

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA REPRÉSENTATION DE SOI SUR LES RÉSEAUX SOCIONUMÉRIQUES :
ÉTUDE DU PHÉNOMÈNE DE L'ÉGO-PORTAIT CHEZ LES JEUNES DE 14 À
18 ANS

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
JOSIANE CADOTTE

FÉVRIER 2018

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

DÉDICACE

À ma petite Julia qui a été avec moi
durant les neuf derniers mois de ma rédaction.

REMERCIEMENTS

Je tiens à adresser mes remerciements à toutes les personnes qui m'ont soutenue dans la réalisation de ce mémoire s'étant déroulée sur trois années.

Tout d'abord, je tiens à exprimer ma gratitude la plus sincère à ma directrice principale de recherche, madame Nathalie Lafranchise, qui a toujours eu les bons mots pour m'encourager. Nathalie, ta grande disponibilité et tes idées ont été des atouts précieux durant les trois années de la rédaction de mon mémoire. Ensuite, j'aimerais adresser un remerciement tout particulier à ma co-directrice de recherche, Florence Millerand, qui a accepté de joindre l'équipe que Nathalie et moi formions déjà depuis un an. Florence, ton savoir, tes réflexions et ta disponibilité ont fait de mon aventure à la maîtrise une expérience des plus enrichissantes. Nathalie, Florence, les mots ne peuvent traduire ma reconnaissance immense dans le rôle que vous avez joué dans ce cheminement au deuxième cycle, je vous remercie du plus profond de mon cœur.

Je me dois aussi de remercier mon jury pour leur implication, leurs commentaires et l'intérêt qu'ils ont porté à ma recherche. Je me rappellerais toujours de Christine Thoër qui lors de ma rencontre de jury avait une version papier de mon projet de mémoire annoté en couleur rose. Christine, cette couleur a été le reflet des commentaires que vous avez émis sur mon projet, vous m'avez apporté des réflexions qui m'ont fait sortir des sentiers battus pour le reste de ma rédaction. Je vous en remercie. Un merci va aussi à Alexandre Coutant qui même avant notre rencontre était pour moi un auteur et chercheur que j'avais lu et relu, et qui a été une référence pour plusieurs des concepts présentés dans ce mémoire. Alexandre, ce fût pour moi un privilège de pouvoir échanger en personne et par courriel avec vous sur mon sujet de recherche, je vous remercie énormément de cette disponibilité.

Une pensée va également à Alessandra et Evelyne qui m'ont aidé à entrer en contact avec la majorité des jeunes de cette recherche. Sans vous, je n'y serais jamais arrivée, car je sais que mon étude avait certaines particularités sur le plan éthique dû au fait que je m'intéressais à des jeunes d'âge mineur. Grâce à vous, j'ai pu trouver des participants intéressants et intéressés.

J'aimerais aussi remercier mes proches, Guillaume, Madeleine et René qui m'ont encouragé à persévérer durant les cinq années à la maîtrise, et ce, sans jamais douter de ma faculté à travailler à temps plein en même temps. Je sais que je n'ai pas toujours été disponible, mais vous avez quand même su être présents dans mes hauts et mes bas en ayant une oreille attentive. Je vous en serai éternellement reconnaissante.

En terminant, je ne peux passer à côté du soutien moral mutuel de mes collègues de maîtrise. Clémence, bien que tu aies terminé bien avant moi, tu as été une partie importante de mon cheminement à la maîtrise. Tes réflexions et nos discussions m'ont éclairée à plusieurs reprises. Pascale, merci d'avoir été présente dans ma fin de parcours, tu as su me motiver en venant passer des journées chez moi du matin au soir.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX.....	ix
LISTE DES FIGURES.....	x
LISTE DES ABRÉVIATIONS ET SYMBOLES.....	xi
RÉSUMÉ.....	xii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE.....	3
1.1 L'égoportrait (« selfie »)	3
1.1.1 Le phénomène de l'égoportrait	5
1.1.2 L'égoportrait : mode de dialogue et esthétique de représentation de soi.....	7
1.2 La prise et la diffusion d'égoportraits	10
1.2.1 La prise d'égoportraits et la photographie numérique	10
1.2.2 La diffusion d'égoportraits dans les réseaux sociaux numériques.....	12
1.2.2.1 La représentation de soi dans les réseaux socionumériques	14
1.2.3 La représentation de soi dans les réseaux socionumériques par la photographie numérique	17
1.3 Le phénomène de l'égoportrait chez les jeunes de 14 à 18 ans	19
1.3.1 L'adolescence et la jeunesse	20
1.3.2 La représentation de soi des jeunes par la pratique d'égoportraits	22
1.4 La question et les objectifs de recherche.....	23
1.5 La pertinence communicationnelle, sociale et scientifique de la recherche	23
CHAPITRE II	
CADRE THÉORIQUE	26
2.1 La sociologie des usages	26
2.1.1 Une définition d'usage.....	28

2.1.2 L'« appropriation » d'objets techniques.....	29
2.2 La représentation de soi	31
2.2.1 La mise en scène de soi et l'ordre de l'interaction selon Erving Goffman.....	32
2.2.2 Les concepts de Goffman appliqués aux réseaux socionumériques	34
2.2.3 Les modes de présentation sur les réseaux socionumériques	36
CHAPITRE III	
MÉTHODOLOGIE.....	39
3.1 L'approche de l'interactionnisme symbolique.....	39
3.2 La stratégie de recherche qualitative.....	41
3.3 L'instrument de collecte de données : l'entretien semi-dirigé	42
3.4 L'échantillonnage.....	44
3.4.1 Les critères de sélection des participants	44
3.4.2 La démarche de recrutement des participants	45
3.5 La méthode d'analyse des données	46
3.5.1 La transcription de données	47
3.5.2 La réalisation de fiches synthèses	48
3.5.3 Le codage des transcriptions	48
3.5.4 La présentation des données	50
3.6 Les considérations éthiques.....	51
CHAPITRE IV	
RÉSULTATS DE RECHERCHE	52
4.1 Les portraits des participants.....	53
4.1.1 Jérémie	53
4.1.2 Jayden.....	54
4.1.3 Livia	55
4.1.4 Érika	57
4.1.5 Jeff.....	59

4.1.6 Nadia	60
4.2 La prise d'égoportraits	64
4.2.1 Les motivations derrière la prise d'égoportraits	65
4.2.2 Des égoportraits vidéo	72
4.3 La diffusion d'égoportraits dans les réseaux socionumériques.....	75
4.3.1 Les types de réseaux socionumériques utilisés et raisons qui expliquent ce choix	77
4.3.2 Les publics qui ont accès aux égoportraits.....	81
4.3.3 Les descriptions inscrites par les jeunes lors de diffusion d'égoportraits...	83
4.3.4 Les identifications	85
4.3.5 Les « choices »	86
4.3.6 Les réactions suscitées par la diffusion d'égoportraits	87
4.3.7 La pratique de l'égoportrait n'aboutit pas toujours à sa diffusion	92
4.4 La représentation de soi dans la pratique de l'égoportrait	94
4.4.1 L'identification aux pairs	96
4.4.2 L'affirmation identitaire.....	97
4.4.3 Un égoportrait : fidèle ou non à l'image projetée de tous les jours	98
4.4.4 Les sources de valorisation personnelle.....	99
4.5 L'évolution de la pratique de l'égoportrait	101
4.6 La synthèse et les constats des résultats de recherche.....	102
CHAPITRE V	
INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS ET DISCUSSION	105
5.1 Les intentions derrière la pratique de l'égoportrait	105
5.1.1 Montrer qu'ils ont une vie sociale et active	107
5.1.2 Se faire complimenter	109
5.1.3 Renforcer les liens avec ses pairs.....	112
5.1.4 Construire et affirmer une image de soi.....	117

5.2 La pratique de l'égoportrait : une phase d'exploration de soi à l'adolescence	120
5.2.1 La valorisation dans la diffusion d'égoportrait	121
5.2.2 Une image de soi renouvelable	123
5.2.3 Une prise de recul sur soi	125
5.2.4 Le caractère temporel de la pratique de l'égoportrait	126
5.3 Les aspects critiques dans la pratique de l'égoportrait.....	128
5.3.1 La dépendance à la pratique de l'égoportrait	128
5.3.2 Une valorisation de soi calculée.....	131
5.4 L'égoportrait vidéo : une nouvelle façon de se représenter	132
5.5 La synthèse : le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la représentation de soi des jeunes	133
CONCLUSION	136
APPENDICE A	
PREMIER GUIDE D'ENTRETIEN.....	139
APPENDICE B	
GRILLES D'ENTRETIENS PERSONNALISÉS (SECONDS ENTRETIENS)	143
APPENDICE C	
CONSENTEMENT PARENTAL.....	152
APPENDICE D	
CONSENTEMENT DU JEUNE.....	156
APPENDICE E	
CERTIFICAT ÉTHIQUE	159
RÉFÉRENCES.....	160

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 3.1	Catégories et sous-catégories issues des thématiques récurrentes retenues lors du codage des transcriptions	49
Tableau 4.1	Synthèse des attributs des participants rencontrés	63
Tableau 4.2	Proportion de l'ensemble des segments relatifs à la catégorie « Mise en scène de soi » lors des entretiens selon les participants.....	64
Tableau 4.3	Pourcentage des segments relatifs à la mise en scène de soi lors des entretiens selon les participants	65
Tableau 4.4	Proportion de l'ensemble des segments relatifs à la catégorie « Diffusion d'égoportraits dans les Rsn » lors des entretiens selon les participants	76
Tableau 4.5	Pourcentage des segments relatifs à la diffusion d'égoportraits dans les Rsn lors des entretiens selon les participants	77
Tableau 4.6	Proportion de l'ensemble des segments relatifs à la catégorie « Représentation de soi et identité » lors des entretiens selon les participants	95
Tableau 4.7	Pourcentage des segments relatifs à la représentation de soi et l'identité lors des entretiens selon les participants.....	95

LISTE DES FIGURES

Figure 1.1	Types d'occurrences d'égoportraits (Gunthert, 2015).....	4
Figure 1.2	Cartographie des médias sociaux (Stenger et Coutant, 2011)	13
Figure 2.1	Cartographie des modes de présentation des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010).....	36
Figure 5.1	Positionnement de l'intention « Montrer qu'ils ont une vie active » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010).....	108
Figure 5.2	Positionnement de l'intention « Se faire complimenter » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010).....	112
Figure 5.3	Positionnement de l'intention « Renforcer les liens avec ses pairs, prendre des égoportraits avec ses amis » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010).....	114
Figure 5.4	Positionnement de l'intention « Renforcer les liens avec ses pairs, identification d'amis absents sur la photo » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010).....	115
Figure 5.5	Positionnement de l'intention « Renforcer les liens avec ses pairs, envoi d'égoportrait en message privé » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010).....	116
Figure 5.6	Positionnement de l'intention « Construire et affirmer une image de soi » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010)	119
Figure 5.7	Construction du cycle de la dépendance (Peele, 2013, 2014), tirée du livre de Suissa (2016)	130

LISTE DES ABRÉVIATIONS ET SYMBOLES

Rsn Réseau(x) socionumérique(s)

% Pourcentage

RÉSUMÉ

Ce mémoire aborde un phénomène issu de l'avènement du web 2.0 et de l'évolution de la photographie numérique, étant celui de la pratique de l'égoportrait. L'intérêt de cette recherche se concentre davantage sur sa pratique chez les jeunes, tentant de répondre à la question suivant : en quoi la pratique d'égoportraits contribue-t-elle à la représentation de soi des jeunes de 14 à 18 ans ?

Sur le plan théorique, ce mémoire s'appuie sur la sociologie des usages en mobilisant les concepts d'usage social et d'appropriation. La théorie de la mise en scène de soi de Goffman (1973a) et de son application dans les réseaux socionumériques (Rsn) proposée par Coutant et Stenger (2010) ont également été mobilisées afin de mieux situer cette pratique dans le rôle qu'elle peut jouer auprès des adolescents.

Sur le plan méthodologique, cette recherche s'inscrit dans une approche qualitative de nature inductive. Les données ont été recueillies grâce à la réalisation de deux entretiens. Le groupe de participants était constitué de six jeunes âgés de 14 à 18 ans, dont trois garçons et trois filles, qui ont des habitudes de pratiques d'égoportraits allant de modérées à extrêmes.

L'analyse de données s'est effectuée selon les méthodes proposées par Bonneville *et al.* (2007) et Miles et Huberman (2003). Ainsi, la création de fiches synthèses et la codification des entretiens ont permis une analyse ne se définissant pas seulement comme un texte narratif exposant les conclusions de la recherche, mais prenant la forme de tableaux synthétiques faisant des liens entre des concepts et des catégories observées.

Les résultats montrent que la pratique de l'égoportrait contribue au développement de la représentation de soi de cinq manières : 1) elle est le fruit d'une intention du jeune cherchant à confirmer des traits identitaires; 2) elle est une construction mentale de l'image que se fait le jeune de ce qu'il est et avec laquelle il peut « s'essayer en ligne » (Coutant et Stenger, 2010); 3) elle permet au jeune de s'attribuer certains traits identitaires pouvant être affirmés par les interactions engendrées lors de la publication du cliché; 4) elle peut assouvir un besoin de représentation de soi et de valorisation auprès de ses pairs durant la période adolescente; et 5) une pratique de l'égoportrait défaillante, trop centrée sur soi ou qui rend calculable le capital social par les réactions émises par d'autres usagers, peut entraîner une forme de distorsion de l'image mentale du jeune.

Mots clefs : égoportrait, selfie, représentation de soi, adolescence, réseaux socionumériques

INTRODUCTION

Au 20^e siècle, grâce à l'avancée de l'électronique, il a été possible pour l'humain de créer une communication «tous azimuts» par le biais des médias, des télécommunications et de l'informatique. Pour la première fois dans l'histoire, une communication s'organise entre une machine et un homme, chacun s'efforçant de prévoir le comportement de l'autre en adaptant le sien. Aujourd'hui, l'humain communique via toutes sortes d'outils issus de l'avancée de l'électronique qui a permis des révolutions informatiques et numériques, comme le sont les cellulaires et les tablettes électroniques. Ces objets (auxquels on a ajouté toutes sortes de gadgets comme la caméra numérique) donnent également accès à la toile du net en moins de quelques secondes.

Ainsi plusieurs nouveaux comportements sont désormais ancrés dans nos habitudes quotidiennes. Ces habitudes permettent de maintenir nos relations avec notre entourage, mais aussi de nous mettre en scène afin de confirmer une image de soi que nous désirons projeter. Face à l'évolution de la technologie et à la popularité des réseaux socionumériques, certaines questions à l'égard de la représentation d'un individu en société se posent avec avidité. L'un des grands phénomènes que nous pouvons constater est celui de l'égoportrait. En effet, ce phénomène a pris une telle ampleur qu'il a, depuis 2013, sa propre définition dans le *Oxford Dictionary* et, depuis 2016, dans *Le Petit Larousse*. Dans le cadre de ce mémoire, l'intérêt est plus particulièrement centré sur ce phénomène chez les jeunes âgés de 14 à 18 ans. Nous tenterons de comprendre la façon dont l'égoportrait influence la représentation de soi que se font les jeunes d'eux-mêmes par le biais de la sociologie des usages et de la théorie de la mise en scène de soi de Goffman (1973a).

Le premier chapitre de ce mémoire se consacre à la problématisation de ce phénomène chez les jeunes, et au contexte général dans lequel il s'inscrit. Le second chapitre expose un cadre théorique permettant d'approfondir l'influence de la pratique de l'égoportrait sur la représentation de soi que se font les jeunes d'eux-mêmes par le biais de la sociologie des usages, de la théorie de la mise en scène de soi de Goffman (1973a), et de celle-ci appliquée aux réseaux socionumériques (Coutant et Stenger, 2010).

Après quoi nous présentons et justifions la méthodologie mobilisée afin de répondre à notre question de recherche : en quoi la pratique d'égoportraits contribue-t-elle à la représentation de soi des jeunes de 14 à 18 ans ? Enfin, les quatrième et cinquième chapitres exposent les résultats de cette recherche, plusieurs éléments d'interprétation ainsi qu'une mise en perspective à travers une discussion. En conclusion, la problématique, le cadre théorique mobilisé et les principaux aspects méthodologiques sont brièvement rappelés, suivis de recommandations ainsi que de pistes en vue de recherches ultérieures.

CHAPITRE I

CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE

Ce chapitre est consacré à la présentation de la problématique de recherche centrée sur les phénomènes technologiques et sociaux entourant la pratique d'égoportraits. Des définitions de l'égoportrait sont d'abord présentées, suivies d'une explication du phénomène. Ensuite, sont exposées les caractéristiques de cette pratique en lien avec l'usage de la photographie numérique et la participation aux réseaux socionumériques (Rsn¹). La pratique de l'égoportrait est d'abord présentée de manière générale, pour ensuite se concentrer sur les usages qu'en font les jeunes de 14 à 18 ans. Enfin, la question de recherche, les objectifs de recherche ainsi que la pertinence communicationnelle, sociale et scientifique de la recherche sont énoncés.

1.1 L'égoportrait (« selfie »)

C'est en 2002 que la notion d'égoportrait — sous le terme anglais « *selfie* » — a été répertoriée pour la première fois dans un forum de discussion en ligne². Le mot « *selfie* » sera inscrit dans le *Oxford Dictionary* en 2013, et seulement depuis 2016 dans Le Petit Larousse. Un égoportrait ou un selfie est un « autoportrait photographique généralement réalisé avec un téléphone intelligent et destiné à être publié sur les réseaux sociaux » (« Le Petit Larousse », 2016, p. 1059). Le terme

¹ Le terme « réseau(x) socionumérique(s) » sera désigné par l'acronyme « Rsn » tout au long de ce mémoire

² Le terme « *selfie* » a été introduit par un jeune Australien dans un forum de discussion de la chaîne de télévision ABC. Il affichait une photo de sa lèvre écorchée suite à une beuverie avec ses copains (Liddy, 2013).

français « égoportrait » sera utilisé pour la première fois au Québec en 2013, et c'est le journaliste au quotidien Le Devoir, Fabien Deglis, qui en fera la mention sur son compte Twitter. Ce terme sera ensuite utilisé à plusieurs reprises par des auteurs et journalistes. Précisons que le terme « égoportrait » est utilisé principalement au Québec et sera désigné en 2014 par l'Office québécois de la langue française pour traduire le mot anglais « *selfie* ». La définition privilégiée par cette institution renvoie à l'étymologie *ego* valorisant « [...] le côté égocentrique et la valorisation de soi-même qui peuvent être caractéristiques de ce type d'autoportrait ». Le dictionnaire collaboratif en ligne Reverso propose également une définition intéressante de l'égoportrait en précisant que « [...] la photo a pour but de montrer une expression particulière ou un décor ou une personne importante à côté ».

Gunthert (2015) dénombre cinq types de pratiques d'égoportraits (Figure 1.1), dont Beauvelet (2015) propose de brèves précisions sur son blogue :



Figure 1.1 Types d'occurrences d'égoportraits (Gunthert, 2015)

(1) l'égoportrait au miroir où le sujet effectue un autoportrait assez classique avec son reflet dans un miroir (coin supérieur gauche de l'image); (2) l'égoportrait retourné laissant une impression de mouvement involontaire (en haut au centre); (3) l'égoportrait pris avec une caméra frontale qui montre un portrait posé du sujet (souvent utilisé comme photo de profil) (coin supérieur droit); (4) l'égoportrait réduit aux pieds ou à d'autres parties du corps (coin inférieur gauche); (5) l'égoportrait pris avec une caméra frontale en contre-plongée, qui démontre un cadrage incertain ou une déformation des perspectives. Ces précisions éclairent sur les motivations du sujet lorsqu'il pratique l'égoportrait ainsi que sur la manière que ce dernier désire se mettre en valeur ou bien simplement informer son réseau de l'action qu'il effectue. Il est à préciser qu'un égoportrait est une image pouvant être prise seule comme avec d'autres.

Maintenant qu'est défini l'égoportrait, la prochaine partie se concentre sur l'explication de ce phénomène.

1.1.1 Le phénomène de l'égoportrait

Selon les statistiques annuelles de 2015 de l'entreprise américaine de services technologiques Google, il y aurait eu plus de 24 milliards d'égoportraits téléchargés sur leurs serveurs en provenance de l'application « appareil photo » reliée aux téléphones cellulaires des usagers. Google mentionne également qu'en 2014, la moyenne des diffusions d'égoportraits dans les Rsn était de 17 millions par semaine (Gray, 2016).

En 2013, le terme « selfie » fut ajouté au Oxford Dictionary et selon une présentation de *Techinfographics* (Dimitrav, 2014) rassemblant trois sources, un

million de personnes dans le monde ajoutaient quotidiennement le mot-clic³ « *#selfie* » dans leur diffusion d'images au sein de différents Rsn. Cette présentation se référant seulement, précisons-le, à l'insertion du mot-clic « *#selfie* » dans la diffusion de photographies. Cette donnée n'offre qu'une idée de l'envergure du phénomène, car il existe plusieurs types de mots-clics se référant aux égoportraits, par exemple « *#selfieme* », « *#selfiefriends* », « *#selfiestick* ». De plus, tous les égoportraits ne portent pas nécessairement un mot-clic. Néanmoins, l'étude révèle que sa diffusion se ferait à 48 % sur Facebook, à 27 % par messages textes, à 9 % sur Twitter et à 8 % sur Instagram. Enfin, il importe de souligner que cette étude a été réalisée seulement deux ans après le lancement de l'application Snapchat, (qui a aujourd'hui une grande popularité). En décembre 2016, Snapchat comptait 158 millions d'utilisateurs actifs chaque jour et 71 % de ceux-ci sont âgés de moins de 25 ans (Coëffé, 2017). Ces données portent à croire qu'aujourd'hui, les proportions présentées plus haut pourraient être différentes, considérant l'application Snapchat.

Une étude canadienne réalisée par Virgin Mobile commanditée par Vision Critical menée aussi en 2013 (Virgin Mobile, 2013), indique que le Canada est le troisième pays où l'on publie le plus d'égoportraits, devancé de près par les États-Unis et l'Australie. En effet, un peu plus de 53 % de la population adulte canadienne (18 ans et plus) mentionne avoir déjà pris un égoportrait, et 26 % est âgé entre 18 et 34 ans. On constate que les hommes et les femmes sont représentés en proportions égales, et que 31 % de ceux qui partagent des égoportraits en ligne disent le faire pour partager une bonne photo d'eux-mêmes.

³ « Mot-clic » est la traduction de l'anglais « *hashtag* » désignant une « série de caractères précédée du signe #, cliquable, servant à référencer le contenu des micromessages par l'indexation de sujets ou de noms, afin de faciliter le regroupement par catégories et la recherche thématique par clic ». (Office québécois de la langue française, 2011)

Maintenant qu'il a été démontré que ce phénomène est répandu, il importe d'explorer le rôle qu'il joue sur la représentation de soi des individus. La prochaine partie fait état de différents propos tenus par des chercheurs permettant de situer le phénomène dans le contexte de représentation de soi en ligne.

1.1.2 L'égoportrait : mode de dialogue et esthétique de représentation de soi

Le phénomène d'égoportrait s'accroît avec l'apparition des premiers téléphones mobiles équipés d'un objectif frontal en 2007 (Arte, 2015). En effet, cette technologie permet la prise de photographies numériques ainsi que sa diffusion instantanée en ligne.

Pour Guichot (2015), la pratique d'égoportraits s'inscrit dans un continuum de la pratique de la photographie amateur. Elle propose une compréhension de la pratique d'égoportraits dans son ouvrage *Philosophie du selfie : quand Narcisse cherche le bonheur*. Le désir de documenter son quotidien est au cœur de cette pratique et son analyse de l'égoportrait comme mode de représentation de soi fournit plusieurs notions pouvant éclairer sur le sens de ce phénomène.

D'abord, l'égoportrait se veut ouvert sur le monde, ce qui le différencie de l'autoportrait. En effet, Guichot explique que l'autoportrait relève de l'ordre de l'expression personnelle intime et qu'il présente un caractère introspectif, réflexif, tandis que l'égoportrait s'ouvre vers l'extérieur et relève de l'ordre du dialogue avec les autres. Guichot explique la relation intimiste de l'utilisateur dans sa pratique de l'égoportrait par la notion d'extimité. Ce mot, introduit en 1969 par Lacan et repris par Tisseron en 2001, renvoie au « [...] processus par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui afin d'être validé » (Tisseron, 2011, p. 84). Ainsi,

l'égoportrait peut se caractériser d'abord par l'aspect travaillé de l'image dans l'intimité et ensuite par l'instantanéité dans sa diffusion via les Rsn. Guichot (2015) ajoute que l'égoportrait est un geste impulsif qui peut, dans certains cas, être soumis à plusieurs tentatives. Ces tentatives peuvent se faire grâce aux propriétés du numérique permettant notamment l'indexabilité puisque l'image n'a plus à être associée à un objet matériel (Gunthert, 2015), ce concept sera abordé plus en détail au point 1.2.1.

Mais quelles sont les véritables motivations de se photographier soi-même et de diffuser ces clichés dans les Rsn ? Selon Guichot (2015), elles seraient à chercher dans le processus d'introjection pensé par Tisseron (2002). Cet auteur précise qu'il est dans la nature humaine de vouloir partager des valeurs communes tout en acceptant sa différence.

Ce n'est donc pas simplement lié à l'envie d'avoir son « quart d'heure de célébrité » ou bien à un désir d'immortalité, mais un besoin fondamental et existentiel de l'homme. Le selfie correspond à ce besoin de prise de recul sur soi-même à travers le regard de l'autre. (Guichot, 2015, p. 57).

Selon Guichot, l'égoportrait permet au sujet de se réapproprier son image, entendue comme le reflet d'« expériences : multiples, différentes, successives » (*Ibid.*, p. 79). Guet-Brohan (2015) ajoute que cette réappropriation et cette réflexion peuvent révéler une intention de se mettre en scène afin de se représenter dans des situations particulières :

Le selfie est utilisé pour défendre des causes sociales ou environnementales, par les adolescents à la recherche de reconnaissance, les adultes amusés, les grands-parents curieux, les célébrités revendiquant proximité et authenticité, les soldats témoignant leur amour à leur famille, les cartels mexicains voulant intimider ou les marques stratégiques profitant de la tendance. (Guet-Brohan, 2014, p. 118)

Guichot (2015) complète cette idée en précisant que l'égoportrait peut s'avérer être une « image écran » de la personne. D'après Rouillé (2014) l' « image écran » se caractérise par quelques attributs que le sujet a choisi de montrer. En effet, le sujet se prenant en photo a le libre arbitre du type de représentation qu'il veut projeter aux autres.

Le selfie reste une image maîtrisée par son auteur : il intentionnalise le fait que sa photographie va être publiée. Il choisit donc quel genre de message il veut transmettre avec son image. C'est ainsi que le selfie peut devenir comme un masque, une surface. (Guichot, 2015, p. 44)

Le sujet peut alors choisir quel genre de message il veut transmettre sur lui à travers cette image (*Ibid.*). Gunthert (2014) quant à lui ajoute que les différents types d'égoportraits sont des jeux conversationnels où l'auteur/sujet se met en scène afin d'alimenter le dialogue avec son réseau amical entretenu au sein des Rsn. Les modalités de l'égoportrait établissent ainsi les balises délimitant et réglant le contact qu'il entreprend. Ces modalités se définiraient d'abord par la représentation que l'auteur/sujet a de lui-même, qui selon certains auteurs (Erikson, 1972 ; Goffman, 1973a, 1973b, 1974), se construit principalement par les interactions avec les autres.

Pour bien comprendre la pratique de l'égoportrait, il importe donc de le mettre en lien avec le phénomène de la photographie numérique permettant la mise en scène de l'auteur/sujet dans la prise de l'image de soi, ainsi que les Rsn qui sont les lieux de la diffusion des égoportraits où l'interaction avec d'autres usagers est possible. Pour ce faire, il est nécessaire d'aborder les deux modalités régissant cette pratique, soit la prise de l'image de soi et sa diffusion dans les Rsn.

1.2 La prise et la diffusion d'égoportraits

Selon la définition tirée du Petit Larousse mentionnée au point 1.1, le phénomène de l'égoportrait est une action se divisant en deux étapes. Il y a d'abord la prise de l'égoportrait, c'est-à-dire la réalisation d'un « autoportrait par le biais d'un téléphone intelligent » (« Le Petit Larousse », 2016, p. 1059) ou d'une tablette électronique, et ensuite, il y a sa diffusion sur les Rsn. En lien avec la prise d'égoportraits, la section suivante aborde la question de la photographie numérique, qui a vécu une véritable métamorphose depuis la fin des années 1980. Puis, en lien avec leur diffusion dans les Rsn, les différentes formes de représentation de soi pouvant y être possibles sont exposées. Enfin, une synthèse du rôle de la photographie numérique dans la représentation de soi dans les Rsn termine cette deuxième partie de la problématique.

1.2.1 La prise d'égoportraits et la photographie numérique

La prise d'égoportraits est facilitée par l'avènement de la photographie numérique. En effet, le numérique a permis une évolution des pratiques et des modes de diffusion de la photographie, dont celle de l'égoportrait. L'image visuelle numérique peut être dissociée de tout support matériel, ce qui constitue un phénomène inédit dans notre société contemporaine. Selon Gunthert (2015), ces transformations ont des conséquences importantes qui touchent à l'indexabilité, la versatilité, l'ubiquité et l'universalité des photographies.

Sur le plan de l'indexabilité tout d'abord, le changement majeur est survenu lorsque la photographie n'a plus été associée à un objet matériel, en l'occurrence la pellicule, mais à une image virtuelle offrant de nouvelles possibilités de traitement, de diffusion,

et de stockage. Avec le numérique, la capacité d'archiver et de traiter les images par l'intermédiaire de bases de données numériques est désormais possible (*Ibid.*, 2010, n.d.), et cette nouvelle gestion de l'image permet de créer des contenus sans exiger de compétence spécialisée.

Ensuite, la photographie numérique vient avec une nouvelle versatilité. Cette versatilité s'incarne dans les techniques que l'on retrouve dans les logiciels de retouches. L'image devient malléable, pouvant semer un doute dans son interprétation et déroger de ce qu'elle veut réellement représenter.

En outre, la prise et la diffusion de la photographie numérique s'inscrivent dans ce que Gunthert (2010) nomme l'ubiquité, c'est-à-dire la capacité d'être présent dans plusieurs lieux et espaces simultanément. En effet, grâce à l'accès facilité aux téléphones portables ou aux ordinateurs et tablettes électroniques, il devient simple de photographier et de diffuser instantanément les photos dans les Rsn⁴.

Finalement, une autre conséquence importante du numérique concerne l'universalité des photographies. Avec le numérique, les formats et les usages de la pratique de la photographie évoluent. Par exemple, la pratique pourra être influencée par les attentes de l'auteur de la photographie quant au type de visibilité que lui confèrera la diffusion de la photographie dans les Rsn. Comme l'explique Gunthert :

La part que peuvent prendre les individus à [la] production et à [l']interprétation [de la photographie] contribue à une évolution rapide des formats et des usages. La visibilité conférée par les réseaux sociaux accélère leur diffusion et donne naissance à des normes autoproduites (*Ibid.*, 2014, p. 13).

⁴ En 2016, 90% des foyers au Québec avaient une connexion Internet à la maison, et 81% des québécois possédaient un ordinateur, 58% des téléphones intelligents et 51 % des tablettes électroniques. (NETendance, 2016)

Par ailleurs, ces nouvelles formes de représentation visuelle de notre quotidien sont devenues des dispositifs puissants des conversations privées et publiques (*Ibid.*, 2015). Les mutations de la pratique et de la diffusion de la photographie survenant avec le numérique bouleversent plusieurs propriétés longtemps attribuées à l'image photographique et aux modalités de son interprétation. Ces nouvelles modalités engendrent des transformations majeures dans nos manières de représenter nos vies et, par le fait même, de nous représenter nous-mêmes (*Ibid.*, 2015). Ainsi, dans la prochaine partie, il sera question des Rsn afin d'aborder les composantes de la diffusion des égoportraits.

1.2.2 La diffusion d'égoportraits dans les réseaux sociaux numériques

Les égoportraits étant largement diffusés dans les Rsn, il importe de s'y arrêter pour mieux les comprendre. Les Rsn sont des plateformes qui font partie d'un ensemble plus grand, que l'on appelle les médias sociaux. Les médias sociaux offrent aux utilisateurs de nouveaux lieux d'interaction et d'expression dans lesquels la diffusion de contenus, comme l'est l'égoportrait, permet, entre autres, le maintien de liens sociaux existant dans la réalité (Proulx *et al.*, 2012). Proulx *et al.* (2012) proposent une typologie des diverses plateformes de médias sociaux en cinq catégories : les blogues⁵ et les microblogues (Twitter), les sites de Rsn (Facebook, Google+, LinkedIn), les communautés d'échange de contenus en ligne (YouTube, Vimeo), les univers virtuels et les jeux en ligne (Second Life, World of Warcraft).

