte des autres. Le nombre de profils accessibles sur un site comme celui-ci est cependant suffisamment important, il y en a 26 576⁸, pour obliger chacun à développer une tactique d'observation des images, d'abord pour savoir reconnaître dans l'image les caractéristiques attendues, ensuite pour maximiser l'utilité du temps disponible pour une rencontre. Il est en effet difficile de faire fi de l'image affichée pour ne baser une décision d'action que sur les caractéristiques énumérées dans le texte.

C'est cette position qui m'intéresse, celle qui permet d'analyser le contenu des images, ou plutôt ce sont les images qui m'intéressent, puisqu'elles véhiculent déjà l'embryon d'un lien social dans cette main tendue qu'elles constituent vis-à-vis des autres. C'est pourquoi, plutôt que d'interroger les individus pour savoir pourquoi ils ont choisi d'afficher telle ou telle image, ou pourquoi ils ont cliqué sur telle autre, je ne souhaite m'intéresser qu'à l'image en elle-même afin de décoder le plus possible des informations qu'elles véhiculent.

Une question supplémentaire se pose alors :

- Comment analyser des images pour recueillir l'information nécessaire ?

Les rares études qui utilisent des images issues de profils comme source de données à analyser se concentrent sur peu d'indices, complètent presque toujours leurs données issues des images avec les données textuelles disponibles et ne peuvent de ce fait servir de source d'inspiration que partiellement pour imaginer un mode d'analyse⁹. Ce travail est donc aussi un essai de sociologie par l'image d'un site de socialisation accessible sur Internet et la dernière

⁸ En date du 3 juin 2014

⁹ La position de ce travail par rapport au champ de la sociologie spécialisé dans l'étude et l'usage des images est présenté dans le chapitre 3 consacré à la méthodologie. C'est à cet endroit que je présente les quelques études centrées sur l'image qui m'ont servi de guide.

question qui se pose, mais finalement la plus importante quant à l'esprit de ce travail de recherche, est alors :

- Est-il possible d'accéder à un savoir sociologique intéressant à l'observation des images de leur corps que les individus érigent en symbole d'eux-mêmes sur les sites de socialisation ?

Avant de répondre à ces questions, je propose de continuer dans les trois chapitres suivants avec la présentation des éléments sociologiques et méthodologiques qui ont permis l'observation d'un corpus d'images principales de profil avec un regard scientifique. Dans un premier temps, il est nécessaire de faire une recension des usages sociaux des autoportraits tels qu'ils sont rapportés dans la littérature, que ce soit avant ou après l'avènement d'Internet. J'expose ensuite plus en détail le lieu que j'ai choisi pour constituer un corpus d'images, et en me basant sur les méthodes habituellement utilisées pour observer ce type de lieu, je présente ma méthode particulière. Finalement, j'expose dans le chapitre quatre les éléments théoriques qui vont permettre d'analyser les images recueillies.

2. Les usages sociaux des images du corps autoproduites

En suivant la définition adoptée dans le chapitre précédent, il est possible de trouver une multitude d'images de corps autoproduites avec des technologies numériques ou non et qui ont été affichées dans l'espace public par leur producteur. L'analyse d'une partie de la littérature entourant ces images permet d'établir quels étaient leurs premiers usages sociaux, mais aussi de constater que leur présence dans l'espace social n'a pas toujours été constante.

D'une manière générale, c'est l'image de l'individu érigée en symbole qu'il faut questionner, le lien qu'elle entretient avec son modèle et ce qu'elle représente de sa place dans la société, et il est alors possible de constater plusieurs ruptures ou points d'inflexion. Le premier point d'inflexion correspond à la Renaissance. C'est le moment où le processus d'individualisation commence pour l'Occident et où il est possible de constater une augmentation sensible des individus qui exposent des images d'eux auprès d'un certain public (Calabrese, 2006, pp. 49-83). D'autres points d'inflexion suivent, généralement associés à des progrès technologiques rendant l'accès à la fabrication d'une image de soi plus facile et moins coûteuse (Freund, 1974). Le premier point de rupture correspond à la fin de la modernité et est caractérisé par l'abandon de l'autoportrait par la majorité des individus comme objet de promotion personnelle (Bourdieu, 1965). Finalement, le deuxième point de rupture, celui qui est à l'origine du phénomène constaté, date quant à lui du début du XXI^e siècle, et correspond à la généralisation d'un concept majeur d'Internet qui de territoire réservé à une élite devient le territoire de tous.

Les ruptures sociales n'étant cependant jamais des moments d'oubli total, l'étude de l'évolution du rapport de l'individu avec son image jusqu'à la fin du XX^e siècle pourra donner

des premiers guides d'analyse de la période actuelle. Certains travaux dont les résultats ont été publiés depuis le début de la généralisation des sites de réseaux sociaux permettront alors de compléter cet aperçu théorique des usages sociaux des représentations de soi et confirmer le concept d'autoportrait comme étant l'image de lui-même qu'un individu choisit de diffuser pour exprimer un propos ou une position, qu'il en soit le créateur ou non.

2.1. L'ère pré-numérique

Les deux premiers types d'autoportraits qu'il est possible d'observer dans l'histoire concernent des individus qui se sont prononcés par ce biais quant à leurs rapports avec d'autres. Le premier type de représentation est celui d'individus ayant une forme de pouvoir de domination envers une multitude d'autres. Il s'agit des représentations figuratives que certains dirigeants ont commandées à des artisans afin de faire valoir leur droit et leur autorité auprès de groupes sociaux plus ou moins étendus. Il en est ainsi des pièces de monnaies qui représentent le corps du souverain, son visage en général, objets concrets à sa disposition pour affirmer sa position et la notion de souveraineté, rappelant ainsi à ceux qui les utilisent qu'ils sont soumis à ses lois, notamment en ce qui concerne les taxes, c'est-à-dire qu'ils sont soumis à la contrainte de son corps sur les leurs (Juhel et al., 2013; Sombart, 2013). Il en est de même du sceau qui est généralement une représentation figurative du détenteur d'un pouvoir et qui est utilisé par celui-ci pour marquer la cire et ainsi attester de la validité des écrits qu'il émet et qui en sont l'expression (Wilder-Vigié, 2000). Au-delà de la représentation de la fonction et du pouvoir d'une personne, ce type d'objet symbolise aussi sa présence auprès de ses correspondants, validant ainsi ses écrits. Il est donc possible de constater deux usages sociaux typiques dès la diffusion des premiers objets : il s'agit de symboliser une présence et d'afficher des éléments destinés à marquer une position sociale particulière.

Le deuxième type de représentation est aussi lié aux autres, mais il s'agit à ce moment d'un signe d'appartenance et non pas de l'affirmation d'une domination. Les artisans, ceux qui altèrent la matière de manière durable, ont en effet transmis des symboles de leur subjectivité au travers de leurs œuvres, indiquant par la même occasion une certaine notion de présence. Il s'agit en général d'un autoportrait générique, qui plutôt que de permettre la reconnaissance objective par comparaison des caractéristiques du corps, et notamment les traits du visage, imprime dans la matière des symboles afin de décliner des qualités professionnelles plutôt qu'une subjectivité. Ainsi, chaque artisan pourra être identifié au travers de signes distinctifs qu'il disséminera au travers de son ouvrage et ce n'est que les plus conscients d'eux-mêmes ou de la valeur de leur travail, les deux se confondant au niveau du virtuose, qui passeront progressivement des symboles à une représentation de plus en plus ostensiblement figurative, amorçant ainsi le mouvement d'expression de soi comme créateur (Calabrese, 2006, p.35-46).

Les premiers autoportraits, figuratifs ou génériques, qui ont été produits montrent déjà un triple usage de la représentation de soi : d'un côté il s'agit d'affirmer une différence par rapport aux autres membres du groupe en tant qu'individu, c'est-à-dire indiquer sa position sociale et par conséquent son pouvoir éventuel au travers d'un objet exclusif et autonome qui permet par la même occasion de représenter l'individu absent. D'un autre côté, l'autoportrait est le signe d'une compétence professionnelle, d'une capacité de création, et il est utilisé pour marquer une œuvre afin d'en revendiquer la paternité. Ce faisant, il indique lui aussi une forme de présence. Ces trois usages peuvent être considérés comme typiques et il sera alors propos d'autoportrait *positionnel*, d'autoportrait *présentiel* et d'autoportrait *signature*, les deux premiers types étant dans un premier temps souvent confondus. L'autoportrait *positionnel* et *présentiel* n'est cependant possible avant la Renaissance que pour quelques individus exceptionnels, par leurs talents ou leur naissance, et l'autoportrait *signature* est essentiellement

générique et s'apparente plutôt à une marque de compétence professionnelle qu'à une volonté de montrer une image de soi pour être reconnu ou localisé. Lorsque l'artisan ou le moine signe en se représentant afin d'être reconnu¹⁰, surtout s'il ajoute un commentaire sur son statut¹¹, il préfigure l'individu autonome naissant dont les artistes de la Renaissance commencent à laisser les premières traces (Calabrese, 2006, pp. 49-83).

Pour résumer, je définis les trois premiers usages typiques des autoportraits que j'ai pu repérer dans la littérature de la façon suivante :

- L'usage *positionnel* : c'est lorsqu'un individu produit une image de son corps pour faire la publicité de son rang social et de ses attributs sociaux.
- L'usage *signature* : c'est lorsqu'un individu produit une image de son corps pour faire la publicité de son savoir-faire
- L'usage *présentiel* : c'est lorsqu'un individu produit une image de son corps pour affirmer sa présence. Cette image remplace alors le corps sensible tout en rappelant aux spectateurs de l'image qu'il pourrait être à la même place avec toutes les conséquences que cela implique.

Progressivement, certains diront du fait de la division des tâches qui se développe (Durkheim, 1986), d'autres parleront d'un contrôle des affects qui tend à séparer les corps (Elias, 2002), d'autres encore invoqueront la diffusion de la pensée grâce à l'imprimerie, l'individu prend une autre dimension. Mis dans des circonstances particulières, il commence à

¹⁰ Il s'agit de l'autoportrait *in assistenza* : l'artisan se représente comme un personnage mineur dans son œuvre.

¹¹ Comme par exemple Eadwin de Canterbury, un moine irlandais, qui fait en 1170 un portrait de lui prenant une pleine page dans un psautier (*Psautier de Cantorbéry*) et entouré « d'une bordure portant son nom et une longue inscription dans laquelle il déclare que sa gloire de "prince des scribes" durera éternellement. » (Calabrese, 2006, p.42)

former une vision de lui-même différente de la vision qu'il a de ses voisins, au point de ressentir la nécessité de le montrer d'une manière ou d'une autre, notamment en copiant les façons de faire des couches supérieures (Elias, 2002, 2003). Ce mouvement est notamment illustré par l'apparition d'autoportraits autonomes de type *positionnel* du fait d'individus non dotés d'un pouvoir coercitif et ce sont les peintres de la Renaissance qui nous fournissent le matériel empirique au travers des autoportraits personnels ou commandés qu'ils ont faits. Il est ainsi possible de "voir" réellement la progression du processus d'individualisation en regardant l'évolution des portraits que les artistes font d'eux-mêmes et de leurs clients. Au début, il n'y a que quelques artisans peintres qui, après s'être intégrés aux tableaux à la gloire de leur protecteur, parfois à sa demande, et certainement en partie en raison d'un contact fréquent lié à la pose, osent l'autoportrait autonome (Calméjane, 2006, p. 69). On peut citer Jan van Eyck (1395-1441)¹² qui est non seulement peintre pour le duc de Bourgogne Philippe le Bon, mais aussi un de ses valets de chambre qui effectuera quelques missions secrètes pour lui (ibid., p. 71) ; il se dissimule dans les tableaux commandés par son maître et réalise un portrait de lui autonome en 1433 qui est au-delà d'une signature et qui doit être considéré comme un acte d'indépendance sociale (Calabrese, 2006, p. 164). Albrecht Dürer (1471-1525) est ainsi l'artiste de la Renaissance représentant le mieux l'individu indépendant qui va se répandre dans la société jusqu'au début du XX^e siècle ; son environnement social a fait de lui un individu conscient de son unicité au point d'obtenir de l'empereur Maximilien une promesse de protection de son travail et de sa réputation contre les usurpateurs et autres copieurs. Il a aussi laissé un nombre important d'images de lui, dont le premier autoportrait nu de l'histoire ainsi

¹² Et aussi Leon Battista Alberti (1404-1472) et Jean Fouquet (1420-1481) qui réalisent chacun un premier autoportrait autonome respectivement en 1435 et 1450.

que la première consultation médicale à distance (Dürer & Vaisse, 2008; Hutchison, 1990; Vaisse, 1995).

Faire faire une image de soi est un investissement très important, et seuls les plus riches, nobles ou marchands, peuvent se permettre ce luxe dans un premier temps. Progressivement, leurs habitudes s'étendent vers les couches inférieures, parfois en se simplifiant pour en réduire le coût et ainsi accroître la capacité de chacun à les adopter (Elias, 2002). Gisèle Freund rapporte ainsi, dans sa thèse publiée en 1936, un accroissement considérable des portraits effectués grâce à l'avènement de différentes techniques visant à limiter l'intervention subjective du créateur de l'image. Elle y explique que ce sont les nouvelles couches bourgeoises des XVII^e et XVIII^e siècles, nées avec l'industrialisation et l'État, qui forment la clientèle autorisant l'expansion de l'industrie du portrait au travers des besoins de chacun d'afficher son nouveau statut social, même si c'est parfois au prix du sacrifice de son individualité tant les canons de l'époque sont rigides (Freund, 1974, pp. 57-69). L'observation des autoportraits jusqu'au début du XX^e siècle confirme bien le lien entre la position de l'individu dans la société et son besoin de représentation. « [P]lus la conscience commune devient générale, plus elle laisse de place aux variations individuelles » (Durkheim, 1986, 275) et plus l'individu veut afficher sa différence et il utilise pour cela le moyen suggéré depuis des siècles par les plus nobles, la représentation de soi sous forme d'une image exposant des signes distinctifs (Freund, 1936).

Un constat s'impose dans le rapport de l'individu avec son image : si dans un premier temps ce sont les membres des couches supérieures de la population qui commandent des images d'eux-mêmes, force est de constater que ce n'est plus le cas après la Seconde Guerre mondiale. Alors que Gisèle Freund notait que « "faire faire son portrait" était un de ces actes symboliques par lesquels les individus de la classe sociale ascendante rendaient visible à eux-mêmes et aux autres leur ascension et se classaient parmi ceux qui jouissaient de la

considération sociale. » (Freund, 1936, p. 11), Pierre Bourdieu rapporte 30 ans plus tard que « Le refus électif et délibéré de la photographie culmine chez les cadres supérieurs et les membres de professions libérales, ainsi que chez les artisans et les commerçants [...]. » (Bourdieu, 1965, p. 68).

Mais quand Gisèle Freund étudie la photographie, elle étudie surtout une continuité de l'art du portrait qui se répand dans les couches bourgeoises et populaires, à la manière dont Norbert Elias, son professeur, étudie l'évolution des mœurs (Elias, 2002) ; alors que Pierre Bourdieu s'interroge sur la valeur artistique et sociale des photographies produites par les quidams, étant entendu que l'évolution des coûts a rendu possible la diffusion de la technique de la photographie jusqu'aux classes des petits paysans et des ouvriers, sans préjuger d'un usage particulier. L'ouvrage *Un art moyen* (Bourdieu, 1965) est une collection de publications de différents auteurs concernant la photographie et son insertion dans le social, au travers notamment de l'étude de la profession de photographe ou celle des clubs amateurs, et c'est Pierre Bourdieu lui-même qui est l'auteur du texte s'attachant à montrer les usages sociaux tels qu'ils sont observés au début des années soixante.

La photographie est ainsi selon lui un objet révélateur de classes, entre objet utilitaire, plaisir technique et moyen d'expression facile d'une certaine déviance, notamment au travers du non-respect des normes et des canons en vigueur, certains photographiant en effet ce qui ne doit pas être photographié¹³. Mais même pour ces "déviant", généralement membres de club photographiques soucieux d'encourager leurs membres à développer une certaine esthétique au nom de l'art (Castel & Schnapper, 1965), Pierre Bourdieu ne note jamais qu'il fut

¹³ « Rien ne *peut* être photographié en dehors de ce qui *doit* être photographié. » (Bourdieu, 1965, pp. 44-45)

imaginable de réaliser un portrait de soi-même. L'image de soi, à moins d'être photographié à côté d'un personnage célèbre ou de disposer de moyens de diffusion importants, n'est plus une marque de prestige social, mais plutôt un objet utilisé pour construire et affirmer une histoire de famille (Bourdieu, 1965, p. 51). En effet, les photos affichées dans les intérieurs français ne montrent plus de portraits à la gloire de leur sujet, mais plutôt des scènes de famille (ibid., p. 52). Il fait un lien cependant entre la photographie et la présence en parlant des invités d'un événement important qui se prêtent d'autant plus facilement au cérémoniel de la photographie qu'ils attestent par ce biais de leur présence ce jour-là (ibid., p. 44).

Plusieurs phénomènes participent de la transformation de la relation d'un individu avec son image au XX^e siècle et viennent enrichir les différents types d'autoportraits qui existaient jusqu'au XIX^e siècle. En premier lieu, le type *positionnel* se transforme pour devenir de plus en plus le support d'une revendication politique qui va au-delà de la simple affirmation d'être un individu libre. L'émergence de l'espace public (Habermas, 2012), qui englobe tous les lieux où il est possible de rendre public une opinion ou un fait privé¹⁴, a permis à certains de faire la promotion de leurs idées auprès de milliers, parfois de millions d'individus en symbolisant leur présence auprès d'eux au moyen d'un autoportrait. Certes, toutes les images que les individus affichent dans cet espace public à l'aide de moyens coûteux expriment aussi un rang social, notamment au travers des vêtements, de l'allure générale ou du simple fait d'avoir la capacité financière de s'afficher ainsi, mais c'est généralement plutôt pour soutenir un message de propagande. D'un autre côté, de nouvelles habitudes de consommation ont modifié la manière dont chacun exprime sa position sociale auprès de son cercle personnel, et plutôt que

¹⁴ Il comprend « les salons, les loges maçonniques, les académies, les sociétés savantes, les regroupements philanthropiques, les clubs, les cafés, les journaux, etc. » (Paquot, 2009, p. 10).

d'organiser un souper pour montrer son nouveau portrait commandé à tel artiste en vogue, on montrera sa nouvelle voiture de sport à l'occasion d'un rendez-vous pour un golf ou un bronzage subtil qui trahira des vacances exotiques.

Il y a à ce moment une rupture dans l'usage qui pouvait être fait de l'autoportrait pour affirmer sa place dans la société. Seuls ceux qui ont les moyens de s'afficher dans l'espace public par l'intermédiaire d'un journal, d'une chaîne de télévision ou tout simplement d'une distribution de tracts continuent à pratiquer l'autoportrait de type *positionnel*, tous les autres ont abandonné ce moyen pour montrer leur position sociale. L'autoportrait de type *positionnel*, qui permettait d'afficher une position sociale particulière devient alors plutôt un autoportrait *de propagande*, c'est-à-dire une image de son corps qu'un individu va accoler à des propos présentant ses idées particulières. Certains artistes continuent cependant à afficher une introspection individuelle grâce à des images de leur corps et vont parfois jusqu'à utiliser ce moyen pour provoquer la société tout entière. Ce fut le cas de Robert Mapplethorpe¹⁵ dont les autoportraits furent la cible de puritains lors d'une exposition aux États-Unis, ceux-ci jugeant les images exposées comme étant obscènes et demandant leur retrait de l'exposition publique. Ils furent cependant déboutés par la justice qui confirma à cette occasion que l'art ne pouvait pas être obscène (The New-York Times, 1990). Ses autoportraits étaient alors le support d'une revendication politique concernant sa sexualité en plus d'être une manière de montrer son intimité. Ils préfiguraient alors le type d'images qu'il est possible de découvrir à foison sur certains sites Internet aujourd'hui.

¹⁵ « Robert Mapplethorpe (1946 – 1989) est un photographe américain célèbre pour ses portraits en noir et blanc très stylisés, ses photos de fleurs et ses nus masculins. Le caractère cru et érotique des œuvres du milieu de sa carrière a déclenché des polémiques sur le financement public de l'art aux États-Unis. » (https://fr.wikipedia.org/wiki/Robert_Mapplethorpe - page consultée le 25 février 2016)

Je définis donc le quatrième usage typique des autoportraits que j'ai pu repérer dans la littérature de la façon suivante :

- L'usage *de propagande* : c'est lorsqu'un individu produit une image de son corps pour faire la publicité de ses idées.

En revanche, un autre type d'autoportrait se généralise, même si son audience unitaire est extrêmement confidentielle. Les différents moyens de contrôle des populations mis en place par les administrations incorporent une image destinée à reconnaître les traits du visage d'une personne, que ce soit sur un badge d'identification professionnelle, un passeport ou un permis de conduire. Cette photo d'identité est un autoportrait destiné à la reconnaissance des traits du visage et est réalisée en respectant des règles strictes de présentation. Elle est parfois réalisée par le sujet lui-même au moyen d'un dispositif automatique comme le photomaton. L'usage de cet automate offre par la même occasion un substitut aux autoportraits peints sur des petits objets familiers qu'il était courant de donner en cadeau au XVII^e ou au XVIII^e siècle pour se rappeler au bon souvenir d'un être cher (Freund, 1974, p. 12) : il permet à chacun, en se dégageant de la pose administrative obligatoire, d'explorer à peu de frais son image pour en offrir les expressions les plus satisfaisantes à son entourage et marquer ainsi sa présence auprès d'eux.

Je définis alors le cinquième usage typique des autoportraits que j'ai pu repérer dans la littérature de la façon suivante :

- L'usage *d'identification* : c'est lorsqu'un individu produit une image de son corps et de son visage pour pouvoir être reconnu lors de rencontres dans l'espace des corps¹⁶.

Globalement, l'attention accordée aux autoportraits diffusés hors de l'espace public est plus restreinte pour la majorité des individus se livrant à l'exercice qu'elle ne l'était à l'époque où l'autoportrait était installé dans une pièce dans laquelle circulait parfois un cercle relativement large. Il est donc permis d'affirmer que son usage social a régressé depuis l'euphorie liée à l'avènement de la photographie et c'est pour cela que cet usage n'a pas été relevé par Pierre Bourdieu et ses collègues en 1965 alors que Gisèle Freund en faisait une part importante de sa thèse à peine 30 ans plus tôt.

2.2. Le rôle de la technologie

Par essence, un autoportrait est technologique. Il nécessite en effet la mise en œuvre de matériaux et d'outils selon une technique particulière et il faut probablement revenir au mythe de Narcisse et Echo pour comprendre que l'individu a toujours cherché à voir son image autrement que par les yeux et le filtre culturel de ses compagnons. Ainsi, à partir des premières surfaces réfléchissantes artificielles, la technologie a été au service du besoin de se voir que certains individus ont ressenti et s'est diversifiée pour accompagner la diffusion de ce besoin vers les couches bourgeoises et populaires. Au premier point d'inflexion dont il a été question précédemment, la période de la Renaissance, qui voit de plus en plus d'individus affirmer leur différence, correspond la première vague de diffusion massive du miroir de verre plat (Tisseron,

¹⁶ Voir note en bas de page 3.

2001, p. 92). Ainsi, chacun découvrant par lui-même son image, va pouvoir commencer à en jouer, et le rapport dual qui s'installe fait partie du processus d'individualisation qui s'amplifie pour l'occident à ce moment (Melchior-Bonnet, 1994). C'est aussi le début de l'aliénation progressive de l'individu à son image (Tisseron, 2001, p. 92). Comme l'industrie du miroir de verre plat a permis une certaine démocratisation du reflet, les miroirs des époques précédentes sont en métal précieux et réservés aux très riches, celle de la photographie, invention du début du XIX^e siècle, va elle aussi permettre une certaine démocratisation de l'autoportrait. Les propos de Charles Baudelaire à l'occasion du salon de 1850, même s'ils ne sont pas très élogieux, reflètent l'ambiance entourant la présentation de cette invention : « La société immonde se rua, comme un seul Narcisse, pour contempler sa triviale image sur le métal... L'amour de l'obscénité qui est aussi vivace dans le cœur naturel de l'homme que l'amour de soi-même, ne laissa pas échapper une aussi belle occasion de se satisfaire. » (propos rapportés par Gisèle Freund (1974, p. 98)). Le rapide développement de l'industrie photographique dès l'achat de l'invention par l'État français en 1839 est un indicateur mesurable de l'attrait de l'autoportrait à l'époque (Freund, 1974; Gunthert et al., 2007). Cependant, malgré toutes les technologies créées pour se voir ou se montrer, les raisons principales ne changent pas, elles se répandent simplement dans la population jusqu'au début du XX^e siècle.

En revanche, l'ensemble technologique constituant les moyens d'existence de l'espace public tel qu'il a été défini par Jürgen Habermas (2012), en ouvrant un espace de possibilités nouvelles, a modifié l'usage de l'autoportrait *positionnel*. Dans un espace composite non accessible complètement au corps sensible, l'autoportrait est en effet un moyen d'affirmer une personnalité tout en accompagnant un message. Rares sont cependant ceux qui peuvent faire acte d'autoportrait dans cet espace puisque cela suppose de contrôler d'une façon ou d'une autre le moyen de diffusion. Ainsi, un artiste peut exposer son autoportrait dans une galerie,

mais sa reproduction pour illustrer la critique de l'exposition dans un journal n'en sera pas un de la même manière. En revanche, la photo du chroniqueur accolée à son texte sera un autoportrait du fait des liens contractuels qui le lient au journal, de même que celle du candidat à une élection qui orne les tracts distribués par une multitude de militants dans la rue, du fait de ses liens avec un parti politique. Cet espace est cependant limité par la capacité du public à consommer de l'information ; il est aussi limité par l'audience habituelle des organes de diffusion. En fin de compte, seuls quelques très rares privilégiés sont vraiment libres de s'afficher comme ils le souhaitent et la situation dans l'espace public est à la fin du XX^e siècle pour l'autoportrait semblable à celle d'avant la Renaissance.

C'est un ensemble technologique beaucoup plus vaste et complexe qui a permis l'émergence d'Internet. Les différences essentielles avec l'espace public tel que décrit ci-dessus sont qu'il s'est considérablement élargi et que la communication est passée de "*one-to-many*" à "*many-to-many*". Une sorte de révolution a démocratisé l'accès à l'espace public, chacun peut avec un investissement relativement faible animer un site d'information et s'adresser à tous les autres, et de nombreux espaces d'expression publique plus ou moins spécialisés ont émergé et sont venus enrichir l'espace relativement monolithique jadis animé par des privilégiés (Cardon, 2010, pp. 35-51; Dahlgren & Relieu, 2000). Même si l'accès aux technologies numériques est encore réservé à seulement un tiers de la population mondiale¹⁷, et même si parmi ce tiers peu ont l'éducation nécessaire pour les utiliser au mieux de leurs intérêts (Ben Youssef, 2004; Compiègne, 2010, p. 30), elles ont tout de même permis à beaucoup plus d'individus que pour les technologies précédentes de tenir le rôle d'un patron de presse et de rendre accessible des opinions et des images à une large audience d'inconnus ; c'est cependant

¹⁷ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> – consulté le 27 septembre 2013.

surtout depuis la première crise d'Internet en 2001 que la position du quidam a changé dans ce nouveau monde et que son individualité peut trouver des cadres d'expressions au travers notamment des services issus du concept Web 2.0 (Castells, 2002; O'Reilly, 2005). Ainsi, il est tentant d'établir un parallèle entre l'évolution de l'autoportrait dans l'espace des corps et son évolution dans l'extension de l'espace autorisée par la technologie. Le privilège de quelques-uns qui se diffuse dans la société à partir de la Renaissance est un symptôme du processus d'individualisation, de la naissance d'un individu "libre" et de la même manière, l'évolution de l'autoportrait dans les espaces générés par la technologie, des patrons de presse ou chroniqueurs vers tous, est peut-être le symptôme de la naissance d'un individu non seulement libre, mais agissant, exprimant son opinion tous les jours, et le signe d'une grande transformation sociale (Cardon, 2010).

2.3. Les apports de l'ère numérique

Outre ce qu'elles peuvent amener par ailleurs, notamment l'espace public élargi, les technologies numériques ont un impact de tout premier ordre lorsqu'il s'agit de l'autoportrait. La prise de vue numérique présente en effet deux caractéristiques qui vont dans le sens d'une diversification des usages. Il s'agit de la relative gratuité de chaque prise de vue et de la non-nécessité de passer par des tiers pour les contempler¹⁸. En effet, une fois que le dispositif de prise de vue numérique est acheté, il n'y a aucun frais supplémentaire qui viendrait limiter l'envie de prendre des images comme cela pouvait être le cas pour les procédés argentiques, et il n'y a donc pas de limite financière à la recherche et à l'innovation ni de limite liée à une

¹⁸ Certaines technologies permettaient déjà de produire des images sans intermédiaire, mais elles étaient onéreuses (Polaroid) ou difficiles d'accès (les photomaton sont en général placés dans des endroits forts achalandés).

certaine gêne ou pudeur puisqu'il n'est plus nécessaire de confier les épreuves à un laboratoire et d'avoir à subir la censure, les commentaires ou les indiscretions de son personnel (Lasén, 2013, pp. 99-100). Libéré des contraintes financières et de la crainte de voir des éléments de sa vie privée exposés à des inconnus, chacun peut donc utiliser les appareils de prise de vue numériques pour expérimenter, pour bricoler, pour chercher à tâtons de nouvelles façons de capturer le réel et « après avoir été un support pour le souvenir des événements personnels et publics [la photographie] devient performance de la vie quotidienne » (ibid., pp. 98-99) et tout peut être photographié, au mépris des règles et de la tradition « pour voir ce que ça donne » (ibid., p. 99). Comme tous les objets informatiques, l'appareil photo numérique permet de mettre en place une dynamique de bricolage qui guide l'apprentissage du sujet par un jeu d'essais et d'erreurs sans conséquence (Turkle, 1995, pp. 50-73) et la pratique de l'autoportrait devient un jeu avec soi-même qui participe de la formation de l'individu au même titre que le miroir ; cela d'autant plus facilement que l'appareil photo numérique est intégré dans tous les téléphones portables, qu'ils soient réputés intelligents ou non (Lasén 2013; Tisseron 2001).

Il y a un jeu qui se joue entre le corps et l'appareil photo numérique, surtout s'il est une fonction d'un téléphone. D'un côté un attachement à l'objet comme faisant partie de soi et de l'autre une véritable emprise du corps sur l'objet technique, notamment au travers de toutes les actions de personnalisation. L'autoportrait est donc dans un monde numérique d'abord inscription par un individu selon un *modus operandi* particulier de représentations de son corps sur un objet technique (Lasén, 2013). Il peut ensuite, suivant un autre jeu d'essais et d'erreurs, être propagé vers des ordinateurs connectés pour être exposé dans un des lieux publics constituant Internet, c'est-à-dire être inscrits dans des bases de données, et participer ainsi à la construction de l'identité grâce aux commentaires d'autres, amis ou inconnus. Le phénomène est alors le même que celui qui se produit dans l'espace naturel. Comme l'explique Erving

Goffman (1973), lorsqu'un individu s'expose aux autres, il compose une face qu'il ajustera éventuellement en fonction des réactions du public de l'interaction concernée. Ce processus est conforme à celui que décrit Serge Tisseron quant à la nécessité de se référer à l'autre pour savoir à quoi on ressemble dans un environnement où le miroir n'est pas disponible (2001, p. 91). Sans dispositif technique, la part de l'identité liée à l'image de soi se construit essentiellement dans l'interaction avec l'autre. À partir de la diffusion du miroir, une distance entre le sujet et son image se forme qui permet l'introspection à son égard de manière objective et diminue ainsi le rôle des autres sur cet aspect de la formation de l'individualité.

L'autoportrait jusqu'à la fin du XX^e siècle ne laisse cependant pas beaucoup de place aux réactions des autres dans la mesure où les processus de création et de diffusion, lents par nature, ne le permettent pas. Le droit d'écriture dont chacun dispose sur Internet, s'il permet à chacun de s'afficher, permet aussi à tous les autres d'afficher des commentaires. Ce qui se passait dans l'instant dans l'espace des corps se passe maintenant dans une temporalité différente qui imprime à chaque action une rémanence laissant le loisir aux autres de réagir plus tard. C'est à tâtons, par une suite d'essais successifs qui forment un véritable processus, que chacun va apprendre à construire une image numérique de lui et à l'adapter en fonction du lieu numérique d'exposition, comme Ervin Goffman explique que chacun adapte sa face en fonction de chaque situation (1973). À l'époque de *Life on the Screen*, Sherry Turkle décrivait des espaces où il était possible d'interagir avec d'autre sous couvert d'un relatif anonymat pour expérimenter tel ou tel aspect de sa personnalité (Turkle, 1995). Selon elle, Internet agissait comme un masque qui garantissait à chacun une étanchéité entre ses vies en ligne et hors ligne et de ce fait, rien de ce qui était mis en ligne ne pouvait affecter la suite de la vie puisqu'il était toujours possible d'abandonner une *persona* sans conséquence pour soi. *Les nouveaux réseaux sociaux sur Internet* (Tisseron, 2011b) font maintenant sortir les internautes de

l'anonymat et ajoutent une composante au processus dans la mesure où « tout ce qu'on [] met [dans Internet] peut tomber dans le domaine public, tout ce qu'on y met y restera éternellement » (ibid., p. 117). Il semblerait cependant que cela n'empêche pas de risquer l'erreur, même si la probabilité d'être reconnu sur une image est importante, puisque les *digital natives* (Palfrey & Gasser, 2008) sont conscients d'avoir tous des images embarrassantes sur Internet et estiment que cela n'est pas préoccupant pour leur futur (Turkle, 2011, p. 255).

Chaque inscription sur un dispositif numérique transforme le moi en une suite d'informations (Cardon, 2010, p. 25) qui vont être interprétées dans le monde Internet comme faisant partie d'une Identité numérique. Cela va même plus loin puisque Louise Merzeau explique que toutes les informations relevant de nos faits et gestes sur le réseau sont en fait une monnaie du monde en ligne qui permet d'avoir accès aux lieux numériques (Merzeau, 2009). Toutes les traces laissées par un individu, qu'elles soient volontaires comme l'autoportrait ou issues de la surveillance des dispositifs, sont même, toujours selon cette auteure, des signes de présence exploités par les automates publicitaires pour proposer les offres les mieux adaptées à chaque ensemble de traces, c'est-à-dire à chaque identité numérique.

Dans un monde où les corps ne sont pas en contact, une part importante de la communication est occultée. En effet, lors d'une interaction en face à face, le langage corporel vient compléter les paroles et l'ensemble est capable d'exprimer des affects et de provoquer des réactions affectives et cet aspect de la communication est difficile à transmettre via Internet. L'autoportrait numérique est un moyen pour faire passer le non verbal, notamment en dévoilant des parts d'intimité (Tisseron, 2001), et le cas le plus évident est « l'auto-pornification » qui vise à provoquer des réactions affectives fortes (Lasén, 2013). Deux usages typiques supplémentaires sont ainsi remarqués suite à la généralisation d'Internet, il s'agit de

l'autoportrait *intime*, destiné à dévoiler des parties d'intimité pour provoquer une réaction affective et de l'autoportrait *pornographique*, version plus explicite de l'autoportrait intime destinée à stimuler une réaction plus intense.

Pour résumer, je définis les deux derniers usages typiques des autoportraits que j'ai pu repérer dans la littérature de la façon suivante :

- L'usage *intime* : c'est lorsqu'un individu produit une image de son corps pour partager son intimité.
- L'usage *pornographique* : c'est lorsqu'un individu produit une image de son corps pour transmettre une excitation sexuelle.

Processus, identité numérique, présence, monnaie, intimité, l'autoportrait numérique est un moyen de présenter son corps aux autres, et Amparo Lasén affirme que cela a maintenant une incidence sur son dressage. Le corps est ainsi présenté selon des canons particuliers et les commentaires des internautes vont avoir une incidence sur la manière dont le même corps sera présenté la fois d'après (Lasén, 2013), ce processus ayant une incidence sur la manière dont chacun va mettre en œuvre son corps dans l'espace public. Certains sites organisent même des concours permettant à chacun de ses membres de noter les photos des autres, et Andra Siibak montre dans une étude sur ce phénomène que les attitudes observées sont souvent le reflet des tendances véhiculées par la presse et la télévision (Siibak, 2010). Même s'il existe des lieux réservés à l'affichage d'autoportraits d'artistes, Flickr.com propose par exemple plus de 1,5 million d'images taguées avec le mot *selfportrait*¹⁹, la majorité des sites

¹⁹ Site consulté le 3 mai 2013

ne font pas la promotion spécifique du genre autoportrait tout en encourageant les internautes à afficher une image d'eux.

Depuis quelques années cependant, mais c'est en 2013 que cette activité a été repérée au travers de la publicité autour d'un nouveau mot, le *selfie*, l'image de soi produite à l'aide d'un dispositif numérique tenu à bout de bras, a fait son apparition sur tous les sites d'exposition d'images de la vie courante. Il est ainsi possible de voir sur des sites comme Facebook.com, Instagram.com (site de partage de photos personnelles), ou Pinterest.com (site permettant d'épingler sur une page des images trouvées ailleurs), de plus en plus d'images enregistrées par des quidams les montrant dans toutes sortes de situations sans que ces images n'aient la même valeur que celle choisie comme photographie principale de profil. Il s'agit alors de se mettre en scène, parfois pour satisfaire un penchant narcissique²⁰, mais essentiellement pour se raconter, pour se constituer en sujet conscient de soi-même (Tisseron, 2011b, p. 101) tout en se conformant aux canons en vigueur pour se présenter²¹.

2.4. Privé – public

Lors de la présentation de la technologie permettant de produire l'image d'un corps grâce à la lumière et à un procédé chimique, Charles Beaudelaire rapporte que le public s'est rué sur l'invention pour avoir l'occasion de se voir sans utiliser de miroir. La photographie est une

²⁰ Voir à ce propos l'article d'Émilie Folie-Boivin, *De l'autre côté de l'égoportrait - La perpétuelle quête du vrai de vrai moi* - <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/386732/de-l-autre-cote-de-l-egoportrait> – consulté le 23 octobre 2013.

²¹ Voir l'article du *Nouvel Observateur* : « Le "selfie", l'autoportrait au smartphone devenu nouvelle esthétique » qui cite notamment André Gunthert s'exprimant sur le fait que le selfie est tout sauf narcissique. Pour lui, il s'agit « d'un portrait social pour aller vers l'autre », « d'une esthétique conversationnelle ». - <http://tempsreel.nouvelobs.com/societe/20131120.AFP2632/le-selfie-l-autoportrait-au-smartphone-devenu-nouvelle-esthetique.html> - page consultée le 11 février 2014.

technologie qui permet en effet d'alimenter facilement un penchant narcissique, et cette référence est souvent retenue par les auteurs traitant de la photographie et de ses usages sociaux (Bourdieu, 1965, p. 297; Freund, 1974, p. 78; Gunthert, 2010, p. 51). Il n'y avait pas là de nouveauté. En effet, lors de la mise sur le marché des miroirs plats cristallins au début du XVI^e siècle par les artisans vénitiens, objets qui pour la première fois permettaient aux individus de regarder à loisir une image d'eux de très bonne qualité, les images présentées par les miroirs d'avant étaient toujours déformées ou de très faible intensité, l'élite de l'époque, c'est-à-dire les seuls clients potentiels, se comportait elle aussi avec une certaine indécence. Dans son étude sur le miroir, Sabine Melchior-Bonnet rapporte en effet que suite à François I^{er} et Catherine de Médicis, c'est toute la noblesse française qui réclame des miroirs, au point d'appauvrir le royaume au bénéfice des Italiens, seuls producteurs de cette technologie au début du XVI^e siècle (Melchior-Bonnet, 1994, pp. 34-39), et au point de contraindre le roi à créer une manufacture française qui sera d'un point de vue social aussi révolutionnaire pour l'époque que les sociétés *high-tech* du début du XXI^e siècle (ibid., pp. 73-77).

Un phénomène identique est observable aujourd'hui, un engouement passionné pour une technologie permettant d'explorer une image de soi ; les files d'attentes interminables aux portes des magasins pour être le premier à acquérir tel ou tel nouveau modèle en témoignent²², de même que la profusion de *selfies* visible sur le Web, source de nombreux commentaires évoquant une explosion récente de la tendance au narcissisme²³. La différence fondamentale

²² Voir par exemple les scènes urbaines liées à la sortie du iPhone4 de Apple ; « Succès de foule pour le lancement de l'iPhone 4 » – http://www.rtb.be/info/medias/detail_succes-de-foule-pour-le-lancement-de-l-iphone-4?id=4820793 – page consultée le 3 février 2014

²³ Voir par exemple cet article visible sur le site du magazine français L'Express, « La folie du selfie », dans lequel l'auteure parle d'une « inflation narcissique » – http://www.lexpress.fr/styles/psycho/la-folie-du-selfie-autoportrait-sur-smartphone-via-instagram_1297718.html – page consultée le 3 février 2014.

est cependant que si la diffusion du miroir ou de la photographie vers les couches les plus basses de la population s'est faite lentement, laissant aux individus les moins instruits la possibilité d'intégrer ces inventions sans difficulté (Bourdieu, 1965; Freund, 1974; Gunthert et al., 2007; Melchior-Bonnet, 1994), celle des objets électroniques intégrant une caméra numérique est très rapide et toutes les conséquences de leur utilisation ne sont pas maîtrisées par tous les utilisateurs. La plus importante est sans aucun doute la rupture de la frontière entre les espaces privés et publics ou plus précisément comme le fait remarquer la sociologue Danah Boyd le retournement d'une situation historique. Du fait de la configuration des espaces privés et publics d'avant Internet, il fallait faire un effort pour qu'une information devienne publique. En revanche, avec l'intrication grandissante du réseau et de ses dispositifs dans le quotidien des individus, une information est « public by default, private through effort » (Boyd, 2014, p. 61) dès qu'elle est sur un support numérique connecté à Internet. Une longue étude auprès de centaines d'adolescents américains utilisateurs de plusieurs sites de réseaux sociaux permet cependant à Danah Boyd d'affirmer qu'il n'y a pas disparition de souhait d'intimité, ou de la possibilité d'avoir une intimité, mais qu'une mauvaise utilisation de dispositifs peu conviviaux expose souvent l'intimité des individus bien au-delà de ce qu'ils étaient disposés à faire (ibid., pp. 54-76).

Il n'est pas rare en effet de découvrir des images en des lieux publics d'Internet qui révèlent l'intimité des personnes qui y sont représentées. Si certaines de ces publications sont intentionnelles (Tisseron, 2001, pp. 47-76), d'autres ne le sont vraiment pas et sont parfois à l'origine de situations déplaisantes, voire dramatiques²⁴. De manière moins explicite, les images

²⁴ Deux exemples sont représentatifs de cette situation. Le premier concerne l'utilisateur qui ne sait pas utiliser son matériel et qui se retrouve avec des photos de lui dans l'espace public qui vont lui porter tort. C'est le cas d'un jeune homme qui ayant volé un téléphone intelligent, se prend en photo

capturées par les appareils photo numériques voyagent souvent sur le réseau Internet sans que leur propriétaire en soit informé. Il peut s'agir du cas extrême de la NSA²⁵ qui détourne les flux d'informations, images incluses, d'internautes non citoyens des États-Unis utilisant des services de stockage localisés dans ce pays²⁶ ou de manière plus anodine, d'un usager de Tumblr.com qui publie les *selfies* d'autres, copiés ailleurs sur Internet, pour alimenter un blogue dont la nature, souvent à connotation sexuelle, est probablement très éloignée des intentions des personnes représentées. Afin de contrer les effets les plus négatifs de ces pratiques, les États occidentaux sont en train de se doter de lois sanctionnant la publication d'images intimes d'autres²⁷, néanmoins, rien n'est mis en œuvre pour limiter les débordements d'intimité dans la sphère publique, bien au contraire.

Le site Web à l'origine de cette étude, Gay411.com, est d'ailleurs symptomatique de cette problématique. Il s'agit en effet d'un site de rencontre public pour des hommes adultes et certains y publient des images d'eux, intimes voire pornographiques, sans se soucier

avec et publie sans le vouloir ses photos sur le compte Facebook du propriétaire du téléphone qui n'a plus qu'à fournir la photo du voleur à la police - http://www.gentside.com/insolite/il-vole-un-smartphone-et-publie-sans-le-vouloir-une-photo-de-lui-sur-le-facebook-de-sa-victime_art48964.html - page consultée le 2 février 2014. Le deuxième concerne le vol de photos avec publication par l'auteur du vol sur des sites portant préjudice aux personnes représentées sur les photographies. C'est le cas d'un jeune américain ayant piraté les comptes courriels de plusieurs femmes grâce aux informations trouvées sur leur site de réseaux sociaux et qui publiait sur les pages Facebook de ses victimes des images intimes d'elles - <http://techno.ca.msn.com/actualites/branchezvousactu-article.aspx?cp-documentid=26228826> – page consultée le 10 février 2014.

²⁵ « La National Security Agency (NSA, "Agence nationale de la sécurité") est un organisme gouvernemental du département de la Défense des États-Unis, responsable du renseignement d'origine électromagnétique et de la sécurité des systèmes d'information et de traitement des données du gouvernement américain. » – Wikipédia – http://fr.wikipedia.org/wiki/National_Security_Agency – page consultée le 18 janvier 2015

²⁶ The Guardian – The NSA files – <http://www.theguardian.com/world/the-nsa-files> – page consultée le 3 février 2013

²⁷ Voir sur le site [educaloi.qc.ca](http://www.educaloi.qc.ca) qui explique la loi québécoise en des termes simples la page concernant la publication d'images d'autres sur Internet - <http://www.educaloi.qc.ca/jeunesse/capsules/ton-droit-limage-la-publication-de-photos-sur-internet> - page consultée le 10 février 2014.

apparemment du risque de les voir apparaître sur d'autres sites ou sans se soucier de l'étendue du public de ce site. Je me rappelle en effet avoir été interpellé par des étudiantes à propos d'une photo que j'exposais à cet endroit. Bien que ne faisant pas partie du public habituel de ce site, elles se justifiaient en prétextant qu'un ami leur avait montré mon profil.

2.5. Conclusion

Au cours de ce chapitre, plusieurs usages typiques de l'autoportrait ont été définis. Trois sont repérés dès les premiers autoportraits. Il s'agit d'utiliser une représentation de soi pour symboliser sa présence, affirmer une position particulière dans la société ou attester de l'appartenance à un groupe. Ce sont les types d'usage que j'ai appelé *présentiel*, *positionnel* et *signature*. Avec l'apparition des instruments de diffusion des idées tels les journaux, la radio et la liberté de la presse, qui ont permis de communiquer à un large public de toutes les couches de la société des idées opposées à celles du gouvernement et prêtant à polémique, l'autoportrait s'est politisé et un quatrième usage typique s'est ajouté aux trois premiers. Il s'agit dans ce cas d'utiliser une image de soi, de son corps pour appuyer une idée et j'ai appelé ce type d'usage *de propagande*. L'ère post-moderne et son obsession du contrôle amènent un cinquième usage typique qui est la reconnaissance faciale au travers de l'autoportrait *d'identification*. Finalement, il semblerait que l'ère numérique, plus particulièrement depuis que l'offre des terminaux mobiles avec appareil photographique est accessible à toutes les couches de la population des pays occidentaux, ait amené deux raisons sociales supplémentaires pour réaliser un autoportrait, dévoiler des parties de son intimité pour provoquer une réaction allant dans le même sens de la part d'une partie du public de l'image et même mettre en scène sa sexualité. Il s'agit alors des autoportraits de type *intime* et *pornographique*.

Cette étude s'attache à rendre compte de l'observation d'un lieu numérique particulier, Gay411.com, où il est possible de voir des centaines d'images désignées par autant d'individus comme étant une photographie principale de profil. Ce site est représentatif d'un type d'espace numérique très particulier, né avec le Minitel en France en 1984 (Gonzalez & Jouve, 2002), où la présence et la capacité d'interaction immédiate sont fondamentales.

« Le système technique [le service offert par le Minitel] se définit par l'envoi et la réception, en direct, de messages écrits, composés sur un clavier et affichés sur un écran, entre individus connectés à un même serveur télématique. À l'initiative des usagers, ce potentiel technique a débouché sur un mode de communication interpersonnelle caractérisé par l'anonymat des participants, la relation sociale à distance, et l'expression de fantasmes, souvent à caractère sexuel, sous une forme conversationnelle. » (Jouët, 1987, p. 80)

Il s'agit aujourd'hui de sites Web où la présence de l'internaute près de son dispositif connecté est valorisée par l'application gestionnaire, généralement sous la forme d'une liste de profils connectés, le dernier connecté se trouvant au sommet de la liste. La probabilité pour que le propriétaire d'un profil situé au début de la liste puisse lire et répondre instantanément à une sollicitation est donc supérieure à celle concernant les profils en fin de liste dont les propriétaires se sont peut-être éloignés de leur dispositif connecté. La présence est donc là aussi un usage typique commun à toutes les images érigées en symbole de soi à destination d'autres.

La première question est évidemment de savoir si les différents types énoncés et présentés précédemment se retrouvent dans la galerie des portraits telle qu'elle peut être observée. Plus précisément, savoir dans quelle mesure et avec quelle intensité les composantes des différents types autres que la présence (c'est-à-dire *positionnel*, *signature*, *de propagande*, *d'identification*, *intime* et *pornographique*) sont observables dans les autoportraits étudiés. La deuxième question concerne le lien avec le lieu particulier d'observation des images. Chaque lieu numérique expose en effet un environnement culturel particulier et le site Gay411.com ne

doit certainement pas déroger à cette règle. Il s'agit d'un site de rencontre pour hommes homosexuels nord-américains où il doit être possible de vérifier que les corps exposés le sont selon une esthétique particulière à la communauté homosexuelle. Dans son étude sur « [l]a codification de la beauté chez les homosexuels parisiens », Julien Méreaux met en évidence des codes esthétiques, révélateurs d'une certaine culture du corps, tels qu'ils peuvent être observés dans le Marais, quartier parisien « concentrant la plupart des activités commerciales homosexuelles » (2002, p. 68), et les confronte aux images observées sur Dialh.com, site français de rencontre entre hommes fonctionnant selon le même principe que Gay411.com, pour les confirmer (ibid., p. 67). Il sera donc intéressant d'utiliser sa grille d'analyse afin de vérifier si les codes parisiens se retrouvent à Montréal.

3. Le terrain et la méthode

Le phénomène étudié est la prolifération des représentations du corps érigées en symboles de soi qu'il est possible d'observer sur la majorité des sites de réseaux sociaux et des sites de rencontre. Plus précisément, cette recherche se focalise sur un site particulier où la collecte des données pourra être effectuée afin de constituer un corpus d'images principales de profil. Dans un premier temps, il est donc important de décrire ce lieu particulier et les raisons sociologiques et pratiques qui justifient ce choix. Le site choisi est alors comparé aux objets similaires habituellement étudiés par des sociologues. Ensuite, en partant des pratiques ayant pu être documentées quant à l'observation de lieux numériques et à l'analyse d'images, ce chapitre présente la méthode particulière utilisée pour recueillir les données et les analyser.

3.1. Le choix de Gay411.com

Il existe une multitude de types de sites Web où il est possible, voire nécessaire, d'afficher une image principale de profil dans l'objectif d'établir des relations sociales avec d'autres (Boyd & Ellison, 2007), mais il en existe un en particulier où l'image affichée prend une importance primordiale et où il est possible de visualiser toutes les images mises en ligne par les utilisateurs. En effet, dans la majorité des sites de réseaux sociaux et des sites de rencontre, les profils sont diversement accessibles en fonction des réglages de confidentialité adoptés par chacun ou en fonction des caractéristiques du site. Ainsi, les sites de réseaux sociaux comme Facebook.com permettent à leurs utilisateurs de limiter l'audience de leur profil à une liste établie de contacts, cachant celui-ci au monde Internet des inconnus et lui conférant de la sorte un statut non public nécessitant des autorisations pour être utilisé à des fins de recherche.

Dans un autre registre, la majorité des sites de rencontre généralistes, à l'image de Meetic.com (Chalet, 2009, p. 160), utilisent un moteur d'appariement qui ne mettra en relation que les profils ayant des caractéristiques compatibles entre elles – un utilisateur ayant indiqué avoir 33 ans et souhaiter voir les profils des personnes ayant entre 25 et 30 ans ne pourra voir que les profils des personnes ayant effectivement indiqué avoir entre 25 et 30 ans qui ont explicitement signalé sur leur profil être intéressées par les profils des personnes ayant 33 ans. La famille des sites auquel appartient Gay411.com privilégie au contraire une ouverture totale de la base de données et une immédiateté, issue du Minitel français, qui est soulignée par l'absence d'un moteur de recherche perfectionné basé sur de multiples critères. Cela entraîne plusieurs conséquences intéressantes dans le cadre de cette recherche sur les autoportraits tels qu'ils sont visibles et utilisés sur Internet.