⁵ « Blogue » désigne un « site Web personnel tenu par un ou plusieurs blogueurs qui s'expriment librement et selon une certaine périodicité, sous la forme de billets ou d'articles, informatifs ou intimistes, datés, à la manière d'un journal de bord, signés et classés par ordre antéchronologique, parfois enrichis d'hyperliens, d'images ou de sons, et pouvant faire l'objet de commentaires laissés par les lecteurs ». (Office québécois de la langue française, 2011)

Les motivations de la participation aux médias sociaux, et par le fait même de la diffusion d'égoportraits sur ces médias, peuvent différer selon les plateformes que favorisent les individus. Stenger et Coutant (2011) proposent de comprendre les ressorts de la participation selon deux axes : un premier axe allant de l'amitié à l'intérêt et un deuxième allant de la diffusion de contenu à la présentation de soi. Il est fréquent et habituel que ces types de participation soient confondus sur certaines plateformes. La cartographie des médias sociaux proposée par ces auteurs vise à les distinguer et ainsi à mieux comprendre les fonctionnalités et les usages différenciés des plateformes (Figure 1.2).

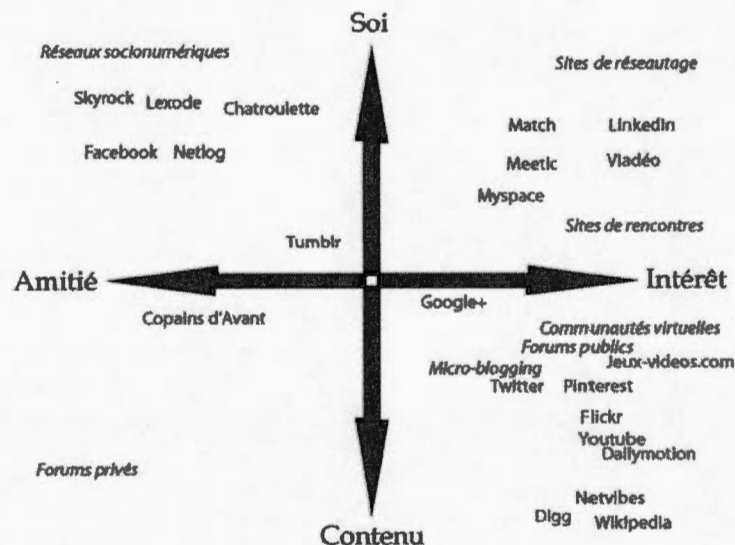


Figure 1.2 Cartographie des médias sociaux (Stenger et Coutant, 2011)

Dans le coin gauche supérieur de la cartographie sont affichés les Rsn qui se distinguent par « [...] des données personnelles, essentiellement biographiques, fondées sur l'expérience des individus, ses préférences, ses goûts, éléments centraux de la construction identitaire et de la présentation de soi en ligne » (*Ibid.*, p. 113). Les Rsn se situent entre les valeurs du « soi » et de l'« amitié », ces plateformes s'avèrent donc être des lieux où les usagers ont des profils leur permettant d'échanger avec leur

entourage. Dans le cadre de cette recherche, l'intérêt se concentre plus spécifiquement sur les Rsn, car comme il a été mentionné dans la définition de l'égoportrait, ce sont les plateformes favorisées pour leur diffusion.

De plus, il est pertinent d'ajouter aux Rsn nommés par ces auteurs, Instagram et Snapchat qui, depuis quelques années, connaissent une popularité grandissante, tel qu'énoncé plus haut au point 1.1.1. Cette popularité peut s'expliquer grâce à leur principale fonction étant la diffusion d'images. Les données les plus récentes lors de l'écriture de ces lignes montrent qu'Instagram est au 9^e rang des Rsn les plus populaires dans le monde avec 700 millions d'utilisateurs actifs par mois, tandis que Snapchat est au 13^e rang avec ses 300 millions d'utilisateurs sur la même période. Néanmoins, Facebook demeure le Rsn le plus populaire sur la planète avec 1,86 milliard d'utilisateurs par mois (Viard, 2016).

Sachant que les Rsn sont très populaires au sein de notre société, il est intéressant de se pencher sur les multiples manières de se représenter en ligne sur ces plateformes. Pour ce faire, la prochaine partie introduit deux visions de représentation de soi sur le Rsn Facebook.

1.2.2.1 La représentation de soi dans les réseaux socionumériques

Afin d'apporter un éclaircissement sur les modalités régissant la représentation de soi dans les Rsn, il est intéressant d'introduire les quatre « tactiques » de représentation de soi sur Facebook répertoriées dans le texte de Zarghooni (2007) inspiré des écrits de Leary, *A study of Self-Presentation in Light of Facebook* (1996), ainsi que les concepts proposés par Fanny Georges dans son article « Approche statistique de trois composantes de l'identité numérique sur Facebook » (2010).

La première tactique proposée par Zarghooni (2007) est l'autodescription. Elle se caractérise par le fait que l'utilisateur se présente par des informations concernant ses valeurs, ses points de vue politiques, ses occupations, etc. Selon cet auteur, il est peu fréquent que l'utilisateur mentionne des caractéristiques mensongères à son sujet, même si cela varie selon la représentation qu'a l'individu de lui-même. En outre, l'utilisateur n'expose pas systématiquement toutes les caractéristiques croyant le définir, mais en fera une sélection préalable. Cette tactique rejoint l'idée de Georges (2010) lorsque celle-ci aborde le concept des identités déclaratives s'avérant être des « [...] données saisies directement par l'utilisateur, normalement au cours de la procédure d'inscription » (*Ibid.*, 2010, p. 193). Ces informations sont le nom, l'âge, le sexe, les amis, les centres d'intérêt, etc., donc toutes les informations que l'utilisateur veut bien inscrire de manière intentionnelle sur son profil d'utilisateur.

La deuxième tactique de présentation de soi selon Zarghooni (2007) procède par déclarations sociales. Ces déclarations sociales sont le reflet des attitudes adoptées par l'utilisateur face à diverses situations, qu'il souhaite présenter aux autres. Ainsi, les attitudes adoptées par une personne influencent les impressions que les autres pourraient avoir. Ce constat est vrai dans les relations qu'un individu entretient avec les siens dans un contexte hors ligne, mais également en ligne. Dans les Rsn, les déclarations sociales se font à travers les différents types de diffusions ou réactions à d'autres diffusions que les siennes. Toutes actions démontrant un avis ou proposant une attitude spécifique sont des aspects constitutifs de la présentation de soi qui se fait par déclarations sociales (*Ibid.*, 2007 ; Leary, 1996).

La troisième tactique renvoie à des comportements non verbaux et à l'expression d'émotions. En effet, l'utilisateur de Facebook, mais également sur d'autres Rsn, peut se présenter par des comportements non verbaux qui se manifestent par l'expression d'émotions, l'apparence physique, les gestes et les mouvements. Ces émotions peuvent être perçues à travers différents contenus par les autres usagers

(photographies, diffusion de statuts, commentaires sur des éléments mis en ligne par les autres, etc.). Pour Zarghooni (2007), l'expression d'émotions peut avoir une influence sur l'impression que peuvent avoir les autres de l'utilisateur. Il en va de même pour l'apparence physique. En effet, selon Leary (1996), on définit souvent les gens plus attrayants comme étant des gens plus sociables, dominants et intelligents. Cet élément est particulièrement intéressant à examiner dans le cas des Rsn, où l'on sait que l'apparence physique joue un très grand rôle dans le choix des photographies qui y sont publiées. Les secondes et troisièmes tactiques se rapprochent du concept de l'identité agissante proposé par Georges (2010). En effet, elles s'observent par les activités du sujet sur Facebook, comme les diffusions de photographies ou de commentaires. Cette forme d'identité est constituée d'informations répertoriées par le système sur les activités de l'utilisateur.

Enfin, la quatrième tactique fait appel à l'influence que peut avoir l'entourage sur l'utilisateur. Zarghooni (2007) définit cette manière de se présenter comme étant indirecte, c'est-à-dire que l'utilisateur s'attribue une attitude ou une valeur par affiliation à un groupe, une célébrité ou autre. Cette affiliation lui donne une impression positive de lui-même qu'il renvoie aux autres usagers avec lesquels il est « ami » sur Facebook. À cette tactique, ajoutons celle d'identité calculée proposée par Georges (2010), qui tend à quantifier les interactions et le capital social en ligne, dont le nombre d'amis ou le nombre de mentions « J'aime » sur une diffusion.

Ces tactiques et ces types d'identité révèlent les intentions et motivations que peut avoir l'utilisateur dans les styles de représentation de soi qu'il veut véhiculer par la diffusion d'égoportraits dans les Rsn. Ces styles s'établissent selon les désirs et particularités propres à l'utilisateur désirant livrer une image de lui qu'il aura préalablement construite, en fonction de la vision qu'il a de lui-même et dans le but de la valider auprès des autres.

1.2.3 La représentation de soi dans les réseaux socionumériques par la photographie numérique

Les différentes fonctionnalités mises à la disposition de l'utilisateur dans les Rsn permettent le maintien de liens entre les utilisateurs par le biais des interactions qu'elles engendrent. L'une de ces fonctionnalités est la diffusion de photographies.

Les photos ne sont pas seulement utilisées pour se rappeler les gens et les événements, mais elles permettent de maintenir des relations existantes et même d'en créer de nouvelles. Les photos s'avèrent précieuses pour les liens qu'elles engendrent et entretiennent entre les personnes représentées [...]. (*Traduction libre, Van House et al., 2004, p. 7*)

Bationa et Zouinar (2009) ajoutent que les images partagées sur les réseaux répondent également à des besoins tels que la recherche de notoriété auprès des pairs ou la recherche de conseils ou d'avis, et qu'elles participent, dans une certaine mesure, à la construction d'une représentation de soi. Rivière (2006) précise que les nouveaux usages et modalités régissant la photographie numérique participent au prolongement d'un espace auparavant essentiellement privé. L'auteur explique cette idée par le terme « spéculaire » :

Spéculaire désignerait ici une forme de lien visuel à l'autre qui repose sur une mise en scène de l'intimité exposée de façon hyperréelle à travers l'image vidéo ou photographique en favorisant les identifications imaginaires fusionnelles jouant sur les effets de la reconnaissance de soi dans l'autre. (*Ibid., 2006, p. 131*)

Cette notion reprend l'idée que l'image est une mise en scène et une exhibition de soi dans laquelle l'autre « [...] ne serait que le miroir de soi-même dans une altérité reposant sur un jeu d'identification imaginaire » (*Ibid., 2006, p. 131*). La visibilité conférée aux photographies de soi dans les Rsn joue alors un grand rôle dans la représentation de soi de l'utilisateur. Ainsi, certains usages actuels de la photographie

numérique dans les Rsn méritent une attention particulière, puisqu'ils bouleversent les façons d'entretenir des liens avec les autres et avec nous-mêmes.

Avec le numérique, la photographie est devenue un élément du réel qui participe à sa construction, l'image cessant ainsi d'être du côté de la mémoire peut être du «miroir manipulable». (Tisseron, 2000, cité dans Bationa et Zouinar, 2009, p. 147)

Un «miroir manipulable» (Tisseron, 2000) sur nos réalités personnelles signifie que l'angle choisi pour la capture d'images provient de la perception d'un seul individu (l'auteur et le sujet de la photographie dans le cas de l'égoportrait), cherchant une forme d'approbation auprès des autres. Cette forme d'approbation auprès des autres peut s'avérer être une volonté davantage désirée lors de la période adolescente (Erikson, 1972 ; Lachance, 2013). C'est pourquoi ce mémoire s'intéresse spécifiquement au phénomène de l'égoportrait chez les jeunes âgés de 14 à 18 ans.

1.3 Le phénomène de l'égoportrait chez les jeunes de 14 à 18 ans

Avant d'aborder les caractéristiques définissant la jeunesse, il est pertinent de justifier, par le biais de quelques statistiques, les raisons expliquant l'intérêt pour cette classe d'âge dans l'étude de la pratique de l'égoportrait en lien avec leur représentation de soi.

Selon une étude effectuée en 2015 auprès de jeunes Américains âgés entre 13 et 17 ans, 94 % de ceux-ci vont au moins une fois par jour naviguer sur au moins un Rsn par le biais de leur téléphone mobile. Ces jeunes ont comme Rsn favoris Facebook (71 %), Instagram (52 %) et Snapchat (41 %). Cette étude mentionne également que 71 % de ceux-ci utilisent plus d'un Rsn (Common Sense Media, 2015).

Une autre étude (la plus récente lors de l'écriture de ces lignes) a été réalisée auprès d'élèves de la 4^e à la 11^e année, âgés approximativement de 11 à 18 ans, à Calgary, Toronto et Ottawa, au cours des années 2012 et 2013 (Steeve, 2014). Cette étude fournit des données intéressantes sur les habitudes des adolescents sur le Rsn Facebook. Elle mentionne que les jeunes Canadiens de 8^e et 9^e année (âgés entre 15 et 17 ans) ont pour activité en ligne favorite la participation aux Rsn. La plateforme YouTube est au premier rang des sites où l'on retrouve le plus de participation, suivi de près par Facebook. 78 % des étudiants de 8^e année mentionnent avoir un compte Facebook ; cette moyenne augmente à 87 % en 9^e année. Leurs activités préférées sur ce réseau sont la lecture et la diffusion de commentaires ou de photos sur leur profil ou sur les pages personnelles de leurs amis.

Selon boyd (2014), l'engouement des jeunes pour les Rsn ne s'explique pas seulement par l'attrait de cette communication instantanée avec les leurs amis, mais par la reconnaissance et la valorisation qu'ils y trouvent, à travers leurs échanges. Lorsqu'ils publient du contenu, ils sont dans l'attente de réactions de leurs pairs ; une réaction qui leur permet de gérer leur image (*Ibid.*).

Maintenant, lorsqu'il est question de cerner les caractéristiques de la période de vie qu'est l'adolescence d'un point de vue social ou psychosocial, la tâche en est des plus ardues. En sociologie, il est difficile de bien définir le début et la fin de cette période. Il peut en effet s'avérer risqué d'y apposer une définition cristallisée et statique ou même d'y émettre des généralités. Néanmoins, des auteurs proposent différents modèles qui aident à circonscrire et comprendre cette période spécifique du cycle de vie d'un individu. La prochaine partie tente de définir ce qu'est l'adolescence d'un point de vue sociologique ainsi que le rôle que peuvent avoir les Rsn dans la vie des jeunes d'aujourd'hui.

1.3.1 L'adolescence et la jeunesse

L'origine du concept de la jeunesse apparaît dès le début du siècle dernier avec l'œuvre sur la sociologie de l'éducation de Durkheim (1922), repris ensuite par Paul Fauconnet et Maurice Debesse. Cette école de pensée a longtemps étudié la jeunesse en se basant sur la psychologie, surestimant ou sous-estimant la force de l'environnement social sur l'individu (Galland, 2007). De plus, Durkheim réfute l'idée que des prédispositions enfantines (comme le sont des traits de caractère transmis par hérédité) pourraient avoir une véritable influence sur l'individu vivant sa période adolescente, croyant que l'éducation est la seule finalité pouvant avoir un impact sur un adolescent. C'est à partir de 1936 que des sociologues américains se distancient de cette vision de l'adolescence et établissent une théorie nouvelle de la socialisation. Cette théorie est basée sur l'influence des groupes sociaux, sur l'ajustement progressif et contradictoire aux normes, sur les rôles sociaux propres à cette période de la vie d'un individu.

[...] l'adolescence ne doit pas être définie en termes de puberté et de maturation physique. Son commencement doit être recherché au moment où la société ne considère plus la personne comme un enfant, mais attend d'elle qu'elle assume certaines responsabilités adultes. (American Sociological Review, 1936, cité dans Galland, 2007, p. 46)

De même, Erikson (1972) établit une condition importante signifiant la finalité de cette période : le stade de l'adolescence « [...] ne peut être traversé sans que l'identité n'ait trouvé une forme propre à influencer d'une façon décisive tout le reste de l'existence » (*Ibid.*, p. 93). Lors de l'adolescence, la tâche principale de l'individu est d'effectuer « l'assemblage final » de tous les aspects identitaires retenus de l'enfance (*Ibid.*) impliquant par ailleurs un travail d'autonomisation important (*Ibid.* ; Lachance, 2013 ; Lipiansky, 1992). Les besoins identitaires des jeunes sont souvent

d'avantage orientés vers la recherche de reconnaissance et la valorisation auprès des pairs (Erikson, 1972 ; Goguel d'Allondans et Lachance, 2014).

Selon Erikson (1972), mais également d'autres auteurs allant dans le même sens (Galland, 2007 ; De Singly, 2001 ; Glévarec, 2009), l'identité de l'adolescent se construit par l'influence d'éléments identitaires qui seront retenus de l'enfance, mais également par les interactions avec son environnement social. Aujourd'hui l'environnement social des jeunes a comme toile de fond l'accès à Internet et à toutes ses fonctionnalités.

Les jeunes sont ainsi appelés à jouer un rôle particulièrement important dans le développement des nouvelles technologies. On assiste aussi à l'apparition de comportements culturels inédits, notamment en ce qui concerne la représentation de soi : les pages personnelles constituent un exemple de phénomène très original, où l'on voit un usage inattendu de l'Internet satisfaire une fonction sociale et culturelle non prévue par les bâtisseurs de la toile. (UNESCO, 2005, p. 55)

Arjun Appadurai, sociologue culturaliste et anthropologue indien, ajoute que l'avènement du web 2.0 véhicule l'idée que le fantasme est devenu une pratique sociale (Appadurai, 1996, dans Dagnaud 2011, p. 41), pratique sociale qui se fait par les différentes interactions dans les Rsn.

De plus, lors de la période de la jeunesse ou de l'adolescence, l'individu a un désir d'être reconnu afin de mieux se définir dans l'organisation dans laquelle il prend place (Erikson, 1972). L'avènement des Rsn permet à ces jeunes de se construire une identité, sans toujours être fidèles à leur soi, afin d'être acceptés par les leurs (Glévarec, 2009). Le jeune, s'affichant sous un profil dans l'un des médias sociaux, se décrit et publie des égoportraits sans nécessairement consulter ses pairs, et peut alors tenter de reproduire une identité qui n'est pas nécessairement la sienne, mais plutôt l'une de celle qu'il voudrait être.

1.3.2 La représentation de soi des jeunes par la pratique d'égoportraits

Les Rsn offrent de nouvelles formes de ritualisation pourvues de modalités inédites où le passage à la vie adulte est exploré sous différentes facettes.

[...] les technologies sont des chemins et des couloirs à travers lesquels s'expriment une volonté d'autonomisation et la difficulté parfois à se faire reconnaître en tant que sujet. Elles donnent des formes nouvelles au travail d'autonomisation et de quête de soi. (Lachance, 2013, p. 7)

En raison de la place qu'occupe la photographie numérique et les Rsn, l'étude de l'égoportrait et de ses modalités de représentation offre une compréhension des perceptions de soi des jeunes âgés de 14 à 18 ans d'aujourd'hui.

La médiation des interactions avec les autres peut aujourd'hui se faire, entre autres, via la pratique de l'égoportrait. Menrath (2013) propose un angle de compréhension de cette pratique chez les adolescents en mentionnant que l'égoportrait est « [...] une image de soi facilement renouvelable plus apte que les mots pour traduire l'état instable de l'adolescence » (*Ibid.*). Selon Tisseron (2009, p. 39), « [...] les jeunes ne demandent plus seulement aux écrans ce qu'ils doivent penser du monde, mais aussi ce qu'ils doivent penser d'eux-mêmes ». À cela, Pasquier (2011, p. 32) ajoute qu'« [...] Internet n'est donc plus un lieu d'ouverture sociale, mais plutôt un lieu de l'entre-soi ».

En terminant, selon Gunthert (2014), l'égoportrait n'a pas d'autre visée que l'échange entre pairs, et souvent la photographie publiée en ligne sera celle choisie parmi une multitude de tentatives d'images ratées. Lorsqu'il est question du processus identitaire, les égoportraits nous renseigneraient « [...] sur les ressorts d'une définition du Soi par le regard d'autrui : les selfies qui résistent à l'examen du regard

collectif anticipé par les adolescents sont loin du reflet de Narcisse se mirant solitairement dans l'eau » (Menrath, 2013). Les impacts des échanges créés par la diffusion d'égoportraits s'avèrent donc être des éléments pertinents à explorer lorsque nous tentons de comprendre la perception de soi des adolescents d'aujourd'hui.

1.4 La question et les objectifs de recherche

Dans le cadre de ce mémoire, nous proposons de répondre à la question suivante :

En quoi la pratique d'égoportraits contribue-t-elle à la représentation de soi des jeunes de 14 à 18 ans ?

Notre recherche visera les quatre objectifs suivants :

1. Décrire la pratique de l'égoportrait chez les jeunes.
2. Définir le sens de la pratique de l'égoportrait du point de vue des jeunes.
3. Comprendre le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la représentation de soi chez les jeunes.

1.5 La pertinence communicationnelle, sociale et scientifique de la recherche

L'étude de la pratique de l'égoportrait chez les jeunes a pour objectif de contribuer au large domaine de la communication et plus spécifiquement à une meilleure connaissance des modalités de représentation de soi dans les Rsn. L'engouement des jeunes pour les nouvelles technologies engendre de nouveaux usages du numérique ayant des répercussions sur les façons qu'ils ont de se représenter comme individu en

société. Une observation fine est nécessaire afin de rendre compte des changements en ce qui a trait aux nouvelles modalités de représentation de soi au sein des collectifs dans lesquels prennent part les jeunes d'aujourd'hui.

Le choix d'étudier l'égoportrait et la représentation de soi sur Facebook est pertinent socialement dans la mesure où l'usage de la photographie et sa diffusion au sein des Rsn constitue une pratique largement diffusée dans notre société. Il s'agit d'un phénomène social qui suscite depuis quelques années une attention particulière de la part du grand public, des médias et de la recherche. Plusieurs articles de presse décrivent ce phénomène comme une manifestation du déclin moral des jeunes. Pour ne citer que quelques titres d'articles évoquant cette idée : « Le « selfie » : une expression narcissique »⁶, « Les selfies, de phénomène social à la maladie mentale »⁷, « « Selfie » : la technologie au service du narcissisme »⁸, etc. Par contre, si nous observons ce phénomène sous la loupe de la sociologie, il peut être l'objet de nouvelles modalités de représentation de soi et s'avérer être une forme d'expression permettant une expérimentation de soi.

Il est intéressant de constater que le selfie, qui est une forme d'expression en ligne, utilise l'image du corps « réel » de la personne, ainsi il semble pertinent de voir comment les interactions souhaitées, mais aussi parfois subies, influencent la personne qui fait ce type de partage sur les Rsn. (Junger-Aghababaie, 2014, p. 366)

Ces pratiques ne visent donc pas un seul objectif et doivent être abordées sous de nouveaux angles, dont les répercussions de cette pratique et les intentions du sujet

⁶ Les Influenceurs du Web, 18 décembre 2015 : récupéré le 11 mars 2016 de <http://www.influenceursduweb.org/le-selfie-une-expression-narcissique/>

⁷ Branchez vous, 5 mai 2014 : Récupéré le 11 mars 2016 de <http://branchez-vous.com/2014/05/05/selfies-phenomene-social-maladie-mentale/>

⁸ Le Figaro.fr, 11 mars 2014: récupéré le 11 mars 2016 de <http://www.lefigaro.fr/vox/societe/2014/03/11/31003-20140311ARTFIG00073-selfie-la-technologie-au-service-du-narcissisme.php>

pratiquant l'égoportrait. Cette recherche vise donc à apporter de nouvelles connaissances à partir d'une recherche ancrée dans l'étude des répercussions de la pratique de l'égoportrait sur la représentation de soi.

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

La problématique a permis d'introduire le phénomène d'égoportrait chez les adolescents et ses pratiques de prise et de diffusion par le biais des technologies numériques et des Rsn. Dans ce deuxième chapitre, le cadre théorique est présenté. Dans un premier temps, les modalités de représentation de soi à l'ère numérique sont exposées en lien avec les notions d'usage et d'appropriation, propres à la sociologie des usages. Les concepts de mise en scène de soi et de l'ordre de l'interaction d'Erving Goffman sont définis et explicités dans un deuxième temps. Enfin, la manière dont ces concepts sont appliqués dans le cadre de cette étude est décrite en lien avec les travaux de Coutant et Stenger afin de mettre en lumière les caractéristiques dans lesquelles la diffusion d'égoportraits prend place.

2.1 La sociologie des usages

L'arrivée des nouvelles technologies de l'information et de la communication a poussé différents chercheurs, depuis la fin des années 1960, à se questionner à la fois sur les effets des nouvelles technologies sur la société, mais également sur l'influence de la société sur ces technologies (Breton et Proulx, 2012). Dans les années 1970, les études révélaient un déterminisme technique « [...] selon lequel les usages découlent quasi naturellement de l'offre des produits et services » (Jouet, 2000, p. 496). Ce n'est qu'un peu plus tard, dans les années 1980, que les études se sont penchées davantage sur l'influence qu'ont les individus sur les objets techniques. Cette perspective accorde un certain pouvoir à l'utilisateur dans le développement des fonctionnalités de

l'objet. En effet, selon son utilisation, l'utilisateur a le pouvoir de convertir ou de modifier l'usage prévu par son concepteur.

Il ne s'agit plus ici de partir des technologies pour voir comment elles agissent sur le social. La démarche est l'inverse symétrique : il s'agit de déterminer en quoi les structures de reproduction du social conditionnent le développement des technologies. (Jauréguiberry et Proulx, 2011, p. 10)

Cette compréhension des usages démontre que la sphère technique est complètement enchevêtrée dans l'organisation des sociétés par le fait que celle-ci n'est jamais sociologiquement neutre, car elle est porteuse de valeurs et sources de significations sociales pour l'utilisateur (*Ibid.*, 2011).

Le projet de la sociologie des usages est donc la débanalisation du monde des usages afin de mieux le comprendre en extirpant « [...] l'usage de son évidence première et de le distinguer comme objet d'analyse qui rende compte de la complexité des phénomènes sociaux qu'il mobilise » (Jouët, 2000, p. 514). Selon Chablat (1994), cette débanalisation du monde des usages met en jeu à la fois la technique, l'objet et le quotidien, et de ce fait « [...] l'usage n'est pas un objet naturel, mais un construit social » (p. 253).

Avant d'aller plus loin dans cette première partie du second chapitre, il est essentiel d'expliquer la définition retenue pour parler d'usage afin de mieux situer la pratique de l'égoprotrait chez adolescents. Cette explication permettra par la suite de situer les significations rattachées à cette pratique en abordant la notion d'« appropriation ».

2.1.1 Une définition d'usage

Les définitions d'usage sont nombreuses et ne font pas forcément consensus auprès des chercheurs. Les conceptions techniques et sociales de l'usage sont à prendre en compte afin d'élaborer une définition plus claire. Dans le cadre de ce mémoire, il est opportun de situer la définition de l'usage sur un plan social, grâce aux termes « usages sociaux » et « pratique ». Lacroix (1994) suggère une définition des « usages sociaux » :

[...] les usages sociaux sont des modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrences et sous la forme d'habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté pour s'insérer et s'imposer dans l'éventail des pratiques culturelles préexistantes, se reproduire et éventuellement résister en tant que pratiques spécifiques à d'autres pratiques concurrentes ou connexes (Lacroix, 1994, p. 147).

Jouët (1993) offre une définition similaire en spécifiant que l'« usage » renvoie simplement à l'utilisation d'un objet technique, mais que la « pratique » englobe en plus « [...] les comportements, les attitudes et les représentations des individus qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil » (p. 371).

Dans le cadre de ce mémoire, l'« usage social » ou la « pratique » fait donc référence dans un premier temps à l'utilisation d'un objet technique, tel que la caméra numérique intégrée à un objet du quotidien, le téléphone cellulaire ou la tablette électronique, utilisée à des fins de réalisation d'égoportraits. Des égoportraits générant des comportements et attitudes qui sont propres à sa pratique pouvant être saisis et étudiés grâce à la stabilité de ce phénomène observé au sein de nos sociétés, et ce, depuis le début des années 2000.

[...] la notion d'« usage social » signifie que nous avons affaire à des patterns récurrents de pratiques intégrant un mode d'usage suffisamment stabilisé pour

susciter la reproduction sociale de ces usages, voire au contraire l'émergence de pratiques de résistance culturelle qui s'opposent à ces patterns d'usages en proposant des détournements ou des réinventions. (Breton et Proulx, 2012, p. 270)

Pour Guet-Brohan (2015), l'égoportrait peut être compris comme une sous-culture conduisant à l'adoption de pratiques reflétant un besoin social collectif, typique de notre époque. Cette compréhension nous invite à aborder l'égoportrait comme un phénomène s'inscrivant dans une universalité (Gunthert, 2014) questionnant alors les formats (la photographie numérique) et les usages (prise et diffusion d'égoportrait) des adolescents qui sont de grands utilisateurs des Rsn.

Maintenant, il est important de préciser les contextes d'analyses et les cadres théoriques pouvant être mobilisés lorsqu'il est question de la notion d'usage. Ces contextes renvoient à trois catégories, dont : l'« adoption » de l'objet technique (achat, consommation, expression d'une demande sociale en regard d'une offre industrielle), l'« utilisation » se concentrant sur le savoir cognitif nécessaire afin d'utiliser l'objet technique et ses fonctionnalités de manière efficace (connaissance des interfaces, du mode d'emploi de l'objet) et l'« appropriation » (construction sociale des usages, maîtrise de la technique) (Breton et Proulx, 2012). Cette dernière catégorie est celle étudiée principalement par la sociologie des usages. Elle se concentre notamment sur les significations des usages.

2.1.2 L'« appropriation » d'objets techniques

L'« appropriation » d'objets techniques est dans la sociologie des usages étroitement rattachée aux significations particulières que peuvent prendre ceux-ci pour les usagers dans leur quotidien.

[...] l'insertion sociale d'une NTIC, son intégration à la quotidienneté des usagers, dépendait moins de ses qualités techniques « intrinsèques », de ses performances et de sa sophistication, que des significations d'usage projetées et construites par les usagers sur le dispositif technique qui leur était proposé. (Mallein et Toussaint, 1994, p. 318)

Cette « appropriation » d'un objet technique est donc davantage reliée à la signification inhérente qu'il a aux yeux de l'utilisateur. Prenons en exemple le téléphone cellulaire lors de la pratique de l'égoportrait : cet objet permet la prise de la photographie. Grâce à l'accès facilité à la caméra numérique et à la toile du Net, il devient donc possible pour l'utilisateur de prendre des clichés à tous moments afin de les diffuser dans les Rsn. Pour les adeptes de la pratique de l'égoportrait, plusieurs occasions sont bonnes pour sortir l'appareil, se prendre en photo et la publier en ligne. Cet objet va donc au-delà de son usage primaire qui était de téléphoner ou de recevoir des appels, il permet aux individus de se fabriquer une image d'eux-mêmes par l'outil de la caméra numérique intégrée et de la diffuser en ligne.

Selon Breton et Proulx (2012), l'appropriation permet également des « [...] possibilités de détournements, de contournements, de réinventions ou même de participation directe des usagers à la conception des innovations » (p. 268). Un exemple de cette forme d'appropriation dans la pratique d'égoportraits est l'influence qu'ont eue dans le passé les adeptes de cette pratique sur les fonctionnalités de l'objet technique qu'est le téléphone cellulaire. En effet, depuis maintenant quelques années les concepteurs ont ajouté aux fonctionnalités de cet objet une seconde caméra, frontale cette fois-ci, permettant à l'utilisateur de se voir dans son écran au moment où il prend le cliché. Cette nouvelle fonctionnalité a possiblement été ajoutée grâce aux usagers pratiquant l'égoportrait.

L'« appropriation » est donc l'étude de la « mise en usage » de l'objet technique dans la vie sociale d'une personne (Millerand, 1998). Ainsi, l'intégration de la maîtrise de l'objet doit être assez significative et créative afin que l'usage devienne une habitude

chez l'utilisateur. C'est le cas de la pratique de l'égoprotrait qui comporte la prise d'égoprotraits et la diffusion dans les Rsn. Autrement dit, les fonctionnalités de l'objet technique permettent à l'utilisateur de l'utiliser selon ses besoins et ses envies, mais elles ne sont pas suffisantes pour déterminer les types d'usage développés par les utilisateurs. L'« usage social » ou la « pratique » sont en effet reliés à un ensemble de significations que l'utilisateur projette sur l'objet. Ces significations permettent d'expliquer comment l'objet est intégré dans un quotidien. La pratique de l'égoprotrait peut, par exemple, être associée à l'affirmation de soi en tant qu'adolescent. Le fait de le partager systématiquement avec ses amis sur les Rsn peut renvoyer à l'affirmation de son appartenance à un groupe de pairs.

Alors que cet usage des Rsn semble être au service de la représentation de soi dans le cas de la pratique de l'égoprotrait, il est maintenant temps de s'intéresser aux différents concepts théoriques pouvant être mobilisés lorsqu'un individu s'affiche au sein de son environnement social. Un environnement social qui, pour les adolescents d'aujourd'hui, se trouve en partie dans les Rsn.