Premièrement, puisque la base de données est entièrement ouverte à tous les utilisateurs enregistrés et parce que tout internaute peut s'enregistrer gratuitement, il n'y a pas de limitations officielles liées à des règles d'éthiques qui limiteraient les mouvements du chercheur. En effet, l'Université de Montréal précisait sur son site Web au moment de l'observation du site Gay411.com qu'un certificat d'éthique n'était pas nécessaire pour une base de données publique, c'est-à-dire accessible par tout un chacun librement. Un « document d'information à l'intention des étudiants de la faculté des arts et des sciences » qui était disponible à l'adresse www.fas.umontreal.ca/recherche/ethique/index.html²⁸ précisait bien qu'un certificat d'éthique n'était pas nécessaire lorsque le chercheur « [utilisait] uniquement des données de nature

²⁸ Document consulté une dernière fois pour rédiger ce texte le 3 juin 2014. Les règles ont été modifiées depuis et les sites Web du type de Gay411.com sont considérés comme des espaces publics de l'espace des corps. Ceux-ci peuvent être observés sans certificat d'éthique pour peu que l'anonymat des personnes observées soit préservé et qu'il n'y ait pas de contacts à des fins de recherche entre le chercheur et les personnes observées. C'est pour cette raison que toutes les images présentées dans ce document ont été modifiées pour cacher les visages et les pseudonymes.

publique, c'est-à-dire disponibles à tous (sans autorisation particulière) [par exemple] [l']utilisation de bases de données disponibles à tous par Internet. »

Ensuite, le fait que ce soit un site généraliste réservé aux hommes²⁹ se soumettant au regard d'autres hommes permet aussi de simplifier l'analyse en supprimant la variable de sexe, source potentielle de différences, et permet surtout d'avoir une étendue de pratiques très importante puisqu'il s'adresse aussi bien aux quêtes romantiques qu'aux pratiques BDSM³⁰.

Le point le plus important est cependant que l'architecture des applications gérant ce type de site met une emphase toute particulière sur l'image qui a été désignée par chacun comme image principale de profil. En effet, les résultats des recherches effectuées par un utilisateur sont toujours affichés sous une forme mettant les images en avant. Ainsi, Gay411.com affiche ses listes de résultats sous la forme d'un tableau de 3 lignes de 5 vignettes, chaque vignette affichant les informations de base relatives aux profils sélectionnés. Jusqu'en 2014, la place prise par la photo correspondait à 60% de la totalité de la surface utile de chaque vignette et les autres informations (le nom du profil, le type de relation souhaitée, la localisation notamment) prenaient les 40% restant (voir image page suivante).

²⁹ Mais je n'ai pas trouvé de site généraliste ayant les mêmes caractéristiques d'immédiateté liée à l'image qui soit disponible dans mon environnement de recherche et qui soit adressé à une population exclusivement féminine ou mixte.

³⁰ BDSM : Bondage et Discipline, Domination et Soumission, Sadomasochisme : ensemble de pratiques sexuelles extrêmes utilisant la douleur, la soumission, la contrainte et l'usage de multiples accessoires dans un but érogène.

GAY411.com

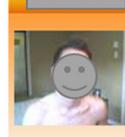
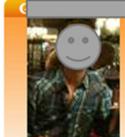
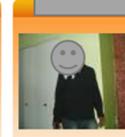
CRÉE TON PROFIL! AFFICHER LES PROFILS CHERCHE MODIFIER PROFIL ESUPPORT EASYGAYCHAT.COM Français

Ioth... Aucun MESSAGE [Rafraichir Liste] [Liste Contacts] [Notes] [MiniChat] ? [Sound OFF] [Exit]



» [Compte gratuit](#) «
» [Free Account](#) «



 Montreal, QC Canada SEX ONLINE	 Montreal, QC Canada ONLINE	 Montreal, QC Canada LOVE ONLINE	 Montreal~lav... QC Canada SEX ONLINE	 Montreal, QC Canada ONLINE
 NEW / Montreal, QC Canada AMIS ONLINE	 Montreal, QC Canada ONLINE	 Montreal, Ro... QC Canada ONLINE	 Montreal, QC Canada SEX ONLINE	 Montreal, QC Canada LOVE ONLINE
 MONTREAL Montreal, QC Canada CHAT ONLINE	 Montreal, QC Canada CHAT ONLINE	 Montreal, QC Canada CHAT ONLINE	 Montreal, QC Canada SEX ONLINE	 Montreal, QC Canada CHAT ONLINE

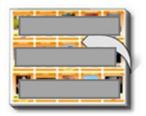
Gars Connectés - Page n° 1 / 87
[Clique ici, PAGE SUIVANTE](#)

ou vas à la Page n°

GAY411 STAR:
Kity

Ottawa, ON,
Canada

★ [Priority Access ON e-Support](#)

Ton Profil listé comme "NOUVEAU" ?


Ne sors pas sans Tes **Cartes de Profil personnalisées**. La meilleure façon de rester "en contact" !


GETOFF.tv
GAY VIDEOS ONLINE
Video Clip GRATUIT XXX

sl4-1301

En 2015, le site a modifié la présentation des profils. Les résultats sont toujours affichés sous la forme d'un tableau de 3 lignes de 5 images, mais la taille relative de l'image est passée de 60% de la surface utilisable à 100% et les informations qui avant étaient accolées à l'image sont maintenant incrustées dans l'image (voir image page suivante). Cette modification ne fait que confirmer l'importance à accorder à cette image.

C'est toujours la présence en ligne qui est valorisée dans la mesure où les vignettes affichent un point vert pour indiquer le statut ONLINE de l'internaute propriétaire (avant le mot ONLINE était inscrit sous l'image) et surtout parce que la fonctionnalité mise en avant par l'application est la liste des utilisateurs connectés triée afin d'afficher en premier les derniers utilisateurs connectés.

En effet, que ce soit sur la page d'accueil du site ou sur la première page affichée au moment de la connexion, de larges boutons intitulés « Clique Ici Pour Parler avec les Gars Connectés » et « Afficher les Gars Connectés » incitent à des échanges immédiats avec des individus susceptibles de répondre rapidement. C'est ce principe de l'immédiateté des

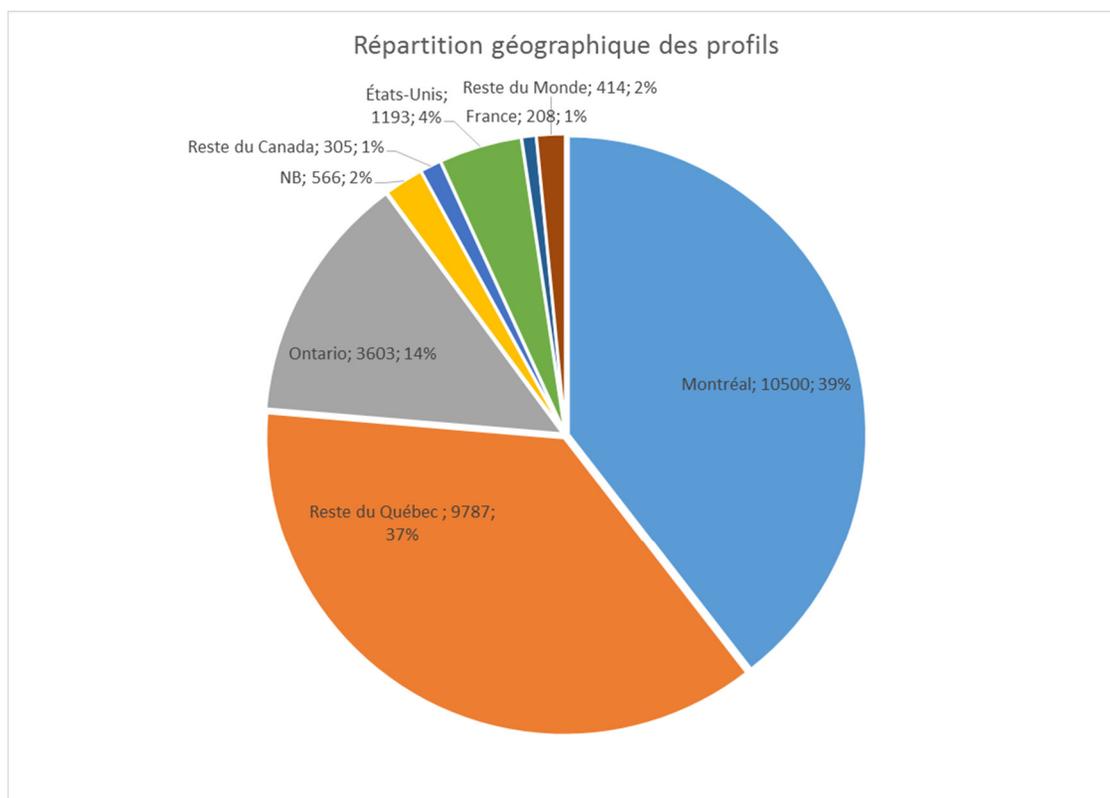
rencontres dans le monde numérique, pouvant déboucher rapidement sur « un plan cul » – pour reprendre le langage « indigène » relevé par Johann Chaulet dans une étude impliquant ce type de sites (2009, p. 153) – qui est au centre du modèle économique des sites équivalant à Gay411.com, par exemple Dialh.fr en France qui existait déjà du temps du Minitel (3615 DIALH) (Chauvin & Lerch, 2013, p. 47; Méreaux, 2002). Ce principe de l’immédiateté est depuis peu entièrement renouvelé avec les applications disponibles uniquement sur plateformes mobiles³¹, telle Grindr.com, qui y ajoute la géolocalisation afin de permettre une rencontre dans le monde des corps encore plus rapidement en sélectionnant des individus non seulement connectés, mais aussi proche de soi, ou encore plus proche de l’objet étudié, Tinder (gotinder.com), qui met l’image de profil comme unique élément de décision immédiat, revenant de ce fait au fantasme de base lié à la création des sites de réseaux sociaux. Les utilisateurs de Tinder sont en effet invités à juger les photos principales de profils des personnes répondant à quelques critères de base, liés au sexe et à l’âge principalement et géo localisées dans un environnement proche, affichées en plein écran, en simplement glissant l’image à droite ou à gauche en fonction d’un intérêt ou d’un désintérêt, rappelant en cela la première application Web développée par le fondateur de Facebook.com, telle qu’elle est rapportée dans le film retraçant ses débuts, qui présentait des groupes de deux photos en invitant l’utilisateur à choisir celle qui lui plaisait le plus³². La comparaison s’arrête là cependant, l’objectif final n’étant pas un classement, mais une rencontre. Si les deux personnes déclarent un intérêt

³¹ Gay411.com a aussi développé et mis à disposition de ses utilisateurs une version pour appareils mobiles qui indique à quelle distance se trouve les individus connectés.

³² *The Social Network*, un film de David Fincher sorti en 2010.

commun, alors Tinder permet un dialogue plus avancé pouvant déboucher sur une rencontre rapide³³.

De manière plus spécifique, Gay411.com est un site de rencontre ayant une audience plutôt québécoise et montréalaise. En effet, sur 26 576 profils actifs début juin 2014, 20 287 sont attachés au Québec, soit 76,33% des utilisateurs, et parmi ceux-ci, 10 500 sont attachés à Montréal, c'est-à-dire presque 40% des utilisateurs. Les 6 289 profils non québécois se répartissent principalement entre l'Ontario (3 603 profils pour 13,5% des utilisateurs), le Nouveau Brunswick (566 profils pour 2,1% des utilisateurs), les autres provinces et territoires



³³ http://en.wikipedia.org/wiki/Tinder_%28application%29 – page consultée le 11 juin 2014.

canadiens (305 profils), les États-Unis (1 193 profils), la France (208 profils) et le reste du monde avec 414 profils³⁴.

3.2. Un lieu de recherche particulier

Les sites tels GAY411.com font partie d'un ensemble de sites Web qui « focalisent l'activité sur la création et la mise en scène [d'une] face publique (Goffman, 1973; 1974) que constitue le profil, notamment par l'orientation des liens noués avec d'autres membres. » (Stenger & Coutant, 2010, p. 221) et ils sont particulièrement étudiés par les sociologues dans la mesure où ils permettent d'établir de nouveaux contacts sociaux et d'entretenir ceux ayant déjà été initiés de manière simple et assistée, notamment en proposant un système de messagerie interne et des fonctionnalités d'enregistrement de listes de contacts et de commentaires (Boyd & Ellison, 2007). En fait, s'ils intéressent tant les sociologues, c'est principalement parce qu'ils permettent d'imaginer un espace social augmenté. Antonio Casilli parle d'un continuum d'espaces sociaux, « le monde en ligne s'imbriqu[ant], s'entremêl[ant] avec le monde hors ligne » (2010, p. 245), ce qui rejoint la conception de l'espace telle qu'elle était déjà proposée par Georg Simmel en 1903 lorsqu'il affirmait dans *L'espace et les organisations spatiales de la société* que « l'espace n'est jamais qu'une activité de l'esprit, que la manière humaine de réunir en vision cohérentes des sensations en soi sans liens » (2010, p. 600).

³⁴ Données statistiques recueillies le 3 juin 2014

Gay411.com se rapproche ainsi de la classe des sites Web appelés sites de réseaux sociaux (social network sites – SNS (Boyd & Ellison, 2007)) ou réseaux sociaux numériques, RSN (Stenger & Coutant, 2010), qui sont définis de la manière suivante par Danah Boyd :

«We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site. » (Boyd & Ellison, 2007, p. 2 sur 20)

Le site à l'étude diffère cependant de cette définition dans la mesure où la liste des contacts d'un utilisateur ne peut pas être vue par les autres utilisateurs. La dénomination de site de rencontre sera donc conservée, même si certains de ceux-ci proposent bien toutes les fonctionnalités listées dans la définition ci-dessus, par exemple Recon.com, un site de rencontre pour hommes fétichistes qui propose de rendre visible aux autres utilisateurs une liste de contacts. Ceci rejoint finalement la critique que Danah Boyd elle-même fait à sa définition en affirmant que tous les sites Web permettant à un quidam de partager des informations personnelles ont tendance à mettre en place des fonctionnalités propres aux SNS jusqu'à devenir des SNS eux-mêmes (Boyd & Ellison, 2007, p. 7 sur 20)

Pour Dominique Cardon, c'est la visibilité accordée aux informations enregistrées par les utilisateurs dans la base de données de l'application gérant chaque site Web qui permet d'établir une nomenclature des lieux numériques où il est possible de se montrer ou de montrer ses idées. Il propose ainsi de dégager cinq formes idéales-typiques qui représentent les cinq façons pour un individu d'investir l'espace social numérique et il les nomme en fonction de l'éclairage que les sites réservent à leurs utilisateurs (Cardon 2008). Il définit ainsi les modèles du *clair-obscur* (les informations ne sont visibles que pour les proches de l'intéressé, son réseau), du *phare* (les informations ne sont visibles qu'au travers des intérêts communs), du *post-it*

(seuls les commentaires sont visibles par tous, mais pas les informations personnelles), de la *lanterna magica* (ce sont les actions qui définissent des individus représentés par des avatars), mais c'est le modèle du *paravent* qui se rapproche le plus de Gay411.com dans la mesure où l'identité de chacun est bien cachée derrière un pseudonyme (ibid., pp. 104-123). Mais alors que cet idéal-type défini par Dominique Cardon correspond bien à la majorité des sites de rencontre puisqu'ils n'autorisent les mises en relations qu'à partir de listes de critères mis en correspondance les uns avec les autres au travers d'un moteur d'appariement, Gay411.com s'en éloigne dans la mesure où la manière pour chacun d'établir un contact avec un autre n'est pas limitée par certains critères, mais passe simplement par l'élection d'une image particulière du corps de cet autre, image permettant dans beaucoup de cas de reconnaître l'individu concerné.

Si Gay411.com échappe partiellement à ces classifications, c'est parce qu'il est trop rudimentaire et n'offre pas certaines fonctionnalités obligatoires, une liste de contacts accessibles pour être vu comme un site de réseaux sociaux ou un moteur d'appariement apte à réellement cacher les individus derrière une liste de critères anonymes pour correspondre au modèle du *paravent*. En fait, il représente les sites qui ressemblent le plus à un véritable lieu naturel, comme un bar, où il est possible de voir tout le monde sans pour autant avoir des détails sur tout le monde ou engager la conversation avec tout le monde, mais en étant capable de mener plusieurs conversations simultanément. J'ai déjà dit que son modèle était repris des applications télématiques développées dès la naissance du Minitel français pour permettre la rencontre des corps, mais en Amérique du Nord, ses origines sont liées au téléphone. Dès le début des années 90, des services téléphoniques basés sur le détournement des fonctionnalités des autocommutateurs numériques permettaient en effet de rentrer en contact avec des inconnus et de laisser un profil vocal en ligne accessible par tous (Chauvin &

Lerch. 2013, p. 47). Le magazine Fugues affiche ainsi sa première publicité pour un service de rencontres par téléphone en août 1990, timidement sur un tiers de la page 45, et dès le mois suivant sur deux pleines pages, dont une tout au début du magazine, avec la mention « Tout nouveau » bien visible. La croissance des budgets publicitaires constatée les mois suivants semble bien indiquer que l'offre répondait à une demande réelle, bien que le principe de base, la présentation de soi via un média symbolique, ne soit pas très différent de celui matérialisé par la petite annonce classée dans la rubrique *Rencontres* d'un journal imprimé.

3.3. Éléments de méthodologie particuliers aux espaces numériques

« S'il n'y a pas lieu de remettre en cause le fait que les communications électroniques aient débouché sur l'émergence de nouveaux phénomènes, il ne va pas de soi que ceux-ci soient par nature différents de ce que les chercheurs en sciences sociales ont vu jusqu'ici au point de ne pouvoir les appréhender avec les outils dont ils disposent déjà. » (Pastinelli, 2011, pp. 41-42)

Internet est un vaste ensemble qui a été abordé et intégré par les sciences sociales de plusieurs façons. C'est évidemment sa dimension d'outil, que ce soit pour effectuer des recherches de documents disponibles en ligne ou pour contacter et interviewer des individus relativement à une problématique indépendante d'Internet, au travers de sondages en ligne ou d'échanges directs entre les enquêtés et l'enquêteur, via courriel ou visioconférence, qui a tout d'abord attiré l'attention des sociologues (Frippiat & Marquis, 2010; Garcia et al., 2009; Murthy, 2008). Cependant, « [t]he Internet is increasingly entwined in people's lives; it is both an imagined space and an architected place. Things happen on it, through it, because of it » (Boyd, 2009, p. 26), et les ethnographes les plus à l'écoute du monde ont compris qu'il fallait dépasser l'artefact technique et considérer certains sites Internet comme une extension de

l'espace des corps (Garcia et al., 2009, p. 54). Certains des phénomènes observés depuis le début du XXI^e siècle par la sociologie pouvant l'être aussi bien dans l'espace numérique que dans l'espace des corps, une observation des différentes composantes de l'espace significatif pour les enquêtés est en effet devenue nécessaire pour comprendre leur étendue réelle (Pastinelli, 2011, pp. 36-43). L'analyse des pratiques sociales liées à l'anorexie ne peut pas faire l'économie d'une ethnographie des sites proana (Casilli, 2010, pp. 150-170), comme l'analyse des communautés de logiciel libre ne peut pas faire l'impasse sur une observation des interactions ayant lieu dans l'espace des corps (Demazière et al., 2011; Pastinelli, 2011, pp. 44-45).

Cependant, comme le fait remarquer Dhiraj Murthy dans un article faisant un état des lieux des pratiques des chercheurs en sciences sociales avec ou vis-à-vis d'Internet (2008), c'est encore l'observation à couvert qui est la plus fréquente dans les espaces numériques (ibid., pp. 839-841), même si l'observation à découvert et participante devient de plus en plus courante (Garcia et al., 2009, pp. 58-60). Il relève que cela n'a rien d'exceptionnel puisque les premières ethnographies réalisées par les chercheurs de l'école de Chicago au début du XX^e siècle comportaient elles aussi une proportion très importante d'observations à couvert, et il insiste même sur l'organisation de l'espace électronique qui invite au voyeurisme pour justifier cette proportion tout en attirant l'attention des chercheurs sur les travers et limites liés à ce mode de collecte de l'information, notamment en ce qui concerne les questions d'éthique (Murthy, 2008, pp. 839-841).

Même si « presque toutes [l]es caractéristiques qu'on attribue à l'espace électronique peuvent également être attribuées à certains contextes hors ligne » (Pastinelli, 2011, p. 39), il en est certaines qui modifient les façons d'agir de l'ethnologue. Angela Cora Garcia et ses collègues formulent à ce propos cinq remarques (Garcia et al. 2009, pp. 57-58) dont les deux

premières constituent des sources de préoccupation concernant l'éthique. Ils font remarquer en premier que « since the ethnographer can not directly observe the people she or he is studying, the nature of observation changes » (ibid., p. 57). En effet, ce que fait réellement le chercheur d'un point de vue technique consiste à interroger des bases de données qui sont souvent publiques, notamment dans le cas des forums, c'est-à-dire manipuler des objets techniques inertes comme c'était déjà le cas pour toutes les recherches utilisant des publications officielles imprimées sur du papier. Dhiraj Murthy souligne cependant que même si ces pratiques sont légales, comme c'est le cas pour les recherches encadrées par l'Université de Montréal, tous les chercheurs ne sont pas convaincus que les internautes dont les données sont utilisées sont confortables avec ces pratiques (2008, p. 841).

La deuxième remarque formulée par Angela Cora Garcia et ses collègues vient renforcer ce point. En effet, ils soulignent que « the ability to technologically record events, interactions, and locations in online research settings changes the role of fieldnotes and how findings are reported » (2009, p. 57). Cette rémanence des traces laissées par les interactions sociales se déroulant dans l'espace numérique et la capacité qu'a le chercheur à les trouver, les copier et les utiliser, notamment pour illustrer ses publications, celles-ci étant le plus souvent indexées par des moteurs de recherches tels Google.com, donne une visibilité accrue à des données, certes publiques, en les retirant de leur contexte originel (Murthy, 2008, p. 841), ce qui fait dire à plusieurs chercheurs cités par Dhiraj Murthy « that online research ethics are particularly important with vulnerable or marginalized groups » (ibid.). Nicola Döring, cité par Angela Cora Garcia et ses collègues (2009, p. 75), souligne en effet que « [Intern]et forums are not addressed at a dispersed, broad audience, and instead fulfill an internal exchange aimed at only those people who are currently enlisted. Incognito logging of group interactions in the Net would thus be equivalent to the secret recording of a table conversation in a restaurant or a

multiperson chat at a party, and would represent an unethical infringement of privacy laws. » (Döring, 2002, p. 343) in (Batinic et al., 2002).

Ces propos relatifs aux forums des débuts de la généralisation d'Internet sont évidemment valables pour tous les lieux hors-normes comme les sites de rencontre pour homosexuels. Il existe des lieux dans l'espace des corps qui sont effectivement publics, tout individu qui s'affiche comme un homme peut rentrer dans un club de sexe réservé aux hommes, où il sera mal considéré qu'on commence à prendre des photos ou des notes dans les espaces communs sans l'accord des participants. De plus, un chercheur faisant une enquête dans ces lieux serait naturellement tenu à garantir l'anonymat de ses sources par tous les moyens. Il doit en être de même pour les lieux numériques, d'autant plus s'ils s'éloignent de la norme dictée par Facebook.com. Ce qui est affiché dans un cercle fermé, même si tout le monde peut créer un profil fictif juste pour regarder, et destiné à un public particulier dans un contexte particulier ne doit pouvoir être utilisé par le chercheur qu'en garantissant le respect de l'intimité procuré par le cercle normalement fermé du site Web étudié. C'est pourquoi j'ai pris des dispositions particulières quant à la présentation d'extraits de mon corpus de données. Je les présente en même temps que je détaille ma façon de procéder pour effectuer la collecte et l'analyse des données page 52 ci-après.

3.4. À propos du statut de l'image en sociologie – le cas des images recueillies sur Internet

Les derniers éléments de méthodologie qu'il est nécessaire d'aborder pour situer le travail présenté ici concernent l'image et son usage général en sociologie et les cas particuliers que j'ai repérés et qui m'ont servi d'inspiration pour mon travail.

D'une manière générale, la sociologie fait la différence entre deux types d'images : les images préexistantes à l'enquête et les images produites dans le cadre d'une enquête. Habituellement, les images préexistantes à l'enquête sont des images documentaires ou des images de photojournalisme. Elles peuvent parfois servir de matériel de recherche dans le cadre d'une analyse de discours par exemple, elles sont cependant souvent utilisées à titre accessoire, pour illustrer des propos développés à partir d'autres matériaux (Becker, 2001). Ce sont les images produites dans le cadre de l'enquête qui sont au cœur de ce qu'il est convenu d'appeler la sociologie visuelle, une branche de la sociologie qui utilise l'image pour enquêter. Il s'agit alors, soit de faire des photographies sur le terrain pour rendre compte de situations particulières, de l'ethnographie en images, ou alors d'interagir avec les individus enquêtés par l'intermédiaire d'images, en leur demandant de produire des images significatives de leur environnement ou en leur demandant de réagir à des images produites par le chercheur (Dion & Ladwein, 2005).

Les images qui nous intéressent dans le cadre de cette recherche sont bien préexistantes à l'enquête, mais elles ont un statut particulier par rapport aux images habituellement utilisées par les sociologues : elles ont été produites par les individus qu'elles représentent dans le cadre d'une inscription à un service Web et leur usage social premier est de symboliser une présence en un lieu particulier. Elles n'ont pas à priori de volonté de décrire le social et une image en particulier ne présente aucun intérêt sociologique, contrairement à une image documentaire ou de photojournalisme qui peut donner beaucoup d'informations sur une situation sociale particulière et servir à ce titre les objectifs de recherche du sociologue (Becker, 2001; La Rocca, 2007). C'est le fait de constituer un corpus de plusieurs centaines d'images du même type qui leur donne un intérêt sociologique et il faut alors les traiter comme des discours qui auraient été recueillis auprès d'individus dans le cadre d'une enquête très large.

Afin d'appréhender le corpus d'images que j'ai pu constituer, je me suis inspiré de quelques recherches qui utilisent le même matériel de base, c'est-à-dire la photographie principale de profil, et de l'excellent ouvrage de Gillian Rose *Visual methodologies* (2012). Les recherches qui utilisent le même matériel le font en général de manière concomitante avec les textes qui accompagnent les images (Krämer & Winter, 2008; Zhao et al., 2008; Hum et al., 2011) et utilisent de ce fait peu de codes pour décrire les images. Shanyang Zhao et ses collègues, dans le cadre d'une recherche concernant la construction de l'identité sur Facebook utilisent par exemple l'ensemble des informations accessibles via un profil Facebook et n'ont affecté à la photographie principale de profil que quatre codes pour décrire toutes les situations (0 – Blank, 1 – Self, 2 – With others, 3 – Avatar) (Zhao et al., 2008, p. 1833). Noelle Hum et ses collègues se concentrent quant à eux uniquement sur les photos principales de profil disponibles sur un profil Facebook (2011). Ils détaillent alors cinq critères pour chaque profil : le nombre de photos présentées, le type d'activité physique visible sur les photos, si la photo est posée ou non, si les photos sont appropriées pour toutes les audiences et le nombre de sujets (ibid., p. 1831). La recherche de Nicole Krämer et Stephan Winter est un peu plus détaillée puisqu'ils utilisent un codage plus complexe pour mettre à jour les relations entre estime de soi et présentation de soi (2008). Les critères retenus pour coder les images sont alors le style de la photo de profil, la visibilité du visage, le type de photo, le lieu de prise de vue, l'expression faciale et le fait de regarder l'appareil photo ou non (ibid., p. 110).

Mais c'est un article de Andra Siibak qui a le plus retenu mon attention (2010). Dans le cadre d'une recherche sur la construction de la masculinité sur un site de réseau social, elle a eu l'occasion d'analyser 599 images produites par 108 individus pour s'exposer sur le site Rate.ee, site permettant notamment d'exposer des images de soi qui seront notées par les autres utilisateurs. Elle a retenu 6 critères pour coder ses images : Le lieu de prise de vue, les

participants, l'activité, le comportement, la distance sociale et l'exposition du corps. Pour chacune de ces catégories, plusieurs cas sont possibles et la catégorie exposition du corps regroupe par exemple sept possibilités pour coder les images : entièrement habillé, t-shirt, no shirt, shorts, shirt buttoned up, no clothes, underwear (ibid., pp. 14-16 sur 24).

Comme la plupart des chercheurs cités ici le soulignent, l'interprétation des images est quelque chose de très subjectif (Becker, 2001; Dion & Ladwein, 2005; La Rocca, 2007) et il est donc nécessaire de développer un système de codes rigoureux qui permette de décrire les images sans ambiguïté afin de dépasser ce stade. Gillian Rose souligne en effet à propos du système de codes qu'il doit être développé de telle sorte que n'importe qui puisse coder les images exactement de la même manière (Rose, 2012, p. 96). En m'inspirant des études citées précédemment, je me suis donc attaché à être le plus rigoureux possible afin d'éliminer tout élément subjectif des résultats de cette recherche.

3.5. Détail de l'approche pour le cas particulier de Gay411.com

Il y a plusieurs façons d'aborder un terrain numérique comme Gay411.com. Comme je l'ai déjà indiqué, le fonctionnement de ce site est simpliste en comparaison des sites de réseaux sociaux ou de rencontre les plus connus. Une fois qu'un profil est créé, c'est-à-dire qu'un nom de profil unique a été fourni à l'application gestionnaire du site avec son mot de passe associé, il est possible d'enregistrer dans la base de données les informations qui seront présentées aux autres utilisateurs comme point de départ des interactions. Il y a bien sûr l'image désignée comme photographie principale de profil, seul élément obligatoire, mais aussi les images secondaires, un texte libre et quelques caractéristiques comme la taille ou l'origine ethnique pour lesquelles un choix de réponses est proposé. Étant donné que la base de données est

entièrement ouverte à tous les utilisateurs enregistrés, il est possible d'imaginer une collecte des données concernant tous les profils à l'aide d'un automate programmé. Il est en effet facile de simuler la présence d'un utilisateur qui consulterait tous les profils existants et de les enregistrer en vue d'une analyse exhaustive. Cela suppose toutefois des ressources informatiques coûteuses, logiciels et programmation, qui n'étaient pas disponibles dans le cadre de cette recherche.

Parmi tous les profils présents dans la base de données, tous ne sont pas actifs de la même manière et une autre façon de faire aurait pu consister à observer la liste des profils connectés telle qu'elle est proposée par l'application (voir image page 40). Un enregistrement à intervalles réguliers de la première page aurait pu permettre d'observer les profils de manière dynamique et de différencier des types en fonction de plages horaires particulières, un peu comme l'ethnologue dans l'espace des corps pourrait se poster à l'entrée du lieu qui l'intéresse, un bar par exemple, et noter des observations concernant les individus entrant dans ce lieu particulier. Mais là encore, des ressources informatiques importantes auraient été nécessaires et cette observation automatisée n'a pas pu être effectuée faute de moyens.

C'est une façon de faire plus rudimentaire qui a été mise en œuvre afin de constituer un corpus de données à analyser. J'ai effectué une observation participante à couvert pendant un mois et demi, du 15 septembre au 31 octobre 2010 et j'ai enregistré 996 profils complets tels qu'ils sont affichés à l'écran (voir image ci-contre). J'ai ajouté dans ces fichiers toutes les images secondaires au format d'origine. J'ai ensuite pu extraire les photographies principales de profils que j'ai enregistrées dans des fichiers images indépendants. Que ce soit pour les fiches complètes ou pour les images principales, j'ai utilisé le nom du profil comme nom de fichier afin de conserver le lien entre les fichiers ayant la même origine. Afin de préserver l'anonymat des propriétaires des profils, j'ai toujours conservé ces données en les protégeant avec un mot de passe et les visages et les pseudonymes sont cachés dans tous les extraits publiés.



ATLAS.ti. C'est-à-dire que j'ai observé les 200 premières images et j'ai distingué certaines parties en leur associant un code sous forme d'un mot ou d'une courte expression qui soit représentatif de ce que je voyais. Dans la mesure où je ne savais pas à priori ce qui était important et ce qui ne l'était pas, j'ai codé pour chaque image ce qui était le plus visible, enracinant ainsi mon système de codes dans mon matériel empirique. J'ai ensuite classé les près de 1 000 codes ainsi obtenus en grandes familles pour ensuite réduire chaque famille en une série de codes exclusifs les uns des autres tout en étant globalement représentatifs de l'ensemble des images étudiées. Cette opération a nécessité plusieurs itérations sous forme d'aller et retour entre les codes et les images afin de définir un système de 105 codes qualitatifs qui permette de décrire toutes les images. Au cours de ces itérations, j'ai ajouté 101 images supplémentaires pour valider et préciser le système de codes tout en l'enracinant plus fermement dans le terrain³⁵. J'ai ensuite utilisé un logiciel spécialisé pour mesurer la surface occupée par le corps dans l'image et pour mesurer la part du corps nu, ce qui a rajouté 20 codes quantitatifs (voir en annexe 1 la liste des codes et leur définition).

Finalement, j'ai analysé l'ensemble de codes ainsi constitué en suivant deux axes théoriques, un premier concernant la présentation de soi et un second concernant l'intimité et la pudeur. Mais avant de présenter les résultats de ces analyses, il me semble nécessaire de préciser cette façon particulière de regarder mes données en exposant les axes théoriques retenus pour servir de cadre à l'analyse et c'est l'objet du prochain chapitre.

³⁵ Les 695 images restantes ont servi à valider le système de codes et les catégories calculées et à illustrer mes propos lorsque nécessaire.

4. Cadre analytique

« Si les réseaux numériques étaient restés, comme ils l'étaient à leurs tout débuts, de simples archives de pages d'informations, leur succès aurait été moins retentissant. Ce sont [l]es indices de vie humaine qui font leur spécificité. » (Casilli, 2010, p. 123)

Maintenant que l'autoportrait tel qu'il peut être observé au XXI^e siècle, sur Internet et ailleurs, a été défini et que le lieu d'observation a été précisé, je présente dans ce chapitre les éléments théoriques retenus pour donner un cadre à l'analyse d'un corpus d'images de ce type. En premier, ce sont les concepts permettant de rendre compte de ce que les individus montrent, ce qu'ils mettent en avant et comment ils le font que je détaille et je fais un lien entre ces éléments et le concept d'identité. Ensuite, et compte tenu de la nature des images visibles sur le site étudié, je présente les éléments théoriques permettant de comprendre les liens affectifs liant les internautes à leurs images.

4.1. La face est un *asset*

« [Erving Goffman a] voulu faire [...] une sorte de guide proposant une perspective sociologique à partir de laquelle on puisse étudier la vie sociale, et plus précisément le type de vie sociale qui s'organise dans les limites physiques d'un immeuble ou d'un établissement » (Goffman, 1973, p. 9)

Un site Internet peut présenter une organisation sociale proche de celle d'un immeuble ou de tout autre sous-ensemble clos de la société qui dépasse les cercles intimes et familiaux³⁶

³⁶ L'analogie entre un immeuble et un site Web est basée sur le principe que tous les deux sont clos et regroupent un ensemble d'individus limité ayant des intérêts communs tout en étant relativement étrangers.

et c'est probablement pour cela que l'ensemble théorique développé par Erving Goffman a rapidement et souvent été utilisé pour analyser les déclarations des internautes (Miller, 1995; Stenger & Coutant, 2010, p. 224). Ce sociologue prend en effet le parti d'utiliser une perspective dramaturgique (Goffman, p. 227) pour analyser les interactions sociales, en considérant notamment le lieu de l'action comme une scène de théâtre où des personnages jouent des rôles conformes à une situation particulière constamment négociée entre les participants (ibid., p. 9). Un site Internet destiné à mettre en contact des individus se connaissant ou non par l'intermédiaire d'une représentation d'eux-mêmes est à ce titre aussi comparable à une scène de théâtre que l'espace des corps, dans la mesure où les différentes régions de mise en contact entre les participants sont tout aussi encadrées et prévisibles que les ensembles fermés qu'il étudiait, communauté rurale, hôpital psychiatrique ou casino (Bonicco, 2007, pp. 34-35; Goffman, 1973).

Un des concepts centraux développés par Erving Goffman qui s'adapte parfaitement à l'étude d'un site du Web relationnel³⁷ est ainsi celui de *façade personnelle* qu'il définit comme étant ce qui regroupe « les éléments qui, confondus avec la personne de l'acteur lui-même, le suivent partout où il va » (Goffman, 1973, p. 30). Dans l'espace des corps il s'agit de tout ce qui caractérise un personnage aux yeux et aux oreilles du public, et il cite :

« les signes distinctifs de la fonction ou du grade ; le vêtement ; le sexe, l'âge et les caractéristiques raciales ; la taille et la physionomie ; l'attitude ; la façon de parler ; les mimiques ; les comportements gestuels ; et autres éléments semblables » (ibid.)

³⁷ Pascal Lardellier et Céline Bryon-Portet appellent web relationnel l'ensemble des sites Internet, sites de réseaux sociaux et sites de rencontre, qui permettent « à tout un chacun [...] de jouer avec ses contours identitaires ». (Lardellier & Bryon-Portet, 2010, p. 13)

Dans l'espace numérique, la *façade personnelle* est aussi un des éléments caractéristiques qui permet de différencier un internaute d'un autre, mais compte tenu du mode de fonctionnement de ces lieux particuliers, sa nature et les éléments la constituant sont en partie différents de ceux cités précédemment. En effet, alors que dans l'espace des corps, la *façade personnelle* d'un interlocuteur peut s'apprécier comme un tout que forme l'individu en représentation mouvante, individu lui-même relativement hors de portée des observateurs (ibid., pp. 30 et 236), elle est constituée d'une somme de documents permanents relativement indépendants dans un lieu numérique. La photo principale de profil, élément le plus visible avec le nom du profil, ou pseudonyme, est ainsi une image fixe « qui glace[...] le corps dans l'éternel présent de la photographie » (Illouz, 2006, p. 248), permettant ainsi à son public de la scruter à loisir afin d'observer le corps jusque dans ses moindres détails. Certains éléments sont alors accessibles en un instant à l'observation des photos mises en ligne alors que d'autres sont présentés sous forme de caractéristiques énumérées au travers de textes ou de symboles qu'il faut lire et interpréter ou de documents sonores et vidéos qu'il faut intégrer pour se fabriquer une impression vis-à-vis de la représentation numérique d'un individu. De plus, alors que dans une interaction en face à face chacun adapte sa *façade personnelle* en fonction d'un ou de quelques autres spécifiques, Internet oblige à composer une représentation de soi destinée à un public général (ibid., p. 247). Plus encore, la majorité des sites du web relationnel imposent des cadres culturels particuliers pour la présentation de sa *façade personnelle* qui ne tiennent compte que de certaines caractéristiques prévues et qui obligent à exprimer d'une manière formelle et éclatée la représentation en pensée que chacun se fait de lui (Georges, 2009, p. 178; 2011).

Dans l'espace des corps, Erving Goffman affirme que certains des éléments de la *façade personnelle* sont affichés volontairement et consciemment par les individus alors que d'autres

sont affichés par défaut ou de manière inconsciente (1973, pp. 12-17). Pour lui l'ensemble de ces éléments contribue à une définition de la situation en cours dont l'idée que se fait l'individu de lui-même constitue un élément important (ibid., p. 229). Il en est de même dans les espaces numériques, certains éléments représentatifs d'une personnalité sont affichés en connaissance de cause par les internautes alors que d'autres éléments les caractérisant peuvent être fournis involontairement (Ellison et al., 2006, pp. 8-9 sur 24) ou par les systèmes supports sans que l'individu l'ait décidé explicitement (Georges, 2009, p. 168). La sociologue Fanny Georges a en effet montré qu'un individu qui se présente sur Internet dans le but d'initier des interactions sociales donne deux types d'informations à son sujet, celles données volontairement comme la photo principale de profil ou le texte de présentation de soi et celles données involontairement qui sont en général une interprétation que fait le système par rapport à des actions spécifiques et elle cite notamment comme exemple l'affichage du nombre d'amis dans Facebook.com qui est le résultat de la somme des actions de liaison et de déliaison avec des contacts particuliers (ibid., p. 179). Cependant, comme le soulignent Nicole Ellison et ses collègues, certains éléments donnés volontairement comme la photo de profil ou le texte d'accompagnement peuvent aussi fournir des petits indices révélateurs d'une personnalité (Ellison et al., 2006, pp. 8-9 sur 24). Il s'agit alors des détails de l'exposition de soi que constituent les caractéristiques secondaires des images utilisées, que ce soit les éléments distinctifs constituant le décor de la prise de vue, des éléments attachés au personnage ou les éléments techniques intrinsèques à l'image. Mais là aussi, l'idée que se fait l'individu de lui-même est un élément important permettant de définir la situation en cours (Illouz, 2006; Lardellier & Bryon-Portet, 2010).

Dans l'espace des corps, chacun adopte la *façade personnelle* qui semble la mieux adaptée parmi un ensemble de façades sociales prédéterminées à l'interaction à venir et cela

permet notamment aux spectateurs de s'orienter dans des situations très diverses en ne connaissant qu'un « répertoire de façades restreint » (Goffman, 1973, p. 33). Il en est de même sur Internet où le choix de la façade dépend des circonstances tout en donnant des indications aux potentiels interlocuteurs. Comme dans l'espace des corps, le choix de la façade exposée est lié au lieu d'exposition et au type d'interaction souhaité, et pour réagir à une situation, un internaute va de même puiser dans un répertoire de possibilités afin d'ajuster son entrée en contact en fonction de ce qui est exposé par l'autre (Ellison et al., 2006, p. 13 sur 24) ; le choix de s'afficher torse nu sur un site de rencontre comme Gay411.com ne va pas attirer les mêmes commentaires que celui de s'afficher de manière identique sur le site Bodybuilding.com, de la même façon, celui de s'afficher en habit formel sur un site de réseautage professionnel comme LinkedIn.com définit une situation qui appelle une interaction différente de celle recherchée en s'affichant habillé de la même manière sur Facebook.com.

Les différentes façades adoptées dans l'espace des corps sont cependant des ensembles dynamiques et chaque acteur doit constamment surveiller l'interaction en cours afin de conserver sa *face*, autre concept central pour Erving Goffman (1974, p. 9), et de permettre à ses interlocuteurs de conserver la leur (ibid., p. 14). La *face* est ainsi définie « comme étant la valeur sociale positive qu'une personne revendique effectivement à travers la ligne d'action que les autres supposent qu'elle a adoptée au cours d'un contact particulier » (ibid., p. 9). Dans l'ensemble théorique développé par ce sociologue, *façade personnelle* et *face* sont liées dans la mesure où la manière de se présenter contribue à la construction de la valeur sociale revendiquée par chacun au cours d'une interaction et que la perte ou la modification de certains éléments de la *façade personnelle* peuvent compromettre ou transformer la ligne d'action et ainsi affecter la *face* revendiquée (1973, pp. 54-60; 1974, pp. 9-42).

L'espace numérique en revanche ne propose dans un premier temps que d'exposer une *façade personnelle* figée qui est comme une rémanence d'un instant d'une situation sociale dynamique. L'injonction d'afficher une image de soi pour initier des contacts avec d'autres met cependant chacun dans une position de concurrence quant à son apparence qui rappelle la position des mannequins ou des acteurs travaillant dans l'industrie de la mode ou de la beauté (Illouz, 2006, p. 248). Dans une étude des « [r]éseaux amoureux sur Internet », la sociologue Eva Illouz (2006) note ainsi que « le profil photographique exige [...] une correspondance parfaite avec les canons établis de la beauté et de la forme physique » (ibid., p. 250) qui est rendue possible en puisant « dans les représentations culturelles de ce qu'est une personnalité désirable » (ibid., p. 249). Chacun est sommé de travailler la photographie qu'il met en ligne afin de la faire correspondre aux attentes particulières liées à tel ou tel lieu numérique, c'est pourquoi l'image exposée va au-delà de la simple *façade personnelle* inanimée et peut être assimilée à une *face*, dans la mesure où une ligne d'action est perceptible dans la manière de s'afficher ou dans l'apparence adoptée. Plus encore, le corps a peut-être subi des modifications intentionnelles et l'image qui en résulte devient alors l'expression volontaire d'une ligne d'action particulière sur le long terme³⁸.

Erving Goffman propose d'autres concepts que je vais réutiliser et qui permettent de donner une idée plus précise de la ligne d'action esquissée par chacun au travers de l'image qu'il présente comme image principale de profil. Il s'agit de *l'apparence* et de la *manière* qu'il distingue parmi les stimuli composant la *façade personnelle* (Goffman, 1973, p. 31). *L'apparence* regroupe ainsi tout ce qui a trait au statut social de l'acteur, à sa capacité à

³⁸ Eva Illouz cite le cas d'utilisatrices de sites de rencontre qui s'engagent dans des modifications corporelles importantes dans le but d'afficher une image de leur corps qui corresponde le plus possible à leur idéal (2006, p. 248).

contrôler son corps et ses affects et au « rite auquel il participe sur le moment » (ibid.), alors que la *manière* réfère à la politesse, c'est-à-dire aux informations relatives à la structure de l'interaction à venir (ibid., pp. 31 et 107). Ces deux stimuli sont généralement congruents, et on peut s'attendre qu'un individu affichant les manières d'une certaine classe sociale donne des signes visant à indiquer qu'il va tenir le rôle correspondant à cette même classe (ibid., p. 31). Cependant, comme le relève ce sociologue, il arrive que la *manière* et l'*apparence* ne concordent pas entre elles ou avec le décor et que ces cas soient ceux « qui confère[nt] leur piquant à de nombreuses personnalités et assure[nt] le succès de nombreux articles de magazines » (ibid., p. 32).

Comme le soulignent plusieurs auteurs, le choix d'une image particulière érigée en image principale de profil est un choix conscient (Ellison et al., 2006; Siibak, 2010; Strano, 2008) destiné à produire une impression (Krämer & Winter, 2008; Siibak, 2009) chez le spectateur afin de stimuler et d'orienter les échanges futurs (Ellison & al., 2006). Bien que cette image soit fixe pour le moment, elle peut être analysée en utilisant les concepts d'*apparence* et de *manière* adaptés à l'environnement numérique. Ainsi, l'*apparence* qui renseigne sur le statut social de l'individu et sa capacité à contrôler son corps, notamment pour mieux paraître (Ellison et al., 2006, p. 13 sur 24), pourra aussi renseigner sur sa capacité à afficher une image de qualité dans un environnement numérique, c'est-à-dire à son niveau de connaissance quant au traitement d'objets informatiques (Krämer & Winter, 2008, p. 110) et sur le type d'interaction qu'il recherche (Chaulet, 2009, p. 154). L'*apparence* sera même souvent un critère de sélection pour l'autre (ibid., p. 149). Bien que parfois confondu avec le concept d'*apparence*, celui de *manière* permet d'identifier d'autres caractéristiques dans les images fixes qui vont orienter les interactions futures. S'il est difficile de parler de politesse dans le cas d'Internet dans la mesure où les codes ne sont pas encore figés (Casilli, 2012, p. 18), il est tout de même possible de

montrer qu'il existe différentes manières de se présenter qui peuvent entraîner des interactions différentes. Parmi celles relevées dans la littérature, le fait d'afficher une photo posée ou non, plus ou moins osée, en compagnie d'autres (Hum et al., 2011, p. 1831; Siibak, 2010, p. 411), valorisante ou outrancière (Lardellier & Bryon-Portet, 2010, pp. 20-21) va appeler des réactions différentes et ce sont là des indices permettant de mieux cerner le concept de *manière* appliqué à l'image principale de profil disponible dans l'environnement numérique.

Dans l'ensemble théorique développé par Erving Goffman, chaque individu joue un rôle lorsqu'il est en public qui vise à passer une information aux spectateurs. De ce jeu se dégage une "impression" qui est souvent la seule information que le spectateur qui va engager une interaction ait pour orienter son action. Comme il le précise, la réalité qui intéresse un individu devant jouer un rôle à propos des autres acteurs de l'interaction à venir est rarement disponible de manière satisfaisante et chacun « en est réduit à se fier aux apparences » (Goffman, 1973, p. 236). À partir de ce qu'il appelle la conviction de l'acteur qui fait « que, d'une façon générale, les choses sont bien ce qu'elles ont l'apparence d'être » (ibid., p. 25), il définit certaines positions qui peuvent être prises pour exploiter les moments particuliers de la rencontre et de l'interaction. La première est la *réalisation dramatique* qui fait que certaines actions génèrent un intérêt supérieur à celui accordé habituellement à leur valeur intrinsèque (ibid., p. 36). Il définit ensuite l'*idéalisation* comme la tendance à vouloir embellir les représentations quotidiennes en leur donnant « un style socialement valorisé » (ibid., p. 41). Finalement, puisque les individus fournissent rarement les preuves de ce qu'ils prétendent, il appelle *représentations frauduleuses* ces interactions où seule la conviction de l'acteur est authentique (ibid., p. 61).

Là encore, l'observation de lieux numériques telle qu'elle a pu être faite par d'autres chercheurs confirme la validité de ces concepts pour l'analyse d'images fixes ayant pour

fonction la présentation de soi sur Internet. La *représentation frauduleuse* est ainsi une pratique qui a été décrite par plusieurs sociologues, à commencer par Sherry Turkle qui explique dans son ouvrage *Life on the Screen* (1995) que de nombreux internautes s'amuse à fabriquer un profil avec un genre différent de celui qu'ils affichent habituellement dans l'espace naturel, « to experience what it "feels" to be the opposite gender » (ibid., p. 213). Du fait de ses caractéristiques, la communication médiatisée par Internet autorise en effet beaucoup plus de dissimulations ou de transgressions que les interactions en face à face (Lardellier & Bryon-Portet, 2010, pp. 17-20) et on peut se demander combien de photos sont « travesties, retouchées, grotesques ou tout simplement fausses » (ibid., p. 20). Cependant, à moins de trouver un cas flagrant d'utilisation de l'image d'un autre improbable, par exemple l'utilisation de l'image d'une personnalité publique, il sera très difficile de décider si une image du corpus que j'étudie est réellement une *représentation frauduleuse*, d'autant plus qu'à priori, l'épreuve de la rencontre, qui est tout de même l'objectif du site étudié, signifie que chacun affiche effectivement une image de lui (Ellison et al., 2006, p. 4 sur 24), même si celle-ci peut être idéalisée (ibid., p. 10 sur 24). Le sociologue Antonio Casilli précise que toutes les images mises en ligne sont valables, qu'elles soient réalistes ou non, « pourvu qu'elles expriment une présence » (Casilli, 2012, p. 18). Les cas de *représentation frauduleuse* concerneront donc surtout ceux qui détournent le site de son usage premier et l'utilisent à des fins de satisfactions personnelles le plus souvent solitaires et il faudrait alors initier des interactions pour s'en rendre compte et éventuellement aller jusqu'à la rencontre dans l'espace naturel, ou d'autres, qui affichent ce qu'ils aiment pour provoquer le début de l'interaction, mais qui dévoilent dès le texte de présentation qui accompagne la photo que le corps montré sur la photo principale de profil affichée n'est pas le leur.

Ce sont donc plutôt les deux autres concepts, l'*idéalisation* et la *représentation dramatique* qui vont être mis en œuvre lors de l'observation de mon corpus d'image. Le cas le plus généralement rapporté lié à l'*idéalisation* est, bien évidemment, l'utilisation de logiciels de retouche d'image (Casilli, 2012, p. 18; Lardellier & Bryon-Portet, 2010, p. 17). Mais c'est aussi tout simplement lié au mode de fonctionnement des sites de rencontre. Les utilisateurs vont choisir une image d'eux qui se rapproche le plus de leur moi idéal (Ellison et al., 2006, p. 10 sur 24; Siibak, 2009, p. 2 sur 10) afin d'être en bonne place sur le marché (Illouz, 2006, p. 255) que représente ces lieux. En effet, comme l'impression que se forme chaque spectateur est essentiellement basée sur la photo, chacun a compris qu'il était important de montrer le meilleur de soi-même et la majorité des images visibles pourront être vues comme des représentations idéalisées. Rares sont en effet ceux qui sont constamment bronzés et souriants dans la vie de tous les jours ou avec une musculature aussi saillante qu'après une séance intensive d'exercices physiques.