2.2 La représentation de soi

Comme il a été précisé au premier chapitre, l'égoprotrait est un phénomène de représentation de soi (Rivière, 2006 ; Gunthert, 2015). Nous pouvons même considérer qu'il s'agit d'une autoreprésentation de la personne où il y a mise en scène de l'auteur/sujet. C'est pourquoi la pensée de Goffman, guidée par le souci du sujet de préserver une réputation positive dans son environnement social (Goffman, 1973a, 1973b, 1974), nous apparaît une piste théorique pertinente à emprunter dans l'analyse de l'égoprotrait et des modalités de représentation de soi.

Dans la partie qui suit, la théorie de la mise en scène de soi de Goffman (1973a) est d'abord défini et situé dans le contexte d'interactions sociales, et plus spécifiquement sur les Rsn. En complément, les analyses de Coutant et Stenger (2010) concernant les modes de présentation sur Facebook permettent d'établir des liens entre les concepts de Goffman et les nouvelles modalités de représentation de soi en ligne.

2.2.1 La mise en scène de soi et l'ordre de l'interaction selon Erving Goffman

Les travaux de Erving Goffman (1973a, 1973b, 1974), sociologue américain, établissent un cadre de compréhension des modalités qui influencent la représentation de soi dans l'environnement social. Pour cet auteur, le soi est d'abord une réalité publique qui se construit dans l'interaction : « [...] la nature la plus profonde de l'individu est à fleur de peau : la peau des autres » (Goffman, 1973b). Goffman (1973a) utilise une métaphore théâtrale afin de décrire et analyser les façons qu'a une personne de se présenter et de se comporter dans ses interactions avec les autres. Il considère les interactions de la vie quotidienne comme un spectacle théâtral dans lequel plusieurs situations (scènes) permettent au sujet (l'acteur), ayant différents statuts (rôles), d'interagir dans son environnement social (*Ibid.*). Avant d'aller plus loin, il importe de comprendre de que Goffman entend par « interaction ». Il définit cette notion ainsi :

[...] Par interaction (c'est-à-dire l'interaction en face à face), on entend à peu près l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives lorsqu'ils sont en présence physique immédiate les uns des autres : par une interaction, on entend l'ensemble de l'interaction qui se produit en une occasion quelconque quand les membres d'un ensemble donné se trouvent en présence continue les un des autres, le terme « une rencontre » pouvant aussi convenir. (*Ibid.*, p. 23)

Afin de bien cerner les aspects constitutifs de cette mise en scène de soi, Goffman aborde principalement les notions de rôle, de représentation, de façade et d'idéalisation. La vision de l'auteur repose sur la pensée que chaque individu interagissant en société est en constante représentation auprès des autres. Jouant différents rôles, dépendamment des situations (scènes) qui se présentent, les acteurs en interaction s'affairent à donner une représentation cohérente et positive de ce qu'ils croient être afin de ne pas « perdre la face ». Le rôle joué par l'acteur en interaction est défini dans ses modalités par « [...] un canevas d'actes verbaux et non verbaux servant à exprimer son point de vue sur la situation » (Goffman, 1974, p. 9).

Lorsqu'il est question de la représentation, Goffman explique qu'il s'agit de « [...] la totalité de l'activité d'une personne donnée, dans une occasion donnée, pour influencer d'une certaine façon un des autres participants » (Goffman, 1973a, p. 23). Cette représentation se manifeste par la façade en tant qu'appareillage symbolique ayant pour principale fonction de rendre crédible le rôle entretenu par l'acteur dans son environnement social. Cette façade est constituée d'éléments extérieurs à l'individu (le décor) et de son apparence (façade personnelle). Elle est également le reflet de l'identité personnelle et permet de faire reconnaître la valeur sociale positive d'un individu lorsqu'elle est dans une représentation optimale. La façade vise donc à donner une image de soi démontrant certains aspects identitaires dont on attend qu'ils soient confirmés par autrui (*Ibid.*).

Ainsi, cette mise en scène de l'acteur dans son environnement social s'inscrit dans l'idéalisation (*Ibid.*). Cette idéalisation est essentielle à l'ascension sociale. L'acteur établit des schémas psychiques sur lesquels reposent les comportements à adopter afin de mieux agir devant ses différents publics. Un individu ne se comporte pas de la même façon dans différentes circonstances de son quotidien. Mais peu importe le type de rôle qu'il joue, il tente d'idéaliser sa représentation. Les acteurs ont donc tendance à donner une impression idéalisée de ce qu'ils sont par tous les moyens, car

lorsqu' « [...] un acteur se trouve en présence d'un public sa représentation tend à incorporer et à illustrer les valeurs sociales officiellement reconnues » (*Ibid.*, p. 41), afin de se sentir accepté dans leur environnement social. Cette acceptation se fait par ce que Goffman (1973a) appelle des portes-identités qui sont des éléments affirmés du sujet aux yeux des autres. Ces portes-identités sont des signes patents de l'unicité de la personne et peuvent devenir des traits permanents reconnus par son entourage.

2.2.2 Les concepts de Goffman appliqués aux réseaux socionumériques

Coutant et Stenger (2010), dans une étude sur les processus identitaires des jeunes dans les Rsn, ont mis en évidence la dynamique individuelle, collective et sociotechnique de la mise en scène de soi sur les profils des usagers. Ils reprennent ainsi les thèmes goffmaniens rattachés à la mise en scène de soi, tels que la représentation, la façade, les rôles, les portes-identités et l'idéalisation, dans le contexte d'Internet et des médias sociaux.

D'abord, les auteurs apportent un éclaircissement sur les différents supports sociotechniques permettant de composer la façade d'un individu interagissant en ligne. Il y a la création du profil du sujet, défini comme « [...] une narration par laquelle on présente sa face et dont le vocabulaire et la syntaxe sont constitués par les activités en ligne » (Coutant et Stenger, 2010, p. 4). Le profil construit par le sujet et ses activités s'y rattachant lui permettent de construire et de négocier avec autrui différents aspects constitutifs de sa représentation. Les informations véhiculées par un profil permettent au sujet de marquer sa spécificité au sein d'un collectif. Sur Facebook, par exemple, dans la mesure où la finalité principale est d'entretenir des liens amicaux, il est possible pour l'abonné de refuser ou d'accepter des informations publiées le concernant. Cette négociation des aspects constitutifs de la représentation

se fait par le biais de commentaires ou de tags qui peuvent être supprimés à la demande du sujet.

Ensuite, grâce à l'écran qui le sépare physiquement des autres usagers en ligne, le sujet peut « s'essayer en ligne » et ainsi jouer différents rôles. Les Rsn sont un endroit unique pour observer les changements de rôles chez les individus. En effet, selon Coutant et Stenger (2010), un usager entretenant plusieurs liens sociaux dans les Rsn avec des personnes issues de différents contextes hors ligne n'aura pas tendance à ajuster ses diffusions à des contextes réels précis. Ce qui rend possible une expérimentation des rôles permettant donc aux jeunes « [...] d'assimiler les grandes lignes du cadre social adéquat sans avoir à gérer les difficultés liées à leur physique et en disposant de davantage de temps pour construire leurs réparties que lorsqu'ils sont en face de la personne » (boyd, 2007 dans Coutant et Stenger, 2010, p. 6).

Les auteurs ajoutent que, dans le cadre de leur recherche, les enquêtés affirment en majorité que leur profil représente une version améliorée de soi démontrant une aspiration sociale. Cette aspiration est étroitement liée à l'ascension sociale désirée par le sujet. Cette ascension est, rappelons-le, rattachée à une forme d'idéalisation, selon Goffman, permettant au sujet de se sentir accepté et valorisé dans et par son environnement social. Coutant et Stenger (2010) ajoutent que dans les Rsn cette représentation idéalisée de soi se fait par les affirmations en ligne qui ne sont pas toujours réelles et pouvant seulement « [...] être une référence revendiquée par la personne sans qu'elle ait pour autant abouti à une pratique effective » (*Ibid.*, p. 8). Par contre, les influences de ces affirmations sur la représentation de soi sont déterminées par « [...] l'interprétation que les autres en feront, de l'interprétation que la personne fera de cette interprétation, et ainsi de suite, potentiellement au *énième* degré » (Nizet et Rigaud, 2005, p. 37). Les interprétations s'inscrivent donc dans un processus d'interaction où le sujet devra se définir et se redéfinir selon les échanges avec les autres.

2.2.3 Les modes de présentation sur les réseaux socionumériques

Selon Coutant et Stenger (2010), un sujet prenant part aux Rsn par le biais de son profil et de ses activités en ligne établit différentes modalités de représentation de soi. Par exemple, sur Facebook, chaque activité se déroule sur un profil et donne lieu à des interactions auxquelles l'auteur de l'activité choisit ou non de participer. Coutant et Stenger (2010) établissent des modes de présentation des profils sur Facebook par le biais d'une cartographie (Figure 2.1), qui peut très bien s'appliquer à d'autres Rsn. Les auteurs expliquent les caractéristiques des activités en ligne en centrant leur analyse sur les photographies publiées. En effet, l'exemple des photos « [...] permet de montrer la variété des manières d'agir » (*Ibid.*, p. 10).

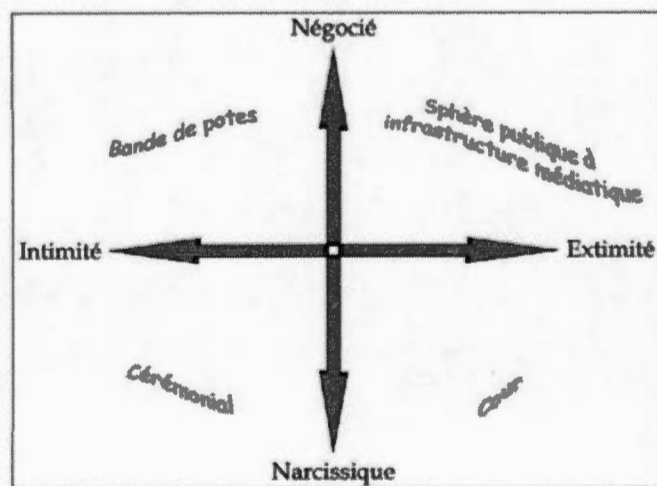


Figure 2.1 Cartographie des modes de présentation des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010)

Ces modes d'évaluation des participations à Facebook sont d'abord évalués selon deux axes : un axe sur lequel les activités sont considérées plus « narcissiques » ou plus « négociées » et un autre sur lequel les profils sont évalués selon qu'ils visent « l'intimité » ou « l'extimité ». Les activités négociées sont, quant à elles, propres au

besoin d'appartenance du sujet qui peut, à travers ses diffusions, faire référence à d'autres personnes ou à des collectifs. Par contre, il est facile de s'y méprendre, car même les photographies où le sujet est seul peuvent démontrer une activité négociée. En effet, les identifications de personnes absentes sur les égoportraits peuvent émaner d'un besoin de se reconnaître à travers les autres.

Coutant et Stenger (2010) distinguent également une différence entre l'« intimité » et l'« extimité » selon les publics ayant accès aux diffusions de l'utilisateur. Les diffusions se trouvant sous l'axe de l'« intimité » s'adressent à un cercle rapproché de l'entourage de l'utilisateur. Celles se trouvant sous l'axe de l'« extimité » sont partagées à un maximum d'individus. La cartographie proposée par ces auteurs permet d'établir l'ensemble des usages des photographies publiées sur les Rsn visant d'abord à situer les profils en comptabilisant les différents types d'activités observées en ligne.

De plus, les contenus publiés par les utilisateurs sont, d'après ces auteurs, adressés à quatre types de publics, illustrés dans les zones séparant les axes :

- La *bande de potes* (entre l'intimité et les activités négociées) : beaucoup d'interactions, mais réservées seulement à des cercles restreints ;
- La *sphère publique à infrastructure médiatique* (entre l'extimité et les activités négociées) : relations nombreuses créant beaucoup d'interactions qui sont « [...] généralisées avec un grand nombre de personnes ». En référence au concept d'« espace public à infrastructure médiatique » (boyd, 2007) ;
- La *cour* (entre l'extimité et les activités narcissiques) : le public est vaste et les communications très peu ciblées (le terme « cour » fait référence à la cour royale où le roi ne connaît pas intimement son public)
- Le *cérémonial* (entre l'intimité et les activités narcissiques) : audience restreinte, mais toujours un public régi par certaines règles tacites entre individus. Comparaison avec la cour royale où le roi connaît son audience.

En ce qui concerne les profils, ces différentes pistes d'observation établies par ces auteurs nous permettent de comprendre les modalités de représentation de soi en ligne.

Le prochain chapitre décrit la démarche méthodologique mobilisée dans le cadre de cette recherche et aborde aussi les différents outils utilisés.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

Dans ce troisième chapitre, la démarche méthodologique privilégiée pour mener à bien cette étude est présentée. L'approche de l'interactionnisme symbolique à l'intérieur de laquelle cette recherche se situe pour répondre à la question et aux objectifs de recherche est d'abord explicitée. Ensuite, la stratégie méthodologique qualitative (favorisée dans cette recherche grâce à sa logique de compréhension de phénomènes sociaux), l'instrument de collecte de données et de l'échantillonnage de la recherche sont exposés. Les méthodes d'analyse des données et du procédé de validation des données sont présentées en conclusion.

3.1 L'approche de l'interactionnisme symbolique

L'approche méthodologique est ancrée dans la tradition de l'interactionnisme symbolique reposant sur des postulats constructivistes. Cette tradition se caractérise par l'étude des influences sociales et de la manière dont l'humain les comprend (Le Breton, 2004). Cette approche découle de la remise en question des postulats positivistes populaires, au début du XIX^e siècle, par la première École de Chicago. L'interactionnisme symbolique propose une rupture importante avec l'idée dominante de cette époque, le béhaviorisme ou le comportementalisme. En effet, elle suggère une compréhension nouvelle des comportements humains, non plus fondée sur des bases seulement biologiques et observables (Pavlov, 1927 ; Watson, 1930 ; Skinner, 1957).

George Herbert Mead, professeur à la nouvelle chaire de philosophie de l'université de Chicago dans les années 1930, est l'un des principaux précurseurs de cette approche. Selon lui, la signification n'est pas intrinsèque aux choses, mais elle est le produit de l'interprétation des sujets impliqués. Une interprétation change donc constamment selon les perceptions des sujets (Mead, 1934/1963). Les postulats de l'interactionnisme symbolique pensés par Mead seront repris quelques années plus tard par l'un de ses élèves, Herbert Blumer, figure importante de la seconde École de Chicago dans les années 1960. Blumer ajoute, aux bases posées par Mead, la compréhension du contexte historique du sujet, ce qui avait été délaissé par Mead, ce dernier s'étant attardé davantage sur les interactions en face à face entre les acteurs.

Blumer (1969) pose trois prémisses permettant à l'interactionnisme symbolique de véritablement se distinguer du béhaviorisme et du comportementalisme :

- 1) « Les humains agissent à l'égard des choses en fonction du sens que les choses ont pour eux » ;
- 2) « Ce sens est dérivé ou provient des interactions de chacun avec autrui » ;
- 3) « C'est dans un processus d'interprétation mis en place par chacun dans le traitement des objets rencontrés que ce sens est manipulé et modifié » (*Traduction libre*, Blumer, 1969, p. 2).

En d'autres termes, cette approche tient compte du point de vue du sujet ainsi que du sens qu'il donne à une chose ou phénomène, au moment de l'interaction, dans un contexte donné. Le sujet « [...] construit son univers de sens non à partir d'attributs psychologiques ou d'une imposition extérieure, mais à travers une activité délibérée de donation de sens » (Le Breton, 2004, p. 47). Cette approche permet au sujet de se comprendre et ainsi de rendre compte de son action afin de constituer une réalité pouvant être renégociée en permanence, selon son rapport au monde.

Le Breton (2004) ajoute que « [...] l'interactionnisme considère la société comme une structure vivante en permanence en train de se faire et se défaire » (p. 51). L'interaction est donc une forme de mutualité entre différents sujets en mouvement,

ainsi qu'un emboîtement d'émotions et de pensées. La dimension symbolique se définit quant à elle par le fait que la signification d'un objet ou d'une situation ne réside jamais en eux-mêmes, mais bien par les définitions ainsi que les débats qu'elle suscite (Le Breton, 2004). La signification est établie selon des codes sociaux qui sont eux-mêmes adoptés par des sujets en interaction.

3.2 La stratégie de recherche qualitative

La stratégie choisie pour mener cette recherche s'inscrit dans une approche qualitative. Elle est inductive, c'est-à-dire que les connaissances qui en découlent sont issues de l'observation, par le chercheur, du contexte dans lequel évoluent les sujets étudiés, et elle s'attache à la signification sociale que ces derniers attribuent au monde qui les entoure (Bonneville *et al.*, 2007). L'orientation désirée dans le cadre de cette recherche est située dans une logique de compréhension.

L'approche qualitative se caractérise par l'emploi de techniques de collecte de données telle que l'entretien semi-dirigé mobilisé dans le cadre de cette recherche. L'étudiante-chercheuse a effectué deux entretiens avec chacun des participants qui ont permis de recueillir des informations en ce qui a trait au rôle de l'égoportrait dans la représentation de soi chez les adolescents. Durant ces entretiens, des observations en ligne des différents profils entretenus dans les Rsn en compagnie des sujets ont été faites. Cette façon de faire a permis de poser différentes questions, à partir de ce qui était observé, directement aux sujets. Le second entretien a été particulièrement utile afin de vérifier et de renchérir différentes informations qui avaient été mentionnées lors de la première rencontre.

3.3 L'instrument de collecte de données : l'entretien semi-dirigé

Afin de bien répondre à la question et aux objectifs de cette recherche, il importe de justifier le choix de l'instrument de collecte de données qui a été favorisé : l'entretien semi-dirigé. Cette partie le présente de manière à bien identifier les raisons qui ont motivé son choix.

L'entretien semi-dirigé selon Savoie-Zajc (2003) se définit comme suit :

Une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux, qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche (p. 296).

Le choix d'effectuer des entretiens semi-dirigés s'inscrit dans une logique de compréhension de l'expérience des jeunes en lien avec la diffusion d'égoportraits. L'élaboration d'un canevas (guide) est nécessaire lors d'entretiens semi-dirigés afin de s'assurer de couvrir les thèmes principaux de la recherche. Étant ni entièrement ouvert, ni canalisé par un nombre précis de questions, l'entretien semi-dirigé a permis de disposer d'une série de questions guides qui n'ont pas été obligatoirement posées dans un ordre ou une formulation précise. L'objectif de ce type de technique est de «laisser venir» les réponses du jeune sur les différents thèmes à aborder. L'étudiante-chercheuse a donc laissé le participant parler le plus ouvertement possible avec le vocabulaire de son choix et dans l'ordre qui lui convenait. Il a, par contre, à l'occasion été nécessaire de recentrer l'entretien lorsque les propos étaient considérés hors du cadre préétabli par le canevas (Savoie-Zajc, 2003). Il a été fréquent de devoir ramener le participant à la pratique de l'égoportrait en elle-même, car il était récurrent chez plusieurs jeunes que les propos englobent la pratique de la photographie en général.

Pour mener à bien les entretiens, l'étudiante-chercheuse a d'abord utilisé un guide d'entretien initial (*voir Appendice A*) lors de la première rencontre qui était centrée sur trois thématiques :

- 1) les modalités régissant la pratique de l'égoportrait (prise et diffusion);
- 2) les interactions suscitées suite à la diffusion d'un égoportrait dans un Rsn;
- 3) l'influence de la pratique sur la représentation de soi.

Ce premier guide était le même pour tous les jeunes. Cependant, un seul entretien n'était pas suffisant pour obtenir un portrait représentatif des pratiques de chaque jeune, et c'est pour cette raison qu'il avait préalablement été décidé d'en faire un second suite à l'analyse de cet entretien initial. Des grilles d'entretiens personnalisées (*voir Appendice B*) pour chacun des participants ont donc été conçues pour cette seconde rencontre. Cet entretien a permis d'approfondir ou de revenir sur des aspects qui n'avaient pas, ou avaient été, peu abordés lors de la rencontre initiale. Cela a aussi permis d'accéder à de nouvelles informations éclairantes pour comprendre la pratique complexe de l'égoportrait.

Finalement, lors des deux entretiens semi-dirigés, l'étudiante-chercheuse a pu, avec l'accord des jeunes, naviguer avec eux sur les différents profils qu'il entretenait dans les Rsn. Ces observations se sont effectuées par le biais de l'ordinateur portable de l'étudiante-chercheuse, mais également par les téléphones cellulaires des jeunes. Les participants ont pu montrer à l'étudiante-chercheuse les différents égoportraits sur lesquels ils figuraient. Cette façon de faire a permis de poser des questions spontanées, ce qui a suscité plusieurs échanges. Par ailleurs, ces observations ont permis à l'étudiante-chercheuse de corroborer ou non les impressions des jeunes sur leurs habitudes de diffusion d'égoportraits. Des notes de ces observations ont été inscrites directement sur les grilles d'entretiens de chacun des jeunes. Un temps était alloué à la fin de chaque entretien pour que l'étudiante-chercheuse puisse écrire ses impressions sur le vif.

3.4 L'échantillonnage

Selon Bonneville *et al.* (2007), un échantillon est « [...] un ensemble d'individus ou d'éléments qui ont des caractéristiques communes et auxquelles s'intéresse un chercheur » (p. 88). Dans ce qui suit, les critères de sélection des participants qui ont formé le groupe d'informateurs ainsi que la démarche de recrutement sont explicités.

3.4.1 Les critères de sélection des participants

Dans le cadre de cette recherche, six jeunes résidant à Montréal publiant ou ayant publié dans le passé de manière régulière des égoportraits dans les Rsn ont été sélectionnés. La démarche de recrutement sera décrite au prochain point. Ces participants devaient répondre à deux critères importants : 1) ils devaient être âgés entre 14 et 18 ans, car comme il a été spécifié au point 1.3.1 lorsque la sociologie de la jeunesse a été abordée, être jeune est le moment « [...] où la société ne considère plus la personne comme un enfant, mais attend d'elle qu'elle assume certaines responsabilités adultes » (American Sociological Review, 1936, cité dans Galland, 2007, p. 46). Il a été estimé qu'au Québec cette période se déroule approximativement lorsque le jeune complète la fin de ses études secondaires et n'a pas encore entamé des choix en lien avec son orientation professionnelle en effectuant son entrée au Cégep; 2) il allait de soi que les jeunes sélectionnés soient actifs dans la diffusion d'égoportraits dans les Rsn. L'étudiante-chercheuse a également veillé à avoir un nombre égal de filles et de garçons, soit trois filles et trois garçons.

Tandis que cette recherche tente de comprendre les effets de la pratique et de la diffusion d'égoportraits sur la représentation de soi, il a été également important que les jeunes impliqués ne soient pas tous de grands fervents de cette pratique. Cette façon de faire a permis d'effectuer des comparaisons entre les jeunes. L'étudiante-chercheuse a donc trouvé des jeunes qui ont des habitudes modérées à extrêmes dans leurs diffusions d'égoportraits. Ce critère basé sur les habitudes de publication des participants repose sur la fréquence et les usages, il a été essentiel que ceux-ci aient des expériences suffisantes au regard des objectifs de recherche.

Plus spécifiquement, les participants des cohortes répondent aux critères suivants :

- répondre aux caractéristiques sociodémographiques établies par la recherche (genre, âge et lieu de résidence),
- être inscrit depuis une année à un Rsn ou plus,
- publier des égoportraits ou en avoir déjà publié dans les Rsn.

3.4.2 La démarche de recrutement des participants

Le recrutement des participants s'est effectué par le biais du réseau de relations de l'étudiante-chercheuse. Celle-ci a procédé de deux manières lors de l'approche des jeunes. D'abord, par le biais d'une amie qui était en relation avec des parents ayant des enfants âgés de 14 à 18 ans. Ensuite, grâce à une coordonnatrice jeunesse d'un centre communautaire basé à Montréal rencontrée lors d'une activité s'inscrivant dans le contexte professionnel de l'étudiante-chercheuse. Avant d'entamer toutes démarches dans ce centre, l'étudiante-chercheuse s'est assurée auprès de la direction qu'elle était autorisée à réaliser une collecte de données auprès de jeunes mineurs.

Après avoir avisé l'un des parents des jeunes intéressés à participer à la recherche, il a été important d'obtenir un consentement parental signé (*voir Appendice C*), avant de débiter la collecte de données, dans la mesure où cinq des jeunes volontaires étaient mineurs. L'étudiante-chercheuse a donc fait parvenir aux parents concernés ainsi qu'à la coordonnatrice du centre des copies du formulaire de consentement remis lors des premières rencontres avec les jeunes. Les jeunes ont également dû remplir un consentement s'adressant spécifiquement à eux et qui leur a été expliqué en personne par l'étudiante-chercheuse avant le début du premier entretien (*voir Appendice D*).

Afin d'obtenir un échantillon de participants avec des habitudes allant de modérées à extrêmes dans leurs diffusions d'égoportraits, l'étudiante-chercheuse a fait confiance à ses contacts en leur spécifiant ce qu'elle cherchait. Elle s'est également permise de consulter brièvement les profils publics des jeunes sur Facebook avant de les rencontrer. Tous semblaient bien répondre aux critères, sauf un qui a dû être exclu de la recherche après le premier entretien, car il n'avait finalement aucune habitude de pratique d'égoportraits.

3.5 La méthode d'analyse des données

Afin de mener cette recherche à son terme avec réussite, la méthode de condensation suggérée par Bonneville *et al.* (2007) a d'abord été préconisée, ainsi que différentes notions de codage de transcription et de présentation des données proposées par Miles et Huberman (2003). Cette recherche s'est déroulée en quatre étapes et a permis à l'étudiante-chercheuse d'organiser ses notes en les regroupant, les classant et les résumant. Ce processus s'est effectué jusqu'à l'achèvement du rapport final de recherche. Voici donc les différentes étapes du processus de l'analyse des données qui ont été privilégiées.

3.5.1 La transcription de données

Les enregistrements des entretiens semi-dirigés ont été transcrits dans leur intégralité et sauvegardés dans un fichier Excel. L'objectif de cette transcription était de créer du matériel pouvant être lu, codé et analysé. Cette étape a été importante et fastidieuse. Elle aura permis « [...] de se familiariser et de s'appropriier les données » (Bonneville *et al.*, 2007, p. 198) afin d'en dégager nos premières impressions et réflexions.

3.5.2 La réalisation de fiches synthèses

Lorsque l'étape de la transcription a été complétée, une lecture assidue de celle-ci a été réalisée tout en élaborant au même moment des fiches synthèses permettant de saisir les messages apparents en lien avec notre question et nos objectifs de recherche. Ces fiches synthèses ont donc permis de synthétiser ce qui était nécessaire « [...] de savoir au sujet de la personne rencontrée ou de l'évènement observé en se posant quelques questions simples (qui est la personne rencontrée, quels sont les problèmes principaux et les enjeux abordés, etc.) » (Bonneville *et al.*, 2007, p. 198).

3.5.3 Le codage des transcriptions

Le codage des transcriptions est l'étape où il a été possible d'établir les différentes catégories propres à notre recherche. Selon l'Écuyer (1990), la réalisation d'une analyse de contenu qualitative est composée de six grandes caractéristiques : celle-ci doit être objective et méthodique, exhaustive et systématique, quantitative, centrée sur

la recherche de signification du matériel analysé et doit impérativement être générative ou inférentielle, impliquant de mettre ses références, ses valeurs ou jugements hors du processus d'analyse (*Ibid.*).

Dans le cadre de cette recherche, trois grandes catégories et 25 sous-catégories ont été repérées. Au total, 839 segments des verbatim initiaux ont été codifiés et analysés. Afin d'analyser des données de recherche de nature qualitatives, il a été essentiel de « [...] traiter les données de façon inductive en les découpant en unités de sens, en les classant et en les synthétisant dans l'objectif de faire émerger des régularités et de découvrir des liens entre les faits accumulés » (Bonneville *et al.*, 2007, p. 196). Chaque entretien a été repris individuellement afin de pouvoir identifier les thématiques récurrentes. Cette étape s'est illustrée par un fichier Excel présenter au tableau 3.1 exposant également les catégories et les sous-catégories.

Tableau 3.1 Catégories et sous-catégories issues des thématiques récurrentes retenues lors du codage des transcriptions

Catégorie 1 : Mise en scène de soi	Motivations derrière la prise d'égoportraits
	Décors et moments dans lesquels le sujet se met en scène
	Clichés
	Retouches
	Accompagné-e
	Seul-e
	Autre
Catégorie 2 : Diffusion d'égoportraits dans les Rsn	Type(s) de Rsn utilisé(s) et raison(s) qui expliquent ce choix
	Appropriation et usage singulier des fonctionnalités offertes par les Rsn
	Fréquence de diffusion
	Descriptions/identifications/mots-clics inscrits
	Identifications de personnes présentes sur la photo
	Identifications de personnes absentes de sur la photo
	Publics qui ont accès à la/aux photo(s)
	Type(s) de commentaire(s) reçu(s)
	Suppression de commentaires
	Message(s) reçu(s) en privé suite à la diffusion d'égoportraits
	Autre
Catégorie 3 : Représentation de soi et Identité	Identification aux pairs
	Affirmation identitaire
	Fidèle à l'image projetée de tous les jours
	Non-fidèle à l'image de tous les jours
	Source de valorisation personnelle
	Autre
Autre	Autre

3.5.4 La présentation des données

La présentation des données est l'aboutissement de notre recherche. Selon Bonneville *et al.* (2007), le chercheur en recherche qualitative « [...] doit définir un format de présentation des données qui correspond à un ensemble organisé d'informations à partir duquel il sera en mesure de tirer des conclusions » (p. 200). Pour ce faire, la méthode proposée par Miles et Huberman (2003) qui ne se définit plus comme un texte narratif exposant les conclusions de la recherche, mais qui prend la forme de tableaux synthétiques faisant des liens entre des concepts et des catégories observées a été favorisée. Cette façon de faire a permis d'analyser et d'interpréter les données de cette présente recherche de manière optimale.

De plus, il est essentiel selon ces auteurs de tester la validité des significations se dégageant des données issues de l'analyse par le biais de la plausibilité, la solidité et la « confirmabilité ». La vérification au fur et à mesure de l'analyse est primordiale.

Cette vérification peut être aussi brève qu'une arrière-pensée fugitive traversant l'esprit de l'analyste lors de la rédaction, accompagnée d'un retour rapide aux notes de terrain, ou bien elle peut être rigoureuse et élaborée, étayée par de longues discussions entre collègues visant à développer un « consensus intersubjectif », ou bien par un travail approfondi de reproduction de résultat dans un autre ensemble de données. (Miles et Huberman, 2003, p. 30-31)

Cette dernière façon d'envisager notre démarche analytique se traduit par la pensée qui a habité l'étudiante-chercheure durant ce processus : garder l'esprit ouvert, et ne pas sauter trop rapidement à des conclusions sans avoir effectué les vérifications nécessaires. Dans ce sens, il a été utile par ailleurs de réaliser un second entretien afin de valider ou d'invalidier les premières interprétations de l'étudiante-chercheure auprès des participants. De plus, plusieurs discussions avec la direction de recherche

de l'étudiante-chercheure tout au long du processus de l'analyse des données ont aidé à la validation de certaines significations.

3.6 Les considérations éthiques

Cette recherche a impliqué la participation directe de sujets humains d'âge mineur. Ceci a demandé un certificat d'approbation du Comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains (CIÉR) de l'UQAM, émis le 25 mai 2016 (*voir Appendice E*) et un consentement parental (*voir Appendice C*) vu l'âge mineur des participants. L'étudiante-chercheure a également tenu à faire remplir un consentement par les jeunes impliqués (*voir appendice D*). Un rappel à chaque participant a également été mentionné lors de chaque début des entretiens afin de leur signifier qu'ils étaient libres de quitter la recherche sans obligation de justification et sans préavis.

CHAPITRE IV

RÉSULTATS DE RECHERCHE

Dans ce quatrième chapitre, les résultats centrés sur la représentation de soi en lien avec la pratique de l'égoportrait chez les jeunes âgés de 14 à 18 ans sont présentés.

Tout d'abord, des portraits de chacun des participants en lien avec leurs caractéristiques sociodémographiques, leurs types d'usage des Rsn ainsi qu'une description de leurs pratiques d'égoportraits sont exposés. Puis, les résultats relatifs à la mise en scène de soi lors de la prise d'égoportraits, les modalités régissant la diffusion des égoportraits dans les Rsn incluant le sens de la pratique de l'égoportrait pour les participants et finalement, la représentation de soi dans la pratique de l'égoportrait sont révélées.

Ce quatrième chapitre vise à fournir des éléments de réponse de type descriptifs aux trois objectifs de cette recherche étant : 1) de décrire la pratique de l'égoportrait chez les jeunes; 2) de définir le sens de la pratique de l'égoportrait du point de vue des jeunes; et 3) de comprendre le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la représentation de soi des jeunes. Ces éléments seront interprétés et discutés dans le prochain chapitre.

4.1 Les portraits des participants

Afin de bien exposer les résultats, il est d'abord essentiel de dresser le profil des différents participants ayant contribué à la recherche. À la fin de la section, le tableau 4.1 résume sommairement les attributs de chaque participant. Fait à noter : tous les participants résident sur le territoire de l'Île de Montréal.

4.1.1 Jérémie

Jérémie est âgé de 14 ans et est en secondaire 3. Il est passionné de Parkour⁹. Il aspire un jour à devenir un professionnel dans ce domaine.

- Accès au Rsn

Jérémie n'a pas de téléphone cellulaire. Il accède aux Rsn par le biais de son iPad, mais ne dispose pas de données mobiles. Il a donc besoin d'une connexion Wi-Fi pour accéder à Internet.

- Usage des Rsn

Il est actif sur différentes plateformes, telles que Facebook, Snapchat et Instagram, mais ne publie des égoportraits que sur Facebook. Il est abonné à ce Rsn depuis l'âge de 10 ans, et à Snapchat et Instagram depuis l'âge de 13 ans. Sur Facebook, il aime échanger avec ses amis et partager des vidéos de Parkour qu'il trouve sur YouTube

⁹ Le Parkour est une activité physique consistant à se déplacer efficacement grâce à ses seules capacités motrices, dans différents types d'environnements. Le traceur - pratiquant du Parkour - développe son corps et son contrôle par le biais d'une méthode d'entraînement alliant course, passément d'obstacle, sauts, escalade... (Fédération de Parkour. [s.d.].)

ou Vimeo. Sur Snapchat, il préfère publier des images ou des vidéos documentant son quotidien, il mentionne aimer ajouter des touches d'humour à ce qu'il publie. Tandis que sur Instagram, il ne diffuse pas énormément de contenu, mais préfère plutôt regarder des images ou des vidéos de professionnels de l'activité du Parkour. Jérémie entretient ses profils en mode semi-privé, ce qui signifie que certaines diffusions sont publiques et qu'elles peuvent être vues par des personnes qui ne sont pas abonnées à ses pages ou profils.

- Pratique de l'égoportrait

Jérémie n'effectue en moyenne qu'une seule tentative de prise d'égoportrait lorsqu'il en publie, qu'il soit seul ou avec ses amis. Les égoportraits qu'il publie ou dans lesquels il est identifié sont majoritairement accompagnés d'amis et sont diffusés sur Facebook. Il dit prendre peu d'égoportraits seul, car il n'en voit pas l'importance. Sa moyenne de diffusion d'égoportraits dans les Rsn est d'un par mois.

Par contre, il peut lui arriver de poser son iPad sur une surface stable et de se filmer pendant qu'il effectue un Parkour. Lorsque sa performance lui plaît, il lui arrive de publier la vidéo sur Facebook en y ajoutant un montage musical qui suivra le rythme de ses mouvements. Cette façon de se représenter est très similaire à celle d'un égoportrait, à l'exception que c'est une image de soi en mouvement. Il sera intéressant d'en tenir compte dans cette recherche qui analyse la représentation de soi.

4.1.2 Jayden

Jayden est âgé de 15 ans et est en secondaire 3. Dans le futur, il s'imagine médecin, commentateur sportif ou bien footballeur.

- Accès au Rsn

Les Rsn privilégiés par Jayden sont Snapchat et Facebook. Il y accède par le biais de son téléphone cellulaire et dispose de données mobiles qui lui permettent d'avoir accès à Internet en tout temps. Il est abonné à Facebook depuis l'âge de 8 ans et à Snapchat depuis l'âge de 13 ans.

- Usage des Rsn

Jayden dit préférer Snapchat à Facebook, car il aime l'idée que le contenu qu'il y publie ne reste affiché que durant 24 heures. Il est tout de même actif sur Facebook, où il préfère publier du contenu externe en provenance d'autres pages Internet ou bien clavarder en privé avec ses amis. Ces profils sur ces deux Rsn sont semi-privés.

- Pratique de l'égoportrait

Lorsqu'il est question de ses habitudes de prises d'égoportraits, il ne fait jamais plus de deux essais avant d'en publier un. Il dit s'adonner à cette activité seulement à l'occasion, mais il lui arrive d'en publier davantage lorsqu'il a plus de temps libre. Il estime publier un égoportrait, que ce soit seul ou avec des amis, environ une fois aux deux mois, mais un peu plus durant les périodes des vacances (Noël, semaine de relâche et l'été). Il dit ne jamais être l'initiateur d'un égoportrait de groupe. Toutefois, il mentionne que ça lui est égal que ses amis en prennent avec lui et qu'ils les publient par la suite sur un Rsn.

4.1.3 Livia

Livia est âgée de 16 ans et est en secondaire 4. Elle est passionnée de danse et voudrait réaliser plusieurs projets en lien avec cette passion avant de se trouver une

véritable occupation professionnelle. Depuis quelque temps, elle s'adonne à de la danse issue du K-Pop, qui est un type de musique coréenne. Elle aimerait dans un avenir rapproché partir en Corée du Sud afin de se perfectionner auprès de professionnels de ce type danse.

- Accès au Rsn

Les Rsn privilégiés par Livia sont surtout Facebook, Instagram, YouTube, et à l'occasion Snapchat. Livia ne diffuse plus publiquement des égoportraits depuis l'été 2016 environ, mais lorsqu'elle le faisait, elle favorisait davantage Facebook et Instagram comme Rsn. Livia est abonnée à Facebook et Instagram depuis qu'elle a 13 ans et à YouTube et Snapchat depuis qu'elle a 15 ans. Elle accède principalement aux Rsn auxquels elle est abonnée par le biais de son téléphone cellulaire qui comprend des données mobiles ; elle peut donc naviguer sur Internet lorsque cela lui plaît.

- Usage des Rsn

Livia mentionne qu'elle consulte et publie moins de contenu qu'auparavant dans les Rsn auxquels elle est abonnée. Facebook lui est utile afin de clavarder avec ses amis. Sur Instagram, elle aime regarder et publier de belles photos. Elle dit utiliser Snapchat surtout de façon ludique, avec ses copines. Enfin, elle apprécie YouTube pour visionner différentes vidéos de danse. Dans le passé, elle s'est adonnée à se mettre en scène par le biais de vidéos YouTube. Elle aimait concevoir toutes sortes de bricolages pratiques pouvant être faits à la maison et s'était même créé une chaîne sur cette plateforme. En quelques mois, elle avait réussi à attirer plus de 700 abonnés. Il ne s'agit pas d'égoportraits photographiques, mais bien d'une façon de se représenter dans une mise en scène moins statique, ce qui peut s'avérer intéressant dans le cadre de cette recherche. Son profil sur Instagram est privé et celui sur Facebook est semi-privé. Sur Snapchat, elle dit avoir toujours entretenu un profil privé.

- Pratique de l'égoportrait

Livia affirme avoir publié énormément d'égoportraits par le passé, mais mentionne maintenant ne plus tellement se prêter à cette activité. Dans cette analyse, il sera donc davantage question de ses anciennes pratiques de diffusions. Elle mentionne que Facebook et Instagram étaient les seuls Rsn où elle publiait ou laissait ses amis publier des égoportraits où elle y figurait. Environ trois clichés lui étaient nécessaires afin d'en trouver un qui serait diffusé dans les Rsn et elle publiait en moyenne un égoportrait par semaine. Aujourd'hui, elle dit se prêter encore à la pratique individuelle de l'égoportrait, mais de façon différente. Elle préfère envoyer ses égoportraits ou les vidéos où elle se met en scène par message privé, à son entourage. Elle trouve que cette façon de faire est plus personnelle et lui permet d'être davantage elle-même.

En terminant, Livia prenait aussi beaucoup d'égoportraits avec ses amis dans le passé. Maintenant, elle dit tenter de ne pas faire partie de ces photographies, et le signale clairement à ses amis qui peuvent quelques fois l'inclure à son insu.

4.1.4 Érika

Érika est âgée de 15 ans et est en secondaire 4. Elle souhaite poursuivre ses études en soin infirmier au collégial et fonder une famille.

- Accès au Rsn

Les Rsn qu'elle privilégie sont Facebook et Snapchat, et ce, même pour ses diffusions d'égoportraits. Elle y accède le plus souvent par le biais de son téléphone cellulaire, mais a besoin d'une connexion Wi-Fi afin de publier ou de consulter du contenu en

ligne. Son inscription à Facebook remonte à 2012, alors qu'elle avait 10 ans. Son premier usage de Snapchat, lui, remonte à 2014, alors qu'elle avait 12 ans, au moment où ce Rsn est devenu plus populaire parmi ses amis. Elle mentionne avoir déjà été inscrite à Instagram, mais ne plus l'être.

- Usage des Rsn

Lorsqu'il est question de ses utilisations de Facebook et de Snapchat, celles-ci diffèrent, car les réseaux de relations qu'elle entretient sur ces deux plateformes ne sont pas les mêmes. Sur Facebook, certains membres de sa famille sont inscrits à son profil tandis que sur Snapchat, ses amis sont ses principaux abonnés. Sur Facebook, elle aime consulter son fil de nouvelles, publier du contenu externe en provenance d'autres pages Internet, publier des égoportraits où elle est seule ou avec ses copains, et entretenir des relations sociales avec son entourage. Son profil Facebook est semi-privé. Elle affirme aimer décider lorsque ses diffusions seront publiques ou privées ; elle veut se donner le choix. Sur Snapchat, son profil est privé et seulement accessible à ceux qui y sont abonnés. Elle aime y publier des images documentant davantage ce qu'elle fait dans la vie de tous les jours. Elle se dit plus à l'aise de publier de manière plus spontanée sur ce Rsn, car les images s'effacent après 24 heures.

- Pratique de l'égoportrait

Lorsqu'il est question des diffusions d'égoportraits dans les Rsn, il est intéressant de constater que ses propos ont été un peu différents lors du premier et du second entretien. En effet, lors de la première rencontre, Érika mentionnait prendre de trois à cinq égoportraits par semaine, seule ou avec ses amis, tandis que lors du second entretien, elle mentionnait n'en prendre que très peu, deux par mois en moyenne. Elle justifiait ce changement en expliquant qu'elle n'avait plus de temps à se consacrer à cette pratique puisqu'elle devait se concentrer davantage sur ses études. Par contre,

Erika mentionne prendre en moyenne dix clichés avant d'en trouver un qui sera diffusé.

4.1.5 Jeff

Jeff est âgé de 16 ans et est en secondaire 4. Il souhaite s'orienter professionnellement dans le domaine de la psychologie.

- Accès aux Rsn

Les Rsn qu'il privilégie sont Snapchat, Facebook et Instagram, mais favorise davantage Snapchat et Facebook pour la diffusion de ses égoportraits. Il accède à ces Rsn habituellement par le biais de son téléphone cellulaire, mais dit ne pas avoir de données mobiles permettant l'accès à Internet ; il a donc toujours besoin d'une connexion Wi-Fi. Jeff est inscrit à Facebook depuis l'âge de 12 ans, à Instagram depuis l'âge de 13 ans, et à Snapchat depuis l'âge de 15 ans.

- Usage des Rsn

Jeff utilise activement et de manière quotidienne les Rsn Snapchat, Facebook et Instagram. Il utilise ses Rsn pour rester en contact avec ses amis ainsi que partager et réagir à différents contenus :

Je partage énormément de diffusions que je trouve drôles comme des vidéos, des photos, des panneaux que je vois dans la rue [...] Je « like » tout ce que je vois, une photo de voiture, une photo drôle, une photo de mes amis... Je « like » n'importe quoi. (Jeff)

De plus, Jeff a des profils publics ou semi-publics sur tous les Rsn qu'il entretient. Il précise par contre que son profil Snapchat est davantage réservé à ses amis proches,

tandis que sur Facebook, en plus d'avoir plusieurs copains de son réseau, des membres de sa famille ainsi que des personnes qu'il n'a jamais rencontrées s'y trouvent.

- Pratique de l'égoportrait

Les Rsn qu'il utilise pour la diffusion d'égoportraits sont Snapchat et Facebook. Les images qu'il diffuse sur ces deux Rsn diffèrent, car, comme pour Erika, ce ne sont pas les mêmes personnes qui peuvent consulter les contenus qu'il y publie. Lors du premier entretien, Jeff mentionne qu'il peut publier jusqu'à 50 égoportraits par semaine. Par contre, lors du second entretien, il mentionne avoir changé ses habitudes : il dit maintenant ne publier qu'une dizaine d'égoportraits par semaine.

Jeff est un adepte des égoportraits qui le présentent seul. Lorsqu'il effectue des séances de prise d'égoportraits, il peut prendre jusqu'à 100 clichés avant de trouver la bonne image de lui qu'il voudra diffuser dans les Rsn. De plus, il est rare qu'il diffuse l'image telle quelle, il mentionne faire fréquemment des retouches avant de les publier. Aussi, il pratique l'égoportrait avec ses amis, et aime les publier dans les Rsn en identifiant avec qui il se trouve sur l'image.

4.1.6 Nadia

Nadia est la plus âgée des participantes de l'étude ; elle a 18 ans et a terminé son secondaire 5 en 2016. Lorsqu'on lui demande de se projeter dans l'avenir, elle mentionne qu'elle rêve d'avoir une grande maison et de faire beaucoup d'argent. Elle est aussi une grande adepte du modèle de vie américain, elle aimerait être une vedette. Selon elle, sa vie serait bien meilleure et plus facile aux États-Unis :

Je trouve que la vie ici à Montréal c'est trop plate. Si j'étais aux États-Unis, je suis sûre que je n'aurais pas besoin de Snapchat pour vivre [...] Je fais comme si j'étais aux États-Unis. Je suis certaine que ma vie serait plus facile là-bas (Nadia).

- Accès aux Rsn

Elle dit privilégier Snapchat pour ses diffusions d'égoportrait, activité principale de Nadia sur ce Rsn, mais est aussi inscrite sur Instagram. Dans le passé, elle dit avoir été abonnée à Facebook, mais ne plus l'être, car des hommes plus âgés la traquaient, dit-elle. Elle accède à ces Rsn par le biais de son téléphone cellulaire qui dispose de données mobiles, lui permettant d'accéder le plus souvent à Snapchat. Avec sa tablette, elle y accède seulement avec une connexion Wi-Fi.

- Usage des Rsn

Le genre d'utilisation que Nadia fait des Rsn Snapchat et Instagram est différent. Snapchat est surtout utilisé pour publier des images ou des vidéos qu'elle produit et sur lesquelles elle figure, tandis qu'Instagram est surtout utilisé pour consulter les profils de vedettes américaines qu'elle aime. Ses deux profils sur ces Rsn sont publics ; toutes personnes intéressées peuvent donc y avoir accès.

- Pratique de l'égoportrait

Lors du second entretien, Nadia avait cassé son téléphone cellulaire quelques semaines plus tôt et n'en avait plus. Cet événement lui a fait réaliser sa dépendance vis-à-vis de sa pratique d'égoportraits :

Mon téléphone a brisé récemment, il y avait l'application Snapchat dedans alors j'étais toujours en train de prendre des Snapchat. Dernièrement mon amie m'a rappelé qu'avant je prenais toujours des Snapchat et je croyais que j'étais une star. J'ai réalisé que j'avais un problème quand elle me l'a dit. Je me suis mise à penser à ça et me dire que je suis folle, que j'ai vraiment un problème (Nadia).

Très émotive à ce sujet, elle a répété à plusieurs reprises qu'elle devait absolument trouver un moyen de s'acheter un autre téléphone, tout en mentionnant qu'elle devait essayer d'arrêter de pratiquer l'égoportrait : *Quand je vais ravoir mon téléphone, il faut que j'arrête de faire ça.* (Nadia)

Enfin, Nadia prend la majorité de ses égoportraits seule. Il peut arriver, mais cela reste rare, qu'elle y inclue son copain ou sa meilleure amie. Elle n'effectue que deux clichés avant de trouver le bon égoportrait qui sera publié sur Snapchat, mais peut en diffuser au moins dix fois par jour.

Le tableau à la page suivante (4.1) propose une synthèse des attributs des participants rencontrés.

Comme précisé aux premier et deuxième chapitres, la pratique de l'égoportrait se divise en deux étapes : d'abord la prise de l'image, et ensuite sa diffusion dans les Rsn. Chacune de ses étapes implique des activités et des contextes qui leur sont propres. Rappelons que la prise d'égoportraits est possible grâce à la caméra numérique intégrée à différents objets technologiques (téléphone cellulaire, tablettes électroniques, etc.). La diffusion, elle, s'effectue par l'accès aux Rsn que permettent ces mêmes objets technologiques et implique un accès Internet. Cet accès n'étant pas toujours possible au moment de la prise de l'égoportrait, ces deux étapes peuvent être disjointes dans le temps.

Dans la prochaine partie, les résultats de recherche en lien avec ces deux étapes de la pratique de l'égoportrait sont présentés.

Tableau 4.1 Synthèse des attributs des participants rencontrés

	Jérémy	Jayden	Livia	Erika	Jeff	Nadia
Âge	14 ans	15 ans	16 ans	15 ans	16 ans	18 ans
Genre	Masculin	Masculin	Féminin	Féminin	Masculin	Féminin
Niveau scolaire / occupation	Secondaire 3	Secondaire 3	Secondaire 4	Secondaire 4	Secondaire 4	Secondaire 5 terminé en 2016
Moyenne du nombre de clichés*	1	2	3	10	100	2
Pratique principalement l'égoportrait seul(e) ou avec d'autre(s)	Avec d'autres	Seul et avec d'autres	Seule et avec d'autres	Seule et avec d'autres	Seul et avec d'autres	Seule
Pratique l'égoportrait photographique	X	X	X	X	X	X
Pratique l'égoportrait vidéo	X		X	X		X
RSN préférés pour la diffusion d'égoportraits**	Facebook	Snapchat Facebook	Facebook Instagram	Facebook Snapchat	Snapchat Facebook	Snapchat
Fréquence de diffusion d'égoportraits	1 ^{er} entretien	1/mois	1 à 2/mois	1/semaine	3 à 5/semaine	50/semaine
		Idem	Idem	Idem	2/mois	10/semaine
	2 ^e entretien	Idem	Idem	Idem	2/mois	10/semaine

* Moyenne du nombre de clichés avant d'être satisfait, lors d'une séance de prises d'égoportraits seul(e) ou avec des ami(e)(s)

** En ordre de préférence

4.2 La prise d'égoportraits

La prise d'égoportraits inclut tout ce qui est en lien avec la mise en scène désirée lors de la capture de l'image de soi qui sera diffusée ou pas dans les Rsn. Plusieurs aspects sont à prendre en compte lors de cette étape de production des égoportraits.

Dans le cadre de cette étude, il importe de bien définir la catégorie qui répond à cette étape de la pratique de l'égoportrait, nommée ici « Mise en scène de soi ». Au total, 252 segments se rapportant à cette catégorie ont été codifiés et analysés. Le tableau 4.2 présente d'abord la proportion des segments mentionnés par les participants se rapportant seulement à la catégorie « Mise en scène de soi ». Ces résultats montrent les jeunes qui ont le plus ou le moins abordé les thèmes de la mise en scène de soi dans la prise d'égoportraits.

Tableau 4.2 Proportion de l'ensemble des segments relatifs à la catégorie « Mise en scène de soi » lors des entretiens selon les participants

	Jérémy n%	Jayden n%	Livia n%	Erika n%	Jeff n%	Nadia n%	Total % de la catégorie
Proportion des segments relatifs à la catégorie « Mise en scène de soi »	19 %	19 %	13 %	8 %	19 %	21 %	100 %

De cette catégorie découlent plusieurs sous-catégories abordant différentes thématiques en lien avec la mise en scène de soi telles que : les motivations derrière la prise d'égoportraits ; les décors et les moments dans lesquels le sujet se met en scène ; le nombre de clichés nécessaires avant une diffusion ; les retouches effectuées ; et les types d'égoportraits (accompagné ou seul). Une sous-catégorie « autre » s'ajoute, car certains segments soulèvent des enjeux de la mise en scène de

soi, mais ne répondent pas aux objectifs de cette recherche, car ceux-ci n'abordent pas le thème de l'égoportrait. Le tableau 4.3 indique les proportions de segments relatifs aux sous-catégories, selon les participants. Ces résultats permettent de voir dans quelle proportion chacun a parlé de ces thèmes.

Tableau 4.3 Pourcentage des segments relatifs à la mise en scène de soi lors des entretiens selon les participants

	Jérémy n°%	Jayden n°%	Livia n°%	Erika n°%	Jeff n°%	Nadia n°%	Total % par sous catégories
Motivations derrière la prise d'égoportraits	20 %	47 %	35 %	21 %	22 %	53 %	35 %
Décors et moments dans lesquels le sujet se met en scène	25 %	21 %	19 %	41 %	17 %	27 %	24 %
Clichés	10 %	6 %	8 %	9 %	11 %	2 %	8 %
Retouches	5 %	4 %	10 %	15 %	9 %	10 %	9 %
Accompagné	30 %	15 %	10 %	6 %	19 %	4 %	13 %
Seul	10 %	4 %	10 %	9 %	15 %	4 %	9 %
Autre	0 %	2 %	6 %	0 %	7 %	0 %	3 %

Cette partie du chapitre présente donc les résultats émergeant de l'analyse de ces sous-catégories.

4.2.1 Les motivations derrière la prise d'égoportraits

Les premiers grands constats de cette analyse se rapportent aux motivations justifiant la prise d'égoportraits. Six grands thèmes sont récurrents pour expliquer les raisons de la prise d'égoportraits chez les participants.

- Exposer des actions et des contextes

Tous les jeunes de la recherche ont plusieurs égoportraits affichés sur leurs profils Facebook ou Snapchat où ils s'adonnent à une activité dans un contexte précis seul(e) ou avec des amis : [...] *j'essaie juste de montrer ce que je fais tous les jours* (Nadia).

Pour Erika, par exemple, la participation à un événement ou bien à un voyage est une bonne raison de se prendre en égoportraits :

C'est surtout pour dire que j'étais là à tel moment [...] Ici, c'était à un spectacle à la Tohu où je suis allée avec mes amis [...] Cette photo, c'était la journée où j'étais partie de Montréal pour Toronto pendant un bout (Erika).

Jeff quant à lui publie entre autres lorsque survient un événement spécial, par exemple lors de la fête chez l'une de ses copines : [...] *c'était à un party chez une de mes amies qui a une piscine et un sauna* (Jeff).

Quant à Jérémy, les événements cocasses où il se met en scène lui plaisent beaucoup :

Ouais, mais ça, c'était lors d'une occasion spéciale, je m'étais photographié avec un masque parce que je voulais montrer ce que je faisais. À la Saint-Jean proche de chez moi il y a une grosse fête et les gens viennent faire pipi dans la ruelle... moi dans cette soirée, je m'étais déguisé avec ce masque et je surprénais les gens en les arrosant avec mon fusil à l'eau, c'était ben drôle ! (Jérémy).

Livia de son côté a plusieurs égoportraits où on la voit avec ses copines lors d'une pause de leur entraînement de danse : *Oui, on était en train de danser, c'est à notre show de 2e secondaire* (Livia).

Les circonstances dans lesquelles s'inscrit la prise d'égoportraits sont diverses, tout comme les motivations, mais ils ont en commun des décors où les jeunes exposent des actions et des contextes.

- Se mettre en valeur

Chez les participants rencontrés, un égoportrait réussi renvoie le plus souvent à une image les montrant à leur avantage. Il existe plusieurs façons de se mettre en valeur lors de la prise d'égoportrait. D'abord, pour Jayden, publier des égoportraits avec sa télévision affichant les résultats d'un jeu vidéo qu'il a gagné lorsqu'il joue en réseau avec ses amis en ligne est une façon de se montrer à son avantage. Il aime signifier qu'il est le gagnant : [...] *quand je joue à un jeu vidéo et que je bats quelqu'un, je me mets à côté de l'écran et je photographie le score* (Jayden).

Tandis que pour Jeff, Erika, Nadia et Livia un égoportrait réussi est un égoportrait sur lequel ils se trouvent beaux : *Ben c'est quand je me trouve vraiment belle* (Erika).

Trois façons de se mettre en valeur en se trouvant beau ou belle ont été identifiées lors des entretiens : 1) les endroits où sont prises les photos, 2) le nombre de clichés pour trouver le bon égoportrait à publier et 3) les retouches pouvant être effectuées après s'être photographié. Jeff exprime que les bons égoportraits peuvent même avoir une influence positive dans sa vie : *Oui, je pense que ça aide d'avoir des selfies à son avantage. Par exemple, c'est très pratique pour faire des rencontres dans la vraie vie* (Jeff).

D'abord, les endroits de prédilection où Jeff, Erika et Livia s'adonnent à leurs multiples tentatives d'images de soi seul(e) sont souvent des endroits intimes, comme leur salle de bain ou leur chambre à coucher. De plus, ces endroits s'avèrent intéressants pour les jeunes, car l'éclairage semble être optimal afin de prendre de belles photos.

[...] dans la salle de bain, j'aime beaucoup prendre des photos là parce qu'il y a un bel éclairage ! Alors ça camoufle ma face, mes boutons et tout [...] Ce selfie je l'ai pris dans ma chambre. J'avais ouvert les rideaux de ma fenêtre alors ça a donné un bon éclairage (Jeff).

J'aimais prendre des selfies devant la fenêtre de ma chambre, parce que ça faisait un bon éclairage (Livia).

Jeff et Livia réalisent également plusieurs clichés ou prennent beaucoup de temps avant de trouver « la » bonne image.

Oh, incalculable !! Par exemple, cette photo-là a été la première de la « batch », mais j'ai dû en prendre une centaine dans la « batch » ! Pas nécessairement dans la même position, je changeais un peu le regard, l'angle, la bouche, les yeux, mais c'était la première la meilleure (Jeff).

Mais je pense que ce n'est pas juste le nombre d'essais, mais aussi le temps que tu prends à essayer d'avoir une belle face qui te convient. Alors dans mon cas peut-être 3 essais, mais dans un gros 10 minutes (Livia).

Ensuite, Erika, Jeff et Livia effectuent des retouches à leurs égoportraits par choix esthétique ou pour camoufler des défauts. Les Rsn Facebook, Instagram et Snapchat offrent une multitude de choix lorsqu'il est question d'ajouter des effets ou des filtres aux images.

Par exemple, Erika dit aimer donner une image naturelle d'elle-même. Alors elle ne cherche pas à ajouter plusieurs effets sur ses égoportraits, mais plutôt à les modifier en noir et blanc : [...] *j'aime beaucoup le noir et blanc, je trouve ça beau (Erika).*

À l'inverse, Jeff et Livia aiment ajouter différents types d'effets sur leurs égoportraits afin de cacher certains défauts :

J'utilise beaucoup Snapchat et leurs « filter » pour les jours où ma face change de couleur, par exemple certains jours, je vais être plaqué rouge, d'autres jours non. Alors j'utilise beaucoup les « filter » de Snapchat pour camoufler ça (Jeff).

[...] j'aimais vraiment les filtres d'Instagram. Avant je mettais toujours le même. J'aime bien les filtres, ça cache les défauts et ça a du style (Livia).

- S'amuser

Jeff, Nadia et Jérémy sont les jeunes de la recherche mentionnant clairement que la prise d'égoportraits peut répondre à un besoin de s'amuser.

Jeff prend des égoportraits pour simplement rire avec ses copains :

Oh oui, je prends souvent des photos pour rire, comme ça ! Cette photo ici, c'est parce qu'on jouait avec un jeu vraiment drôle, c'est un jeu que tu te mets quelque chose dans la bouche et tu essaies d'articuler. Je trouvais ça tellement drôle, alors on a pris des photos et des vidéos moi et mes amis (Jeff).

Nadia, de son côté, s'amuse avec les effets qu'offre Snapchat, lui permettant de prendre des égoportraits qui, par exemple, peuvent durer jusqu'à dix secondes. Sur l'une des images montrées lors de l'entretien, ses yeux sont grossis et un arc-en-ciel sort de sa bouche. Elle ajoute aussi des extraits de chanson et les insère à même l'égoportrait : [...] *ici sur mon selfie, on peut me voir faire du lip-sync sur une chanson que j'ai mise en slow motion, parce que tu peux faire ça maintenant, mettre ton selfie en vidéo en slow motion, vite, très vite, ou à l'envers (Nadia).* Pour elle, c'est une façon d'être créative dans ses diffusions d'égoportraits.

Jérémy aime également ajouter des effets sur les égoportraits avec ses amis. Pour lui, ces effets ne sont ajoutés que par amusement [...] *Sur cette photo, on a inversé nos faces, c'était sur Snapchat (Jérémy).*

- S'occuper (passe-temps)

Nadia, Jayden et Livia mentionnent que la prise d'égoportrait peut survenir lorsqu'ils n'ont rien à faire et que leur téléphone cellulaire est à portée de la main. Nadia, la participante à cette recherche qui publie le plus d'égoportraits, mentionne que dès qu'elle le peut, elle va se prendre en photo :

Ouais et je n'ai vraiment pas de patience, je n'aime pas ça attendre le bus ou attendre que la cloche d'école sonne pour que j'aïlle en classe, par exemple. Alors c'est directement un Snapchat (Nadia).

Jayden, de son côté, aime bien prendre des égoportraits dans son lit, lorsqu'il se réveille le matin ou le soir lorsqu'il ne dort pas :

Des fois, c'est quand je viens de me réveiller et que je n'ai rien à faire, ou le soir quand je ne dors pas [...]. Souvent je n'ai tellement rien à faire le matin, et je n'ai pas le goût de me lever, alors je fais ça (Jayden).

Cette pratique de l'égoportrait survenant lorsque les jeunes n'ont rien à faire peut également se produire lorsqu'ils sont accompagnés de leurs amis, comme l'exprime Livia : *Le midi, on avait une heure de transport à faire, alors souvent c'est là qu'on niaissait et qu'on prenait des photos (Livia).*

- Susciter l'envie et la jalousie

Nadia et Erika sont deux des jeunes rencontrées mentionnant aimer l'idée de susciter l'envie et la jalousie chez les autres. D'abord, Nadia affirme diffuser des égoportraits dans le but de montrer tous les bonheurs de son quotidien aux autres : [...] *parce que je veux qu'ils [autres usagers] voient que je suis contente et qu'eux ils souffrent (Nadia).* De plus, pour Nadia il est important de montrer aux autres qu'elle a de l'argent, alors dès qu'elle va au guichet bancaire, elle prend un égoportrait : *Ça, c'est l'argent que je mets toujours sur Snapchat, quand je sors de l'argent, je le mets tout le temps sur Snapchat (Nadia).* Lorsqu'il est question des motivations derrière ce genre d'égoportraits, elle explique qu'elle aime que les gens la voient comme une personne qui a toujours de l'argent : [...] *à cause que je mets toujours de l'argent sur Snapchat et que j'achète tout le temps des nouvelles choses, ils peuvent se dire « Elle, elle a toujours de l'argent », et je sais que ceux qui regardent sont envieux (Nadia).*

De plus, elle mentionne : [...] *quand j'ai mon Snapchat pour moi c'est comme si je suis une vedette* (Nadia). Étant elle-même abonnée au fil d'actualité de plusieurs vedettes américaines sur Instagram, elle cherche à reproduire ce qu'elles font.

Ensuite, lors du premier entretien, Érika a présenté différents égoportraits sur son profil Facebook, dont un affichant un doigt d'honneur. À la question de l'étudiante-chercheuse relativement à l'explication derrière ce geste, Érika répond ceci :

[...] Oui, parce qu'il y a trop de « haters » et ces images s'adressent à eux [...] les haters vont « hate » quand tu fais quelque chose de mieux qu'eux. Ça cache tout le temps de la jalousie. Quand tu as de la haine envers quelqu'un, c'est parce qu'il y a de l'envie [...] et ces selfies d'adressent à eux (Erika).

Selon le point de vue d'Erika, les « haters » sont des gens jaloux.

- Accomplir un devoir

Nadia exprime voir la pratique de l'égoportrait comme un devoir, et non plus comme un passe-temps : *Aujourd'hui, j'en ai pas encore pris, mais ce soir, quand je vais revenir chez moi, je vais en prendre plein, c'est toujours comme ça* (Nadia). La pratique de l'égoportrait devient donc un rituel encre dans le quotidien.

Comme il a été précisé dans la présentation de son profil au point 4.1.6, Nadia est très au courant de sa dépendance à cette pratique. Lors du second entretien, il lui a été demandé d'expliquer les raisons de pratiquer l'égoportrait chaque jour. À cette question, elle répond que c'est par besoin d'assouvir sa dépendance : [...] *Tout ce que je post, c'est parce qu'il fallait que je le fasse* (Nadia). Lorsqu'il est question des motivations derrière cette pratique elle mentionne : [...] *Je ne sais pas moi, je pense que je suis trop accro à moi, j'aime trop me regarder [...] je suis contente quand je le fais c'est tout* (Nadia). La diffusion d'égoportrait implique également la présence

d'un public qui regardera l'image, ainsi pour Nadia, il semble essentiel de satisfaire les attentes d'une audience imaginée.