Le cas de la *représentation dramatique* est différent et il s'agit souvent de la technique de prise de vue qui va mettre l'emphasis sur telle ou telle partie de l'anatomie ou qui va présenter le corps de telle sorte que l'observateur s'imaginer quelque chose de plus impressionnant qu'en réalité. Il peut aussi s'agir d'une mise en scène impliquant des pratiques extrêmes que l'internaute ne met pas souvent en œuvre ou des accessoires peu utilisés dans la vie courante, mais qui ont pour objectif de susciter un intérêt affectif fort de la part du spectateur afin de stimuler un début d'interaction (Siibak, 2009, p. 2 sur 10).

Le dernier point concernant l'analyse de la présentation de soi telle qu'Erving Goffman la présente qu'il soit intéressant de noter concerne la localisation de l'action. Il nomme en effet *région antérieure* ou *scène* le lieu où se déroule l'interaction avec le public et *région postérieure* ou *coulisse* celui où l'interaction est préparée ou commentée (Goffman, 1973, p. 105). Antonio

Casilli, sociologue spécialisé dans l'étude de la socialité numérique, confirme que ces concepts peuvent être utilisés pour désigner certains espaces accessibles aux internautes. Selon lui, « [s]i on remplace les notions de "scène" et de "coulisse" par celles de "réseau" et de "vie hors ligne", le cadre théorique [de Goffman] tient toujours » (Casilli, 2012, p. 18).

Jusqu'à présent, je me suis contenté de présenter les concepts qui seront utiles pour décrire les différentes images principales de profil que j'ai pu recueillir sur le site qui m'intéresse. Il est important pour bien comprendre ce que ces images signifient, et pour ne surtout pas leur donner plus d'importance qu'elles n'en ont pour les internautes qui les ont désignées pour les représenter sur ce site, de poser des repères théoriques quant aux liens existant entre les éléments observables et l'identité, la conscience ou le corps de chacun. Pour Goffman, ces différents concepts permettent de décrire la façon dont un individu se donne en spectacle et l'image qu'il « essaie d'amener les autres à se faire de lui » (Goffman, 1973, p. 238). Cependant, comme il le précise lui-même, les observateurs ont tendance à accorder un moi à l'individu en question en fonction de l'image qu'il affiche, bien que ce moi soit le "*produit*" du spectacle et non pas sa "*cause*" (ibid.). Penser que ce moi coïncide parfaitement avec l'individu qui se présente, c'est oublier qu'il est « un effet dramatique qui se dégage d'un spectacle » (ibid., p. 239) et qu'il est le fruit d'une construction collective liée à la situation particulière observée (ibid.). « [C]e moi est un produit de toutes [l]es dispositions scéniques, et il porte les marques de cette origine dans chacune de ses parties » (ibid.).

Cette distinction qu'Erving Goffman fait pour séparer le moi ontologique de l'individu du moi qui se dégage de la représentation est diversement reprise par les chercheurs ayant observé des lieux numériques. Pour Eva Illouz qui étudie les *Réseaux amoureux sur Internet* (2006), il y aurait plutôt un moi "ontique" que l'individu qui s'expose chercherait à montrer au

travers les différentes représentations qu'il met en ligne. Les lieux qu'elle étudie³⁹ exigent en effet que l'individu qui s'y montre donne la vérité sur lui-même en exposant « un moi noyau permanent » (Illouz, 2006) au travers des caractéristiques qu'il affiche, que ce soit par le biais d'images ou de textes. À l'opposé, le psychologue Serge Tisseron affirme dans son étude sur *Les nouveaux réseaux sociaux sur Internet* (2011b) que le Web 2.0 accentue la tendance aux identités multiples. L'identité en ligne (ibid., p. 110) dont il parle, ou identité numérique, correspond au moi qui se dégage d'une représentation pour Erving Goffman, mais alors que l'individu goffmanien ne peut présenter qu'une seule image de lui à la fois, l'individu d'Internet, présent dans plusieurs lieux numériques simultanément, peut revendiquer plusieurs identités numériques qui sont toutes perçues comme authentiques (Tisseron, 2011b). Antonio Casilli ne parle pas d'identités numériques ou de moi, mais plutôt de représentations numériques (2012) qui permettent de se faire une idée des caractéristiques physiques des interlocuteurs en ligne. « Elles fournissent, sinon une description fiable de l'apparence des personnes qu'elles représentent, du moins des indications parfois précises sur leur sensibilité et leur comportement » (ibid., p. 20). Plutôt que de représenter un moi ou une identité, elles sont le résultat d'un travail de réflexion sur soi qui s'inscrit dans le corps et elles sont présentées aux autres afin d'affirmer une présence en ligne (ibid., pp. 18 et 20). La présence en ligne est alors le résultat de la négociation de chacun avec les autres individus des communautés en ligne visées, au travers de l'image de soi qui y est exposée, « dans les habitats en ligne, la présence corporelle cesse d'être simplement un projet de soi pour devenir un "projet de nous" » (Casilli, 2010, p.224).

³⁹ Eva Illouz rend compte dans son article *Réseaux amoureux sur Internet* des sites « qui prétendent aider les gens à nouer des relations à long terme et beaucoup moins [des] sites de rencontre à caractère explicitement sexuel » (Illouz, 2006, p. 246).

Quoi qu'il en soit, il y a bien une notion globale qui se dégage des différents éléments de l'image exposée qui ne sert pas seulement à donner une impression de soi, mais aussi à établir une certaine vérité ou à déclarer un statut particulier, et qui pourra correspondre au concept *d'identité numérique locale*.

4.2. Pudeur et impudeur sur Internet

Les concepts définis jusqu'à présent sont suffisants pour faire une description de premier niveau de n'importe quelle image principale de profil présentant une *face*. Les images que j'étudie sont cependant issues d'un environnement culturel particulier, c'est pourquoi j'expose maintenant les guides théoriques qui vont me permettre d'expliquer le contenu particulier de certaines d'entre elles. Pour commencer, il est nécessaire de donner des repères afin de bien saisir les particularités de cet environnement culturel particulier, ensuite, j'exposerai des éléments théoriques plus généraux concernant les concepts importants pour cette étude que sont la *pudeur* et l'*impudeur*, et ce qui peut expliquer le dévoilement du corps par ailleurs.

Le site que j'ai choisi pour faire mon enquête participe en effet de la culture gaie de Montréal et du Québec⁴⁰ et d'une manière plus générale, de la culture gaie occidentale. C'est-à-dire qu'une partie des contenus affichés pourra être expliquée en tenant compte des évolutions sociales particulières des communautés homosexuelles masculines. Depuis les années 1970, ces communautés se sont affirmées en Amérique du Nord, en Europe et dans les pays culturellement dépendants de ces deux pôles et une culture, ainsi que des sous-cultures particulières, se sont formées (Chauvin & Lerch, 2013). Cela implique la constitution

⁴⁰ Voir chapitre trois pour une description détaillée du lieu d'enquête.

d'ensembles de codes dont certains pourront être retrouvés dans les images analysées. Le premier point important que les sociologues Sébastien Chauvin et Arnaud Lerch soulignent dans leur ouvrage consacré à la *[s]ociologie de l'homosexualité* (2013) concerne la drague. Les lieux de rencontre entre hommes homosexuels se sont en effet déplacés des lieux publics comme les parcs ou les stationnements vers des établissements spécialisés comme les bars ou les saunas pour finalement s'installer dans les lieux numériques hébergés par Internet à partir du début des années 2000 (ibid., pp. 45-48). Ils relèvent que près de 70% des répondants homosexuels d'une enquête française réalisée en 2004 disent avoir trouvé des partenaires grâce à Internet et qu'une autre enquête datée de 2006 a relevé que la fréquence d'usage de ce moyen pour trouver un partenaire était 10 fois plus élevée pour les homosexuels que pour les hétérosexuels (ibid., p. 47). Ils confirment surtout le rôle de ces lieux de drague comme étant le moyen pour les hommes de cette communauté de se rencontrer. « D'une part [ils] permet[tent] aux hommes mariés ou menant une vie officiellement hétérosexuelle d'accéder à des relations sexuelles à l'écart du cadre familial. D'autre part, [ils] offr[ent] une voie de substitution pour des hommes souhaitant entrer dans des relations plus durables avec des partenaires du même sexe, les lieux de sociabilité hétérosexuels permettant rarement de telles rencontres et présentant plus de risques. » (ibid., p. 45).

Compte tenu de l'émergence de sous-cultures spécialisées à partir des années 1980 (ibid., p. 54), celles concernant les *bears*⁴¹ et le BDSM⁴² étant les plus visibles, ils expliquent ensuite que les lieux de drague sur Internet autorisent « l'exploration sexuelle et la découverte de soi, permettant développement et confirmation identitaire, rupture de l'isolement (notamment chez les jeunes), partage d'information et renforcement communautaire » (ibid., p. 47). Les caractéristiques importantes d'Internet pour ces communautés, possibilité d'anonymat, accessibilité et faible coût encouragent selon ces auteurs « l'expression des fantasmes et goûts sexuels, même dans ce qu'ils pourraient avoir d'inavouables lors d'interactions en face à face » (ibid.). C'est la pornographie, particulièrement présente dans la culture gaie, qui sert alors de « passeur de tendances » (ibid., p. 54), qui donne « des indices pour comprendre la modification des pratiques sexuelles entre hommes et leurs représentations » (ibid.), et qui fournit « un baromètre des tendances de fond, des normes et des tensions à l'œuvre » (ibid.).

Mais si la culture gaie permet de comprendre certaines images affichées comme photo principale de profil, il faut d'autres repères théoriques pour comprendre pourquoi elles sont affichées sur un site Web accessible librement à tous, et surtout pour comprendre les différences d'affichage qu'il est possible d'observer d'un profil à l'autre. L'affichage de certaines parties du corps est en effet limité dans l'espace public et chacun est sommé de faire preuve

⁴¹ « En réaction à ce qui a pu être considéré comme la valorisation excessive dans le milieu gai d'une forme stéréotypée de masculinité, émerge à sa marge au début des années 1990 à San Francisco une subculture spécifique remettant en cause certaines de ses normes d'apparence (jeunesse, minceur, muscle, absence de poils) : la subculture bear ("ours" en anglais). Pilosité faciale et corporelle ainsi qu'une certaine corpulence physique y sont mises à l'honneur au nom du retour à une masculinité simple et sans artifices. » (Chauvin & Lerch, 2013, p. 58).

⁴² BDSM : Bondage et Discipline, Domination et Soumission, Sadomasochisme : ensemble de pratiques sexuelles extrêmes utilisant la douleur, la soumission, la contrainte et l'usage de multiples accessoires dans un but érogène.

d'une certaine pudeur, c'est-à-dire d'une certaine réserve quant à la monstration de son corps, faute de quoi, des lois sont prévues pour sanctionner les positions et dévoilements jugés impudiques⁴³. Il n'y a pas que les lois qui limitent chacun dans l'exposition qu'il peut faire de son corps et de ses pratiques sexuelles en public. En effet, les relations sociales que chacun entretient avec d'autres individus sont des liens qui peuvent imposer des codes de conduite particuliers et des sanctions si ceux-ci ne sont pas respectés. Avant de voir comment cette négociation avec la loi et les membres de son réseau est menée par chacun dans le cadre d'une présence sur des sites de réseaux sociaux ou de rencontre, je propose de revenir sur les origines du sentiment de pudeur afin d'expliquer les fondements des processus sociaux à l'œuvre.

Le sociologue Norbert Elias explique ainsi dans son ouvrage *La dynamique de l'Occident* (2003) que la pudeur « est, à première vue, une sorte de peur devant la dégradation sociale ou – pour employer une formule plus générale – un geste de supériorité qu'une autre personne pourrait faire » (ibid., p. 263). Ce sont les contraintes, parfois physiques, que l'enfant a vécues au cours de sa socialisation primaire qui en sont à l'origine. Chacun intègre sous forme d'autocontraintes les normes liées notamment à l'exposition de son corps et de ses actes en public en fonction du milieu social dans lequel il est socialisé au cours de son enfance (ibid. p. 263 à 269). « Ainsi, le conflit qui se manifeste par cette pudeur mêlée d'angoisse [...] n'est pas seulement un conflit entre l'individu et l'opinion sociale prédominante, mais aussi entre l'individu et cette instance de son propre moi qui représente précisément cette opinion sociale » (ibid., p. 264). En écho au sentiment de pudeur, Norbert Elias explique que celui de gêne est

⁴³ Voir pour le Canada la partie V du code criminel intitulée « Infractions d'ordre sexuel, actes contraires aux bonnes mœurs, inconduite » - <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/C-46/> - site web consulté le 6 octobre 2014.

le sentiment que ressent une autre personne quand elle est spectatrice d'actes enfreignant les tabous qu'elle a elle-même intériorisés (ibid., p. 269). De plus, ce sentiment de gêne est de plus en plus ressenti au travers du regard dans la mesure où les autres causes de déplaisir ont été refoulées au cours du processus de civilisation (ibid., p. 270 et 271). De cela résulte que la vision d'actes ou de parties du corps sur des photos publiées sur Internet peut causer un sentiment de gêne chez certaines personnes et de ce fait obliger d'autres personnes qui se trouveraient en situation d'infériorité à renoncer à une telle exhibition par crainte d'une réaction déplaisante. La *pudeur* sur Internet sera donc caractérisée par le respect des conventions sociales générales quant à l'exposition de son corps alors que l'*impudeur* au contraire consistera à montrer son corps ou des actes pouvant provoquer un sentiment de gêne chez certains spectateurs. Montrer ce qui ne doit pas l'être sans donner la possibilité d'être reconnu pourra à ce moment être une tactique employée par certains pour diminuer le sentiment de peur ressenti du fait de cet affichage.

Ce sentiment de pudeur qui s'exprime pour un individu lorsqu'il s'apprête à enfreindre des normes intériorisées alors qu'il est face à d'autres ayant une forme de supériorité sur lui est cependant à compléter avec un désir important qui est celui d'*extimité*. Serge Tisseron définit ce désir d'*extimité* comme étant « le *processus* par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui afin d'être validés » (Tisseron, 2011a, p. 84). Pour lui, ce désir de montrer des parties de son intimité n'est possible que si on peut se cacher pour construire un moi réellement intime (ibid., p. 85). Habituellement, au cours d'une interaction en face à face, ce désir pousse à braver le danger potentiel représenté par l'autre, justement en raison du sentiment de pudeur et des interdits intériorisés, afin de dévoiler des parties de son intimité, pour recevoir cette validation qui sera le signe d'un rapprochement entre les individus en présence (ibid., p. 84 à 86). La particularité d'Internet, et surtout des sites où il

est possible de se cacher, est alors l'occasion de se dévoiler devant un autre indéfini, qui a cependant à priori, puisqu'il fréquente le même lieu numérique, des valeurs identiques susceptibles de mener à la validation tant attendue (ibid., p. 86 et 87). Cependant, comme le souligne cet auteur, la présence du public sur Internet s'oublie facilement, ce qui peut conduire à des excès du fait d'une idée d'absence de risque liée à la présentation de soi (ibid., p. 86) ; ou au contraire, lorsque l'internaute est bien conscient du potentiel du public, l'exposition de soi est alors vue comme un moyen d'obtenir le plus de « clics » et de commentaires positifs possible, et Serge Tisseron parle alors de « googleisation de l'estime de soi » (ibid., p. 87) en prenant comme modèle le « système Google, où les informations qui arrivent en premier sont censées être celles qui sont le plus consultées » (ibid.). Le *désir d'extimité*, en tant que concept permettant l'analyse d'un corpus d'image, sera donc utilisé pour comprendre, en partie tout au moins, ce que les règles liées à la pudeur ou à la culture gaie ne sauraient expliquer.

Les derniers éléments théoriques qu'il soit intéressant de souligner ici sont issus des 10 années d'observations et d'entretiens que la sociologue Danah Boyd a mené auprès de centaines d'adolescents américains au début du XXI^e siècle (2014). Elle introduit tout d'abord la notion de *contexte* pour désigner un ensemble constitué d'un site et d'une audience particulière. Elle montre que la construction identitaire est dépendante du *contexte* et que chacun tente de s'adapter à ce qu'il estime être les normes et le public de chaque endroit où il crée un profil (ibid.). Les images de corps affichées à tel ou tel endroit sont donc généralement destinées à présenter une facette particulière de l'identité et peuvent être très différentes de celles affichées ailleurs. Lorsque le *contexte* est sensible, et c'est particulièrement vrai lorsqu'il s'agit d'afficher une sexualité qui ne correspond pas aux normes avec des images érotisées, les internautes peuvent mettre en œuvre des stratagèmes divers leur permettant d'être présents sur « les lieux de l'action » (Goffman, 1974, p. 158) sans prendre le risque d'être

dévoilés par un public non désiré ; Danah Boyd rapporte pour illustrer cela le cas d'un utilisateur de la communauté LGBT⁴⁴ qui prenait soin d'utiliser un environnement informatique distinct et d'effacer toutes ses traces de navigation afin d'éviter que des contextes différents s'entrechoquent, Facebook.com et Gay411.com par exemple, et ne précipite son *coming out* avant qu'il ne soit prêt à en assumer les conséquences (Boyd, 2014, p. 52).

Faisant écho à ce que Norbert Elias décrit à propos de la pudeur, Danah Boyd explique que les mêmes règles prévalent sur Internet, chacun « seek privacy [...] in relation to those who hold power over them. » (ibid.), et les adolescents qu'elle a étudié « go to great lengths to develop innovative strategies for managing privacy in networked publics »⁴⁵ (ibid., p. 19), bien qu'ils ne soient pas toujours « fluent in or with technology » (ibid., p. 22), et qu'ils seraient plutôt « digital naives⁴⁶ » que *digital natives*, faisant écho en cela à la majorité de la population. Toujours est-il que dans un contexte de *networked publics*, la question se pose à chaque fois de savoir si l'information qui va être diffusée est assez intime pour nécessiter une protection compte tenu du *contexte* particulier dans lequel l'internaute évolue (ibid., p. 62). Ce ne sont pas les mêmes informations qui seront partagées sur un forum à visées sexuelles et sur Facebook.com (Casilli, 2010, p. 107), mais dans tous les cas, ce que les internautes demandent de plus en plus, c'est que la notion "d'inattention civique" développée par Erving Goffman (Goffman & Kihm, 1973), c'est-à-dire le droit d'être dans l'espace public sans être systématiquement observé, soit appliquée aussi pour les espaces numériques (Boyd, 2014, p.

⁴⁴ LGBT : lesbiennes, gays, bisexuels et transgenres/transsexuels

⁴⁵ Danah Boyd définit les *networked publics* comme les publics restructurés par les technologies liées aux réseaux. « As such, they are simultaneously (1) the space constructed through networked technologies and (2) the imagined community that emerges as a result of the intersection of people, technology, and practice. » (Boyd, 2014, p. 8)

⁴⁶ Danah Boyd cite Eszter Hargittai : « Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation" » (Hargittai, 2010) in (Boyd, 2014)

58), et de ce fait, certaines images pourront être remarquées sur Gay411.com simplement parce que ce lieu est considéré comme « une enclave bien déterminée » (Elias, 2003, p. 268), au même titre qu'un sauna par exemple, où il est possible de s'afficher d'une manière impossible ailleurs.

5. Analyse

L'objectif de ce chapitre est de rendre compte de ce que j'ai pu observer en analysant les images recueillies sur le site Gay411.com. L'usage commun de ces images est de rendre compte de la physionomie d'un individu afin que d'autres puissent entrer en contact avec lui en connaissant déjà certaines informations à son sujet, en s'étant déjà formé une impression vis-à-vis de lui. L'image est un tout et personne ne l'analyse dans le détail pour se former cette impression, d'autant plus qu'elle est affichée parmi d'autres dans un format relativement réduit. Cette analyse que chacun fait des différentes images pour savoir sur laquelle cliquer pour ouvrir le profil et avoir plus d'informations, et éventuellement continuer avec une action à destination du propriétaire, ne dure que quelques secondes tout au plus. L'impression qui se forme est néanmoins basée sur des critères de la vie sociale qu'il est possible d'analyser. C'est ce que je propose de faire dans les pages qui suivent. Dans ce cas, contrairement à l'utilisateur moyen, ce n'est pas une image qui est rapidement analysée pour fournir une impression, mais un corpus de plusieurs centaines d'images (301) afin d'informer sur les régularités pouvant être décelées quant à la présentation de soi au travers d'une image fixe dans ce lieu particulier et sur les généralités que cela entraîne d'un point de vue sociologique.

En utilisant le cadre d'analyse détaillé au chapitre précédent, je vais présenter trois axes d'analyse. D'abord celui qui concerne les usages "intime" et "pornographique" de ces images, ensuite celui qui concerne les usages "positionnel", "signature", "de propagande" et "d'identification" tels qu'ils ont été définis dans le chapitre 2. Enfin, je conclurai ce chapitre en abordant la question de la présence et le lien pouvant être établi entre le corps vivant et l'image du corps figée.

5.1. Comment dévoiler son intimité

L'observation des images principales de profil visibles sur le site étudié montre qu'il existe un continuum entre un dévoilement minimal de son intimité et un dévoilement maximal. Sur la base du système de codes développé pour décrire les images et d'opérations booléennes, j'ai ainsi pu définir trois dimensions ayant trait au dévoilement de l'identité, chacune pouvant être divisée en plusieurs niveaux, du moins intime au plus intime. La première dimension concerne le dévoilement du corps de chacun, vient ensuite le dévoilement de l'habitat et pour finir le dévoilement du rapport à soi⁴⁷. La combinaison de ces trois types de dévoilement permet alors de définir les états qui forment le continuum de dévoilement de l'intimité.

5.1.1. Le dévoilement du corps

Ce type de dévoilement concerne le dévoilement du corps et des fonctions corporelles intimes. En observant les images de mon corpus, j'ai pu définir sept niveaux de dévoilement de l'intimité physique.

Le premier niveau est constitué des images montrant des corps entièrement habillés qui ne dévoilent rien d'intime. C'est-à-dire que seuls les visages et les bras, des mains jusqu'au-dessus des coudes, peuvent être visibles dans la mesure où ils font partie de l'image.

Le deuxième niveau est constitué des images où les individus dévoilent de petites parties de leur corps. Il peut s'agir des jambes, des épaules ou d'une partie du torse qui sont dévoilés

⁴⁷ Voir en annexe la liste des codes et leur définition ainsi que les opérations booléennes permettant de calculer les états de base liés au dévoilement du corps.

du fait du choix du vêtement ou de son port particulier. Il peut aussi s'agir d'un individu qui relève partiellement son tee-shirt pour montrer son abdomen.

Le troisième niveau regroupe les images montrant le dévoilement de parts importantes du corps nu. Il s'agit essentiellement des images qui montrent des torses nus.

Le quatrième niveau est le dernier niveau non sexuel et il regroupe les images qui montrent des corps entièrement nus ou presque, mais sans rien montrer des attributs sexuels. Ce sont les images de ceux qui choisissent de se montrer en sous-vêtements ou en slip de bain.

Les images ci-dessous illustrent ces quatre premiers niveaux.



Les trois derniers niveaux de dévoilement du corps correspondent au dévoilement du sexe et de la sexualité. Le cinquième niveau que j'ai pu observer et ainsi celui où les individus se montrent nus de face ou de dos pour dévoiler le sexe ou les fesses, mais sans qu'il y ait de provocation sexuelle, sans qu'une excitation sexuelle quelconque soit visible.

Le sixième niveau est alors celui qui regroupe les images montrant un sexe turgescent ou un anus "prêt pour l'action". Il y a là une volonté de montrer ce qui pourrait être possible.

Et finalement, le septième niveau regroupe les images qui montrent le sexe "en action". Il s'agit alors de montrer par l'exemple ce qu'il est possible de faire.

Les trois images ci-dessous illustrent les niveaux cinq, six et sept du dévoilement du corps qui correspondent au dévoilement des aspects sexuels du corps.



Ces trois derniers niveaux de monstration de son corps correspondent parfaitement à l'usage d'autopornification tel qu'il a pu être décrit par Amparo Låsen. Les images sont « destinées à susciter excitation et intérêt sexuel » (Låsen, 2013, p. 100) tout en faisant la démonstration de critères et propos affichés ailleurs ou de pratiques particulières. Dans ce domaine, il est possible de vérifier au travers un certain nombre d'images que certaines pratiques sexuelles extrêmes, habituellement vues dans le cinéma porno gai, se retrouvent dans les mises en scène choisies par certains.

5.1.2. Le dévoilement de l'environnement

Le deuxième critère concerne le lieu où la photo a été prise. Il peut être intime, privé, public ou indéterminé. La chambre à coucher ou le cabinet de toilette sont des lieux intimes, c'est-à-dire des lieux où l'individu s'occupe de son corps seul ou avec ses intimes les plus proches. Viennent ensuite les lieux privés de socialisation qui sont réservés à un groupe

restreint de personnes et finalement les lieux publics, c'est-à-dire ces lieux que chacun peut investir selon son désir et sans qu'il soit nécessaire de faire partie d'un groupe particulier. Le salon ou la cuisine sont des lieux privés de socialisation de même que le vestiaire d'un gymnase. Dans les deux cas, il faut soit être le propriétaire ou le gestionnaire du lieu, soit être connu de lui de manière personnelle en faisant partie de son cercle de proches ou en étant inscrit sur une liste de membres ayant un accès privilégié au lieu en question. Une salle de cinéma ou un musée sont des lieux publics, au même titre que la rue ou une plage, dans la mesure où ils sont libres d'accès ou facilement accessibles en s'acquittant d'un modeste droit d'entrée sans décliner son identité pour y avoir accès. Qu'ils soient privés ou publics, ces lieux donnent des indications sur la vie et l'entourage de l'individu et dévoilent à ce titre une part de son intimité. Il existe alors une quatrième possibilité qui ne donne aucune indication sur les habitudes de l'individu qui se montre, il s'agit alors des lieux indéterminés. Les images suivantes illustrent ces quatre possibilités.



5.1.3. Modalité de prise de vue

Finalement, c'est la façon dont l'image est capturée qui donne une indication sur un degré d'intimité. L'intimité dévoilée est plus importante lorsqu'il s'agit d'un selfie par rapport à une image prise par un autre et encore plus importante lorsqu'il s'agit d'un selfie pris dans un miroir. Dans le premier cas, c'est l'image qu'un autre a vue de lui, dans le deuxième cas, c'est l'image

qu'un autre pourrait voir de lui et dans le dernier cas, c'est l'image que l'individu voit de lui-même. Les images suivantes illustrent ces trois possibilités.