En somme, différentes raisons motivent la prise d'égoportraits, mais les formes que peuvent prendre ces images de soi vont au-delà de la photographie. Dans la prochaine partie, il sera question de nouveaux genres d'égoportraits, c'est-à-dire ceux réalisés par la vidéo.

4.2.2 Des égoportraits vidéo

La prise d'égoportraits photographiques n'est pas la seule forme de représentation de soi explorée par les participants. En effet, Nadia, Jeremy, Livia et Erika réalisent des vidéos d'eux-mêmes, qui sont parfois préférées à la photographie : [...] *des fois je me dis juste « fuck it », je laisse faire et je prends des vidéos instead* (Erika).

Quatre types de contenu vidéo ont été identifiés : les égoportraits animés, les « Do it yourself (DIY) », le lip-sync et l'évaluation de performances.

- La vidéo : un égoportrait animé

Les Rsn, comme Snapchat et Facebook, ont ajouté de nouvelles fonctionnalités à leurs plateformes incitant leurs utilisateurs à publier de courtes vidéos qui font office d'égoportraits en mouvement :

Y'a un rond ici, quand tu pèses dessus ça filme pour 10 secondes maximum. Alors par exemple si on est en train de niaiser, je vais prendre un Snapchat de 10 secondes et dire « Ah, on niaise... ! ». Après tu peux le publier sur ta « story » (Nadia).

Oui, tu peux faire ça asteure, comme elle, elle a une vidéo de profil (Jérémy).

Cette fonctionnalité peut rendre plus attrayante cette forme de mise en scène de soi. Par contre, seule Nadia exprime pratiquer ce genre d'égoportrait animé.

- Les vidéos DIY « Do it yourself »

Livia est la seule parmi les participants à avoir réalisé des vidéos destinées à être publiées sur une chaîne YouTube. Ces vidéos ont une appellation particulière : DIY (« Do it yourself ») :

[...] sur YouTube, c'est la mode de faire des DIY, tu montres des choses que celui qui regarde la vidéo peut faire lui-même, on appelle ça DIY, « Do it yourself ». Par exemple, un pot de fleurs DIY. Tu le fais toi-même, avec des matériaux simples, tu montres comment faire. C'est pour donner des idées originales [...] La dernière vidéo que j'ai faite, elle n'est plus en ligne, mais c'était des trucs pour la rentrée scolaire, pour déstresser, être prêt. Des astuces pour être organisé, d'arriver tôt... (Livia).

Livia s'est prêtée à cette activité pendant une année. Ce qu'elle appréciait dans la réalisation de ces vidéos était la créativité que cela lui permettait d'exercer :

[...] je regardais beaucoup de vidéos de Youtubeurs et j'avais le goût de faire ça aussi, ils peuvent gagner leur vie en faisant ça. Ça m'intéressait vraiment, surtout le côté créatif, alors j'ai commencé ma chaîne [...] Je faisais du montage. C'est ce que je préférais faire là-dedans. (Livia).

Elle explique également qu'elle avait son mode de présentation bien à elle sur chaque vidéo qu'elle réalisait :

[...] je faisais une intro où on me voyait, après on me voyait faire, on ne voyait que mes mains et j'expliquais avec ma voix par-dessus en voice-over. Et je terminais avec une conclusion où on me voyait. (Livia).

- Le lip-sync

Nadia est la seule jeune de la recherche mentionnant qu'elle est adepte des vidéos d'elle réalisées pendant qu'elle chante, et ce, dès que l'occasion se présente : *[...] s'il y a une voiture qui met de la musique trop forte, je vais me filmer, je vais chanter la musique qui joue dans l'auto* (Nadia).

- Des évaluations de performances

Une dernière façon de se mettre en scène par la vidéo consiste à la produire dans un but d'auto-évaluation, par exemple lorsque les jeunes désirent évaluer une performance artistique ou sportive. Trois participants ont cette habitude, dont Livia, Erika et Jérémy, mais ne publient pas toujours ce type de vidéos dans les Rsn.

Livia et Erika réalisent des vidéos lorsqu'elles dansent. Erika mentionne que cela lui permet de mémoriser les mouvements :

Je danse dans un studio avec une troupe de danse, et quand on veut se rappeler de la chorégraphie on se filme, mais on ne les publie pas nécessairement (Erika).

Livia ajoute que ces vidéos lui permettent aussi de corriger certains mouvements : *Oui, pour me regarder et voir ce que je dois améliorer. C'est comme un miroir* (Livia).

Par contre, Erika et Livia ne publient jamais leurs vidéos, car elles ne sont jamais totalement satisfaites de leurs performances : *[...] Je ne suis jamais satisfaite de mes performances. Je travaille fort, mais je peux toujours en faire plus, alors je n'irai pas publier mes vidéos* (Livia).

Jérémy est également un adepte de ce type de vidéo afin d'auto-évaluer ses performances dans la discipline du Parkour :

[...] je ne les publie pas souvent. Je les garde pour moi pour regarder ce que je fais de mal, ensuite je les supprime [...] Mais quand je la trouve vraiment bonne, oui. Par exemple celle-là [montrant une vidéo], au début c'était seulement pour me regarder, et finalement c'était super bon alors je l'ai publié.
(Jérémy)

De plus, Jérémy ajoute de la musique suivant le rythme de ses mouvements.

Dans cette partie de ce chapitre, les différentes motivations des participants rencontrés en lien avec la mise en scène désirée lors de la prise d'égoportrait ont été présentées. Ces premières explications permettent de situer la pratique de l'égoportrait dans sa production. Dans la prochaine partie, il sera donc davantage question de sa diffusion dans les Rsn et de ces différentes modalités.

4.3 La diffusion d'égoportraits dans les réseaux socionumériques

Dans ce qui suit sont exposées les manières de publier les égoportraits dans les Rsn mentionnées par les participants de cette recherche. Il a été important de bien définir la catégorie lors de l'analyse et de la codification des données répondant le mieux à cette étape de la pratique de l'égoportrait, qui a été nommée « Diffusion d'égoportraits dans les Rsn ». Au total, 442 segments ont été analysés et codifiés sous cette catégorie. Le tableau 4.4 présente d'abord la proportion des segments mentionnés par les participants se rapportant seulement à cette catégorie. Ces résultats permettent de voir les jeunes qui ont le plus ou le moins abordé les thèmes en lien avec la diffusion d'égoportraits dans les Rsn.

Tableau 4.4 Proportion de l'ensemble des segments relatifs à la catégorie « Diffusion d'égoportraits dans les Rsn » lors des entretiens selon les participants

	Jérémy n°	Jayden n°	Livia n°	Erika n°	Jeff n°	Nadia n°	Total % de la catégorie
Proportion des segments relatifs à la catégorie « Diffusion d'égoportraits dans les Rsn »	18 %	15 %	18 %	14 %	22 %	13 %	100 %

À cette catégorie ont été annexées plusieurs sous-catégories telles que : les types de Rsn utilisés et les raisons qui expliquent ce choix ; l'appropriation et l'usage singulier des fonctionnalités offertes par les Rsn ; la fréquence des diffusions ; les descriptions/identifications/mots-clics inscrits avec l'égoportrait publié ; les identifications de personnes (présentes ou absentes) sur la photo ; les publics qui ont accès à la/aux photo(s) ; les types de commentaires reçus ; la suppression de commentaires et les messages reçus en privé suite à la diffusion d'égoportraits. Certains segments de verbatim ont été classés dans une sous-catégorie « autre », car ils ne s'avéraient pas à être en lien avec la diffusion d'égoportraits précisément. Le tableau 4.5 montre les pourcentages de segments relatifs à ces sous catégories selon les participants. Dans cette partie, les résultats correspondant aux thématiques énoncées plus haut sont exposés.

Tableau 4.5 Fréquence et pourcentage de segments relatifs à la diffusion d'égoportraits dans les Rsn lors des entretiens selon les participants

	Jérémy n°%	Jayden n°%	Livia n°%	Erika n°%	Jeff n°%	Nadia n°%	Total % par sous catégories
Types de Rsn utilisés et raisons qui expliquent ce choix	7 %	9 %	9 %	13 %	8 %	22 %	11 %
Appropriation et usage singulier des fonctionnalités offertes par les Rsn	14 %	8 %	13 %	14 %	15 %	14 %	14 %
Fréquence de diffusion	23 %	14 %	16 %	10 %	18 %	3 %	16 %
Descriptions/identifications/mots-clics inscrits	10 %	3 %	4 %	6 %	7 %	2 %	5 %
Identifications de personnes présentes sur la photo	9 %	16 %	13 %	11 %	6 %	5 %	10 %
Identifications de personnes absentes de sur la photo	4 %	6 %	21 %	13 %	2 %	7 %	9 %
Publics qui ont accès à la/aux photo(s)	1 %	2 %	3 %	3 %	1 %	3 %	1 %
Types de commentaires reçus	2 %	14 %	5 %	3 %	4 %	0 %	5 %
Suppression de commentaires	5 %	3 %	1 %	3 %	1 %	5 %	3 %
Messages reçus en privé suite à la diffusion d'égoportraits	6 %	2 %	8 %	2 %	6 %	10 %	4 %
Autre	19 %	23 %	9 %	21 %	31 %	29 %	23 %

4.3.1 Les types de réseaux socionumériques utilisés et raisons qui expliquent ce choix

Les Rsn que favorisent les participants pour la diffusion d'égoportraits sont Snapchat et Facebook. Comme l'expose le tableau 4.1 à la page 65, Snapchat est utilisé pour la diffusion d'égoportraits par quatre des jeunes, dont Jayden, Erika, Jeff et Nadia, et Facebook par tous les sujets à l'exception de Nadia.

Selon le point de vue d'Érika, ces Rsn sont populaires chez les jeunes de son âge, car ils s'arriment bien à leur mode de vie, et cela, grâce aux applications disponibles sur leur téléphone cellulaire qui les rendent faciles d'accès. Notons qu'en effet, Snapchat n'est disponible que par cet objet ou par tablette électronique.

Well, Facebook, c'est plus donné à tout le monde et Snapchat aussi. La majorité des gens ont Snapchat sur leur téléphone, aussi Facebook. C'est plus à porter de main (Erika).

Par ailleurs, selon les points de vue des participants, les types d'égoportraits publiés sur ces Rsn peuvent différer. Dans ce qui suit, seront d'abord exposés leurs points de vue à propos de Snapchat, puis à propos de Facebook.

- Snapchat

Jeff, Nadia et Erika expliquent qu'ils se permettent un certain laisser-aller sur Snapchat qu'ils ne s'autorisent pas sur Facebook, et ce, pour les trois raisons qui suivantes : 1) l'effet éphémère de Snapchat, 2) les personnes abonnées à leur profil Snapchat et 3) le fait que ce Rsn est ancré dans une temporalité « réelle » de la prise de photo.

- L'effet éphémère de Snapchat

Une diffusion de contenu sur la « story »¹⁰ de Snapchat s'efface par défaut après 24h. Ce qui n'est pas le cas sur Facebook où les diffusions ne s'effacent pas du journal de la personne, sauf si cette dernière effectue une manœuvre pour les supprimer. Cette vision éphémère de diffusion sur Snapchat donne l'impression qu'il est permis d'oser davantage et de faire moins attention aux types d'égoportraits diffusés.

¹⁰ L'application permet également aux utilisateurs de créer une Story (« histoire »). C'est une juxtaposition de plusieurs photos/vidéos. Une « story » peut être vue autant de fois que l'utilisateur le souhaite mais chaque élément de la story possède une durée de vie de 24 h. (Snapchat.[s.d.]. Dans Wikipédia)

Sur Snapchat, mes photos sont plus osées, par exemple si je vais aux glissades d'eau, je serais plus « game » de mettre des photos de moi torse nu sur Snapchat plutôt que sur les autres réseaux sociaux [...] je sais que la photo va s'effacer après 24h pareil (Jeff).

○ Les personnes abonnées à leur profil Snapchat

Erika et Jeff savent qu'un de leurs parents ou certains membres de leur famille se trouvent dans leurs contacts Facebook, ce qui n'est pas le cas sur Snapchat. Ces jeunes s'accordent pour dire que sur Snapchat, ce sont davantage des jeunes de leurs âges qui les « suivent ».

[...] Sur Snapchat c'est plus mes amis (Erika).

[...] j'ai moins de famille dans mes contacts sur Snapchat, et je n'aime pas vraiment ça mettre des photos de moi en torse nu et que ma famille les voit parce que ma mère, par exemple, fait toujours des « jokes » du genre « Il est passé où mon petit garçon ? » alors je trouve ça un peu bizarre... En tout cas, c'est compliqué, mais bref, je me sens plus à l'aise (Jeff).

○ La temporalité « réelle » de la prise de photo

Les différentes fonctionnalités offertes par Snapchat donnent davantage l'impression aux jeunes que ce Rsn est conçu pour révéler leur quotidien : *Snapchat c'est plus pour montrer ta vie (Nadia)*. Nadia explique que ce Rsn est plus ancré dans une temporalité « réelle », car dès qu'une image est diffusée, l'heure et la date exactes de la prise de l'image (et non de la diffusion) apparaissent.

[...] quand tu publies sur Snapchat, ça écrit en haut de la photo « Publiée il y a 2 jours depuis la pellicule » [...] Alors si je vois ton Snapchat et que c'est une photo que tu as prise il y a 2 mois, mais que tu viens de la publier, ça va être écrit que ça fait 2 mois que la photo a été prise (Nadia).

Cette façon de faire pousse les jeunes à publier leurs égoportraits plus instantanément afin de toujours montrer une image se rapprochant le plus de la réalité possible et s'inscrivant dans le temps réel, comme l'exprime Nadia :

Je prends moins mon temps pour prendre les selfies qui sont sur Snapchat parce que je ne veux pas que les gens croient qu'ils ne sont pas à jour (Nadia).

- Facebook

Facebook offre des possibilités qui ne se retrouvent pas sur Snapchat et qui sont appréciées des jeunes. En effet, sur cette plateforme, il est possible d'ajouter différentes descriptions (dates, endroits où a été prise la photo, etc.), d'identifier d'autres usagers, de commenter publiquement et d'émettre une mention « J'aime » à une image publiée.

De plus, sur Facebook, les jeunes peuvent publier de vieilles photos sans que leurs contacts soient au courant du moment exact de la prise de l'image. Il offre donc une forme d'intemporalité :

Facebook, ça peut être des vieilles photos que tu publies plus tard, alors que sur Snapchat ce sont des photos instantanées. Souvent je préfère Facebook parce que moi je n'ai pas accès à Internet sans Wi-Fi (Erika).

Certes, les fonctionnalités qu'offrent Snapchat et Facebook diffèrent, mais les façons dont les jeunes les utilisent sont également distinctes selon les types de public à qui ils croient diffuser leurs égoportraits. Dans la prochaine partie, il est question du public ayant accès aux contenus publiés dans les Rsn. Cette partie de ce chapitre s'intéressant donc aux paramètres de confidentialité en lien avec les profils des jeunes et des raisons et motivations expliquant leurs choix.

4.3.2 Les publics qui ont accès aux égoportraits

Pour comprendre le sens de contenus publiés dans les Rsn, tel que les égoportraits, il importe de prendre en compte les gens qui peuvent consulter les diffusions des jeunes. En effet, il s'agit d'un aspect qui peut influencer leur diffusion.

Les paramètres de visionnement des photographies, choisis ou établis par défaut au sein des profils des jeunes, déterminent qui peut y avoir accès. Comme mentionné au point 4.1, aucun des participants dans le cadre de cette recherche n'a un profil Facebook complètement privé ; leurs profils sont soit semi-privés, soit complètement publics. Rappelons que semi-privé signifie que même si un usager ne fait pas partie de son réseau d'« amis » Facebook, il peut avoir accès à certaines informations le concernant, dont des égoportraits. Pour ce qui est de Snapchat, seule Nadia entretient un profil public ; les autres participants partagent leurs diffusions sur ce Rsn seulement avec leurs abonnés.

Les raisons sont multiples lorsqu'il est question du choix d'entretenir un profil semi-public ou complètement public dans les Rsn. En effet, elles sont justifiées soit par le fait qu'un jeune fait de nombreuses rencontres dans la vie de tous les jours, ou bien répond à un désir d'être vue par un maximum de personnes, ou simplement parce que la configuration des paramètres en mode public n'est pas intentionnelle et est seulement établie par défaut. Ces raisons sont abordées de manière plus approfondie dans ce qui suit.

Prenons d'abord l'exemple de Jeff, dont le profil est complètement public sur Facebook. Il explique ce choix en raison des nombreuses rencontres qu'il fait au quotidien : *[...] mon profil Facebook, je le mets public parce que je fais beaucoup de rencontres dans la vie de tous les jours (Jeff).*

Nadia, quant à elle, est la seule à avoir un profil public sur Snapchat. Elle le justifie par le souhait d'être vue par le maximum de personnes : *[...] à chaque fois que je publie un Snap, je veux qu'il y ait un maximum de personnes qui regardent ma photo.*

Livia affirme qu'elle entretenait, par le passé, un profil public seulement sur Instagram. Elle aimait faire la promotion de sa chaîne YouTube par le biais de ce Rsn. Depuis qu'elle ne fait plus de vidéo, elle dit avoir changé ses paramètres ; ses diffusions sont maintenant privées sur Instagram et semi-privées sur Facebook. Sur Snapchat, elle a toujours entretenu un profil privé :

[...] j'ai eu une passe où je faisais des vidéos sur YouTube, alors je mettais mon Instagram public pour que les gens puissent me trouver [...] Aujourd'hui mon Instagram est en mode privé. Et sur Facebook et Snapchat, je n'ai toujours accepté que mes amis (Livia).

Erika, de son côté, peut à l'occasion oublier que ses diffusions d'égoportraits sont en mode public et dit que cela ne la préoccupe pas, sauf lorsqu'elle reçoit des messages inopportuns :

Des fois, je l'oublie qu'il [l'égoportrait] est public et je le laisse comme ça, tant qu'il n'y a pas de creeps qui viennent me Inbox (Erika).

Pour ce qui est de Jayden et Jérémy, ces derniers n'accordent pas d'attention particulière aux paramètres de confidentialité. Les deux adolescents mentionnent qu'ils ont fait le choix d'un profil semi-privé sur Facebook et privé sur Snapchat qui, d'ailleurs, était déjà établi par défaut, au moment de leur inscription à ces Rsn.

De plus, il arrive que le public ayant accès aux égoportraits ait été préalablement sélectionné par le jeune. Ainsi, Livia, Jeff et Erika expliquent qu'ils préfèrent envoyer

leurs égoportraits en message privé à un groupe restreint d'amis. Ces envois se font par le biais de SMS ou en mode privé sur Facebook ou Snapchat.

[...] j'ai beaucoup de photos et de vidéos avec mes amis que je ne publie pas. Parce qu'on a toujours aimé ça en faire, mais je les garde dans mon cell et parfois je les envoie à ceux qui sont dedans (Livia).

[...] j'envoie souvent des photos connes de même à mes amis quand je n'ai rien à faire, mais celles-là je ne les mets pas dans ma « story » (sur Snapchat) [...] sur Snapchat, j'en envoie beaucoup à mes amis en privé. Par exemple, cette photo-là dans le bain où on voit seulement ma tête, j'en envoie des comme ça, mais seulement à mes amis, ou des fois à ma fréquentation (Jeff).

[...] des fois, je prends une photo et je l'envoie à mon amie en lui disant « Check ma face » (Erika).

Chez les jeunes ayant participé à cette recherche, il est fréquent de constater que leurs égoportraits sont accompagnés de descriptions, inscrites à côté de l'image (Facebook) ou à même celle-ci (Snapchat). La prochaine partie s'intéresse aux types de descriptions associées à la diffusion d'égoportraits.

4.3.3 Les descriptions inscrites par les jeunes lors de diffusion d'égoportraits

Erika, Jérémy, Nadia et Jayden mentionnent aimer inscrire une description directement sur l'image publiée sur Snapchat grâce aux fonctionnalités offertes de ce Rsn ou bien dans l'espace réservé à cet effet sur Facebook. Voici donc les types de descriptions qui ont été révélés lors des deux entretiens : des paroles de chanson ou pensées, des mots-clics et des inscriptions du moment. Ce qui suit, les aborde chacune, de manière plus approfondie.

- Paroles de chanson ou pensées

Lors de diffusion d'égoportraits individuels ou avec des amis, il est fréquent d'observer l'inscription de paroles de chanson ou de pensées, adressés ou non à des amis. Ces pensées peuvent être accompagnées d'identifications de personnes ou non. Erika le met en pratique :

Ah, j'ai inscrit ça [paroles de chanson] parce que j'ai fait un screenshot des paroles d'une chanson que j'écoutais à ce moment [...] ça représentait bien mon humeur du moment (Erika).

Lorsqu'il est question d'égoportraits avec des amis, il peut être inscrit une pensée ou une expression soulignant l'amitié entre les personnes présentes sur l'image. Par exemple, sur un de ses égoportraits, Erika est accompagnée de ses copines. Elle y a inscrit : *"My real bitches since day one"*.

- Mots-clics

Il a été observé lors des entretiens qu'Erika et Livia ajoutent ou ajoutaient à l'occasion des mots-clics à leur diffusion d'égoportraits. Beaucoup de mots-clics sont de leurs inventions, car aucune page de recherche existante contenant tous les messages n'y est rattachée. Ces mots-clics ne semblent être que des mots connus par l'entourage de ce dernier (ex. : #lesmounessontfines, #beaute, etc.). Par contre, sur le profil d'Erika il est observé qu'un des mots-clics ajoutés ait un lien avec son profil sur Snapchat. Sur l'image directement, il est inscrit « Bye Montréal, Hello Toronto ». C'était le jour de son départ pour des vacances à Toronto. Dans la description, elle a ajouté un mot-clic signifiant le pseudonyme du profil qu'elle entretient sur Snapchat :

Tout d'un coup que quelqu'un aime la photo et qu'il veuille voir d'autres photos qui seraient sur mon Snapchat, vu que ce ne sont pas les mêmes que sur Facebook. Il va y en avoir plus sur Snapchat, vu qu'elles durent seulement 24 heures (Erika).

- Inscription du moment

Sous l'impulsion du moment, un jeune peut choisir d'inscrire une inscription se rattachant à l'instant de la prise de l'égoportrait, cette façon de faire est une pratique observée chez Nadia, Erika et Jayden.

C'est rare que j'écrive des choses. Souvent j'écris « c'est plate », ou je peux mettre le « filter » avec l'heure, ou encore je vais mettre la température qu'il fait... Sinon je ne mets pas vraiment autre chose (Jayden).

L'inscription sur Facebook seulement peut également permettre d'identifier d'autres usagers de ce Rsn figurant ou pas sur l'égoportrait. Dans la prochaine partie, la présentation des façons de faire lorsqu'il est question d'identification est détaillée.

4.3.4 Les identifications

Sur Facebook seulement, il est possible d'identifier d'autres personnes sur les égoportraits publiés. Les résultats révèlent différentes façons de faire se rattachant aux identifications.

Une des habitudes d'identification sur les égoportraits avec des amis consiste à simplement inscrire les noms des personnes présentes sur la photo.

Je peux aussi juste identifier des personnes sur mes selfies si je suis avec eux dans la photo (Erika).

Sur ce selfie, c'est un de mes amis qui m'a tagué. Sur celle-là, on me voit un peu, c'est mon ami qui a pris la photo (Jayden).

Par contre, sur les égoportraits d'Erika et de Livia, l'identification d'amis ne rime pas toujours avec la présence de la personne sur la photo. Cette façon de faire permet de seulement signifier qu'ils sont tous dans un même lieu au même moment.

Des fois, c'est parce qu'on est au même endroit. Par exemple, je suis au centre [de loisirs], et je prends une photo de seulement moi, ben je peux taguer du monde qui sont au centre aussi en même temps (Erika).

C'est souvent avec des amis, comme à des fêtes. Ils me taguent dedans même si je ne suis pas sur la photo. Ou encore à l'école de danse. C'est juste pour dire qu'on était tous au même endroit (Livia).

Une autre habitude est d'identifier des amis pour le plaisir sur des égoportraits individuels. Il s'agit d'une façon de montrer aux autres jeunes que la personne figurant sur l'égoportrait a une pensée pour eux. Jeff explique qu'il n'y a aucune raison particulière à cette pratique : *Pour absolument rien. Parce que ça me tentait de taguer 43 personnes (Jeff).*

Jérémy quant à lui se fait identifier à l'occasion par ses amis, mais n'identifie jamais personne sur ses égoportraits. Par exemple, une de ses copines l'a identifié sur un de ses égoportraits. Il explique la raison de ce geste ainsi :

Je ne sais pas pourquoi elle m'a tagué, j'imagine qu'elle voulait que je voie ça, ou qu'elle pense à moi (Jérémy).

L'identification est une pratique répandue chez les participants à la recherche. Par contre, lors des entretiens, l'étudiante-chercheuse a pu constater qu'une autre habitude, connue de tous, y est également associée, il s'agit des « choices ».

4.3.5 Les « choices »

Les « choices » sont des habitudes de diffusion avec lesquelles sont familiers tous les participants à cette recherche. Il s'agit d'envoyer deux égoportraits en message privé à différents amis en leur demandant de choisir lequel devrait être publié. Cette pratique se fait seulement sur Facebook. Lorsque le jeune demandant un « choice »

obtient une réponse de tous ceux à qui il l'a envoyé, il va publier l'égoportrait choisi par la majorité. Ensuite, lors de la diffusion, le jeune identifiera tous les usagers ayant choisi cette image en privé. Voici un exemple type révélé par Érika :

Tu peux taguer du monde quand tu veux, comme admettons quand tu les « Inbox », tu leur demandes laquelle tu devrais mettre, tu leur donnes le choix entre deux photos, tu peux après les mettre en « Choice ». Pis après, toi tu mets les personnes qui voulaient que ce soit cette photo-là, pis tu les tagues dessus (Erika).

Les identifications et les « choices » s'avèrent être des façons de faire octroyant une plus grande visibilité aux égoportraits sollicitant des réactions de la part des autres usagers. Tous les jeunes de la recherche mentionnent différents types de communications pouvant être suscités par la diffusion d'égoportraits, nous les présentons au prochain point.

4.3.6 Les réactions suscitées par la diffusion d'égoportraits

Chez les jeunes rencontrés, la diffusion d'égoportrait suscite différents types de réactions de la part des internautes qui les regardent : la mention « J'aime » sur Facebook, les commentaires inscrits en mode public sur Facebook, les « vues » sur Snapchat et les messages reçus en clavardage privé. Ces différents types de réactions ont été répertoriés sous les sous-catégories : type(s) de commentaire(s) reçu(s) et suppression de commentaires.

Il est donc présenté ici ces différentes réactions ainsi que les aspects qu'elles comportent.

- La mention « J'aime » sur Facebook

Pour tous les jeunes, à l'exception de Nadia qui n'est plus abonnée à Facebook, l'utilisation de la mention « J'aime » sert à dire à l'auteur de la photographie publiée qu'elle lui plaît : *Ça vient naturellement, quand je vois une photo et que j'ai une réaction certaine, je vais « liker »* (Livia).

De plus, lors de diffusions de ses égoportraits, Jeff mentionne qu'il est important pour lui d'être à l'affût du nombre de mentions « J'aime » qu'il réussira à obtenir et peut même aller jusqu'à se donner des objectifs.

[...] des fois quand je n'ai rien à faire je me fixe des objectifs de « J'aime », mais je m'en fous si je ne le respecte pas, c'est vraiment juste pour rire. Par exemple, je peux me dire « Je veux avoir 100 j'aime ! ». Mais c'est vraiment pour niaiser, ce n'est rien de sérieux (Jeff).

Malgré le fait qu'il mentionne faire cela par simple plaisir, il a été observé que cette volonté à vouloir le plus de mentions « J'aime » sur Facebook peut éventuellement devenir une source d'angoisse chez Jeff. Lors du second entretien, il a partagé avec l'étudiante-chercheure son questionnement face à un égoportrait publié la journée précédente :

[...] ce qui m'énerve avec cette photo-là, c'est tellement cave, mais il y a une différence de comme 70-80 « likes ». Je me demande vraiment si elle est belle. Parce que j'ai 70 « likes » sur cette photo-là, mais celle d'avant, j'en avais 158. C'est un gros écart alors je me demande si les gens ne l'ont pas « liké » parce qu'ils ne la trouvent pas belle ? Parce que moi je la trouvais vraiment belle, ma nouvelle photo. Je suis vraiment content parce que c'est la seule photo où je porte mes lunettes et je me trouve beau (Jeff).

Livia explique cette source d'angoisse ainsi :

[...] je crois que ce qui stress le plus, c'est que quand tu as une photo avec beaucoup de « J'aime », à la prochaine photo que tu vas mettre, tu attends d'avoir plus ou autant de « J'aime » pour ne pas que ça soit bizarre (Livia).

Par ailleurs, afin d'obtenir un maximum de mentions « J'aime » ou de commentaires, les jeunes peuvent identifier d'autres usagers sur la photo ou bien utiliser la technique des « choices ». Cette habitude de diffusion est expliquée au point 4.3.5. En effet, lorsqu'un jeune identifie une personne sur son égoportrait, cette image peut éventuellement être affichée sur la page de profil de la personne identifiée, si celle-ci accepte. Par contre, l'image ne s'affichera pas si la personne identifiée a des paramètres de confidentialité ne permettant pas la diffusion d'un contenu en provenance d'un autre abonné Facebook sur son profil.

Cela dit, tous les jeunes de cette recherche, à l'exception de Nadia, affirment être à l'aise lorsque l'égoportrait d'un ou d'une ami(e) est affiché sur leur profil : *Non, ça ne me dérange pas, les gens voient juste que c'est mon amie et qu'elle m'a taguée* (Jérémy). Ainsi, dès qu'il y a identification d'un abonné sur un égoportrait, il est fréquent que cette image soit vue par tous les contacts de la personne identifiée.

Souvent ils font des « choice », vu que c'est moi qui ai choisi la photo qu'elle a mise sur Facebook. Et vu que comme ça la photo va apparaître sur mon « wall », ça donne plus de « likes » parce qu'elle va être plus visible (Livia).

C'est une façon d'avoir des « likes » parce que tu tagues du monde et eux ils vont « liker » automatiquement. La photo apparaît sur leur mur aussi (Jeff).

Bref, les jeunes peuvent publier des égoportraits seul ou accompagné et identifier tous les amis Facebook qu'ils souhaitent, même ceux qui ne figurent pas sur la photo.

- Les commentaires inscrits en mode public sur Facebook

Sur Facebook, il est possible pour les internautes d'inscrire des commentaires sur les images qui peuvent être vus par tous, ce qui peut éventuellement susciter des interactions. Sur Snapchat, cette fonctionnalité est inexistante. Pour Jeff, un commentaire a beaucoup plus de valeur qu'une mention « J'aime » :

[...] c'est sûr que ça fait toujours plaisir d'avoir plusieurs « J'aime » et des commentaires, mais ce qui compte le plus pour moi, ce sont les commentaires. Un « J'aime » je m'en fous un peu, n'importe qui peut faire ça en prenant un quart de seconde pour appuyer sur le bouton. Mais un commentaire positif de la part de gens à qui tu tiens vraiment comme tes parents, tes vrais amis, ça fait toujours du bien. Par exemple, sur mes photos de profil, moi j'aime vraiment ça voir que mes amis aiment ou commentent mes photos (Jeff).

Il est fréquent que les gens mentionnent que la personne est jolie, bien habillée ou veulent se renseigner sur un élément de la photo, comme l'explique Erika :

[...] des fois, on commente pour me dire que j'étais vraiment belle sur la photo, ou bien on va me demander où j'ai acheté mon linge. On va aussi me demander dans quelle circonstance j'ai pris la photo (Erika).

Par contre, il survient à l'occasion qu'il y ait inscription de commentaires désobligeants de la part d'autres usagers suite à la diffusion d'égoportraits. Jeff explique que ça lui est déjà arrivé dans le passé :

Oui, ça arrivait surtout avant parce que je n'étais pas vraiment à mon avantage, disons ça comme ça [...] certaines personnes me disaient « Osti de gai », des choses de mêmes, des commentaires vraiment immatures. C'était plus en secondaire 1 et 2 (Jeff).

Les façons de réagir face à ce genre de propos haineux peuvent différer selon les jeunes. Jeff mentionne qu'il a souvent confronté des personnes en répondant directement aux commentaires en ligne :

[...] j'étais du genre à répondre « Go je te fais un fight ». Je ne sais pas pourquoi. En plus je n'ai souvent rien à faire de mes soirées alors je me disais pourquoi pas répondre (Jeff).

Lorsqu'il leur a été demandé s'ils leur arrivaient d'effacer des commentaires, Erika a été la seule participante à répondre par l'affirmative. Pour celle-ci, les commentaires qui n'ont aucun lien avec l'égoportrait publié n'ont pas lieu d'être :

Ben des fois quand les personnes commencent à parler, à avoir une conversation sur ma photo, ça m'énerve, et je suis comme « aller parler ailleurs ». Et là, j'efface les commentaires « irrelevants » (Erika).

Nadia, pour sa part, pense qu'il est mal vu de supprimer des commentaires, car certaines personnes peuvent remarquer cette suppression : [...] *des fois les gens remarquent et demandent pourquoi on a effacé le commentaire, c'est mal vu.*

- Les « vues » sur Snapchat

Sur Snapchat, les « vues » correspondent au nombre de fois qu'un abonné clique sur un contenu publié par un autre usager afin de le regarder en format plein écran. À ce moment, le système informe l'auteur qu'une nouvelle personne a visionné la photo ou la vidéo, sans toutefois dévoiler son identité. Nadia est la seule participante de la recherche qui explique que cette fonctionnalité est très importante pour elle :

Ils [d'autres usagers] me Snapchat tout le temps, c'est ça que j'aime. Et il y a beaucoup de gens qui regardent mes photos. Par exemple si ça fait 3 minutes que j'ai publié un selfie, il peut déjà avoir environ 20 personnes qui vont l'avoir vu. C'est ça qui m'a fait devenir accro à ça (Nadia).

- Les messages reçus en clavardage privé

Tous les jeunes de la recherche mentionnent avoir reçu des messages en clavardage privé suite à la diffusion d'égoportraits. Il est possible de recevoir ces types de messages autant sur Facebook que sur Snapchat.

Les émetteurs de ces messages peuvent être des personnes connues ou non, ou qui désirent établir un contact avec eux.

Certains ne commentent pas, mais ils m'envoient des messages en privé en me disant « tu es très belle, c'est quoi ton numéro... blablabla, est-ce qu'on pourrait sortir ? (Erika).

Par exemple, beaucoup des messages privés que je reçois, c'est de la part de gens qui ne m'importent pas. Des gens qui me demandent des photos de moi nu, parce qu'ils me trouvent beau, mais je trouve ça poche à la longue et ça peut me rendre déprimé des fois que des gars énervants qui me trouvent beau m'envoient des messages. Parce que moi, je m'en fous d'eux. Tout ce qu'ils veulent, c'est des « nudes » (Jeff).

Des commentaires transmis en privé suite à la diffusion d'égoportraits peuvent également avoir pour unique raison de taquiner la personne ; raison pour laquelle ils ne sont pas diffusés en mode public. Jérémy partage un échange survenu suite à la diffusion d'un égoportrait :

[...] cette photo-là justement mon imperfection c'était mes cheveux laids, mes amis m'ont renvoyé plein de fois la photo en privé pour niaiser en encerclant mes cheveux (Jérémy).

4.3.7 La pratique de l'égoportrait n'aboutit pas toujours à sa diffusion

La pratique de l'égoportrait ne rime pas toujours avec sa diffusion instantanée dans les Rsn. Tous les jeunes rencontrés font une distinction claire entre prendre et publier un égoportrait. Les raisons sont multiples. Voici celles exprimées dans le cadre de cette étude, expliquant une non-diffusion ou une diffusion tardive d'égoportraits dans les Rsn.

- **Aucune image satisfaisante**

Jeff et Erika mentionnent qu'il est fréquent que suite à une séance de plusieurs photos d'eux-mêmes seul(e) ou avec des amis, ils n'en considèrent aucune suffisamment réussie pour la diffuser, et donc décident tout simplement de n'en publier aucune.

[...] Des fois, on essaie de prendre des selfies et ça ne marche juste pas. Comme ici [montre une image sauvegardée dans son téléphone cellulaire], elle

[son amie] a le regard vide, elle ne regarde nulle part et moi je ne suis pas à mon meilleur non plus, alors, je ne le publie pas, je fais juste le garder dans mon cellulaire (Jeff).

Moi ça me prend 10 essais. Parce que des fois, je me dis juste « fuck it », je laisse faire, il n'y en a pas une qui me plaît vraiment (Erika).

- Garder des souvenirs pour soi

Les jeunes peuvent également prendre des égoportraits afin de préserver des souvenirs d'eux ou bien se rappeler de bons moments passés avec leurs amis :

[...] il peut arriver que les photos de moi ou avec mes amis je les garde pour moi seulement pour que je les regarde de temps en temps (Jeff).

Oui, ici j'ai beaucoup de selfies en mémoire [en présentant les images sauvegardées dans son téléphone cellulaire]. Celle-là c'était hier, celle-là ce matin. Je fais ça pour me garder des souvenirs (Livia).

- Pour s'amuser

Un égoportrait peut ne pas être publié, car la séance d'autoportraits photographiques n'a aucun autre objectif que de s'amuser, comme l'exprime Érika :

Ben, ça m'arrive d'en prendre plus et je les efface à mesure. Ça m'arrive même d'en prendre vraiment beaucoup et je les efface tous, je n'en publie pas un, je fais juste ça pour m'amuser (Erika).

- Temps de réflexion entre la prise d'égoportraits et leur diffusion

Certains jeunes aiment bien se donner un moment de réflexion avant de choisir s'ils publient ou non un égoportrait. Ils les gardent en mémoire dans leur téléphone cellulaire ou leur tablette : [...] *parfois pour les publier plus tard, et des fois c'est parce que je ne suis pas encore sûre si je devrais les publier ou pas (Nadia).*

De plus, devoir attendre d'avoir un accès à une connexion Wi-Fi afin d'accéder à Internet, ou bien effectuer une manœuvre de transfert d'image sur un ordinateur peut

dissuader un jeune de publier un égoportrait. Il arrive donc que l'égoportrait ne soit pas publié, tout simplement par manque de connexion au réseau.

Mon téléphone n'est pas connecté à mon Wi-Fi. Alors le temps que je transfère la photo à mon ordi, et que je branche mon ordi à Internet et tout : je me demande si la photo en vaut vraiment la peine. Et souvent la réponse, c'est « non », parce que je réalise que j'ai d'autres choses à faire (Erika).

Maintenant que la pratique de l'égoportrait a été présentée sous la perspective de la diffusion, il importe de la mettre en lien avec le cœur de notre sujet de recherche étant sa participation dans la représentation de soi chez les jeunes. Une troisième catégorie a été mise en place lors de l'analyse et la codification des données se rapportant à ce thème.

4.4 La représentation de soi dans la pratique de l'égoportrait

Afin de bien comprendre le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la représentation de soi chez les jeunes, il a fallu codifier et analyser des données en lien avec la représentation de soi. La catégorie « Représentation de soi et identité » regroupe six sous-catégories en lien avec la diffusion d'image de soi : identification aux pairs ; affirmation identitaire ; fidélité ou non-fidélité de l'image projetée de tous les jours ; et source de valorisation personnelle. Une sous-catégorie « autre » a été ajoutée, car certains segments soulevaient des enjeux en lien avec la représentation de soi, mais ne répondaient toutefois pas à nos objectifs de recherche. Au total, 145 de segments ont été analysés et codifiés. Le tableau 4.6 présente d'abord la proportion des segments mentionnés par les participants se rapportant seulement à la catégorie « Représentation de soi et identité ».

Tableau 4.6 Proportion de l'ensemble des segments relatifs à la catégorie « Représentation de soi et identité » lors des entretiens selon les participants

	Jérémy n°%	Jayden n°%	Livia n°%	Erika n°%	Jeff n°%	Nadia n°%	Total % de la catégorie
Proportion des segments relatifs à la catégorie « Représentation de soi et identité »	10 %	10 %	14 %	28 %	20 %	19 %	100 %

Ces résultats permettent de voir les jeunes qui ont plus ou moins abordé les thèmes de la représentation de soi et de l'identité dans la prise d'égoportraits.

Le tableau 4.7 indique quant à lui les pourcentages des segments relatifs aux sous-catégories, selon les participants. Ces résultats permettent de voir dans quelle proportion chacun a parlé de ces sous-catégories.

Tableau 4.7 Pourcentage des segments relatifs à la représentation de soi et l'identité lors des entretiens selon les participants

	Jérémy n°%	Jayden n°%	Livia n°%	Erika n°%	Jeff n°%	Nadia n°%	Total % par sous catégories
Identification aux pairs	23 %	14 %	14 %	20 %	14 %	0 %	11 %
Affirmation identitaire	23 %	7 %	14 %	20 %	3 %	7 %	14 %
Fidèle à l'image projetée de tous les jours	23 %	21 %	0 %	7 %	10 %	4 %	12 %
Non-fidèle à l'image de tous les jours	0 %	0 %	14 %	0 %	7 %	15 %	8 %
Source de valorisation personnelle	0 %	21 %	0 %	29 %	28 %	37 %	23 %
Autre	38 %	35 %	57 %	24 %	38 %	37 %	32 %

Dans cette dernière partie du chapitre IV, des faits saillants sont présentés en vue de mettre en relief des éléments se rapportant à la représentation de soi et l'identité. Ces faits saillants permettent ainsi d'aborder des aspects en lien avec le troisième objectif de cette recherche, soit la compréhension du rôle de la pratique de l'égoportrait dans la représentation de soi chez les jeunes.

4.4.1 L'identification aux pairs

Il a été remarqué chez tous les participants, mise à part Nadia (la plus âgée de cette recherche), que l'identification aux pairs est un des objectifs derrière la pratique de l'égoportrait. Beaucoup d'égoportraits diffusés dans les Rsn par les participants de cette recherche qui ont été observés lors des entretiens les montrent accompagnés de leurs amis dans différentes situations. Livia croit [...] *qu'involontairement, c'est pour montrer que tu as des amis* (Livia). Et pourquoi est-ce important de se montrer avec ses amis sur les Rsn ? Jeff répond : [...] *j'aime ça montrer que j'ai une vie sociale, parce que montrer aux gens que tu as une vie sociale, ça t'aide à en avoir une. Parce que les gens se disent que tu dois être amusant dans la vie si tu as des amis.* (Jeff).

Par contre, lorsque cette même question est posée à Erika qui affiche de nombreux égoportraits avec ses amis, elle répond : *Je m'en fous que les gens voient mes selfies avec mes amis, je fais ça pour moi [...] je n'ai rien à prouver à personne. Si moi je sais que j'ai des amis, c'est ça l'important, tu n'as pas besoin de le savoir* (Erika).

Pour Jayden et Jeremy qui ont plus d'égoportraits accompagnés de leurs amis que seuls, la réponse à cette question se trouve seulement dans l'amusement qu'il y retrouve en prenant la photo avec leurs amis :

Ça, c'est un selfie où on niaisait après l'école, on en a pris plein juste pour le fun (Jayden).

Ça c'est une photo avec mon ami qui a pris une photo au mauvais moment où je ne regardais pas vraiment, j'étais plus comme « Qu'est-ce que tu veux ? » et ça a donné ça, c'est juste drôle (Jeremy).

L'identification aux pairs peut également se faire lorsque le jeune identifie des amis qui sont présents ou absents de leurs égoportraits, comme il a été présenté aux points 4.3.4 et 4.3.5.

4.4.2 L'affirmation identitaire

Plusieurs segments déjà présentés dans ce chapitre font référence à une affirmation identitaire chez tous les jeunes rencontrés. Cette sous-catégorie renvoi à la manière dont le participant se perçoit et l'image qu'il désire véhiculer lors de sa pratique de l'égoportrait.

Cette affirmation de soi peut prendre plusieurs formes qui ont déjà été présentées aux points 4.2.1 révélant les différentes motivations derrière la prise d'égoportraits. En effet, il a été observé que la diffusion d'égoportraits est souvent porteuse de signification pour le jeune lorsqu'il cherche à montrer de ce qu'il est : *Les gens aussi savent que mes selfies reflètent que j'ai du caractère (Erika).*

4.4.3 Un égoportrait : fidèle ou non à l'image projetée de tous les jours

Les jeunes de cette recherche ont des points de vue différents sur la question de savoir si les égoportraits qu'ils diffusent dans les Rsn sont fidèles à l'image qu'ils véhiculent dans la vie de tous les jours. Trois jeunes, dont Jérémy, Jayden et Erika, mentionnent que leurs égoportraits sont fidèles à ce qu'ils sont :

Oui, totalement [...] parce que ce que je ferais dans la vie, je le fais aussi sur Facebook (Jérémy).

[...] je me montre souvent paresseux et sociable sur mes selfies, ce que je suis dans la vraie vie (Jayden).

Les gens savent que je ne me maquille pas beaucoup, et que je ne fais pas tant d'affaires que ça (Erika).

Pour Livia, Jeff et Nadia, leurs égoportraits ne sont pas toujours fidèles à ce qu'ils projettent dans la vie de tous les jours.

[...] je pense que pour tout le monde, c'est comme ça. Je pense que la plupart des gens ne font pas des faces aussi naturelles que dans la rue, par exemple [...] Sur un selfie, tu te prépares, tu poses, tu réessaies, c'est difficile, il faut avoir une belle image pour la publier. Dans la réalité, je n'aurais pas la même pose, la même face naturellement. Il y a plein de faces que je fais dans la vie que je ne ferais jamais en photo volontairement (Livia).

Ma personnalité n'est pas exposée sur les réseaux sociaux, c'est seulement mon corps, pas mes émotions, rien. Et ils [ses amis et sa famille] disent que ce serait plus intéressant de publier une photo de moi qui sourit, un moment donné. Pour que les gens puissent mieux voir de quoi j'ai l'air dans la vraie vie (Jeff).

Non, quand je prends des photos, des fois, ce n'est pas moi. Tu ne vas pas me reconnaître [...] quand j'ai mon Snapchat pour moi, c'est comme si je suis une vedette [...] Je fais comme si j'étais aux États-Unis (Nadia).

4.4.4 Les sources de valorisation personnelle

Lors des entretiens, deux sources de valorisation personnelle ont été observées par l'étudiante-chercheuse. Certains jeunes trouvent une certaine forme de valorisation par la mise en valeur d'atouts physiques, d'autres aiment se rappeler ce qu'ils étaient et constater une évolution ou un certain progrès.

- Mise en valeur d'atouts physiques

Pour Erika, Jeff et Nadia, la pratique d'égoportraits est une forme de mise en valeur de leurs atouts physiques.

Lors de l'observation du profil d'Erika, il a été remarqué par l'étudiante-chercheuse qu'il est fréquent pour Erika d'exposer dans ses égoportraits le haut de sa poitrine, des ongles manucurés et de prendre une pose avec une bouche en cœur. Erika se considère tout de même naturelle dans les égoportraits qu'elle publie. Elle mentionne que ses atouts physiques le sont tout autant et ce qu'elle reflète est bien ce qu'elle est.

Oui, je ressemble à ce que je montre. Regarde celle-là [elle montre un selfie], il y a des filles qui sont « My god, elle a des gros seins », mais oui c'est vrai, tu sais que c'est réel. Tandis que certaines filles vont se mettre d'un angle avec le lighting pour faire croire qu'elles ont des gros seins, mais en vrai ce n'est pas ça. Moi, tu vois, c'est vrai (Érika).

Jeff publie également des égoportraits en adoptant des poses très séduisantes dans les Rsn. Sur les égoportraits de Jeff, il est difficile d'en trouver un qui ne rend pas explicite une envie de se montrer aguichant. Jeff a fait le constat suivant lors du visionnement de ses égoportraits : *En regardant mon profil avec toi, je me rends compte que sur mes photos j'essaie d'avoir l'air le plus sexy possible (Jeff).*

Du côté de Nadia, il n'a pas été observé d'égoportraits adoptant des poses osées ou explicites lors des entretiens. Nadia mentionne tout de même aimer mettre de l'avant ses atouts physiques afin de montrer qu'elle a des tatous : *J'aime montrer mon chest à cause de mes tatous* (Nadia). Par contre, elle rétorque que lorsque ses égoportraits sont trop osés, son copain ou ses amies vont lui faire un commentaire l'incitant à retirer l'image des Rsn : *Mes amies, mon chum peuvent me dire : « Enlève ça tout de suite ! »* (Nadia).

Pour ce qui est des trois autres participants de cette étude, il n'a été constaté aucune diffusion d'égoportrait explicite ou abordant un côté aguichant.

- Des souvenirs de ce qu'ils étaient

Pour Jeff, Nadia et Erika, les égoportraits pris par le passé, qu'ils ont publiés ou non, et qui peuvent toujours se trouver dans les banques de photos de leurs téléphones cellulaires, s'avèrent être des traces de ce qu'ils étaient avant.

Pour Jeff en particulier, il est important de se rappeler ce qu'il était :

[...] ça nous permet de voir nos progrès. Par exemple, si je compare à quand j'étais en secondaire 1, j'ai perdu comme 45-50lbs. Alors ça nous donne quand même confiance en nous parce que ça nous montre notre progression (Jeff).

Ce dernier dit également aimer regarder ses beaux égoportraits lorsque survient une journée où il ne se sent pas en forme :

[...] quand je doute de moi-même, je peux regarder les plus belles photos que j'ai prises de moi et me dire que la façon dont je me vois présentement n'est pas nécessairement ce que je suis, parce que certains jours, je me sens hyper mal pour X raisons [...] ça me fait du bien de voir une photo où cette journée-là j'étais bien (Jeff).

Nadia, quant à elle, aime bien revoir les égoportraits qu'elle a publiés dans le passé afin de se complimenter :

Des fois, je peux être à l'arrêt de bus, je regarde mes selfies et je me donne plein de compliments. Je peux regarder mes photos pendant un bout et faire comme « wow ! » (Nadia).

Par contre, il peut survenir que de regarder à nouveau ses égoportraits ne soit seulement qu'une question de rappel esthétique. C'est le cas d'Erika qui aime revoir ses égoportraits pris dans le passé pour se rappeler un maquillage ou un habillement qui lui plaisait : [...] *j'aime me rappeler les outfit que je portais, vu que ça m'allait bien, ou de me rappeler de refaire ce makeup (Erika).*

4.5 L'évolution de la pratique de l'égoportrait

Avant de clore ce chapitre, il est intéressant de se pencher sur la vision de la pratique de l'égoportrait chez les jeunes lorsque ceux-ci n'en voient plus la nécessité. Livia, Jeff et Erika sont les trois participants de cette recherche qui précisent leur pensée à ce sujet.

D'abord, l'arrêt de la pratique d'égoportraits peut se faire graduellement, c'est le cas de Livia :

Ouais, mais ce n'est pas que j'ai arrêté, je ne me suis pas dit « Je vais arrêter », mais c'est que j'en faisais moins, et là je ne vois pas vraiment l'intérêt. Mais ça se peut que j'en refasse, mais je ne les publie pas nécessairement [...] avant, je publiais des choses que je trouve bizarre maintenant, j'ai vieilli et en regardant ça plus tard je les ai supprimées (Livia).

Pour ce qui est de Jeff, une réflexion a émergé entre le premier et le second entretien.

Jeff l'exprime ainsi :

Je ne sais pas, je me suis comme tanné de prendre toujours des photos. Je me suis comme rendu compte que j'avais une vie et que j'avais autre chose à faire que de prendre des photos pour partager ma vie avec les gens. Ma vie, ça m'appartient. Ça beau faire 2 mois environ qu'on s'est vu, j'ai vraiment eu ce déclic-là et je me suis dit qu'il faudrait vraiment que j'arrête de vouloir tout le temps prendre des photos. Parce que ça ne sert vraiment à rien [...] Avant, je voyais ça plus comme une obligation. Aussi, il y avait une partie de moi qui voulait se faire dire des compliments parce qu'il y a beaucoup de gars qui me suivent sur Snapchat et Facebook. Mais un moment donné, je me suis dit, « Je le sais que je suis cute, j'ai d'autres choses à faire de ma vie » (Jeff).

Pour Erika, c'est une question de temps et de priorité. Entre les deux entretiens, elle a réalisé que l'entrée au Cégep approchait à grands pas : *Non, j'ai d'autres priorités. Avant mes devoirs n'étaient pas si importants, mais là je dois remonter ma moyenne pour aller au Cégep (Erika).*

4.6 La synthèse et les constats des résultats de recherche

Les résultats présentés dans ce chapitre révèlent différents aspects en lien avec le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la représentation de soi des jeunes. Certains résultats méritent d'être synthétisés et mis en relief afin d'être interprétés et discutés dans le chapitre V.

Concernant les intentions derrière la prise de l'égoportrait.

1. Les six motivations présentées au point 4.2 juxtaposées à plusieurs constats émis dans ce chapitre permettent d'émettre quatre intentions principales

pouvant justifier la prise et la diffusion d'égoportraits chez les participants de cette recherche :

- a. Montrer qu'ils ont une vie sociale et active ;
- b. Se faire complimenter ;
- c. Renforcer les liens avec ses pairs ;
- d. Susciter l'envie et la jalousie.

Concernant le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la période adolescente, et plus globalement, de la jeunesse.

- 2. Les identifications d'autres usagers sur les égoportraits, le maintien de profils semi-publics ou complètement publics et les types de réactions obtenues suite à la diffusion d'égoportraits sont tous des facteurs pouvant influencer le genre de valorisation de soi que le jeune peut acquérir.
- 3. Les points de vue des jeunes lorsque l'étudiante-chercheuse les a questionnés sur la fidélité ou non de l'image véhiculée dans les égoportraits par rapport à l'image de tous les jours renseignent sur les manières d'explorer différents aspects de leurs identités afin de les confirmer ou de les infirmer.
- 4. Une prise de recul, par les jeunes, de leur évolution dans le temps (et du fait qu'ils vieillissent) est rendue possible grâce à la pratique de l'égoportrait qui leur permet de consulter les anciens égoportraits produits par le passé.
- 5. Chez certains jeunes, il peut survenir un arrêt de cette pratique lorsque ceux-ci n'en voient plus la nécessité. Cette façon d'aborder la pratique de l'égoportrait peut s'avérer être une piste intéressante pour cerner le rôle que celle-ci joue dans la représentation de soi du jeune.

Concernant les risques de cette pratique sur la représentation de soi.

- 6. Certains comportements adoptés lors de la pratique de l'égoportrait comme la dépendance ou le calcul de son capital social via les réactions suscitées lors de

sa diffusion peuvent sembler questionnables sur le développement d'une représentation de soi positive.

Concernant l'évolution de la pratique de l'égoportrait.

7. L'égoportrait vidéo peut devenir une option qui s'ajoute à l'égoportrait photographique lorsque le jeune tente de se représenter dans les Rsn ou seulement produire des égoportraits vidéo pour lui-même.

Ces principaux résultats sont mis en relation au prochain chapitre afin d'apporter des pistes intéressantes de réflexion pouvant répondre à la question de recherche mentionnée au chapitre I :

En quoi la pratique d'égoportraits contribue-t-elle à la représentation de soi des jeunes de 14 à 18 ans ?

CHAPITRE V

INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS ET DISCUSSION

Ce dernier chapitre est dédié à l'interprétation et à la discussion des résultats présentés au chapitre précédent. Ils sont mis en lien avec plusieurs concepts abordés dans les deux premiers chapitres. Les thèmes centraux abordés dans cette dernière partie du mémoire sont les suivants : la construction de l'image projetée, la perception de la pratique de l'égoportrait comme une phase d'exploration de soi à l'adolescence, les aspects critiques dans cette pratique et l'évolution de la pratique par l'égoportrait vidéo. En terminant, les éléments principaux qui permettent de répondre à la question de recherche de ce mémoire sur le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la représentation de soi des jeunes sont présentés.

5.1 Les intentions derrière la pratique de l'égoportrait

Les résultats issus des différentes motivations de prises d'égoportrait et de leur compréhension dans le cadre plus large des résultats de recherche émis au chapitre IV mènent à comprendre que les images projetées par les égoportraits et leur diffusion dans les Rsn répondent à différentes intentions chez les jeunes. Ces intentions délimitent et règlent le genre d'interactions que le jeune publiant l'égoportrait entreprend avec les autres usagers, comme le soutient Gunthert (2013). Ainsi, les intentions de représentation de soi se faisant par l'image projetée permettent une mise en scène du jeune dans son environnement social rappelant les concepts de la représentation et de l'idéalisation de Goffman (1973a). Rappelons qu'une représentation constitue la totalité de l'activité d'une personne afin d'influencer une

autre personne ou bien un entourage, alors qu'une idéalisation consiste en la démonstration de l'incorporation de valeurs socialement reconnues.

Cette idéalisation est, selon Goffman (1973a), essentielle à l'ascension sociale qui s'établit d'abord selon certains schèmes psychiques sur lesquels reposent les comportements à adopter afin de mieux agir devant ses différents publics. Ces schèmes psychiques semblent s'expliquer, entre autres, à travers les intentions derrière la prise d'égoportraits. En effet, cela montre bien que les jeunes ayant participé à cette recherche ont une idée du genre de comportements à adopter dans la prise de l'égoportrait en fonction de ce qu'ils veulent montrer et du public auquel ils pensent s'adresser (*Ibid.*). De plus, ces intentions révèlent une diversité dans les modes de présentation de soi dans leur diffusion dans les Rsn, ce qui rejoint également les propos de Coutant et Stenger (2010). L'interprétation des résultats permet donc d'établir quatre intentions principales rattachées à la représentation de soi chez les participants de cette recherche : 1) montrer qu'ils ont une vie active (5.1.1); 2) se faire complimenter (5.1.2); 3) renforcer les liens avec leurs pairs (5.1.3); et 4) construire et affirmer une image de soi (5.1.4).

Dans cette première partie, ces intentions sont donc mises en parallèle avec certains travaux et concepts présentés dans les chapitres de la problématique et du cadre théorique. De plus, une compréhension du point de vue des différents modes de présentation des profils sur les Rsn selon Coutant et Stenger (2010) est exposée.

5.1.1 Montrer qu'ils ont une vie sociale et active

Que ce soit pour montrer qu'ils participent à une fête, à un voyage, qu'ils pratiquent des activités avec des amis ou qu'ils se montrent dans des événements cocasses, toutes ces circonstances permettent une construction de la façade des jeunes constituée d'éléments extérieurs à l'individu (décor) ou de son apparence (façade personnelle) (Goffman, 1973a). Les motifs derrière cette construction semblent principalement se manifester lorsque le jeune désire exposer des actions et des contextes, mais également lorsqu'il pratique l'égoportrait seulement pour s'amuser ou s'occuper.

Cette construction d'une image de soi peut avoir pour objectif de documenter son quotidien et rappelle le processus d'introjection pensé par Tisseron (2015). Ce dernier explique qu'il est dans la nature humaine de vouloir partager des valeurs communes tout en acceptant sa différence. En effet, la similarité des contextes dans lesquels les jeunes prennent leurs égoportraits semble indiquer qu'ils aiment montrer qu'ils vivent chacun des expériences un peu différentes, tout en étant relativement similaires à celles des autres. Par exemple, partir en voyage est une expérience vécue par plusieurs, mais peut tout de même s'avérer extraordinaire dans la vie du jeune. Cette forme d'introjection dans la pratique de l'égoportrait amène donc le jeune à vivre une expérience qui d'après lui se doit d'être vue par les siens afin de prendre un recul sur lui-même à travers le regard de l'autre qui commentera la diffusion. Un sentiment de satisfaction lors du partage de l'égoportrait dans les Rsn peut donc se faire ressentir, car comme Erika le mentionne, c'est une façon de dire qu'elle était là, à faire telle action, et ce, à un moment précis. L'expérience en elle-même ne s'avère donc plus satisfaisante, elle doit être vue et commentée afin de pouvoir avoir un sens pour le jeune. De plus, le partage de ce type d'égoportraits semble être une façon de

communiquer des aspects de soi cherchant à être confirmés par autrui, participant ainsi à l'idéalisation de la représentation du jeune dans son environnement social (Goffman, 1973a).

Sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010) (Figure 5.1), le fait d'exposer des actions et des contextes semble se situer entre les axes des activités « négociées » et visant une forme d'« extimité » (en haut à droite du graphique). Il s'agit, comme l'indique (Tisseron, 2011, p. 84), du « [...] processus par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui afin d'être validé ».

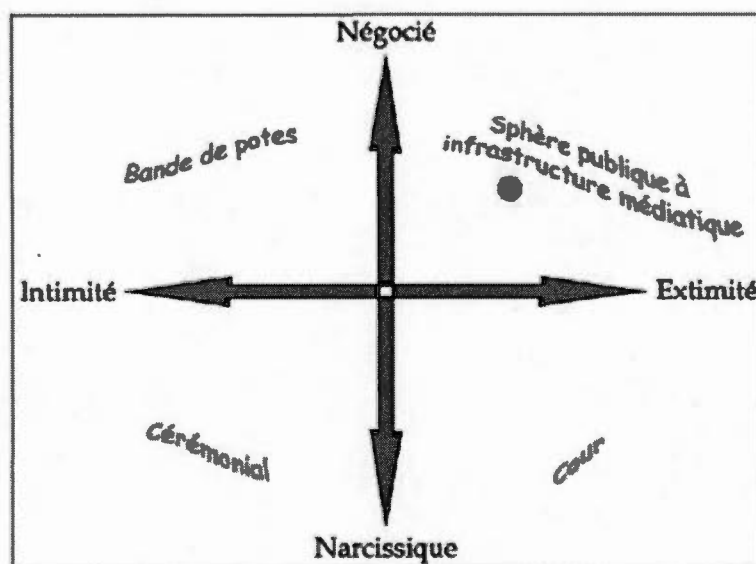


Figure 5.1 Positionnement de l'intention « Montrer qu'ils ont une vie sociale et active » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010)

La construction de l'image de soi s'inscrit dans une activité « négociée », car même si la photo est prise seul ou avec d'autres, le jeune qui publie l'image dans les Rsn montre clairement son désir de voir son expérience reconnue par ceux qui regarderont et commenteront l'égoportrait, rappelant le processus d'introjection. Le public auquel ce genre de diffusion s'adresse se situe alors dans la « sphère publique à

infrastructure médiatique » se caractérisant par une volonté de créer des interactions émanant de relations avec plusieurs personnes. Ce qui laisse croire que les jeunes qui ont participé à cette recherche ont le désir de montrer à qui veut bien regarder qu'ils sont actifs et qu'ils font quelque chose de leur vie. (Rappelons à ce propos que la majorité des participants ont des profils publics ou semi-publics sur Facebook et/ou Snapchat).

5.1.2 Se faire complimenter

L'intention de se faire complimenter pour susciter des réactions positives et de recevoir des compliments suite à la diffusion d'un égoportrait a été observée chez certains participants. Les efforts investis par les jeunes dans ce sens méritent une attention particulière rappelant les concepts de l'extimité (Tisseron, 2011), du « miroir manipulable » (*Ibid.*, 2000) et de l'« image écran » (Rouillé, 2014).

Un des premiers éléments ayant retenu l'attention de l'étudiante-chercheuse lors de la prise d'égoportraits seul est le choix des lieux par les jeunes. La salle de bain et leur chambre à coucher sont des lieux de prédilection de cette pratique. Ces jeunes justifient le choix de ces endroits par l'éclairage, qui selon eux, les avantage. Ils ne semblent pas accorder d'importance particulière au caractère intime des lieux. Or, il semble évident que ces endroits permettent aux jeunes de s'adonner à plusieurs clichés d'eux-mêmes sans avoir le regard d'autrui posé sur eux. Lors de la diffusion de l'égoportrait, ces endroits intimes deviennent visibles par tous ceux qui regarderont l'image, ce qui ne semble pas déranger les jeunes interrogés dans le cadre de cette recherche. Il est tout de même intéressant d'émettre ici un parallèle avec le concept d'extimité développé par Tisseron (2011). Le jeune s'exposant dans des endroits aussi intimes que sa chambre à coucher et sa salle de bain peut également

adopter une attitude qui est propre à ce lieu. En effet, ces lieux sont des endroits où un certain laisser-aller peut être favorisé. Ce constat a été observé à plusieurs reprises lorsque les jeunes présentaient à l'étudiante-chercheuse des égoportraits où ils se mettaient en valeur. Les jeunes sont en effet plus à l'aise de montrer certaines parties de leur corps dans ces types d'environnements.

Ensuite, le nombre de clichés pouvant être pris ou le temps que peut prendre une séance de prise d'égoportrait sont des éléments non négligeables lorsque l'objectif est de se faire complimenter dans les Rsn. Pour plusieurs jeunes, c'est un peu comme chercher la perle rare. Ils peuvent prendre une multitude de clichés ou bien consacrer un long moment à trouver le bon angle de prise de vue pour produire une image publiable dans les Rsn. Cette façon de faire rappelle le concept du « miroir manipulable » de Tisseron (2000). Le jeune peut manipuler l'image qu'il veut diffuser, car il est le seul à choisir lequel des égoportraits sera le meilleur. De plus, cette façon de faire est surtout rendue possible grâce à l'indexabilité (Gunthert, 2015) qu'offre la photographie numérique. En effet, l'image n'est plus objet matériel mais virtuel, permettant ainsi de prendre plusieurs clichés et de les stocker dans des bases de données numériques comme celle se trouvant sur les téléphones cellulaires.

Lors des entretiens, certains jeunes ont mentionné effectuer des retouches de leurs égoportraits par choix esthétique ou pour camoufler des défauts. Cette façon de faire renvoie au concept de versatilité rattachée à la photographie numérique (Gunthert, 2015). Cette versatilité s'incarne dans les différents logiciels de retouches pouvant se trouver sur les plateformes de Rsn ou directement dans des applications se trouvant sur le téléphone cellulaire ou la tablette électronique. Faire appel à ce genre de logiciel permet aux jeunes de se mettre en valeur, mais peut aussi semer un doute dans ce qui est projeté. Ceux qui regardent l'image peuvent donc facilement être bernés sur le physique du jeune s'affichant sur l'égoportrait. Il peut alors y avoir un

décalage entre l'image véhiculée sur l'égoportrait et celle du jeune dans la vie de tous les jours.