5.1.4. Un continuum dans le dévoilement de l'intimité

Ces trois dimensions du dévoilement de l'intimité se combinent pour former 84 groupes de critères distincts parmi lesquels le niveau correspondant au dévoilement le plus élevé de l'intimité peut être illustré par la photo qu'un individu a prise en se regardant dans le miroir d'un lieu intime tout en ayant une activité sexuelle, alors que le niveau le plus faible du dévoilement de l'intimité peut être illustré par la photo d'un individu habillé prise par un autre avec un fond ne donnant aucune indication. Les deux images suivantes sont des exemples tirés de mon corpus pour ces deux situations extrêmes.



Cependant, beaucoup des groupes situés entre ces deux extrêmes sont similaires dans le degré de dévoilement de l'intimité puisque le fait de ne pas afficher largement son corps nu peut être compensé, par exemple, en faisant un selfie dans un environnement intime. Même si ce n'est pas le corps qui est montré, ce sont d'autres parts de l'intimité qui le sont. De plus, certains de ces niveaux intermédiaires ne sont pas représentatifs d'une réalité facile à mettre en œuvre. Il est alors possible de regrouper certains des 84 groupes pour finalement constituer 12 niveaux de dévoilement de son intimité⁴⁸.

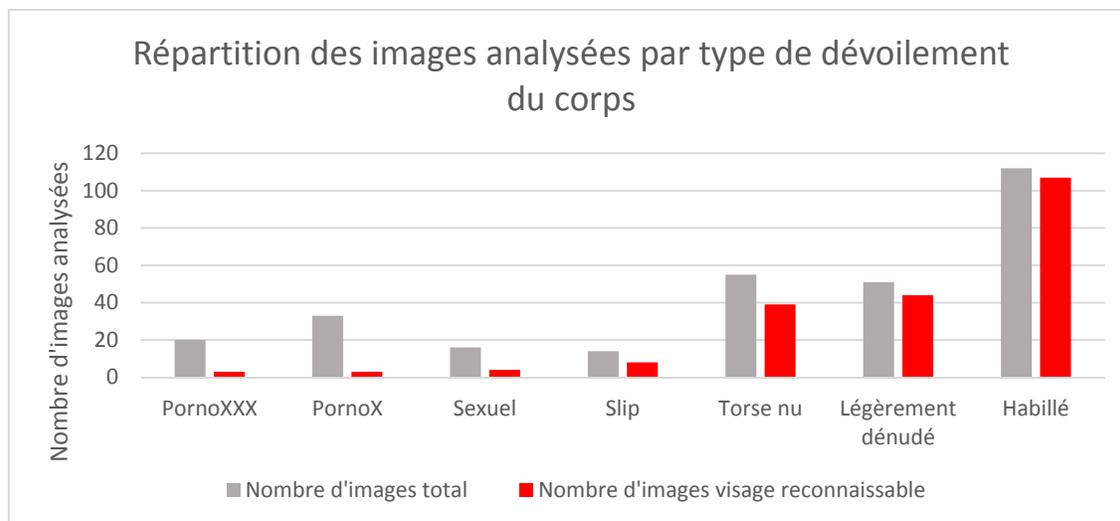
Ce qui est intéressant dans l'étude des images disponibles sur un site comme Gay411.com est que les 12 niveaux de dévoilement de l'intimité ainsi constitués sont présents et qu'il est alors possible d'affirmer qu'il y a un réel continuum dans l'exposition de soi entre des images très privées et des images très publiques. Cette constatation prouve à quel point le statut d'Internet est ambigu lorsqu'il s'agit de faire la part entre ce qui est du domaine public et ce qui est du domaine privé. Rappelons-le, ce site est considéré par l'Université de Montréal comme un lieu public et certains y adoptent pourtant une attitude et un dévoilement qui n'est habituellement vu dans l'espace des corps que dans des espaces privés et intimes ou éventuellement dans des espaces publics comme certains bars spécialisés. Cependant, ces lieux publics étant justement spécialisés, il est toujours nécessaire d'afficher une certaine volonté, par son attitude ou son accoutrement, pour y être admis. Tout le monde ne peut pas accéder facilement aux bars ou lieux de rencontres BDSM par exemple alors que n'importe qui peut

⁴⁸ C'est en assignant une valeur pour chaque caractéristique de dévoilement de l'intimité qu'il est possible de constituer 12 niveaux. Ainsi, pour le dévoilement du corps, les valeurs de 1 à 7 sont affectées aux dévoilements allant de tout habillé à sexualité en action, pour le dévoilement de l'environnement, les valeurs de 0 à 3 sont affectées aux fonds allant de non significatif à intime et pour les modalités de prise de vue, les valeurs 1, 2 et 3 sont affectées respectivement pour une prise de vue par un autre, pour un selfie classique et pour un selfie dans un miroir. Chaque image se voit attribuer ainsi 3 valeurs numériques et c'est en les additionnant qu'il est possible de réduire le nombre de niveaux à 12 allant de $7+3+3=13$ à $1+0+1=2$. Voir les détails liés au calcul des 12 niveaux en Annexe 2.

créer un profil gratuit pour accéder à Gay411.com et commencer à copier des images. Certains oublient donc qu'un site comme Gay411.com n'est pas un lieu fermé au sens des enclaves particulières évoquées par Norbert Elias (2003) et ont alors tendance à exagérer dans le dévoilement de leur intimité. D'autres en revanche, conscients de l'audience particulièrement large dont ils disposent en profitent pour se laisser aller, pour exagérer dans la monstration de leur corps afin d'obtenir le plus de commentaires possible (Tisseron, 2011b).

Il faut cependant tempérer cette première constatation par une observation complémentaire : toutes les images ne permettent pas de reconnaître un visage et toutes n'ont donc pas la même valeur d'un point de vue social. Les images sans visage renvoient à l'usage d'Internet comme écran pour agir caché, fonctionnalité relevée dès l'origine par Sherry Turkle (1995), alors que celles avec un visage témoignent de la validité de cet espace comme espace de socialisation. Dans l'espace des corps, c'est l'image du visage, peu importe que cette image soit produite ou simplement mentale, qui sert de symbole premier dans la communication des uns avec les autres. Toutes les controverses actuelles relatives à la nécessité d'être sur la voie publique à visage découvert confirment en effet l'importance apportée à cette image particulière dans les interactions de socialisation impliquant la coprésence des corps.

Le lien entre l'affichage d'une image de son visage et la crainte pour son corps est visible au travers des images que j'ai pu analyser. Le graphique ci-après montre clairement que plus l'activité montrée est loin de ce qui est acceptable et habituel sur la voie publique moins il y a de photos avec des visages reconnaissables.



Le fait que le visage soit moins visible sur les images présentant un corps vulnérable parce que dénudé illustre parfaitement la définition de la pudeur et de la gêne telles que Norbert Elias les décrit (2003). La peur de la confrontation avec des personnes ayant vu ces images limite le nombre de personnes qui affiche leur visage, et ce d'autant plus que l'activité montrée est intime. Les règles qui prévalent dans l'espace des corps se retrouvent dans cet espace numérique particulier, preuve qu'un des liens importants entre ce qui se passe dans un lieu et ce qui se passe dans l'autre est le corps. Même s'il faut toujours garder à l'esprit que certains sont persuadés du caractère privé d'un lieu comme Gay411.com, ce graphique confirme tout de même la banalisation de l'homosexualité dans la société québécoise, puisque pratiquement tous ceux qui s'affichent sans contrainte liée à la pudeur montrent leur visage.

5.1.5. L'intimité partagée

Comme je l'ai expliqué précédemment, certaines images visibles sur ce site montrent que les autoportraits ont parfois pour usage social de partager l'intimité sexuelle de celui qui les produit. Il s'agit bien de l'usage d'autopornification repéré par Amparo Låsen (2013) et qui

consiste à communiquer une excitation sexuelle au spectateur. Ce qui est plus intéressant en revanche, c'est que toutes les images étudiées offrent une part de l'intimité de leur producteur au public de Gay411.com. Même s'il n'y a qu'un visage, celui-ci exprime alors une part de l'intériorité au travers de l'expression affichée. Il y a là un élément nouveau par rapport à la production des autoportraits avant la fin du XX^e siècle. Certes les usages d'autopornification et de partage de l'intimité ne sont pas nés avec Internet, Gustave Courbet ou Robert Mapplethorpe, pour ne citer qu'eux, partageaient déjà leurs états d'âme ou leurs fantasmes sexuels au travers de leurs autoportraits, cependant, ces usages étaient loin d'être répandus à toutes les images de ce type affichées dans l'espace des corps à ce moment. Internet apporte des espaces d'affichage des images du corps autoproduites spécialisés où il est possible de montrer un certain type d'images correspondant à un certain type d'usage social commun. Il est alors normal qu'un site destiné à permettre la rencontre romantique ou sexuelle des corps soit le lieu où les individus produisent des images de leur corps à des fins de partage de leur intimité ou de leur vie sexuelle. Même si ce n'est probablement pas le cas pour tous les lieux de socialisation sur Internet, il est tout de même possible d'affirmer que des éléments permettant ces deux usages typiques se retrouvent dans les autoportraits produits au XXI^e siècle, mais avec une intensité variable en fonction du lieu d'affichage.

5.2. L'image principale de profil comme symbole communicant

Au cours du chapitre 2, j'ai rapporté que certains individus utilisaient l'image de leur corps pour véhiculer des caractéristiques liées à une position sociale, qu'elle soit hiérarchique, professionnelle, idéologique ou tout simplement d'appartenance à un groupe particulier et j'ai défini les quatre usages typiques correspondants comme les usages "positionnel", "signature",

“de propagande” et “d’identification”. J’ai aussi expliqué que ces différents usages, fréquents jusqu’au début du XX^e siècle, étaient tombés en désuétude pour la majorité des individus et que seuls certains d’entre eux continuaient à se servir d’une image de leur corps pour véhiculer des impressions dans le domaine public, le domaine privé étant définitivement expurgé de toute image à la gloire d’une seule personne (Freund, 1936, 1974, Bourdieu, 1965). La situation observée sur Internet, et plus particulièrement sur Gay411.com a alors montré que l’usage public/privé que les individus font des images de leur corps à cet endroit particulier est essentiellement de partager des affects dans le but de créer des relations affectives. Ce que je vais montrer maintenant, c’est que ces images véhiculent toujours d’autres significations et que les usages classiques des autoportraits, destinés à affirmer une place particulière au sein de la société, existent toujours même s’ils ont moins d’intensité dans les images observées. Les premiers éléments qu’il convient alors d’analyser sont ceux qui constituent la façade que présente chaque individu au-delà du simple dévoilement de son identité pour ensuite s’intéresser aux modalités particulières de mise en œuvre des différents éléments.

5.2.1. Affichage d’une position

Il y a plusieurs éléments dans l’image fixe d’un corps, qu’il soit représenté de manière complète ou partielle, qui peuvent renseigner sur le statut social et sur les intentions de celui qui se produit de cette manière. Dans la mesure où le site Web en lui-même constitue le décor tel que le définit Erving Goffman (1973), le fait d’afficher une image de soi sur un site comme Gay411.com donne immédiatement une première indication sociale qui va au-delà de l’affichage d’un désir de rencontre affective. C’est aussi l’affirmation sociale, politique, physique d’une différence qui est encore stigmatisée même si elle est de plus en plus acceptée. Le décor participe de la façade goffmanienne dans l’impression que se forme le public du fait de son

association avec la façade personnelle et c'est la première indication d'une position sociale. L'individu qui affiche son corps sur Gay44.com appartient à un groupe particulier bien défini socialement et ses intentions sont d'aboutir à une rencontre entre son corps et celui d'un ou plusieurs autres du même sexe. La façade personnelle est le deuxième élément important qui fournit des indications sur la position de l'individu qui se donne en représentation au travers de l'image qu'il affiche. Elle est constituée des éléments liés à l'individu, au lieu où il était au moment de la prise de vue et à des éléments techniques liés à l'image proposée.

Les éléments liés à l'individu

Les premiers éléments visibles sur l'image fixe du corps d'un individu qui puissent donner des renseignements sur sa position sociale sont bien évidemment son âge et la couleur de sa peau ou au moins l'estimation que le spectateur peut en faire. Avec la corpulence, ce sont des éléments subjectifs que je n'ai pas choisi de regarder particulièrement au cours de mon analyse. Les images que j'ai pu étudier recouvraient tous les âges, des corpulences plutôt variées, et une faible mixité phénotypique. Ce sont surtout des individus à la peau blanche qui s'affichent sur ce site, même s'il est possible d'en remarquer quelques-uns pour lesquels l'expression des phénotypes s'affiche d'une autre couleur.

Un corps bien entretenu et élégamment tatoué va plutôt indiquer une position sociale relativement élevée, un corps très jeune va indiquer à priori une position sociale d'étudiant, un corps chétif avec un visage abimé donnera comme indication probable que le corps est malade. Chacun va interpréter ces signes en fonction de sa propre typologie, comme il le fait habituellement dans l'espace des corps, en essayant à priori, en fonction de son expérience, de rattacher tel corps à telle ou telle catégorie sociale en fonction des quelques éléments à sa disposition.

Les vêtements, lorsqu'il y en a, sont alors un élément plus objectif quant à la position sociale de celui qui s'affiche. Sur un site comme Gay411.com, cependant, la grande majorité s'affiche en vêtements de ville de type jeans et tee-shirt ou en vêtements de sport ou d'intérieur et il est alors très difficile de deviner une position sociale à leur observation. Certains communiquent tout de même des informations différenciatrices par ce biais, il s'agit alors des vêtements de travail ou des vêtements fétiche. Ils indiquent alors l'appartenance à une classe professionnelle ou à un sous-groupe culturel. Les exemples suivants sont significatifs de cet indicateur.



Finalement, c'est la position de dominant ou de dominé qui est indiquée, celui qui va dicter la relation ou celui qui va la subir, notamment au travers de la position particulière du corps, mais aussi au travers de l'interprétation qui va être faite de l'ensemble constitué des caractéristiques physiques et vestimentaires. L'étude de Julien Méreaux (2002) souligne la distinction qui a été faite par les membres de la communauté homosexuelle parisienne entre différents types de corps qu'ils associent avec certaines pratiques sexuelles. Les mêmes types de corps se retrouvent à Montréal et les mêmes associations sont peut-être faites par les spectateurs du site étudié quant à savoir si le corps contemplé est plutôt du type actif pénétrant ou passif pénétré. Parmi les corps présentés ci-après, les deux premiers sont plutôt modelés

par leur physique et leur stature, celui de gauche est perçu comme un « corps- » qui serait à priori passif pénétré, celui du milieu est perçu comme un « corps+ » actif pénétrant, représentatif du corps qualifié de "beau", et celui de droite est perçu comme un « corps +- », plutôt modelé par ses vêtements et son attitude et sexuellement actif ou passif.

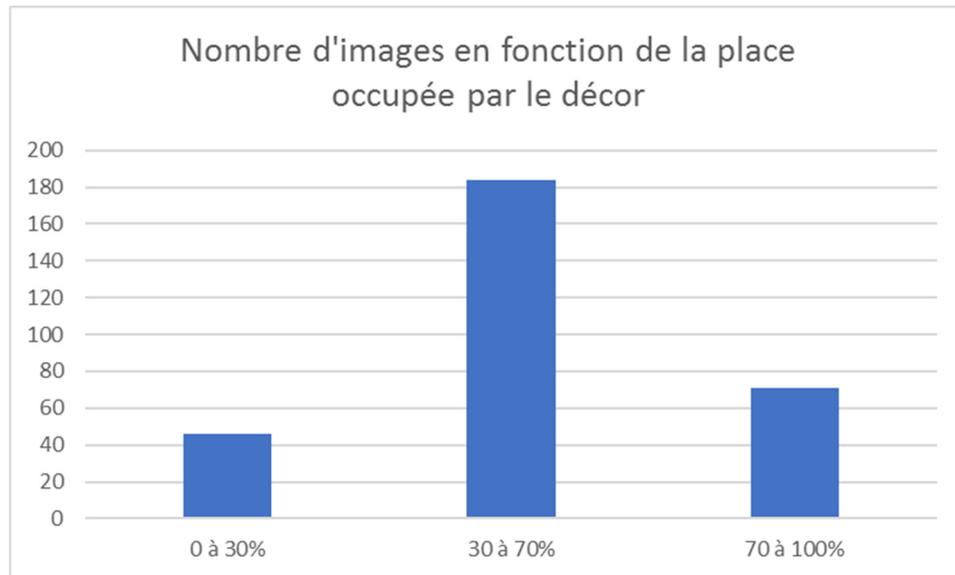


Le corps, sa position, ses caractéristiques, son habillement sont déjà beaucoup de caractéristiques qui peuvent renseigner sur une certaine position dans la société et donner des éléments pour amorcer une interaction, et en ce sens, il est déjà possible d'affirmer que des éléments permettant l'usage typique de l'autoportrait qui consiste à affirmer une position sociale se retrouvent bien dans les images visibles sur Internet.

Le lieu de prise de vue

Il y a essentiellement trois façons de montrer (ou de ne pas montrer) le lieu dans lequel le corps se trouvait au moment de la prise de vue. Certaines images ne montrent que le corps et ne laissent pratiquement pas de place pour le décor, d'autres en revanche ne montrent pratiquement que le décor tellement la place prise par le corps est infime. Sur 301 images

analysées, la grande majorité accorde cependant autant de place pour le corps que pour le décor comme le montre le graphique ci-après.



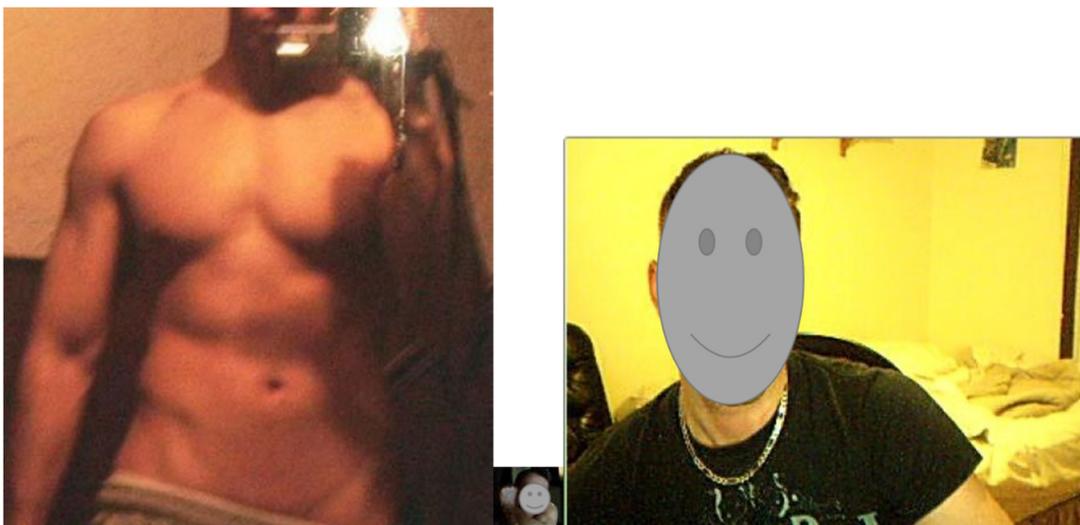
La première image ci-après est représentative du premier groupe identifié sur le graphique. Il s'agit des images pour lesquelles le fond occupe moins de 30% de la surface de l'image. La dernière image, à l'opposé, est représentative du troisième groupe identifié sur le graphique. Il s'agit des images pour lesquelles le fond occupe plus de 70% de la surface de l'image. L'image du centre est représentative quant à elle de la majorité des images analysées. Il s'agit de celles pour lesquelles le décor occupe sensiblement autant de place dans l'image que le corps lui-même.



Montrer le lieu où la photo du corps a été prise a donc très souvent autant d'importance que montrer le corps lui-même. Cette attitude est clairement celle de celui qui veut montrer une position particulière dans la société. Parmi ceux qui montrent le lieu où ils étaient au moment de la prise de vue, j'ai repéré deux situations particulières : ceux qui montrent un lieu où le corps a ses habitudes et ceux qui montrent un lieu qui semble exceptionnel pour le corps. Dans l'exemple précédent, les deux images de droites illustrent bien cette différence. Dans les deux cas, ces lieux envoient un message de nature à être décrypté en terme de position sociale, cet aspect de l'image confirme alors lui aussi que l'usage visant à montrer sa position sociale est toujours d'actualité pour les autoportraits que j'ai étudiés, même si leur usage premier est le partage de l'intimité.

Les éléments techniques liés à l'image

Le dernier groupe de caractéristiques qu'il est possible d'observer et qui servent à se forger une impression sur la personne qui se présente via une image de son corps concerne les éléments techniques, que ce soit ceux liés à la prise de vue ou ceux liés à la production de l'image. Les images suivantes montrent quelques défauts courants.



La photo peut être floue, sur ou sous-exposée, ce sont là des éléments liés à la prise de vue, elle peut aussi être affichée dans un format proche du timbre-poste, en noir et blanc, fortement pixélisée. Ces défauts sont parfois dus à la qualité du matériel utilisé, ou au manque de savoir-faire de celui qui les a manipulés. Ils peuvent aussi avoir été faits exprès dans le but de cacher en partie l'image montrée. Il n'y a donc pas là vraiment moyen de tirer des conclusions quant à la position sociale de l'individu qui se montre, mais ce sont tout de même des éléments qui peuvent orienter la prise de contact d'une manière ou d'une autre et en ce sens, ces caractéristiques ont tout de même un rôle social.

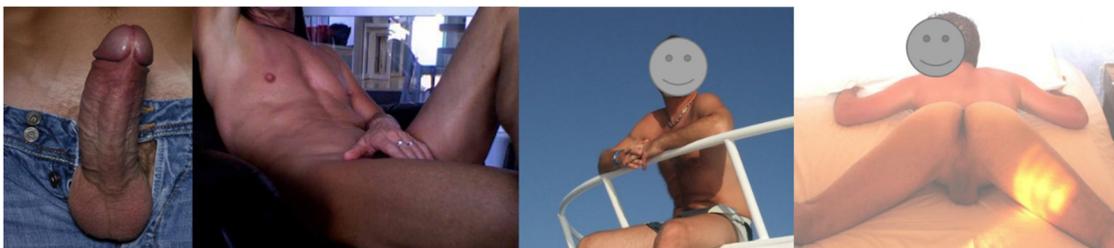
L'intention

Les images affichées dans l'espace public jusqu'à la fin du XX^e siècle étaient relativement détachées des corps qu'elles représentaient. Certes, leur rôle était souvent de souligner la position sociale de l'individu dont le corps était représenté, mais elles n'avaient pas pour fonction de servir de base à des interactions directes. Elles servaient surtout à présenter une apparence qui se trouvait matérialisée par les attributs affichés par l'individu qui produisait l'image de son corps. La pose quant à elle était en général relativement rigide et conforme aux canons de l'époque et de ce fait, toutes les images se ressemblaient un peu. Les autoportraits qu'il est possible d'observer sur Internet, notamment sur un site de rencontre, ont un rôle supplémentaire qui consiste à donner les premiers éléments d'une conversation. C'est sur la base de cette image que l'interaction entre deux individus commence. La manière de se montrer traduit alors déjà les intentions de celui qui s'expose et c'est pour cette raison qu'il n'est pas possible d'isoler une façon particulière de se présenter. Même si beaucoup se présentent debout en regardant le spectateur dans les yeux, il y a encore la possibilité de varier la position et l'impression qui s'en dégage en plaçant les bras, les mains et les jambes dans

telle ou telle position. Les images suivantes montrent quelques manières de se tenir debout face au spectateur.



À partir de la position illustrée par l'image centrale, toutes les variations sont possibles, tous les découpages sont possibles aussi. Certains se montrent de dos, couchés, assis, ou ne montrent qu'une partie de leur corps, le sexe en général, mais ça peut être un autre détail. Certains regardent ailleurs pour laisser le spectateur observer leur corps sans le troubler ou se cachent derrière des lunettes de soleil comme pour observer sans trop se révéler. Il n'y a pas de règle générale. Ces images attestent toutes cependant que leur producteur veut communiquer une impression et peut-être entamer une conversation. Ce n'est qu'en poussant plus loin le travail du sociologue, en demandant aux individus leur avis sur leur autoportrait et sur ceux des autres qu'il sera alors possible de comprendre si un langage particulier est en cours d'élaboration. Les quelques manières suivantes de se présenter donnent une idée de l'étendue des variations possibles bien qu'il ne s'agisse que d'une sélection limitée.





Il est possible d'imaginer que ces différents formats d'exposition de soi ont été choisis dans un but précis. Celui qui expose ses attributs sexuels ne donne pas l'impression d'être là pour parler de la pluie et du beau temps et celui qui s'expose habillé dans l'espace public ne répondra probablement pas à des sollicitations sexuelles immédiates. Comme dans l'espace des corps, les individus choisissent parmi un répertoire de façons de se présenter celle qui correspond le mieux à l'interaction qu'ils envisagent. Ils affichent donc une face au sens de Goffman, c'est-à-dire qu'ils proposent une ligne d'action et leurs interlocuteurs pourront alors consolider ou contrarier cet affichage.

Comme je l'ai expliqué dans les pages précédentes, la façade affichée sur Gay411.com se compose de différents éléments associés à la présentation de l'individu et de son image, sa physionomie, ses vêtements, son décor personnel et la qualité de l'image qui constituent ce que Goffman appelle l'apparence. C'est-à-dire les éléments qui sont relativement invariables par rapport au moment de la prise de vue. Cinq minutes avant et cinq minutes après le moment figé dans l'image affichée, ces éléments étaient toujours les mêmes. La manière renvoie alors plutôt aux éléments mouvants, c'est-à-dire à la position particulière que l'individu impose à son corps, à ses muscles, le temps de la prise de vue.

Les configurations possibles sont très nombreuses. À titre d'exemple, et simplement pour le visage, j'ai identifié 12 manières de se présenter en combinant le type de regard et le type

d'expression. Le tableau ci-dessous montre la répartition des 211 images observées (sur 301) où le visage est facilement reconnaissable selon ces 12 catégories qui chacune envoie un message différent au spectateur et entrainera une impression différente.