Ces manières de se mettre en valeur afin d'obtenir des compliments sur leur physique lors de la diffusion de l'égoportrait sont à mettre en lien avec le concept d'« image écran » développé par Rouillé (2014). En effet, la personne se prenant en photo choisit préalablement les attributs qui seront visibles sur l'image projetée aux autres dans les Rsn. Le sujet exerce son libre arbitre dans sa représentation de soi, il est le seul qui choisira le genre de message qu'il veut transmettre avec l'égoportrait qu'il publiera.

Sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn que proposent Coutant et Stenger (2010) (Figure 5.2), le désir de se faire complimenter semble se situer d'abord près de l'axe « narcissique ». Cet axe se caractérise par des photos où le sujet apparaît seul pour mieux affirmer ce qu'il projette par le biais de commentaires, dont des compliments, qui seront émis par d'autres usagers.

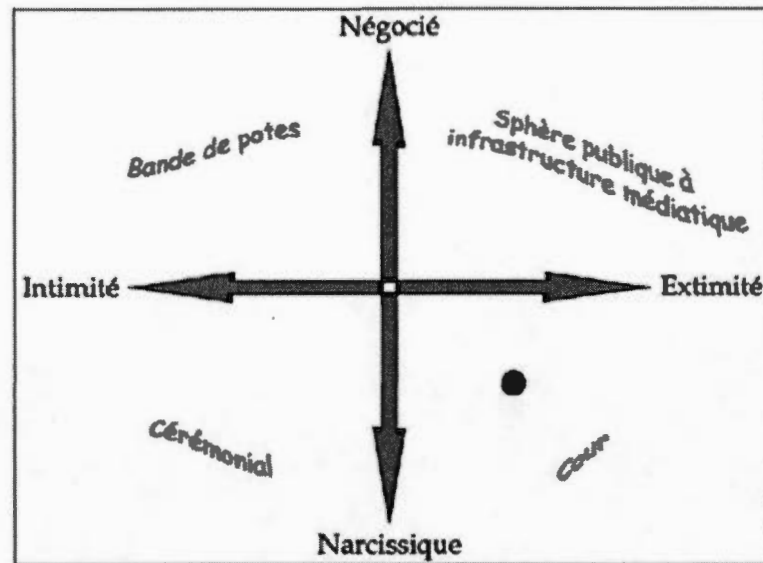


Figure 5.2 Positionnement de l'intention « Se faire complimenter » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010)

Qui plus est, l'image ayant ce type d'intention se situe près de l'axe de l'« extimité », car le jeune ne dévoile que des brides de ce qu'il croit le représenter physiquement. Coutant et Stenger (2010) font un parallèle avec la cour royale lorsqu'il est question du type de public ayant accès à ce genre de diffusion. En effet, le jeune ne connaît pas intimement les autres usagers qui poseront leur regard sur l'égoportrait et cette image a vocation à être diffusée à un grand auditoire.

5.1.3 Renforcer les liens avec ses pairs

L'adolescence est une période où un équilibre entre le développement d'une identité unique et individuelle, tout en se sentant accepté et intégré au sein de son environnement social, est recherché (Erikson, 1972). La pratique de l'égoportrait peut

s'avérer être une façon de trouver cet équilibre grâce à sa diffusion dans les Rsn. Rappelons que pour Gunthert (2013), les différents types d'égoportraits sont des jeux conversationnels dans lesquels l'auteur/sujet se met en scène afin d'alimenter le dialogue avec son réseau amical entretenu dans les Rsn. Il est intéressant de constater que tous les jeunes de cette recherche ont développé différentes façons de pratiquer l'égoportrait afin que leurs images de soi soient publiées dans les Rsn ou envoyées en messages privés. Ces pratiques répondent aux besoins de renforcement de liens auprès des pairs.

D'abord, le simple fait de prendre des égoportraits avec ses amis est un des exemples les plus flagrants de ce besoin de renforcer les liens auprès de ses pairs, mais aussi de s'identifier à eux. De plus, sur Facebook, il est possible d'identifier toutes personnes figurant sur l'image, ce qui lui confère une plus grande visibilité. Tous les participants, à l'exception de Nadia, mentionnent s'adonner à l'égoportrait en groupe. Jeff précise que cette façon de faire peut, dans un premier temps, signifier aux autres qu'ils sont appréciés par l'auteur de l'égoportrait, mais peut également encourager une nouvelle forme de socialisation. Ainsi, un effet boule de neige peut se produire, car se montrer social et actif peut possiblement permettre de l'être davantage. Ce constat amène un aspect nouveau dans la compréhension de la pratique de l'égoportrait et de son rôle dans la socialisation du jeune. En effet, plusieurs auteurs (Rivière, 2006 ; Gunthert, 2013 ; Menrath, 2013 ; Guichot, 2015) s'entendent sur le fait que l'image diffusée dans les Rsn, comme l'est l'égoportrait, est un médium pouvant s'avérer utile afin de renforcer les liens d'amitié préexistants entre des personnes, mais aucun n'a émis l'idée qu'il peut être également utile à la création de nouveaux liens. Ici, une nouvelle hypothèse découlant des résultats de recherche peut donc être émise : l'égoportrait peut éventuellement contribuer à créer de nouveaux liens sociaux chez l'auteur/sujet.

Sur la cartographie des modes de présentation des profils sur les Rsn de Coutant et Stenger (2010) (Figure 5.3), ce type d'intention semble se situer du côté des activités « négociées », car elle semble démontrer un besoin d'appartenance, et de l'« extimité ». Elle révèle l'importance de montrer au plus grand nombre que le jeune est « social ». De plus, ce type de diffusion se situant dans la « sphère publique à infrastructure médiatique » a pour objectif de susciter des interactions avec l'environnement social du jeune pouvant du coup renforcer des liens d'amitié préexistants, mais également en créer de nouveau. Un exemple pouvant refléter cela est lorsqu'un usager sur Facebook commente une diffusion, les « amis » de celui-ci peuvent éventuellement être informés qu'il a émis un commentaire et ainsi visionner l'égoportrait en question. Le visionnement de cet égoportrait peut dans certains cas interpeller celui qui regarde. Ce dernier attribuera, ou non, une valeur sociale au jeune figurant sur l'image.

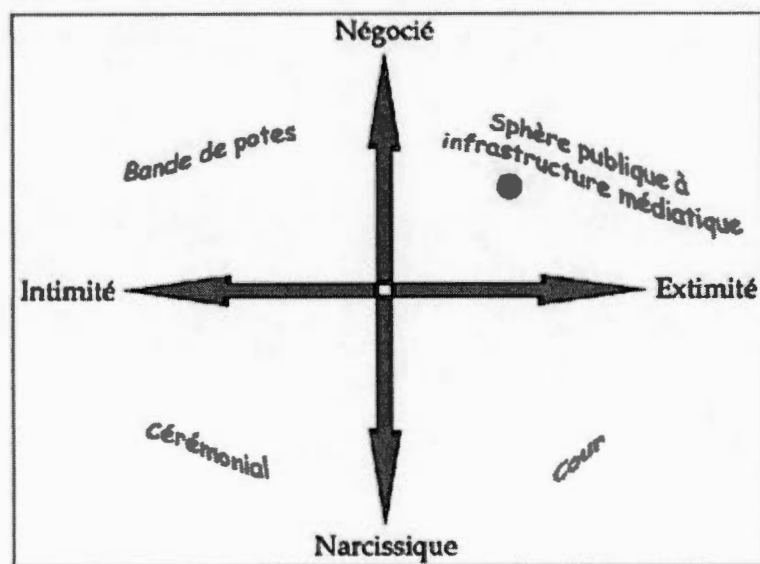


Figure 5.3 Positionnement de l'intention « Renforcer les liens avec ses pairs, prendre des égoportraits avec ses amis » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010)

Un autre fait intéressant à propos de l'identification d'amis sur les égoportraits publiés est que le jeune identifié ne figure pas obligatoirement sur l'image. Cette façon de faire ne semble pas poser problème pour les participants à cette recherche ; elle paraît même aller de soi malgré la diffusion de l'image sur les profils de tous les identifiés. L'habitude de diffusion que sont les « choices » est un parfait exemple justifiant l'identification d'amis absents sur la photo. Ainsi, sur la cartographie des modes de présentation des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010) (Figure 5.4), ce genre d'identification d'amis sur un égoportrait semble se situer du côté de l'axe des activités dites « narcissiques », mais également du côté de l'« extimité ». Le public auquel est adressé ce genre d'égoportrait peut être vaste et l'auteur de l'égoportrait ne connaît certainement pas toutes les personnes qui poseront un regard sur sa photo.

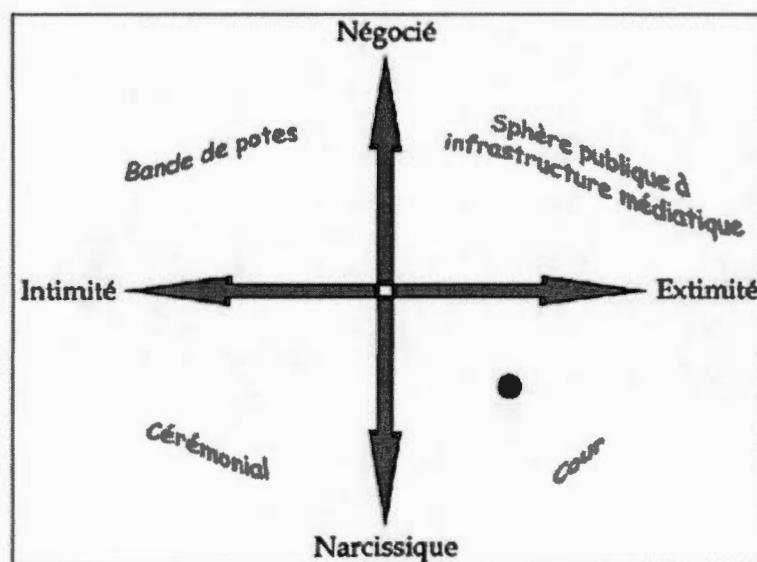


Figure 5.4 Positionnement de l'intention « Renforcer les liens avec ses pairs, identification d'amis absents sur la photo » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010)

La prise d'égoportraits avec des amis ne mène pas toujours à la diffusion de l'image dans les Rsn. En effet, comme il a été exposé dans la partie sur les publics qui ont accès aux égoportraits dans le chapitre IV, certains jeunes préfèrent envoyer des photos d'eux seuls ou avec des amis en messages privés. Cette façon de faire semble leur permettre de renforcer des liens seulement avec leur entourage rapproché. De plus, comme un des participants le mentionnait (Jeff), les commentaires de la part de l'entourage proche peuvent avoir plus d'impact que ceux en provenance d'inconnus ou qu'une simple mention « J'aime » sur Facebook. En message privé, la photo est envoyée seulement à quelques personnes considérées importantes par le jeune. Ainsi, les chances de recevoir des commentaires sont plus grandes, en plus d'être plus personnels. Le jeune peut donc se sentir davantage valorisé auprès de son entourage immédiat grâce à l'aspect intime caractérisant ce type d'envoi.

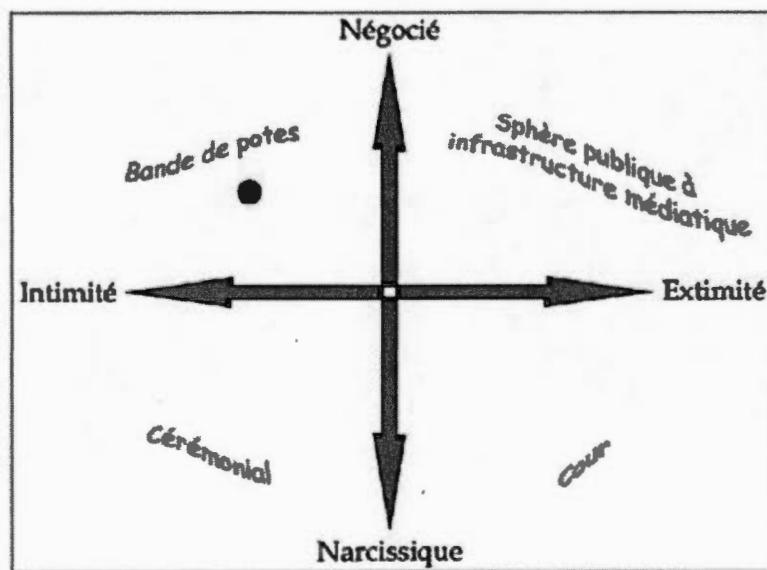


Figure 5.5 Positionnement de l'intention « Renforcer les liens avec ses pairs, envoi d'égoportrait en message privé » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010)

Sur la cartographie des modes de présentation des profils sur les Rsn de Coutant et Stenger (2010) (Figure 5.5), ce genre de partage est une activité « négociée », car elle reflète une volonté d'appartenance à un groupe de pairs se caractérisant par le choix des destinataires de l'envoi. De plus, ce genre d'égoportraits se situe près de l'axe de l'« intimité », car l'envoi est prédestiné à d'autres usagers qui sont contactés en mode privé. Le type de public auquel s'adresse ce genre d'images de soi est selon Coutant et Stenger (2010) réservé seulement à des cercles restreints pouvant rappeler la formulation française de la « bande de potes », signifiant un groupe d'amis.

5.1.4 Construire et affirmer une image de soi

Selon Guichot (2015), un égoportrait est une image maîtrisée par son auteur/sujet, car celui-ci peut choisir le genre de message qu'il veut transmettre. Dans le cadre de cette recherche, Erika et Nadia semblent construire et affirmer des images d'elles-mêmes dans leurs diffusions d'égoportraits, croyant s'adresser à des publics précis et voulant susciter l'envie et la jalousie auprès d'eux.

D'abord, Nadia dit aimer publier des égoportraits dans le but de montrer tous les bonheurs de son quotidien. Prenons l'exemple d'elle qui se photographie à chaque fois qu'elle sort de l'argent d'un guichet automatique. D'après elle, ces égoportraits créent l'envie chez ceux qui les regardent. Elle désire renforcer cette image d'elle qui est chanceuse et fortunée, croyant que cela fait souffrir les gens qui regardent ses égoportraits. Cette construction mentale du public à qui elle croit s'adresser justifie et motive ses nombreuses diffusions d'égoportraits, et contribue à la construction d'une représentation de soi.

Pour Erika, les choses se présentent différemment, certains égoportraits s'adressent à un public de personnes qu'elles considèrent comme des « jaloux ». Selon elle, ces « jaloux » sont toutes les personnes qui ne l'apprécient pas. Elle accorde une attention particulière à ces « jaloux » en prenant un égoportrait d'elle affichant un doigt d'honneur. Ce genre de comportement est porteur d'un message qu'elle souhaite communiquer. En effet, à plusieurs reprises Erika répète, lors des entretiens, qu'elle est une jeune fille franche avec du caractère, et que ses égoportraits en sont le reflet. Il semble donc que le fait de s'adresser à des « jaloux » dans ses diffusions d'égoportraits peut être un prétexte afin de montrer des traits de sa personnalité. Cette façon de faire rappelle le de la façade personnelle pensée par Goffman (1973a). Erika cherche à montrer certains aspects identitaires qu'elle pense la définir. Puisqu'être perçue comme une jeune fille franche ayant du caractère semble essentiel pour elle, la publication de son égoportrait affichant un doigt d'honneur semble être une façon de renforcer cette image auprès de ses pairs.

En somme, cette impression de s'adresser à des publics précis peut participer à la construction et à l'affirmation de la représentation de soi chez les jeunes, et ce, sans besoin de confirmation de la part d'autrui. L'une ressent le besoin de montrer qu'elle est chanceuse et fortunée enfin d'assouvir le besoin de se sentir envier, et l'autre croit qu'on la jalouse et sent la nécessité de montrer qu'elle a du caractère en affichant un doigt d'honneur à cesdits « jaloux » sur un égoportrait.

Ces comportements adoptés lors de la pratique de l'égoportrait peuvent être mis en lien avec le concept de la « mystification » développé par Goffman (1973a). La mystification est entendue comme une forme de contact et de communication davantage sujette à la perception de l'acteur que par les interactions qu'elles engendrent. Le maintien d'une distance sociale avec son audience permet à l'individu qui se met en scène « [...] d'avoir les coudées franches pour fabriquer l'impression de son choix et elles lui permettent de remplir, pour son propre bénéfice ou pour celui

du public, une fonction de protection ou de menace qu'un examen attentif réduirait en fait au néant » (*Ibid.*, p. 71).

Ces genres de diffusions semblent se situer sur la cartographie des modes de présentation des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010) (Figure 5.6) entre l'axe représentant des activités « narcissiques » (car Erika et Nadia figurent seules sur leurs égoportraits et ne font pas référence à d'autres personnes), et l'axe de l'« extimité », (puisque ces jeunes démontrent explicitement qu'elles ont un désir de mettre en valeur certains traits qu'elles croient significatifs pour les définir). Dès lors, ce genre d'égoportrait est destiné à un public nombreux où les communications sont très peu ciblées. Dans ce type de diffusion d'égoportraits, la construction et l'affirmation identitaire sont davantage déterminées par le jeune que les interactions pouvant survenir.

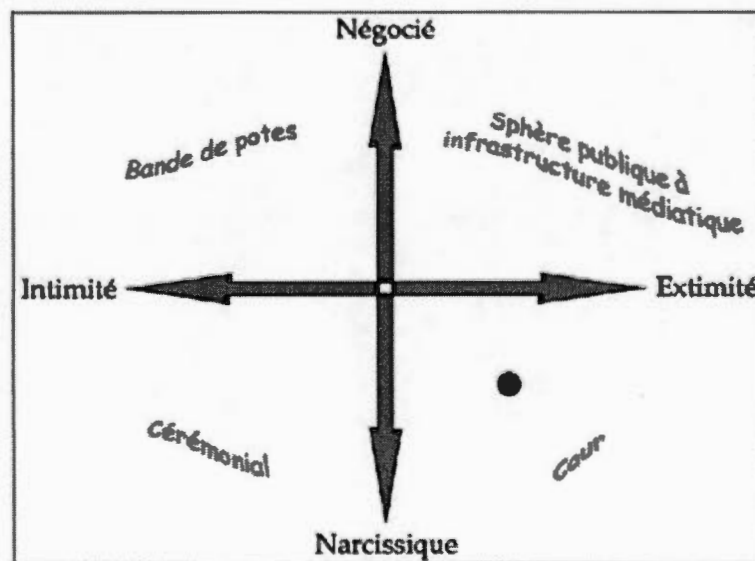


Figure 5.6 Positionnement de l'intention « Construire et affirmer une image de soi » sur la cartographie des modes de présentations des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010)

Cette première partie du chapitre V démontre que, dépendamment des intentions derrière la prise de l'égoportrait, plusieurs objectifs en lien avec la représentation de soi dans l'environnement social du jeune peuvent être poursuivis. La cartographie de Coutant et Stenger (2010) est un outil d'interprétation intéressant afin de mieux cerner les intentions rattachées à la représentation du jeune lors de la diffusion d'un égoportrait. Ainsi, comme Gunthert (2015) le mentionne, les différentes modalités émanant de cette pratique peuvent engendrer des transformations majeures dans nos manières de représenter nos vies et, par le fait même, de nous représenter nous-mêmes. Les interactions suscitées ou l'affirmation de certains traits identitaires lors de la diffusion d'égoportraits sont des éléments contribuant à la construction de la représentation de soi du jeune. À présent, il peut s'avérer pertinent de comprendre le rôle que peut avoir la pratique de l'égoportrait sur la période de l'adolescence et de manière plus générale, de la jeunesse. La prochaine partie met donc l'emphasis sur le sens de cette pratique pour les adolescents de cette recherche.

5.2 La pratique de l'égoportrait : une phase d'exploration de soi à l'adolescence

Les pratiques d'égoportraits des jeunes démontrent qu'ils se sont approprié les objets techniques que sont le téléphone cellulaire et la tablette électronique afin de répondre à différents besoins en lien avec la représentation de soi. Ces besoins rappellent les concepts de représentation et d'idéalisation de Goffman (1973a). De tels besoins, à l'adolescence, sont cruciaux et se traduisent par la reconnaissance des pairs (Erikson, 1972). Dans cette seconde partie, il est donc question des constats issus de l'analyse des résultats permettant de mettre en lumière le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la période adolescente. Pour ce faire, le genre de valorisation obtenu lors de la diffusion d'égoportraits dans les Rsn est d'abord présenté. Puis la manière dont l'égoportrait peut participer à une exploration identitaire en tant qu'image de soi

renouvelable est explicitée. Ensuite sont abordés la prise de recul sur soi, possible lors du visionnement d'égoportrait réalisé dans le passé, et enfin, le caractère temporel de cette pratique.

5.2.1 La valorisation dans la diffusion d'égoportrait

À l'adolescence, la reconnaissance des pairs est un des aspects participant à la construction de l'identité (Erikson, 1972). Cette reconnaissance participe donc au développement de représentation de soi. Comme il a été précisé dans le chapitre I, l'engouement des jeunes pour les Rsn ne s'explique pas seulement par l'attrait de cette communication instantanée avec leurs amis, mais par la reconnaissance et la valorisation qu'ils y trouvent. Lorsqu'ils publient du contenu, ils sont dans l'attente de réactions de leurs pairs ; une réaction qui leur permet de gérer leur image (boyd, 2014).

Quatre jeunes de cette recherche accordent une attention particulière aux réactions suscitées suite à la diffusion d'égoportraits. Ceux-ci expriment chercher à obtenir un maximum de visibilité pour leurs égoportraits. L'identification d'amis sur les photos, incluant la technique des « choices », ou l'entretien de profils semi-public ou complètement public dans les Rsn sont des moyens permettant d'avoir une plus grande visibilité des égoportraits publiés. Ces façons de faire engendrent des interactions avec un grand nombre d'utilisateurs pouvant éventuellement renforcer la représentation de soi que peut avoir le jeune de lui-même. Rappelons ici le concept de porte-identité de Goffman (1973a) qui renvoie à des éléments affirmés par un sujet visant à être confirmé par son entourage. Dans le cas de l'égoportrait, certaines

portes-identités peuvent être montrées dans la mise en scène choisie par le jeune afin d'être confirmée par les autres par le biais des réactions survenant lors de la diffusion de cette image. Un parallèle entre l'image de soi choisie dans la mise en scène de l'égoportrait et les réactions engendrées suite à sa diffusion peuvent alors contribuer à acquérir certains portes-identités qui permettront au jeune de trouver son unicité dans la représentation qu'il a de lui-même.

En revanche, il n'est pas nécessaire de commenter les égoportraits publiés pour qu'un jeune se sente valorisé. Pensons ici au nombre de « vues » sur Snapchat qui, pour Nadia, est une façon de se sentir valorisée. Dans l'esprit de cette dernière, plus il y a de regards posés sur ses égoportraits, plus grande est la valorisation. Par contre, tous les jeunes n'accordent pas la même attention aux réactions suscitées par la diffusion d'égoportraits. En effet, Jeff préfère recevoir des commentaires de gens de son entourage au lieu de mention « J'aime » en provenance d'inconnus ou de simples connaissances. Pour lui, il est facile de cliquer sur cette mention « J'aime », tandis qu'un commentaire signifie que son auteur a pris le temps de réfléchir au genre de remarque à faire sur l'égoportrait publié. Cette façon de faire est révélatrice de l'influence que peuvent avoir les réactions en ligne de la part de l'entourage du jeune dans la représentation de soi lorsqu'ils publient des égoportraits.

En terminant, si certains jeunes de cette recherche ne semblent pas accorder d'attention particulière aux commentaires inopportuns inscrits par d'autres usagers lors de la diffusion d'égoportraits, d'autres y réagissent ; c'est le cas de Jeff et d'Erika. En effet, pour Jeff, un commentaire désobligeant peut le pousser à répondre à l'émetteur en le rabaissant également sur son physique. Cette façon de réagir peut être mise en parallèle avec la construction de la façade du jeune (Goffman, 1973a) qui se retrouve à être affectée par un commentaire désobligeant. Il semble que dans ces circonstances, le jeune tentera par tous les moyens de retrouver la face. Pour Jeff, la façon de faire est de rabaissier à son tour l'utilisateur ayant émis le commentaire. Ce qui

est intéressant dans cette situation est que lors de l'entretien, l'étudiante-chercheuse lui a demandé s'il lui arrivait de bloquer son profil aux personnes émettant des commentaires désobligeants à son égard, et Jeff a mentionné de ne pas en voir la nécessité. Des questions émergent alors : certains jeunes se complairaient-ils à répondre à ce type de commentaires ? Se pourrait-il qu'il s'agisse d'une manière de montrer certaines caractéristiques de sa personnalité à ceux qui liront ces inscriptions ? Ces hypothèses mériteraient être explorées dans des recherches ultérieures.

Dans le cas d'Erika, tous commentaires ne se rapportant pas à l'image publiée ne semblent pas avoir lieu d'être et elle ne se gêne pas de les supprimer. Ce « ménage » dans les commentaires laisse paraître qu'un égoportrait publié vise avant tout la valorisation du jeune dans sa représentation de soi, et ne doit pas déroger de cet objectif. Ici, il y a un lien à faire avec la définition de l'égoportrait privilégié par l'Office québécois de la langue française renvoyant à l'étymologie *-ego* valorisant « [...] le côté égocentrique et la valorisation de soi-même qui peuvent être caractéristiques de ce type d'autoportrait ».

5.2.2 Une image de soi renouvelable

Un des aspects qui s'est révélé intéressant lors de l'analyse est le fait que la pratique de l'égoportrait permet aux jeunes de « s'essayer en ligne » (Coutant et Stenger, 2010). En effet, à l'adolescence, l'enjeu développemental principal est de construire son identité et de résoudre cet enjeu composé de deux pôles, soit l'identité ou la confusion de rôle (Erikson, 1972). À l'issue de cette résolution, la personne se sera construite une identité plus ou moins fidèle à elle-même ; la vertu associée à la résolution de cet enjeu développemental étant la fidélité. C'est à travers ses

interactions avec son environnement que se fait ce travail de résolution de l'enjeu développemental (*Ibid.*). Donc, la pratique de l'égoportrait, par cette possibilité d'image de soi renouvelable, participe à la construction d'une identité plus ou moins fidèle et donc, par conséquent à une représentation de soi plus ou moins fidèle à l'image réelle ou révélée au quotidien du jeune. Ainsi, dans la pratique de l'égoportrait, le jeune peut être tenté de tester différents aspects identitaires. Ces tests sont facilités par le fait qu'il est le seul à choisir l'image qui sera diffusée. Lorsqu'il a été demandé aux jeunes si l'image qu'ils véhiculaient dans leurs diffusions d'égoportraits était fidèle ou non à celle de tous les jours, trois ont répondu par la négative, dont Livia, Nadia et Jeff.

Cette manière de ne pas s'exposer tels qu'ils sont, rejoint l'idée d'Arjun Appadurai (1996), sociologue culturaliste et anthropologue indien, qui mentionne que les diffusions en ligne démontrent que le fantasme est devenu une pratique sociale. Le jeune peut s'amuser à diffuser une image de soi fantasmée afin qu'elle soit renforcée. Par contre, cette façon de faire peut s'avérer fausse. Jeff, lors d'un des entretiens, a mentionné que ses amis et sa famille lui ont rappelé que l'image séduisante qu'il aime exposer dans ses égoportraits n'est pas fidèle à ce qu'il projette dans la vie de tous les jours. Cette situation est intéressante dans la compréhension du phénomène de l'égoportrait et de son influence sur la représentation de soi du jeune. En effet, dans ce cas-ci, Jeff a reçu un feedback de son entourage qui à première vue pourrait le mener à réajuster l'image qu'il diffuse en ligne. Rappelons ici Goffman (1973a) mentionnant que la façade d'un individu est construite selon des aspects identitaires qui sont montrés à autrui afin d'être confirmés. Dans le cas de Jeff, les aspects identitaires ont été infirmés, ce qui pourrait éventuellement le pousser à vouloir être plus fidèle à son image de tous les jours lors de ces prochaines diffusions d'égoportraits.

La pratique de l'égoportrait peut donc s'avérer être un moyen, pour un jeune, d'explorer différentes facettes de son identité afin d'en soutirer les éléments qu'ils croient le plus fidèles à ce qu'il croit le mieux le représenter.

5.2.3 Une prise de recul sur soi

Trois des jeunes rencontrés, Jeff, Nadia et Erika, confient qu'il est fréquent pour eux de regarder les égoportraits qu'ils ont produits dans le passé. C'est l'occasion pour eux de prendre du recul sur eux ou sur ce qu'ils projetaient avant. Aborder l'égoportrait ainsi amène l'idée que la prise d'égoportraits permet non seulement d'obtenir des retours de la part des autres (formes de confirmation), mais aussi un retour sur soi. Dans le cadre de cette recherche, trois raisons semblent justifier ce retour : 1) se donner confiance, 2) se valoriser et 3) se souvenir.

D'abord, citons Jeff qui mentionne regarder ses égoportraits produits dans le passé afin de se donner confiance. Ce dernier explique qu'il a perdu du poids et qu'il aime regarder ce qu'il était afin de se valoriser dans ce qu'il est devenu. Cette façon de s'observer dans le temps peut, en plus de le valoriser, lui permettre d'être témoin de son évolution.

Nadia, quant à elle, dit aimer regarder les égoportraits produits dans le passé afin de se complimenter. À la différence de Jeff, qui a vécu de gros changements physiques, cette façon de s'observer chez Nadia, peut indiquer une certaine forme de narcissisme. Celle-ci aime se regarder, et ce, « plusieurs fois par jour », car elle se trouve jolie.

Ensuite, Erika dit regarder ses égoportraits afin de se rappeler un maquillage ou bien un agencement de vêtements qu'elle voudrait reproduire. Ce type de rappel est également une façon de prendre du recul sur ce que le jeune projette. Ce retour aux égoportraits est utile afin de reproduire une image de soi qui plaît au jeune, et dans laquelle il se sent lui-même.

Ainsi, ces façons de revenir vers soi par le biais de pratique de l'égoportrait peuvent s'avérer être révélatrices du changement pouvant avoir lieu durant la période adolescente. L'égoportrait peut donc permettre une prise de recul sur la progression du jeune lui permettant de [...] sentir une continuité progressive entre ce qu'il promet de devenir dans un avenir anticipé (Erikson, 1972, p. 83).

5.2.4 Le caractère temporel de la pratique de l'égoportrait

Il est intéressant de se pencher sur la vision qu'ont les jeunes de la pratique de l'égoportrait dans leur propre trajectoire/évolution en tant qu'adolescents. Trois des participants à la recherche, Livia, Jeff et Erika, ont affirmé que cette activité n'était peut-être qu'une étape passagère de leur période d'adolescence. Le fait que ces jeunes abordent l'arrêt de la pratique de l'égoportrait de manière différente mérite une interprétation en lien avec l'évolution de la représentation de soi à l'adolescence.

D'abord, Livia mentionne que l'arrêt de la pratique n'est pas survenu du jour au lendemain, mais s'est effectué graduellement. En plus de ne plus publier d'égoportraits, elle mentionne avoir passé en revue ses différents profils dans les Rsn et supprimé plusieurs images d'elle qui lui paraissaient « immatures » et « bizarres ». Il est pertinent ici de faire un parallèle avec le concept d'identité agissante de Georges (2010) référant à l'ensemble des informations répertoriées par le système

afin de former une identité propre de l'utilisateur entretenu dans les Rsn. Cette identité se compose de la mention des activités communautaires ou personnelles dans le monde virtuel, dont la diffusion d'égoprotrait. Pour Livia, les égoprotraits publiés projetaient une représentation d'elle-même avec laquelle elle n'était plus à l'aise. Cette prise de recul sur l'image construite et projetée via la diffusion d'égoprotraits est intéressante dans le rôle que peut avoir cette pratique dans la représentation de soi. En effet, il est possible que des éléments de la façade du jeune que ce dernier cherchait à confirmer dans le passé l'aient été et donc qu'il n'y ait plus de besoin allant dans ce sens.

Ensuite, le cas d'Erika qui a entretenu des propos différents lors du premier et du second entretien est particulièrement illustratif de l'évolution de la représentation de soi en lien avec la pratique de l'égoprotrait. Lors du premier entretien, elle se disait être une adepte de la pratique de l'égoprotrait, tandis qu'au second, elle mentionnait quasiment ne plus la pratiquer. La raison expliquant cet arrêt est qu'elle a réalisé que cette pratique prenait beaucoup de son temps et qu'elle devait se concentrer davantage à ses études afin de pouvoir être acceptée dans le programme de soins infirmiers au Cégep. Le jeune est, dans ce cas précis, en processus de trouver une forme d'identité propre qui influencera d'une façon décisive tout le reste de l'existence (Erikson, 1972). Dans le cas d'Erika, le choix d'une identité professionnelle semble avoir été le déclic mettant fin à la pratique de l'égoprotrait qui semblait, pour elle, être devenue une perte de temps.