	Regard direct sur le spectateur	Regard sur le dispositif de prise de vue ou sur son reflet	Regard ailleurs
Expression d'ouverture	103	3	4
Expression fermée	10	0	1
Neutre	48	2	11
Occupé, absorbé, ailleurs	1	14	14

Le fait d'afficher une expression ouverte comme un sourire tout en regardant le spectateur laisse penser que l'individu qui s'affiche ainsi veut donner de lui-même une image positive et agréable à regarder et qu'il recherche le contact, alors que celui qui regarde son reflet tout en ayant l'air occupé ne semble s'intéresser qu'à lui et donne l'impression de soumettre son image au jugement des autres, non pour une rencontre future, mais pour un commentaire qui viendra confirmer ou infirmer l'impression qu'il a de lui. Dans les deux cas, il s'agit d'un effort pour communiquer, même si les raisons sont différentes.

C'est cette notion de manière qui différencie les images de corps autoproduites des siècles passés par rapport à ce qui se donne à voir sur Internet depuis le début du XXI^e siècle. L'autoportrait est maintenant un moyen de communiquer des impressions pour entamer une conversation immédiatement. Il pourra de plus faire partie de cette conversation en changeant régulièrement, chaque nouvelle image remplaçant la précédente qui devient alors inaccessible aux différents interlocuteurs (à moins qu'ils ne l'aient enregistrée quelque part). Il y a alors un lien plus étroit qui peut s'établir entre le corps et l'image du corps. Montrer son corps au travers d'une image fixe a en effet des répercussions sur le corps d'après Amparo Låsen (2013). Les

commentaires des autres vont venir influencer la manière de vivre son corps et cela aura pour effet un dressage du corps qui sera présenté différemment la prochaine fois. Cela aura aussi un effet sur la formation de la personnalité, surtout chez les individus les plus jeunes (p. 100).

Pour continuer avec le parallèle entre l'espace des corps et les espaces numériques, je veux souligner que les observations faites par Erving Goffman à propos des manières qui modifient la perception de la réalité sont aussi valables pour un corpus d'images fixes de corps observées sur Internet. Que ce soit l'idéalisation, la représentation dramatique ou la représentation frauduleuse, toutes sont observables à des degrés divers, ce qui constitue une preuve de plus de l'importance de ces images dans les interactions sociales. Les images présentées ci-dessous illustrent ces trois positions⁴⁹.



⁴⁹ J'ai suspecté que l'image de droite n'était pas représentative du corps de l'individu qui l'affichait du fait du cadre blanc qui impliquait une photo copiée depuis un magazine et j'ai vérifié cette supposition en regardant les images secondaires présentées sur ce profil particulier.

Le fait d'utiliser de tels procédés confirme en effet un souci de mise en scène dans le but de faire réagir le spectateur. L'image du corps est alors utilisée comme le corps lui-même pour accéder aux lieux numériques et être le support des interactions s'y déroulant.

5.2.2. Revendication de compétences

Gay411.com est un lieu qui permet de faire des rencontres affectives, mais c'est aussi un endroit qui a évolué au fil des ans et qui permet maintenant à certains professionnels de faire la promotion de leurs services. Il s'agit essentiellement de professionnels offrant des services liés au bien-être du corps⁵⁰, et dans ce cas, il est possible de voir des images affichant une certaine revendication de compétences professionnelles. Comme dans l'espace des corps d'avant la fin du XX^e siècle, les



images présentes sur Internet affichent des éléments permettant de communiquer un savoir-faire professionnel. L'image ci-contre est un exemple typique de ce genre de déclaration.

5.2.3. Une image pour être reconnu

À partir du moment où une image affiche un visage de manière claire, l'individu se montrant ainsi pourra être reconnu dans la rue ou dans un bar. Il pourra aussi être reconnu par des logiciels de reconnaissance des visages. L'objectif affiché du site étudié étant de permettre la rencontre dans l'espace des corps, il est tout naturel que le visage prenne une

⁵⁰ Il peut s'agir aussi bien de services sexuels que de services non-sexuels, comme des massothérapeutes ou des ostéopathes.

importance particulière. En effet, à moins de recourir à des stratagèmes complexes, la meilleure manière de reconnaître un inconnu est d'avoir une image claire de son visage et de comparer cette image avec les visages des individus rencontrés jusqu'à trouver une ressemblance suffisante. 211 des images étudiées sur 301 montrent un visage qui puisse être reconnu, il est donc clairement possible d'affirmer que des éléments permettant un usage typique "d'identification" sont toujours présents dans les images du corps autoproduites visibles sur Internet. Certains individus adoptent une image pour se présenter qui est très proche de l'image d'eux qu'ils peuvent afficher sur des documents officiels alors que d'autres affichent des images moins formelles. Les exemples ci-après sont significatifs des images de mon corpus.



5.2.4. Un moyen de propagande

Comme je l'ai expliqué précédemment, le fait d'afficher une image sur ce site est en soi un acte de propagande. Néanmoins, les images seules, indépendamment de l'interface spécifique de Gay411.com, ne présentent que rarement des éléments pouvant être assimilés à un désir de communiquer des idées particulières. Les images de mon corpus qui montrent ce type d'usage ne font souvent que renforcer la revendication liée à l'homosexualité. Je n'ai

trouvé qu'une allusion à un parti politique ou à une position quelconque liée à des événements particuliers ou à une façon de vivre spéciale non liée à l'homosexualité. Ce lieu n'est définitivement pas celui où ce genre de propos est affiché. Néanmoins, puisqu'il existe tout de même des images montrant une revendication claire de type idéologique, au travers l'affichage d'un drapeau, il est possible d'affirmer que l'usage typique d'une image de son corps pour affirmer un mode de pensée existe toujours, même si le lieu de l'enquête n'est pas propice à ce genre de déclaration. L'étude d'un autre lieu numérique, plus politisé, devrait alors pouvoir confirmer cet usage "de propagande". Les images suivantes sont des exemples de cet usage dans le cadre du site particulier étudié.



5.2.5. Un début de conversation

Les images étudiées ont montré que les autoportraits affichés sur Internet peuvent avoir les mêmes usages sociaux que ceux affichés dans l'espace des corps avant la fin du XX^e siècle. Outre les usages de partage de l'intimité et des fantasmes sexuels, usages conformes à l'orientation du lieu étudié, d'autres usages sociaux sont possibles, même si ce n'est pas avec la même intensité et même si les déclarations confirmant ces usages font partie d'une communication inconsciente pour certains des individus s'affichant ainsi.

Faire état de sa position sociale, de ses compétences techniques, de ses idées ou de son identité au travers de ces images fixes pourrait faire penser que la tradition de l'autoportrait telle que décrite par Gisèle Freund (1936, 1974) est simplement revenue à la mode et qu'Internet est maintenant une gigantesque galerie des portraits où tout le monde peut afficher des images à sa gloire. C'est probablement le cas pour les blogues et d'autres lieux du même type où la communication est prévue pour n'aller facilement que du producteur vers le lecteur. Dans le cas des sites de rencontre ou de socialisation, il y a un élément de plus qui fait toute la différence. La manière de se présenter, extrêmement variable, vivante, loin de canons figés, atteste d'une présence qui va au-delà de celle qui émanait des autoportraits des siècles précédents.

Chaque image est alors comme un début de conversation et donne l'impression qu'elle peut s'animer, qu'elle est fortement liée au corps qu'elle représente et que l'espace numérique où elle est affichée agit alors comme un pont entre deux corps, celui qui se montre et celui qui regarde et réagit. Certains autoportraits publiés sur Internet ont donc un usage supplémentaire par rapport à ceux publiés dans l'espace des corps, ils sont le vecteur du corps et permettent à celui-ci d'agir dans un lieu auquel il n'a pas accès.

5.3. La présence du corps

Les images du corps autoproduites jusqu'à la fin du XX^e siècle simulaient la présence du corps de leur producteur auprès des corps des spectateurs dans l'espace des corps. Elles signifiaient que leur corps aurait pu être présent à côté d'eux avec les conséquences qui en découlaient quant à leur intégrité physique notamment. Le roi qui attestait un écrit en apposant son sceau sur un parchemin aurait pu se déplacer pour déclarer lui-même le message qu'il

voulait transmettre. Si le corps était représenté, c'était surtout la symbolique sociale autour du corps qu'il était important de retenir et le lien entre l'image du corps et le corps réel n'était pas toujours très fort. Le roi produisait en effet son sceau personnel au moment de sa prise de pouvoir et ne le modifiait plus jusqu'à la fin de son règne, le lien entre le corps représenté et le corps effectif n'était alors plus que symbolique (Wilder-Vigié, 2000).

Le cas d'Internet est différent sur ce point sur au moins deux aspects. Comme je l'ai expliqué précédemment, la manière de présenter le corps devient un moyen d'engager la conversation selon un mode quasi synchrone au travers du réseau et en ce sens, l'image du corps représente une présence effective et non pas potentielle ou hypothétique. Ensuite, le type de présence symbolisée par l'image est différent. Ce n'est plus une image matérielle symbolisant un corps absent qui pourrait être exactement à la même place que sa représentation, c'est une image numérique qui se trouve dans un lieu où le corps ne peut pas aller mais qui est accessible à tous. Pour prendre un exemple contemporain, le portrait officiel du président de la République française actuel, image figée au début de son mandat, orne toutes les mairies des villes et villages français depuis 2012 pour rappeler à tous les citoyens qui détient cette fonction suprême et que son autorité est valable partout en France. Il impose un fait mais n'appelle aucun commentaire et reste figé pendant les cinq années du mandat présidentiel. En revanche, l'image principale de profil qu'il affiche sur son compte Facebook est plus récente, elle date de 2014, elle est susceptible de changer plus souvent et surtout, elle appelle des commentaires, il y en a plus de 6000 à la fin de 2015, qui mettent en évidence une forme de dynamisme de l'image fixe affichée dans un espace numérique par comparaison à l'image fixe affichée dans l'espace des corps.

Les images que j'ai étudiées sont aussi des mises en scène destinées à un lieu bien défini et l'objectif de leur affichage est d'affirmer à chaque fois une identité particulière. La présence

effective dans le lieu numérique considéré sera alors le résultat de ce que les autres vont faire de cette image. En interagissant avec elle, en "cliquant" dessus pour voir plus d'informations sur l'identité qui s'affiche ainsi et éventuellement envoyer un message ils lui donnent vie, ils attestent de sa représentativité d'une présence en ligne. Le lien réel entre le corps et son image projetée dans un lieu numérique sera alors fonction de l'intensité avec laquelle le corps et son image sont liés. Si l'individu garde son dispositif de connexion constamment avec lui, se connecte souvent et change régulièrement l'image qu'il expose de lui pour lui faire suivre les changements dont son corps est l'objet, la présence symbolisée par l'image sera d'autant plus réelle et il est juste alors de dire que l'autoportrait mène à la présence en ligne.

Conclusion

Lorsque j'ai commencé ce travail de recherche, j'avais l'intuition que l'image principale de profil, celle que tout internaute utilise dans le cadre de son activité sur des sites de réseaux sociaux, avait une importance d'un point de vue social et sociologique. Les modifications récentes du lieu que j'avais choisi d'investir dans le cadre de cette recherche, qui a presque doublé la place accordée à cette image, et la mise à disposition d'applications de type Grindr ou Tinder, qui lui donnent une place primordiale, ont depuis attesté de son importance d'un point de vue social. Plus le dispositif technique constitué par Internet, depuis le téléphone portable jusqu'aux serveurs des sites Web, est capable de gérer des images et de les mettre en valeur, et plus les individus produisent des représentations de leur corps qu'ils utilisent pour personnaliser leurs interactions numériques. Il était donc parfaitement justifié de s'intéresser à cette image et d'essayer d'en tirer un savoir sociologique.

Tout d'abord en la replaçant dans un contexte sociohistorique. L'utilisation d'une représentation de son corps par un individu pour des raisons de communication sociale n'est pas une nouveauté liée à Internet. C'est même un procédé vieux de plusieurs milliers d'années. La première partie de ce travail a donc consisté à définir des usages sociaux typiques pour ces images afin de pouvoir déterminer s'il était possible d'établir une continuité entre les pratiques d'avant Internet et celle observables depuis son avènement. Et le résultat n'est pas surprenant, il n'y a pratiquement rien de nouveau dans l'usage social de ces images : elles servent toujours à symboliser une présence et à véhiculer certaines caractéristiques sociales liées à l'individu, que ce soit en terme de statut, de compétences, d'idées ou d'appartenance à un groupe.

Au-delà de ce semblant de continuité, cette recherche m'a permis de dégager plusieurs faits ou caractéristiques importants qui donnent à ces images une nouvelle dimension.

La première constatation réside dans l'évolution de l'usage des représentations du corps dans les interactions sociales. Gisèle Freund avait remarqué que le processus de socialisation mis en évidence par Norbert Elias pouvait aussi s'appliquer à ces images. Depuis, le premier⁵¹ à avoir fait usage d'une représentation de son corps dans le cadre d'interactions sociales, la diffusion vers les couches plus basses était progressive et les différentes avancées technologiques ne faisaient qu'accroître cette diffusion. L'usage des images du corps s'est ainsi diffusé dans la population, d'abord au travers de la noblesse puis de la bourgeoisie, ce mouvement se trouvant accéléré de manière importante grâce à la photographie. Cette situation a duré jusqu'à ce que ces images tombent en désuétude et ne soient plus utilisées que par les hommes politiques et les artistes à partir de la moitié du XX^e siècle. L'observation d'Internet fait donc ressortir un point important : alors que plus personne ou presque n'utilisait des images de son corps dans le cadre d'interactions sociales à la fin du XX^e siècle, presque un tiers de la population mondiale en utilise aujourd'hui.

Cette double rupture est significative de la place qu'occupe Internet dans la société du troisième millénaire : c'est un vaste dispositif qui donne à chaque individu qui s'y connecte la possibilité d'exercer des pouvoirs qui étaient jusqu'à sa généralisation réservés à quelques individus dotés de capitaux très importants. De la même manière que n'importe qui peut devenir patron de presse en publiant des textes sur un blogue, tout le monde peut publier une

⁵¹ Probablement Tissapherne. Ce gouverneur d'une province Perse au V^e siècle av. J.-C., mis en circulation pendant son mandat des pièces de monnaie avec une représentation de son corps pour signifier aux individus les utilisant au cours d'échanges commerciaux qu'un impôt lui était dû et qu'ils auraient à subir son courroux s'ils ne s'en acquittaient pas.

image de lui et s'affirmer ainsi comme un citoyen du monde, capable d'interagir avec des millions d'autres pour diffuser ses idées, sa personnalité, son style. Ce que la concentration des fortunes et des empires médiatiques avait fait au XX^e siècle, Internet est en train de le défaire en redonnant la parole à tous ceux qui veulent s'exprimer et la recrudescence des images du corps dans cet espace public en est un des signes.

Cela confirme aussi qu'Internet est un lieu où il se passe des choses, que c'est une extension de l'espace social des corps, même si ce lieu n'est pas clairement défini entre public et privé. Le deuxième point important que l'étude de ces images m'a permis de montrer est justement ce manque de démarcation entre ce qui est public et ce qui est privé. Alors qu'il est facile de concevoir qu'un site Web auquel n'importe qui peut avoir accès, pour peu qu'il possède une adresse courriel valide, doit être considéré comme un espace public, certains s'y affichent comme s'il s'agissait d'un club de sexe très privé ou de leur chambre à coucher. De manière plus générale, j'ai noté un véritable continuum dans les façons de dévoiler son intimité, de la plus prude à la plus licencieuse, qui montre que la frontière entre ce qui est public et ce qui est privé n'existe pas quand il s'agit d'Internet. Certains sites comme Facebook.com semblent avoir des politiques quant à ce qui peut être affiché, mais il n'y a pas de règles générales comme c'est le cas dans l'espace des corps et de ce fait il est possible de voir tous les types de comportements sur des sites avec des règles moins restrictives. Je me suis contenté d'observer ce continuum de dévoilement de l'intimité sans pour autant pouvoir en mesurer les causes. Il y a probablement là matière à prolonger cette recherche pour identifier plusieurs types de comportements, allant probablement de ceux qui ignorent que le lieu où ils affichent leur sexualité peut être fréquenté par n'importe qui, à ceux qui exposent délibérément leur sexualité en sachant qu'un maximum d'autres vont pouvoir la regarder et la commenter.

En allant au-delà de cette discussion entre ce qui est public et ce qui est privé, l'observation d'un lieu particulier d'Internet destiné à favoriser la rencontre entre hommes homosexuels m'a permis de généraliser deux usages supplémentaires qu'un individu peut faire des images de son corps. Tous les deux, à des degrés divers, ont pour objectif de partager des caractéristiques plus intimes de celui qui s'expose. Que ce soit simplement un sourire ou l'exposition d'une sexualité extrême, ce besoin de diffuser son intimité avec un cercle plus large que celui accessible au corps est peut-être le signe d'une transformation importante dans le rapport à soi et à son corps. Les commentaires qu'il est possible de recueillir à leur exposition étant peut-être différents des commentaires entendus de la part de ceux qui ont accès directement à l'image projetée par le corps, l'individu pourra en tenir compte, et ils auront une influence sur la formation de l'identité et sur le rapport au corps et son dressage.

L'autoportrait est alors plus que la projection d'une place en tant qu'individu dans un système social, c'est aussi la projection d'une image du corps et du rapport que chacun entretient avec lui. Il n'est plus simplement question de survie et de prospérité au sein d'un groupe, il est maintenant question d'esthétisme des corps et de psychologie. L'image du corps est maintenant aussi un support de l'individuation et pas simplement un signe d'individualité.

Le troisième point de mes découvertes est la possibilité d'observer une ligne d'action dans les images fixes produites pour exposer les corps sur Gay411.com qui valide l'idée d'un continuum entre l'espace des corps et les espaces numériques.

Tant que l'image a été difficile à produire, les caractéristiques exposées étaient l'expression d'une ligne d'action très longue. Celui qui s'exposait habillé en notaire dans la galerie des photos de son étude communiquait qu'il était là pour rester. Même Robert Mapplethorpe, lorsqu'il exposait ses pratiques BDSM, le faisait comme un *statement* "ça existe,

donc vous devez faire avec”, il ne le faisait pas pour susciter un intérêt sexuel auprès d’autres dans le but d’en rencontrer certains. L’analyse des images produites pour Internet a montré qu’au-delà de l’exposition de caractéristiques fixes, elles servent à exposer une dynamique que je lie à une ligne d’action variable et qui appelle une réaction immédiate de la part des spectateurs. C’est comme faire de l’image fixe de son corps un objet de communication qui remplace le corps. Cela n’est cependant possible et effectif qu’au sein du système Internet, qui permet aussi bien de produire des images rapidement et à un coût marginal nul que de communiquer instantanément et de manière plus ou moins anonyme une réaction à l’impression formée par l’image. C’est l’absence de canon quant à la présentation de soi qui donne cet indice. Le codage que j’ai pu faire de ces images permet un nombre très important de combinaisons possibles entre les codes qui mettent en évidence la grande variété des manières de se mettre en scène. Comme je l’ai évoqué plus tôt, il faudrait maintenant apporter ces premiers résultats sur le terrain pour pouvoir recueillir les commentaires qu’ils pourraient susciter. Ce supplément d’enquête permettrait peut-être d’affiner le codage dans ce domaine et de révéler un vocabulaire symbolique basé sur les manières de présenter son corps sous forme d’une image fixe. Ce serait alors l’occasion de mieux définir les différentes lignes d’action exprimées et les types d’interactions qu’elles appellent.

Finalement, ces observations amènent à se poser certaines questions quant aux relations entre ces images et les corps dont elles sont issues. J’ai noté qu’elles remplaçaient le corps pour communiquer des impressions, une individualité, et probablement une ligne d’action, et la littérature ajoute qu’elles servent aussi à dresser le corps. Très certainement elles appellent des commentaires qui ont une incidence sur la formation de l’individu. Mais je ne sais rien du lien réel existant entre les images et l’apparence corporelle. J’ai noté par exemple, en continuant à fréquenter Gay411.com, que certains profils faisant partie de mon corpus avaient

toujours la même image principale plusieurs années après que je les aie enregistrés et qu'elles étaient alors certainement moins représentatives de l'apparence du corps vivant qu'au moment de la prise de vue. Cependant, puisque ces images sont toujours en fonction et servent toujours à des individus pour communiquer avec d'autres, elles sont toujours valables et il faudrait enquêter avec des interviews pour comprendre les liens qui se tissent entre les corps et ses représentations.

Ce travail a montré que le fait de projeter une image de son corps dans Internet est un procédé qui permet d'utiliser ce corps à un endroit où il ne peut pas aller avec sa chair pour interagir avec d'autres. Ces interactions dans des lieux numériques n'étant pas indépendantes de ce qui se passe dans le monde des corps sensibles, il est effectivement possible de parler de continuum entre les deux types d'espaces. La question qui se pose alors est de savoir dans quelle mesure le corps et ses représentations, ces seconds corps, agissent ensemble pour participer à la construction de ce continuum et plus généralement, comment chacun vit ce continuum et son corps dans ce continuum. C'est un nouveau projet de recherche pour lequel une hypothèse peut être formulée : plus l'individu lie son corps au dispositif technique, et plus le continuum est vécu comme tel. Pour la vérifier, la prochaine étape va être de former des groupes représentatifs à interviewer et à observer et ce sera l'objet de mon travail de recherche de doctorat.

Bibliographie

- Bonitto, C. (2007). Goffman et l'ordre de l'interaction: un exemple de sociologie compréhensive. *Philosophie* (1), 31-48.
- Bourdieu, P. (1965). *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie* (2^e éd.). Paris: Editions de Minuit.
- Boyd, D. (2009). A Response to Christine Hine. In A. N. Markham & N. K. Baym (Eds.), *Internet Inquiry : Conversation about Method* (pp. 26-32). Los Angeles: Sage Publications.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated : the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1).
- Calabrese, O. (2006). *L'art de l'autportrait : histoire et théorie d'un genre pictural*. Paris: Citadelles & Mazenod.
- Calméjane, Y. (2006). *Histoire de moi : histoire des autoportraits*. Paris: Thalia.
- Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité - Un essai de cartographie du web 2.0. *Réseaux*, 152 (6), 93-137.
- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet : promesses et limites*. Paris: La République des idées : Seuil.
- Casilli, A. A. (2010). *Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité ?* Paris: Seuil.
- Casilli, A. A. (2012). Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet. *Idées économiques et sociales*, 169 (3), 16-29.
- Castel, R., & Schnapper, D. (1965). Ambition esthétique et aspirations sociales. In P. Bourdieu (Ed.), *Un art moyen* (pp. 143-172). Paris: Les Éditions de Minuit.
- Castells, M. (2002). *La galaxie Internet*. Paris: Fayard.
- Chaulet, J. (2009). Sélection, appariement et modes d'engagement dans les sites de mise en relation. *Réseaux*, 154 (2), 131-164.
- Chauvin, S., & Lerch, A. (2013). *Sociologie de l'homosexualité*. Paris: La Découverte.
- Compiègne, I. (2010). *La société numérique en question(s)*. Auxerre: Sciences humaines.
- Dahlgren, P., & Relieu, M. (2000). L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication. *Réseaux*, 18 (100), 157-186.
- Demazière, D., Horn, F., & Zune, M. (2011). Ethnographie de terrain et relation d'enquête. Observer les « communautés » de logiciels libres. *Sociologie*, 2 (2), 165-183.

- Dion, D., & Ladwein, R. (2005). La photographie comme matériel de recherche. *Actes des 10es Journées de recherche en marketing de Bourgogne, Dijon, CERMAB*.
- Döring, N. (2002). Studying online love and cyber romance. *Online social sciences*, 333-356.
- Dürer, A., & Vaisse, P. (2008). *Traité des proportions ; Lettres et écrits théoriques* (Nouv. éd.). Paris: Hermann.
- Durkheim, É. (1986). *De la division du travail social* (11e éd.). Paris: Presses universitaires de France.
- Elias, N. (2002). *La civilisation des moeurs*. Paris: Pocket.
- Elias, N. (2003). *La dynamique de l'Occident*. Paris: Pocket.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online : Self-presentation process in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (2).
- Foister, S., & Tate Britain (Galerie). (2006). *Holbein in England*. London: Tate.
- Freund, G. (1936). *Gisèle Freund. La Photographie en France au dix-neuvième siècle , essai de sociologie et d'esthétique*. Paris, A. Monnier.
- Freund, G. (1974). *Photographie et société*. Paris: Editions du Seuil.
- Frippiat, D., & Marquis, N. (2010). Les enquêtes par Internet en sciences sociales : un état des lieux. *Population*, 65 (2), 309-338.
- Garcia, A. C., Standlee, A. I., Bechhoff, J., & Cui, Y. (2009). Ethnographic Approches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38 (1), 52-84.
- Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique - Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. *Réseaux*, 154 (2), 165-193.
- Georges, F. (2011). L'identité numérique sous emprise culturelle. *De l'expression de soi à sa standardisation*, 7(1), 31-48
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne - 1. La présentation de soi*. Paris: Les éditions de minuit.
- Goffman, E. (1974). *Les rites d'interaction*. Paris: Editions de Minuit.
- Goffman, E., & Kihm, A. (1973). *La Mise en scène de la vie quotidienne - 2 Les Relations en public*. Paris: Éditions de Minuit.
- Gonzalez, A., & Jouve, E. (2002). Minitel : histoire du réseau télématique français. *Flux*, 47(1), 84-89.
- Gunthert, A. (2010). Le portrait numérique : Présence numérique: de la gestion d'une identité à l'exercice d'une liberté. *Documentaliste (Paris)*, 47(1), 50-51.
- Gunthert, A., Poivert, M., & Boulouch, N. (2007). *L'art de la photographie : des origines à nos jours*. Paris: Citadelles & Mazenod.

- Habermas, J. (2012). *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot.
- Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation"* . *Sociological inquiry*, 80 (1), 92-113.
- Holbein, H., & Grohn, H. W. (1987). *Tout l'œuvre peint de Holbein le jeune*. Paris: Flammarion.
- Hum, N. J., Chamberlin, P. E., Hambright, B. L., Portwood, A. C., Schat, A. C., & Bevan, J. L. (2011). A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1828-1833.
- Hutchison, J. C. (1990). *Albrecht Dürer : a biography*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Illouz, E. (2006). Réseaux amoureux sur Internet. *Réseaux*, 138(4), 269-272.
- Jouët, J. (1987). La sociabilité télématique. *Communication et langages*, 78-87.
- Juhel, F., Gonthier, J., Dose, M., Sanciaud, A., & Gatto, M.-H. (2013). Le portrait. *Dossier thématique*.
- Krämer, N. C., & Winter, S. (2008). Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 20 (3), 106-116.
- La Rocca, F. (2007). Introduction à la sociologie visuelle.
- Lardellier, P., & Bryon-Portet, C. (2010). « Ego 2.0 ». *Quelques considérations théoriques sur l'identité et les relations à l'ère des réseaux*, 6 (1), 13-34.
- Lasén, A. (2013). Autoportraits numériques. Un exemple de la médiation technologique du devenir des corps. In N. Grandjean & C. Lobet-Maris (Eds.), *Corps et technologies* (pp. 227). Bruxelles: P.I.E. Peter Lang.
- Melchior-Bonnet, S. (1994). *Histoire du miroir*. Paris: Imago.
- Méreaux, J. (2002). La codification de la beauté chez les homosexuels masculins parisiens. *Champ psychosomatique*, 26 (2), 67-80.
- Merzeau, L. (2009). Présence numérique : les médiations de l'identité. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2009 (1), 79-91.
- Miller, H. (1995). The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet.
- Murthy, D. (2008). Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, 42 (5), 837-855.
- O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2008). *Born Digital : Understanding the First Generation of Digital Natives*. Basic Books.
- Paquot, T. (2009). *L'espace public*. Paris: La Découverte.

- Pastinelli, M. (2011). Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel ! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne. *Anthropologie et Sociétés*, 35, 35-52.
- Robert, P., Rey-Debove, J., & Rey, A. (2010). *Le petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* (Nouv. éd. du Petit Robert de Paul Robert.). Paris: Dictionnaires Le Robert.
- Rose, G. (2012). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. Sage.
- Siibak, A. (2009). Constructing the self through the photo selection-visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1), 1.
- Siibak, A. (2010). Constructing masculinity on a social networking site: The Case-Study of Visual Self-Presentations of Young Men on the profile Images of SNS Rate. *Young*, 18(4), 403.
- Simmel, G. (2010). *Sociologie : étude sur les formes de la socialisation* (1re éd. Quadrige. ed.). Paris: Presses universitaires de France.
- Sombart, S. (2013). La naissance du portrait monétaire dans l'Europe de la Renaissance.
- Stenger, T., & Coutant, A. (2010). Les réseaux sociaux numériques : des discours de promotion à la définition d'un objet et d'une méthode de recherche. *Hermes - Journal of Language and Communication Studies* (44), 209-228.
- Strano, M. M. (2008). User descriptions and interpretations of self-presentation through Facebook profile images. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2), 5.
- Stricherz, G., & Eastman Kodak Company. (2002). *Americans in Kodachrome 1945-1965* (1st ed.). Santa Fe, NM: Twin Palms Publishers.
- The New-York Times. (1990). Justice in Cincinnati. Retrieved from <http://www.nytimes.com/1990/10/06/opinion/justice-in-cincinnati.html>
- Tisseron, S. (2001). *L'intimité surexposée*. Paris: Ramsay.
- Tisseron, S. (2011). Intimité et extimité. *Communications*, 88(1), 83-91.
- Tisseron, S. (2011). Les nouveaux réseaux sociaux sur internet. *Psychotropes*, 17(2), 99-118.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen : Identity in the Age of the Internet*. New York ; Toronto: Simon & Schuster Paperbacks.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together : Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Vaisse, P. (1995). *Albrecht Dürer*. Paris: Fayard.
- Wilder-Vigié, M. v. (2000). *Le portrait officiel en France du Ve au XXe siècle*. Paris: FVW.

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior, 24* (5), 1816-1836.

Annexe 1 – Liste des codes

01 PARTIES DU CORPS MONTRÉES

De manière très générale, c'est ce que le sujet de la photo a choisi de montrer sur sa photo. Pour arriver au résultat, il a utilisé deux types de stratégies : d'abord la pose et ensuite le découpage de l'image. Un individu peut effectivement mettre en œuvre certaines stratégies (consciemment ou non) pour cacher certaines parties de son corps. Par exemple, les bras croisés empêchent souvent de voir les mains. Ensuite, au niveau de la sélection de l'image à montrer, l'individu peut volontairement réduire l'image à sa disposition pour ne pas montrer certaines parties de son corps. Ou simplement, au moment de la photo, un choix est fait, là encore de manière délibérée ou non, pour cacher certaines parties du corps. Par exemple, lorsque tout le corps est montré sauf les pieds. Les parties montrées sont cependant habillées ou non.

01.01 Tête

Quotations: 229

Comment:

Si une partie significative de la tête est visible

01.02.01 Tronc haut

Quotations: 252

Comment:

Si une partie significative de la partie supérieure du tronc est visible (épaules + pectoraux ou omoplates).

01.02.02 Tronc moyen

Quotations: 186

Comment:

Si une partie significative de la partie moyenne du tronc est visible (abdomen ou reins).

01.02.03 Tronc bas

Quotations: 161

Comment:

Si une partie significative de la partie basse du tronc est visible (pubis ou fesses).

01.03.01 Épaules

Quotations: 241

Comment:

Si une partie significative d'une ou deux épaules est visible.

01.03.02 Bras haut

Quotations: 195

Comment:

Si une partie significative d'un ou des biceps ou triceps est visible.

01.03.03 Bras bas

Quotations: 168

Comment:

Si une partie significative d'un ou des bras entre les mains et le coude est visible.

01.04.01 Jambe(s) haut

Quotations: 108

Comment:

Si une partie significative d'une ou des cuisses est visible.

01.04.02 Jambe(s) bas

Quotations: 46

Comment:

Si une partie significative d'une ou des jambes entre la cheville et le genou est visible.

01.05 Main(s)

Quotations: 144

Comment:

Si une partie significative d'une ou des mains est visible.

01.06 Pied(s)

Quotations: 28

Comment:

Si une partie significative d'un ou des pieds est visible.

01.07.01 Sexe

Quotations: 24

Comment:

Si une partie significative du sexe est visible.

01.07.02 Sexe Turgescence

Quotations: 44

Comment:

Lorsque l'individu affiche son sexe turgescence de manière claire, qu'il soit nu ou recouvert d'un tissu tout en étant parfaitement visible.

01.08 Anus

Quotations: 8

Comment:

Lorsque l'individu à une position telle qu'il expose clairement son anus, évoquant en ce sens une acceptation possible de la sodomie.

02 VÊTEMENTS

02.01 Tête habillée

Quotations: 41

02.02.01a Tronc haut/moyen habillé

Quotations: 128

02.02.01b Tronc haut/moyen habillé, vêtement ouvert

Quotations: 10

02.02.01c Tronc haut/moyen habillé, vêtement relevé

Quotations: 6

02.02.02 Épaule(s) habillée(s)

Quotations: 115

02.02.04 Bras bas habillé(s)

Quotations: 25

02.03.01a Tronc bas habillé

Quotations: 88

02.03.01b Vêtement tronc bas porté pour suggérer le sexe

Quotations: 18

02.03.01c Vêtement tronc bas porté pour montrer le sexe ou les fesses

Quotations: 14

02.03.02 Jambe(s) haut habillée(s)

Quotations: 75

02.03.03 Jambe(s) bas habillée(s)

Quotations: 26

02.04 Main(s) habillée(s)

Quotations: 1

02.05 Pied(s) habillé(s)

Quotations: 14

02.06 Style vestimentaire

02.06.01 Vêtements de ville

Quotations: 119

Comment:

Des vêtements avec lesquels on peut sans problèmes sortir dans les rues de la ville et aller au restaurant pour peu qu'il n'impose pas de code vestimentaire plus strict. Essentiellement jeans, polo, tee-shirt, chemise décontractée col ouvert, etc...

02.06.02 Vêtements formels

Quotations: 5

02.06.03 Vêtements décontractés (sport, vacances, intérieur)

Quotations: 62

02.06.04 Vêtements de travail

Quotations: 2

02.06.05 Sous-vêtements

Quotations: 28

02.06.06 Vêtement fétiche sexuel

Quotations: 9

03 ACCESSOIRES SIGNIFICATIFS

03.01 Accessoire prise de vues et/ou communication

Quotations: 28

03.02 Signe religieux

Quotations: 6

03.03 Accessoire sexuel ou fétiche

Quotations: 10

03.04 Piercing intime

Quotations: 5

03.05 Livre

Quotations: 2

03.06 Bouteille, can, canette ou verre

Quotations: 6

03.07 Autre personnage important

Quotations: 9

Comment:

Lorsque l'image montre un deuxième personnage lié au personnage principal d'une manière proche.

04 POSITION DU CORPS

04.01 Position générale du corps

04.01.01 Debout

Quotations: 151

Comment:

La position debout suppose un buste droit sauf codage complémentaire qui viendrait préciser la position

04.01.02 Assis

Quotations: 82

Comment:

La position assis suppose un buste droit s'il n'y a pas de qualificatif complémentaire comme en appui ou penché en avant par exemple.

04.01.04 Allongé

Quotations: 21

04.01.05 Sur les genoux

Quotations: 7

04.01.06 Position générale du corps indéfinie

Quotations: 44

04.02 Orientation générale du corps

04.02.01 Corps de face

Quotations: 151

04.02.02 Corps de 3/4 face

Quotations: 102

04.02.03 Corps de profil

Quotations: 21

04.02.04 Corps de 3/4 dos

Quotations: 4

04.02.05 Corps de dos

Quotations: 11

04.02.06 Orientation générale du corps indéfinie

Quotations: 11

04.03 Qualificatif complémentaire de position générale du corps

04.03.01 En appui

Quotations: 65

Comment:

Contre un mur, sur un coude, contre un autre, sur le dossier de la chaise, etc.... Toutes les fois où le corps utilise plus que le séant, les pieds ou les genoux pour se tenir.

04.03.02 Sur le dos

Quotations: 10

04.03.03 Sur le ventre

Quotations: 6

04.03.04 Sur les talons

Quotations: 1

04.03.05.01 Bras croisés

Quotations: 5

04.03.05.02 Bras écartés

Quotations: 7

04.03.05.03 Bras tendu(s) pour tenir le DPV

Quotations: 9

04.03.06 Buste droit

Quotations: 45

04.03.07 Jambes écartées

Quotations: 38

04.03.08 Penché vers l'avant ou vers le spectateur

Quotations: 9

04.03.09 Penché de travers ou en arrière

Quotations: 2

04.04 Position/rôle des mains

04.04.01 Main(s) sexuelle(s)

Quotations: 28

Comment:

Position des mains pour souligner un aspect sexuel ou pour s'occuper du sexe, que ce soit pour montrer la masturbation ou pour initier la pénétration.

04.04.02 Main(s) cachée(s) ou rangée(s)

Quotations: 39

Comment:

C'est à dire lorsque les mains sont dans le cadre de la photo mais derrière le dos par exemple

04.04.03 Main(s) technicienne(s)

Quotations: 44

Comment:

Lorsque les mains s'occupent notamment du dispositif de prise de vue ou d'un autre objet issu de la technologie comme par exemple une can de bière. C'est aussi les mains qui jouent un rôle technique comme faire une visière

04.04.04 Main(s) au visage

Quotations: 5

04.04.05 Main(s) comme affirmation

Quotations: 13

Comment:

Lorsque les mains parlent, permettent d'affirmer une position

04.04.06 Main(s) comme appui

Created: 2015-09-28 16:37:08 by Super

Quotations: 12

04.05 Position de la tête et du visage

04.05.01 Tête de face

Quotations: 145

04.05.02 Tête de 3/4 face

Quotations: 78

04.05.03 Tête de profil

Quotations: 7

04.05.04 Tête de 3/4 dos

Quotations: 2

04.05.05 Tête de dos

Quotations: 3

04.05.06 Tête penchée ou de travers

Quotations: 65

05 VISAGE ET REGARD

05.01 Visage

05.01.01 Visage facile à reconnaître

Quotations: 208

05.01.02 Visage partiellement caché

Quotations: 16

05.01.03 Visage caché

Quotations: 9

05.01.04 Visage tronqué

Quotations: 14

05.01.05 Visage trop petit

Quotations: 8

05.02 Regard

05.02.01 Regard direct sur le spectateur

Quotations: 162

05.02.02 Regard sur le dispositif de prise de vue ou sur son reflet

Quotations: 19

05.02.03 Regard ailleurs

Quotations: 32

05.02.04 Au moins un iris est clairement visible

Quotations: 127

05.02.05 Regard caché par des lunettes de soleil

Quotations: 20

05.03 Expression du visage

05.03.01 Expression d'ouverture

Quotations: 110

Comment:

inclus tous les types d'expression d'une jovialité, sourire large ou léger. En fait toutes les expressions "ouvertes", avenantes, destinée à communiquer une volonté de plaire, de séduire le spectateur, de communiquer, d'établir un lien.

05.03.02 Expression fermée

Quotations: 11

05.03.03 Neutre

Quotations: 63

05.03.04 Occupé, absorbé, ailleurs

Quotations: 30

06 PRISE DE VUE

06.02.01 Photo prise par un autre

Quotations: 170

06.02.02 Photo prise par le sujet

Quotations: 131

Comment:

C'est le fait de capturer l'image soi-même au moment décidé par soi-même.

08 FOND

08.01 Type de lieu

08.01.01 Lieu privé intime

Quotations: 48

Comment:

Essentiellement la chambre ou la salle de bains. Il faut que l'environnement soit clairement identifiable.

08.01.02 Lieu privé de socialisation

Quotations: 68

Comment:

Tous les lieux privé où il est habituel d'entretenir des relations sociales non intimes. C'est aussi bien le pont d'un bateau, que la salle de séjour ou le vestiaire du gym dans la mesure où il faut une carte de membre.

Ces lieux où l'accès n'est pas libre pour tout le monde, même s'ils sont commerciaux.

08.01.03 Lieu public

Quotations: 58

Comment:

Tous ces lieux accessibles à tous sans autorisation ou laissé passer ou titre de propriété. Celà inclus la rue ou tous les paysages de nature et bien évidemment toutes les plages.

Il y a aussi les magasins ou les jardins et espaces verts qui ne sont pas clairement privés.

Tous les lieux commerciaux qui ne nécessitent pas d'être membre de quelque chose. Les restaurants et bars sont considérés comme des lieux publics, de même que les musées mais pas les salles de sport.

08.01.04 Lieu non défini et/ou non significatif

Quotations: 127

Comment:

Dans le cas où le décor ne donne aucune indication d'aucune sorte pour savoir s'il est privé ou public par exemple. Aussi pour tous ces décors qui ne donnent simplement aucune autre indication que de savoir si c'est à l'intérieur ou à l'extérieur et encore, pas toujours.

En fait, dès que le décor personnel n'apporte aucune indication.

C'est souvent le cas lorsque le corps occupe une place importante dans l'image.

08.02 Caractéristique du lieu

08.02.01 Lieu de loisir/villégiature/exotique

Quotations: 35

08.02.02 Marqueurs idéologiques

Quotations: 2

08.02.03 Cadre aisé

Quotations: 24

08.02.04 Cadre modeste

Quotations: 20

08.02.05 Cadre professionnel

Quotations: 1

Comment:

Il peut s'agir du lieu de travail de l'individu en photo ou du lieu de travail de celui qui prend la photo dans le cas d'un studio photo.

09 TECHNIQUE DE L'IMAGE

09.01 Part du corps dans l'image

09.01.01 Le corps occupe de 0 à 10% de l'image

Quotations: 6

09.01.02 Le corps occupe de 10,1 à 20% de l'image

Quotations: 20

09.01.03 Le corps occupe de 20,1 à 30% de l'image

Quotations: 45

09.01.04 Le corps occupe de 30,1 à 40% de l'image

Quotations: 55

09.01.05 Le corps occupe de 40,1 à 50% de l'image

Quotations: 51

09.01.06 Le corps occupe de 50,1 à 60% de l'image

Quotations: 49

09.01.07 Le corps occupe de 60,1 à 70% de l'image

Quotations: 29

09.01.08 Le corps occupe de 70,1 à 80% de l'image

Quotations: 25

09.01.09 Le corps occupe de 80,1 à 90% de l'image

Quotations: 15

09.01.10 Le corps occupe de 90,1 à 100% de l'image

Quotations: 6

09.02 Part du corps montré dénudée

09.02.01 De 0 à 10% du corps montré est nu

Quotations: 4

09.02.02 De 10,1 à 20% du corps montré est nu

Quotations: 16

09.02.03 De 20,1 à 30% du corps montré est nu

Quotations: 19

09.02.04 De 30,1 à 40% du corps montré est nu

Quotations: 38

09.02.05 De 40,1 à 50% du corps montré est nu

Quotations: 25

09.02.06 De 50,1 à 60% du corps montré est nu

Quotations: 22

09.02.07 De 60,1 à 70% du corps montré est nu

Quotations: 24

09.02.08 De 70,1 à 80% du corps montré est nu

Quotations: 24

09.02.09 De 80,1 à 90% du corps montré est nu

Quotations: 33

09.02.10 De 90,1 à 100% du corps montré est nu

Quotations: 96

09.03 Angle particulier de prise de vue

09.03.01 Contre-plongée

Quotations: 43

09.03.02 Plongée

Quotations: 46

09.06 Caractéristique particulière

09.06.01 Noir et blanc

Quotations: 11

09.06.02 Selfie miroir

Quotations: 30

Comment:

Signifie que l'individu est face à un miroir et prend une photo de son reflet pour se montrer tel qu'il se voit et non pas tel qu'il est habituellement vu par les autres (renversement de l'image).

09.06.03 Effet spécial

Quotations: 3

09.06.04 Image de mauvaise qualité

Quotations: 100

Comment:

Image pixélisée, trop petite, beaucoup de grain, floue, détails difficiles à percevoir, sur ou sous exposée avec des noirs ou des blancs qui cachent une partie de l'image

Annexe 2 – Codes et calculs relatifs au degré d'intimité dévoilé

Liste des codes calculés de dévoilement du corps

*01 - Habillé

Term: (** Haut du buste habillé 1" | (** Tête habillée" | (** Tronc haut et épaules habillés" | (** Tronc haut et moyen et épaules habillés" | (** Tronc haut sans épaules habillé" | (** Tronc haut, moyen et bas et épaules habillés" | (** Tronc, épaules et jambes habillés"))))

*02 - Légèrement dénudé

Term: (NOT *07 - PornoXXX" & (NOT *06 - PornoX" & (NOT *05 - Sexuel" & (NOT *04 - Slip" & (NOT *03 - Torse nu" & NOT *01 - Habillé"))))

*03 - Torse nu

Term: (((NOT "01.02.03 Tronc bas" | (((("01.02.03 Tronc bas" & NOT "01.04.01 Jambe(s) haut") & ("02.03.01a Tronc bas habillé" | "02.03.01b Vêtement tronc bas porté pour suggérer le sexe")) | ("01.02.03 Tronc bas" & "01.04.01 Jambe(s) haut") & ("02.03.02 Jambe(s) haut habillée(s)" & ("02.03.01a Tronc bas habillé" | "02.03.01b Vêtement tronc bas porté pour suggérer le sexe")))) & (** Tous les torses nus" & (NOT "01.07.01 Sexe" & (NOT "01.07.02 Sexe Turgescents" & NOT "01.08 Anus"))

*04 - Slip

Term: ((("01.02.02 Tronc moyen" & ("01.02.03 Tronc bas" & "01.04.01 Jambe(s) haut")) & (NOT "02.02.01a Tronc haut/moyen habillé" & (NOT "02.02.01b Tronc haut/moyen habillé, vêtement ouvert" & (NOT "02.02.01c Tronc haut/moyen habillé, vêtement relevé" & (NOT "02.03.02 Jambe(s) haut habillée(s)" & ("02.03.01a Tronc bas habillé" | "02.03.01b Vêtement tronc bas porté pour suggérer le sexe"))))

*05 - Sexuel

Term: (((NOT "01.07.02 Sexe Turgescents" & ("01.02.03 Tronc bas" & (NOT "02.03.01a Tronc bas habillé" & NOT "02.03.01b Vêtement tronc bas porté pour suggérer le sexe")))) & NOT "04.04.01 Main(s) sexuelle(s)" & NOT "01.08 Anus"

*06 - PornoX

Term: (((NOT "01.07.02 Sexe Turgescents" & (NOT "01.08 Anus" & ("04.04.01 Main(s) sexuelle(s)" & ("01.02.03 Tronc bas" & (NOT "02.03.01a Tronc bas habillé" & NOT "02.03.01b Vêtement tronc bas porté pour suggérer le sexe")))) | (((("01.07.02 Sexe Turgescents" | "01.08 Anus") & NOT "04.04.01 Main(s) sexuelle(s)" & NOT "03.07 Autre personnage important" & (NOT "02.03.01a Tronc bas habillé" & NOT "02.03.01b Vêtement tronc bas porté pour suggérer le sexe"))

*07 - PornoXXX

Term: ((("01.07.02 Sexe Turgescents" | "01.08 Anus") & ("03.07 Autre personnage important" | "04.04.01 Main(s) sexuelle(s)"))

Calcul du dévoilement de l'intimité en combinant le dévoilement du corps, le type de décor et le type de prise de vue

Combinaison					Nombre d'images	Valeur	
	Valeur		Valeur		Valeur		
PornoXXX	7	Lieu intime	3	Miroir	3	1	13
PornoXXX	7	Lieu intime	3	Selfie	2	2	12
PornoXXX	7	Lieu privé	2	Miroir	3		12
PornoX	6	Lieu intime	3	Miroir	3	2	12
PornoXXX	7	Lieu intime	3	Autre	1	3	11
PornoXXX	7	Lieu privé	2	Selfie	2	1	11
PornoXXX	7	Lieu public	1	Miroir	3		11
PornoX	6	Lieu intime	3	Selfie	2	3	11
PornoX	6	Lieu privé	2	Miroir	3		11
Sexuel	5	Lieu intime	3	Miroir	3	1	11
PornoXXX	7	Lieu privé	2	Autre	1	1	10
PornoXXX	7	Lieu public	1	Selfie	2		10
PornoXXX	7	Lieu non défini	0	Miroir	3		10
PornoX	6	Lieu intime	3	Autre	1	1	10
PornoX	6	Lieu privé	2	Selfie	2	5	10
PornoX	6	Lieu public	1	Miroir	3		10
Sexuel	5	Lieu intime	3	Selfie	2		10
Sexuel	5	Lieu privé	2	Miroir	3	1	10
Slip	4	Lieu intime	3	Miroir	3	2	10
PornoXXX	7	Lieu public	1	Autre	1		9
PornoXXX	7	Lieu non défini	0	Selfie	2	12	9
PornoX	6	Lieu privé	2	Autre	1	1	9
PornoX	6	Lieu public	1	Selfie	2		9
PornoX	6	Lieu non défini	0	Miroir	3		9
Sexuel	5	Lieu intime	3	Autre	1	5	9
Sexuel	5	Lieu privé	2	Selfie	2		9
Sexuel	5	Lieu public	1	Miroir	3		9
Slip	4	Lieu intime	3	Selfie	2		9
Slip	4	Lieu privé	2	Miroir	3	2	9
Torse nu	3	Lieu intime	3	Miroir	3	8	9

Combinaison					Nombre d'images	Valeur
PornoXXX	7	Lieu non défini	0	Autre	1	8
PornoX	6	Lieu public	1	Autre	1	8
PornoX	6	Lieu non défini	0	Selfie	2	16
Sexuel	5	Lieu privé	2	Autre	1	8
Sexuel	5	Lieu public	1	Selfie	2	8
Sexuel	5	Lieu non défini	0	Miroir	3	8
Slip	4	Lieu intime	3	Autre	1	1
Slip	4	Lieu privé	2	Selfie	2	8
Slip	4	Lieu public	1	Miroir	3	8
Torse nu	3	Lieu intime	3	Selfie	2	2
Torse nu	3	Lieu privé	2	Miroir	3	2
Légèrement dénudé	2	Lieu intime	3	Miroir	3	1
PornoX	6	Lieu non défini	0	Autre	1	4
Sexuel	5	Lieu public	1	Autre	1	7
Sexuel	5	Lieu non défini	0	Selfie	2	5
Slip	4	Lieu privé	2	Autre	1	3
Slip	4	Lieu public	1	Selfie	2	7
Slip	4	Lieu non défini	0	Miroir	3	7
Torse nu	3	Lieu intime	3	Autre	1	4
Torse nu	3	Lieu privé	2	Selfie	2	3
Torse nu	3	Lieu public	1	Miroir	3	7
Légèrement dénudé	2	Lieu intime	3	Selfie	2	2
Légèrement dénudé	2	Lieu privé	2	Miroir	3	7
Habillé	1	Lieu intime	3	Miroir	3	1
Sexuel	5	Lieu non défini	0	Autre	1	3
Slip	4	Lieu public	1	Autre	1	3
Slip	4	Lieu non défini	0	Selfie	2	6
Torse nu	3	Lieu privé	2	Autre	1	7
Torse nu	3	Lieu public	1	Selfie	2	6
Torse nu	3	Lieu non défini	0	Miroir	3	6
Légèrement dénudé	2	Lieu intime	3	Autre	1	3
Légèrement dénudé	2	Lieu privé	2	Selfie	2	7
Légèrement dénudé	2	Lieu public	1	Miroir	3	6
Habillé	1	Lieu intime	3	Selfie	2	4
Habillé	1	Lieu privé	2	Miroir	3	2

Combinaison					Nombre d'images	Valeur	
Slip	4	Lieu non défini	0	Autre	1	3	5
Torse nu	3	Lieu public	1	Autre	1	9	5
Torse nu	3	Lieu non défini	0	Selfie	2	3	5
Légèrement dénudé	2	Lieu privé	2	Autre	1	5	5
Légèrement dénudé	2	Lieu public	1	Selfie	2		5
Légèrement dénudé	2	Lieu non défini	0	Miroir	3		5
Habillé	1	Lieu intime	3	Autre	1	2	5
Habillé	1	Lieu privé	2	Selfie	2	10	5
Habillé	1	Lieu public	1	Miroir	3		5
Torse nu	3	Lieu non défini	0	Autre	1	11	4
Légèrement dénudé	2	Lieu public	1	Autre	1	9	4
Légèrement dénudé	2	Lieu non défini	0	Selfie	2	9	4
Habillé	1	Lieu privé	2	Autre	1	17	4
Habillé	1	Lieu public	1	Selfie	2	4	4
Habillé	1	Lieu non défini	0	Miroir	3	1	4
Légèrement dénudé	2	Lieu non défini	0	Autre	1	15	3
Habillé	1	Lieu public	1	Autre	1	32	3
Habillé	1	Lieu non défini	0	Selfie	2	12	3
Habillé	1	Lieu non défini	0	Autre	1	27	2