En terminant, Jeff avoue avoir eu un déclic suite à la première rencontre avec l'étudiante-chercheuse. Il est intéressant de constater comment ce jeune a pris du recul sur l'image qu'il projetait en ligne entre les deux rencontres, mais également sur la compréhension des motivations derrière sa pratique. En mentionnant : « *Je le sais que je suis cute, j'ai d'autres choses à faire de ma vie* », Jeff semble avoir acquis certains portes-identités (Goffman, 1973a) qui ne requièrent plus d'être attestés par d'autres.

Selon ces quatre constats, il est possible de penser que la pratique de l'égoportrait peut avoir un effet positif sur la représentation de soi du jeune. Par contre, lors des entretiens, deux des participants avaient des pratiques que l'on peut considérer de compulsives, mettant en doute l'influence positive de cette pratique chez certains jeunes. Dans la prochaine partie, il est donc question d'aspects critiques liés à la pratique de l'égoportrait.

5.3 Les aspects critiques dans la pratique de l'égoportrait

La pratique de l'égoportrait n'est pas une activité purement inoffensive sur le développement de la représentation de soi, chez les jeunes. En effet, les pratiques de deux participants, Nadia et Jeff, démontrent la possibilité d'impacts négatifs sur le développement de leur représentation de soi. Afin de bien décrire les aspects critiques dans cette pratique, il est pertinent de se référer à la définition de l'« égoportrait » privilégiée par l'Office québécois de la langue française qui renvoie à l'étymologie - *ego* déjà cité au point 5.2.1. Le côté égocentrique de cette pratique peut se traduire par une dépendance au regard de l'autre sur soi. Ce regard qui semble en l'occurrence être une motivation chez Nadia, et la valorisation de soi-même via cette pratique, peut mener à des comportements compulsifs lorsque le jeune est dans l'attente constante de réactions suite à la diffusion d'égoportraits, comme c'est le cas de Jeff. Dans cette partie, sont présentés deux aspects critiques de cette pratique : le développement d'une dépendance et l'excès dans la volonté de se sentir valorisé lors de la diffusion dans les Rsn

5.3.1 La dépendance à la pratique de l'égoportrait

Afin de bien expliquer ce qu'est la dépendance à la pratique de l'égoportrait, il est opportun de l'introduire par le biais d'une des définitions de la cyberdépendance étant :

[...] l'utilisation excessive des moyens de communication offerts par Internet. L'individu affecté par cette dépendance est en perte de contrôle, recherche continuellement la connexion à Internet, et sa vie sociale et personnelle est perturbée » (Suijsa, 2014, p. 32).

La dépendance à la pratique de l'égoportrait peut donc survenir lorsque celle-ci prend une place démesurée au détriment d'autres pratiques. Nadia est l'une des jeunes de cette étude qui illustre bien cette dépendance. En effet, celle-ci ne se cache pas pour dire que dès qu'elle a un instant, elle va se prendre en photo : *C'est comme si je dois en prendre à chaque seconde. Par exemple si on marche dans la rue et que mon amie échappe sa carte Opus, je sors mon téléphone et je prends un Snapchat de moi, c'est plus fort que moi (Nadia).*

Par ailleurs, il est facile de faire des parallèles entre certaines étapes du cycle de la dépendance, inspiré des travaux de Peele (2013 ; 2004) dans Peele et Thompson (2014) présenté dans le livre de Suijsa (2016) (Figure 5.7), et les propos de cette participante lors des deux entretiens. Les différentes étapes de ce cycle n'ont bien sûr pas pu être observées au cours des deux entretiens avec Nadia, mais il n'en demeure pas moins que la quatrième et la cinquième sont manifestes à travers ses propos. Par exemple, on peut se rappeler l'épisode où Nadia avait perdu son cellulaire, entre le premier et second entretien, et qu'elle exprimait son désarroi puisqu'elle ne pouvait plus pratiquer l'égoportrait. D'abord, Nadia vivait un « effet de down », car elle n'avait plus accès à l'objet pouvant assouvir sa dépendance : son cellulaire. Elle décrit sa dépendance ainsi : [...] *c'est parce que je suis accro à moi (Nadia).*

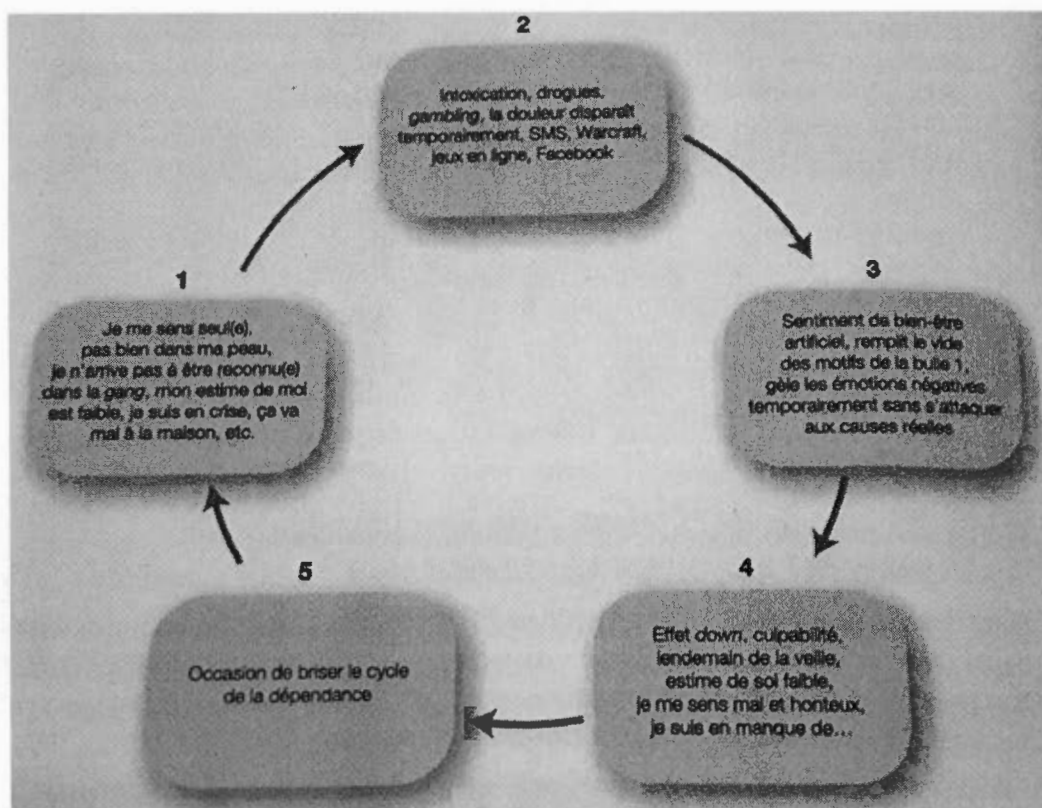


Figure 5.7 Construction du cycle de la dépendance (Peele, 2013, 2014), tirée du livre de Suissa (2016)

Ensuite, Nadia a entretenu des propos mentionnant qu'elle était bien lucide de son problème, et qu'elle devait essayer de faire quelque chose afin de s'en sortir, tout en semblant ne pas vouloir poser de gestes concrets. Tantôt elle disait qu'elle devait s'en sortir, alors qu'à d'autres moments, elle mentionnait qu'elle devait trouver un moyen de s'acheter un nouveau cellulaire. Cette façon d'aborder la situation rappelle l'étape 5 étant l'occasion de briser le cycle de la dépendance. Nadia semblait bien comprendre que le fait de ne plus avoir de cellulaire était pour elle une occasion de se départir de cette habitude, mais une envie encore plus grande que de briser ce cycle semblait rester dans son esprit.

Cette façon d'aborder la pratique de l'égoportrait peut sembler avoir des répercussions sur la représentation de soi du jeune vivant sa période adolescente. Il pourrait survenir qu'étant trop centré sur ce qu'il projette, le jeune pourrait

éventuellement développer des portes-identités qui ne seront le fruit que de sa propre interprétation de ce qu'il croit projeter (Goffman, 1973a), rappelant ainsi le concept de la « mystification » expliqué au point 5.1.4 et des problématiques pouvant y en découler.

5.3.2 Une valorisation de soi calculée

Selon Glévarec (2009), l'avènement des Rsn permet aux jeunes de se construire une identité, sans toujours être fidèles à leur soi, afin d'être acceptés par les leurs. Cette idée rejoint celle de l'excès dans la valorisation qui a été observé et nommé par les participants de cette recherche. En effet, les jeunes publiant des égoportraits dans les Rsn peuvent facilement tomber dans l'attente de réaction du plus grand nombre. Grâce à leurs identités agissante et calculée (George, 2010) les jeunes peuvent publier leurs égoportraits et calculer ensuite le nombre de réactions (mention « J'aime » ou commentaires sur Facebook, les « vues » sur Snapchat). Ce processus de diffusion d'égoportraits dans les Rsn peut facilement avoir des effets pervers sur la représentation de soi du jeune. La pratique de l'égoportrait peut alors ne plus être une alliée de la représentation de soi, mais participe alors à une forme de distorsion de l'image mentale du jeune.

Jeff est l'un des jeunes de cette recherche qui accorde une grande attention aux réactions suscitées par la diffusion d'égoportraits dans les Rsn. Ce dernier peut même se donner, à l'occasion, des objectifs de mention « J'aime ». Il mentionne faire cela sans se prendre au sérieux, mais il n'en demeure pas moins que lorsque ce dernier reçoit moins de « J'aime », il a tendance à se remettre en question. Cette façon de faire reflète un besoin de valorisation de soi pouvant être questionnable, car elle devient en quelque sorte quantifiable. Cette valorisation en ligne pourrait donc

pousser le jeune à calculer son capital social non plus par appréciation, mais en fonction du nombre de réactions pouvant être suscitées lors de diffusion d'égoportraits.

5.4 L'égoportrait vidéo : une nouvelle façon de se représenter

La pratique de l'égoportrait vidéo est un élément qui est ressorti de cette recherche et qui n'avait pas été anticipé. Dans les différentes définitions se rapportant à l'égoportrait, il est seulement question de photographies. Or, lors des entretiens, il a été remarqué que plusieurs jeunes, dont Nadia, Jeremy, Livia et Erika, s'adonnaient à la production d'égoportraits sous forme de vidéos.

D'abord, il faut dire que Snapchat depuis 2015 et Facebook depuis 2016 offrent maintenant des fonctionnalités permettant à ces usagers de réaliser des égoportraits animés. Cette façon de faire rend plus attrayante la mise en scène de soi, car elle s'inscrit dans un mouvement et n'est plus statique. De plus, sur Snapchat, il est possible d'ajouter du son sur les égoportraits animés. Nadia est l'une des jeunes qui aime beaucoup cette fonctionnalité, car cela lui permet de montrer sa créativité. Cette nouvelle fonctionnalité rappelle le concept d'appropriation issu de la sociologie des usages. Il est assez facile d'imaginer que cet ajout de la part de Facebook et Snapchat a été influencé par les usagers pratiquant l'égoportrait.

Ensuite, il y a les vidéos DIY « Do it yourself » et ceux permettant d'évaluer des performances. Ces façons de se représenter s'inscrivent dans des logiques de présentation de soi similaires à celles de l'égoportrait. En effet, les jeunes peuvent chercher à susciter des réactions en publiant ce genre de vidéo dans les Rsn ou bien tout simplement les réaliser pour eux dans l'optique d'améliorer une performance.

Ces vidéos n'ont pas été analysées comme l'ont été les égoportraits dans cette recherche, mais il n'en demeure pas moins qu'il est pertinent d'en faire la mention.

5.5 La synthèse : le rôle de la pratique de l'égoportrait dans la représentation de soi des jeunes

Une synthèse des constats présentés dans ce chapitre est maintenant nécessaire afin de répondre à notre question de recherche. D'abord, les multiples manières qu'ont les jeunes de construire l'image qui est projetée dans leurs égoportraits renseignent sur les différentes significations que peuvent prendre cette pratique. La mise en lien des intentions des participants avec différentes pistes théoriques, dont la cartographie des modes de présentation des profils sur les Rsn (Coutant et Stenger, 2010), a permis de souligner le rôle significatif joué par le public ciblé par la diffusion des égoportraits. D'abord, il est clair que la diffusion d'égoportraits dans les Rsn permet aux jeunes de rendre leurs expériences plus significatives que si elles ne sont pas partagées. Documenter son quotidien et partager ces expériences personnelles en les diffusant instantanément dans les Rsn donne aux jeunes un sens à ce qu'ils font, mais également de ce qu'ils sont. Montrer qu'ils sont actifs, sociaux, à leur avantage ou qu'ils ont tel ou tel trait de caractère, participe pleinement à la construction de leur représentation de soi. Cette représentation de soi se voit d'ailleurs renforcée lorsqu'il y a des réactions de la part d'autres usagers.

Un élément intéressant qui est propre à la pratique de l'égoportrait, et non à la pratique de la photographie en général, est que le jeune est le seul à décider du genre d'image qu'il voudra diffuser dans les Rsn. L'« image écran » (Rouillé, 2014) et le « miroir manipulable » (Tisseron, 2000) sont deux concepts au cœur de cette pratique. En effet, les attributs montrés sur l'égoportrait ainsi que le choix de l'image qui sera

diffusée parmi les nombreux essais réalisés permettent aux jeunes de « s'essayer en ligne » (Coutant et Stenger, 2010). Cette façon d'aborder l'égoportrait témoigne de son importance dans la représentation de soi du jeune. La signification pouvant être associée par le jeune à l'égoportrait publié peut donc se participer au développement de sa représentation de soi dans son environnement social.

Le rôle de cette pratique sur la période adolescente est un autre constat important de cette recherche. Il a été observé que plusieurs des jeunes rencontrés ont des habitudes allant de modérées à extrêmes en matière d'égoportrait, mais leurs pratiques répondent dans tous les cas à différents besoins rattachés à la représentation de soi. En effet, la valorisation personnelle et la reconnaissance des pairs constituent des objectifs centraux de la pratique. L'exploration de différents soi à travers les égoportraits est une façon intéressante pour les jeunes de pouvoir faire des essais et des erreurs sur différents attributs identitaires. Le visionnement d'égoportraits pris dans le passé est également une façon pour les jeunes d'affirmer certains de leurs attributs identitaires par un retour vers soi qui les aidera à sentir une continuité entre ce qu'ils promettent de devenir et ce qu'ils sont dans le présent (Erikson, 1972). De plus, le fait que plusieurs jeunes semblent associer cette pratique à certains moments de la période adolescente peut laisser sous-entendre que les besoins de valorisation et d'essai de différents attributs identitaires qui y étaient rattachés ont été répondus. En effet, chez certains participants, il semble que cette pratique ne soit plus le moyen favorisé afin de développer leur représentation de soi.

En terminant, certains résultats ont permis d'aborder la pratique de l'égoportrait sous un angle plus critique. Nadia et Jeff sont les deux jeunes de cette recherche qui amènent des perspectives différentes sur le sens que peut prendre cette pratique pour eux. D'abord, les enjeux en lien avec la dépendance, en plus de favoriser un comportement narcissique, peut laisser croire que cette pratique n'est plus une alliée de la représentation de soi, mais participe à une forme de distorsion de l'image

mentale de lui. Cette situation peut éventuellement se produire également lorsque le jeune calcule son capital social en fonction des réactions suscitées par la diffusion de ses égoportraits. Ces exemples démontrent bien qu'il peut être dangereux d'accorder trop d'importance à la pratique de l'égoportrait, oubliant qu'elle ne devrait peut-être qu'être le reflet d'une réalité vécue et non seulement montrée.

En résumé, les points saillants de notre recherche sont les suivants :

- Chaque égoportrait publié est le fruit d'une intention ; le jeune désire se mettre en scène pour confirmer des aspects identitaires constitutifs de sa représentation de soi.
- L'égoportrait est une construction de l'image mentale qu'a le jeune de ce qu'il projette, et avec lequel il peut « s'essayer en ligne » (Coutant et Stenger, 2010).
- Le visionnement des égoportraits réalisé dans le passé permet une prise de recul pour le jeune afin de s'attribuer certains traits identitaires.
- La pratique de l'égoportrait semble répondre à un besoin de représentation de soi vécu durant un moment de l'adolescence. Il peut arriver que le jeune ne ressente plus le besoin de valorisation pouvant être obtenue à travers la diffusion de ces images de soi.
- Une pratique de l'égoportrait défailante, trop centrée sur soi ou qui rend calculable le capital social par les réactions émises par d'autres usagers, peut amener une forme de distorsion de l'image mentale du jeune lorsqu'il essaie d'acquérir différents aspects identitaires constitutifs de sa représentation de soi.

CONCLUSION

Cette recherche a porté sur l'étude d'un phénomène sans équivoque qui est observable dans notre société depuis l'apparition des premiers téléphones mobiles équipés d'un objectif frontal en 2007. Souvent associée à la jeunesse, la pratique de l'égoportrait devait être étudiée sous l'angle de la représentation de soi afin de comprendre les impacts qu'elle a sur la période adolescente. Le but de cette recherche a donc été d'étudier son rôle dans la représentation de soi des jeunes. Cette pratique, loin d'être inoffensive sur l'image que le jeune se fait de lui-même, amène de nouvelles façons de penser l'adolescence au temps du numérique. Décrire, définir et comprendre la pratique ont été les objectifs principaux de cette étude.

Ainsi, la compréhension de ce phénomène par le biais de la sociologie des usages (Chambat, 1994 ; Lacroix, 1994 ; Akrich, 1998 ; Millerand, 1998 ; Jouet, 2000 ; Jauréguiberry et Proulx, 2011 ; Breton et Proulx, 2012) aura permis de mieux comprendre les habitudes quotidiennes rattachées à cette pratique. En outre, le choix d'aborder ce phénomène par la théorie de la mise en scène de soi de Goffman (1973a) et de son application dans les Rsn par Coutant et Stenger (2010) a permis de révéler différents aspects relatifs non seulement aux intentions des jeunes, mais aussi aux attributs identitaires constitutifs de la représentation de soi pouvant être acquis dans la pratique de l'égoportrait. Les entretiens semi-dirigés, effectués par l'étudiante-chercheuse, auprès de jeunes qui avaient des habitudes allant de modérées à extrêmes de la pratique de l'égoportrait ont permis de mettre en perspective le fait que les intentions et objectifs poursuivis par les jeunes sont différents pour chacun. La représentation de soi demeure tout de même au cœur de cette pratique, et les jeunes de cette étude l'ont très bien démontré. De plus, la sélection du nombre égal de garçons et de filles a permis de démontrer qu'il n'existe pas de grandes différences dans la pratique selon les genres. Bien que la recherche ne fût pas centrée sur ce

phénomène genré, il semble que les sexes ne soient pas des déterminants assez significatifs pour établir des distinctions claires dans la pratique.

Toute recherche comporte des limites et suscite de nouvelles pistes de questionnement. Celle-ci n'échappe pas à cette règle. Premièrement, bien que cette recherche ait démontré que la pratique de l'égoportrait avait effectivement une influence sur la représentation de soi chez les jeunes, l'échantillon n'était pas assez grand (seulement 6 participants), pour permettre une quelconque généralisation. Une étude à plus grand déploiement apporterait possiblement un éclairage différent sur les données rapportées.

Deuxièmement, le choix d'effectuer uniquement des entretiens semi-dirigés ne semble pas avoir permis de mettre en lumière tous les aspects de la pratique de l'égoportrait et son influence sur la représentation de soi. Il aurait été intéressant que l'étudiante-chercheuse puisse faire partie des réseaux des jeunes dans les Rsn. L'ajout de l'observation en ligne aux instruments de collecte de données aurait sans doute permis d'émettre d'autres interprétations.

En ce qui concerne les pistes ultérieures de recherche, plusieurs peuvent être envisagées. D'abord, il serait intéressant de vérifier si l'image que les jeunes croient véhiculer par le biais de la diffusion de leurs égoportraits est bien celle perçue par les autres usagers. Des focus groupes seraient un instrument de collecte de données pouvant être utilisé afin de trouver une réponse à cette interrogation. Ensuite, l'étude des dépendances à cette pratique pourrait s'avérer également très intéressante. Comme l'a démontré le cas d'une des participantes (Nadia), il peut arriver que les jeunes abusent de cette pratique. La mise en corrélation de cette dépendance et de son impact sur le développement à l'adolescence serait une piste de recherche intéressante à entrevoir dans l'avenir. De plus, l'évolution de la pratique de l'égoportrait dans la vidéo pourrait également être un thème abordé dans des recherches ultérieures, car il

semblerait que des éléments liés à la mise en scène et la représentation de soi diffèrent d'avec l'égoportrait photographique. Par ailleurs, il serait également pertinent d'envisager une recherche centrée sur la perception de l'intimité dans la pratique de l'égoportrait chez les jeunes. Cet objet de recherche serait intéressant dans le sens où ce qui relève de l'intimité semble avoir changé dans l'esprit des jeunes depuis l'apparition de la pratique de l'égoportrait.

En terminant, les résultats de cette recherche pourraient éventuellement éclairer certains intervenants psychosociaux oeuvrant auprès des jeunes. En effet, la compréhension de ce phénomène sur la représentation de soi du jeune démontre que la pratique de l'égoportrait n'est pas seulement le fruit d'un comportement narcissique, mais peut s'avérer être une forme d'exploration de soi lors de la période adolescente. Dans cette étude, il a été intéressant de constater lors des entretiens que le questionnement de la pratique de l'égoportrait auprès des jeunes amène ceux-ci à émettre une introspection sur leurs habitudes de diffusion d'images de soi dans les Rsn. Ainsi, le questionnement sur l'image que les jeunes véhiculent dans les Rsn peut donc être une avenue intéressante à considérer lors d'intervention auprès de jeunes ayant des habitudes marqués dans la publication d'égoportraits.

APPENDICE A

PREMIER GUIDE D'ENTRETIEN

Nom du sujet : _____
Pseudonyme choisi : _____
Date de naissance : _____

- Expliquer que l'entretien est en alternance entre une discussion entre tous les deux et la navigation dans les Rsn ;
- Expliquer que la recherche vise à comprendre l'influence du selfie sur la représentation de soi : Phénomène nouveau, va au-delà de l'autoportrait ;
- Premier entretien de deux entretiens (l'autre en février qui sera moins long et servira à vérifier certains constats qui aura été fait suite à ce premier entretien) ;
- Si le jeune n'est pas à l'aise, seulement aviser l'étudiante-chercheuse ;
- L'entretien est confidentiel et anonyme ;
- Mentionner que l'entretien est enregistré.

Thématique 1 (T.1) : Les modalités régissant la pratique de l'égoportrait (prise et diffusion)

Thématique 2 (T.2) : Les interactions suscitées suite à la diffusion d'un égoportrait dans un Rsn

Thématique 3 (T.3) : L'influence de la pratique sur la représentation de soi

Ouverture de l'entretien

	1. Peux-tu te connecter à tous les Rsn auxquels tu es abonné(e) ? Et depuis quand es-tu abonné sur ces RSN ? :
	2. Présente-moi tes profils ?
	3. Qu'est-ce que tu fais le plus selon le Rsn auquel tu es connecté(e) ? <i>(Note à la chercheuse : partager des photos ou du contenu, émettre des commentaires ou des « j'aime »).</i>

	4. Lequel de ces Rsn privilégies-tu pour la diffusion de selfie ? (T.1) - Et pourquoi ?
	5. Peux-tu me montrer les derniers selfies que tu as publiés ? (T.3) <i>(Note à la chercheuse : Impressions d'écran si possible)</i>
	6. Selon le Rsn : À quel endroit de la plateforme est-ce que ton selfie peut être vu par les autres lorsque tu le publies ? (T.1) <i>(Note à la chercheuse : Sur ta page de profil, la page de tes amis, utilisation d'hashtags)</i>
	7. Est-ce que tu insères souvent une description ou est-ce que tu identifies tes amis sur les selfies que tu publies ? (T.1) - Si oui, peux-tu me montrer le genre de description que tu inscris ?

	8. Qui peut voir tes selfies ? (T.1) (Note à la chercheuse : Groupe restreint que tu as préprogrammé avant : amis, familles ou pas, etc.)
	9. À quelle fréquence est-ce que tu publies des selfies ? (T.1) (Note à la chercheuse : Distinction entre seul(e) et avec des amis, une fois par semaine/mois, plus ?)
	10. Dans quelles circonstances de ta vie est-ce que tu prends des selfies ? (T.1) (Note à la chercheuse : Activité particulière, avec des amis, seule chez toi pour mettre à jour ton profil, quand tu te sens loin de tes amis ou de ta famille).
	11. Combien de tentatives peux-tu faire en moyenne avant de publier un selfie ? (T.1) (Note à la chercheuse : Peut dépendre si tu es seul(e) ou avec des amis)
	12. T'arrive-t-il de retoucher tes selfies avant leur diffusion ? (T.1) - Si oui, peux-tu m'expliquer le genre de retouche tu peux faire et me le montrer ? - Pourquoi fais-tu ces retouches ?
	13. Dans quelle circonstance tu te dis que ton selfie est réussi ? (T.2)
	14. Est-ce qu'on commente tes selfies ? (T.2) - Qu'est-ce que tu aimes qu'on dise sur tes selfies ?
	15. Peux-tu me montrer des commentaires sur tes selfies qui t'ont fait réagir ? (T.2)
	16. As-tu déjà effacé des commentaires que les gens avaient émis suite à la

	diffusion d'un de tes selfie ? (T.3) - Si oui, pourquoi ?
	DANS LA VIE DE TOUS LES JOURS
	17. Est-ce que tu crois que l'image de toi que tu véhicules avec les selfies que tu publies est la même que celle que tu entretiens dans la vie de tous les jours ? (T.3)
	18. Est-ce qu'il peut arriver que tu discutes d'un selfie que tu as publié sur Facebook avec ton entourage ? (T.3) - Si oui, peux-tu me donner un exemple de ce que vous vous dites en face à face ?
	19. Est-ce que la diffusion d'un selfie a déjà eu un impact sur ta réputation dans la vie de tous les jours ? (T.3) - Si oui, es-tu à l'aise de m'expliquer comment ?
	20. As-tu l'impression que la diffusion d'égoportrait te valorise ? (T.3)
	21. D'après toi, crois-tu que les selfies sont des images fidèles de la personne photographiée ? (T.3)

APPENDICE B

GRILLES D'ENTRETIENS PERSONNALISÉS (SECONDS ENTRETIENS)

Sujet #1 Jérémy Grille de questions du second entretien
--

1. Utilises-tu de nouveaux Rsn depuis la dernière fois qu'on s'est vu ?
2. Que fais-tu sur Instagram ?
3. Est-ce que c'est tout ton profil Facebook qui est public ? Et sur Instagram ?
4. La dernière fois tu m'as dit qu'il t'arrivait de t'enregistrer durant des parcours et que pour le faire tu posais le iPad par terre, que fais-tu avec ces vidéos ensuite ?
5. Pourquoi publies-tu ces vidéos de toi qui font des parcours ? Qu'est-ce que tu cherches ?
6. Est-ce qu'il t'arrive de faire une petite présentation/ introduction avant de faire le parcours ? Si oui, que dis-tu ?
7. Peux-tu me montrer les vidéos que tu publies de toi sur Instagram ?
8. La dernière fois tu m'as dit que tu n'aimais pas prendre des photos de toi seul, peux-tu m'expliquer pourquoi ?
Est-ce que ça t'arrive tout de même d'en prendre et de ne pas les publier ?
9. J'ai regardé un peu ton profil sur Facebook et j'ai vu qu'une de tes copines . t'avait tagué sur une photo d'elle avec une bouteille d'alcool durant le temps des fêtes, pourquoi crois-tu qu'elle a fait ça ?
10. Quelle image crois-tu diffuser de toi sur Facebook ?
11. Est-ce que c'est important pour toi de montrer que tu as des amis sur Facebook ? Et que tu as une vie active ?
12. Comment crois-tu que les gens te perçoivent dans la vie de tous les jours ?

13. Où te vois-tu dans l'avenir ?

Sujet #2

Jayden

Grille de questions du second entretien

1. Utilises-tu de nouveaux Rsn depuis la dernière fois qu'on s'est vu ?

Utilises-tu plus snapchat ou Facebook pour la diffusion des selfies ?

(Note à l'étudiante-chercheure : ça peut être des selfies avec tes amis ou seul)

2. Ton profil est-il public sur Snapchat ? Et sur Facebook ?
3. Depuis la dernière fois que nous nous sommes vus, as-tu publié de nouveaux selfies sur Facebook ou Snapchat ? Si oui, peux-tu me les montrer ?
4. Fais-tu des vidéos de toi ?
5. Lors de l'entretien de décembre, je t'ai demandé : « Quels genres de selfie tu prenais ? », et tu m'as répondu : « Des fois c'est quand je viens de me réveiller et que je n'ai rien à faire, ou le soir quand je ne dors pas. ». J'aimerais que tu m'aides à comprendre les raisons qui expliquent tes motivations à vouloir publier une photo lorsque tu te réveilles ou bien quand tu ne dors pas ?
(Note à l'étudiante-chercheure (Sous-questions) : Qu'est-ce que tu cherches à montrer aux autres qui vont regarder ta photo ? Quels genres de réactions veux-tu susciter ? As-tu beaucoup d'amis qui font la même chose ?)
6. Lors de l'entretien de décembre, tu m'as également montré des selfies où tu mettais l'heure dessus ? Peux-tu m'expliquer le but de ça ?
7. Lors du dernier entretien, je t'ai demandé si tes amis prenaient des selfies de toi, tu m'as dit : « Oui, quand je ne le sais pas », est-ce que ça te dérange lorsqu'ils font ça ?
8. Est-ce qu'ils publient ces selfies sans ta permission quelquefois ?
9. C'est quoi les motivations de prendre des selfies avec tes amis ?
10. Ça te prend combien de tentatives avant de publier un selfie seul sur snapchat ?

11. À quel moment es-tu satisfait de ton selfie ? Et c'est quoi un bon selfie pour toi ?
12. Lorsque tu publies un selfie sur snapchat, aimes-tu savoir combien de personne l'a regardé ?
13. Quels types de commentaires/réactions aimes-tu recevoir lorsque tu publies des selfies ? (En privé ou en public)
14. Crois-tu que les selfies de tes amis les représentent bien ?
15. Comment crois-tu qu'on te perçoit dans la vie de tous les jours ?

LES CHOICES

16. Est-ce qu'il y a beaucoup d'amis à toi qui t'envoient des « choices » en privé ?
17. Est-ce que tu réponds tjrs à tes amis qui te demandent des « choices » ?
18. Est-ce qu'il y a plus de gars ou de filles qui t'envoient des « choices » ?
19. Est-ce que tu envoies des « choices » ?

Sujet #3

Livia

Grille de questions du second entretien

1. Utilises-tu de nouveaux Rsn depuis la dernière fois qu'on s'est vu ?
2. As-tu fait des vidéos ou photos de toi toute seule ou avec des amies depuis la dernière que nous nous sommes vues ? *(Note à l'étudiante-chercheure : Ce n'est pas obligatoire que ces vidéos et photos aient été publiées en ligne, elles peuvent être seulement dans son téléphone cellulaire)*
3. Prise de vidéos seule ou avec tes amis, j'aimerais qu'on approfondisse sur les circonstances et les contextes. À quel moment prends-tu le plus souvent des vidéos de toi toute seule ou avec des amis ? *(Note à l'étudiante-chercheure : même si ce n'est pas publié)*

4. Est-ce qu'il t'arrive de te filmer durant tes performances de danses ? (De déposer la caméra sur une surface stable et de te filmer). Si oui, envoies-tu ces vidéos à des personnes ? Quand regardes-tu ces vidéos ?
5. **À clarifier** : Est-ce que tes amies publient souvent des selfies ou des vidéos avec toi quand même aujourd'hui ?
6. **À clarifier** : À quelle fréquence publies-tu du contenu et des égoportraits en ce moment sur Snapchat ?
7. Sur quel Rsn publiais-tu le plus souvent tes selfies avant ? Et pourquoi ?
8. Tu disais que tu publiais des selfies au moins une fois par semaine, est-ce que tu sentais que c'était comme un devoir d'en publier ? Ou c'était plus par envie ?
9. Tu disais faire des vidéos YouTube, quels genres de vidéo faisais-tu ?
10. Crois-tu que c'était plus important avant qu'aujourd'hui de montrer que tu as des amis sur Facebook ?
11. Qui aimait ou commentait tes selfies ? Qui était ces gens ?
12. Tu m'as dit la dernière fois que l'image que tu véhiculais sur les selfies n'était pas nécessairement fidèle à ton image de tous les jours, peux tu me dire ce qui différenciait le selfie de l'image de tous les jours ?
13. La dernière fois tu m'as dit que ton comportement avait changé par rapport au selfie car tu disais être plus mature, j'aimerais que tu m'expliques c'est quoi pour toi être plus mature ?
14. Que voudrais-tu faire plus tard ? Comment vois-tu ton avenir ?

Sujet #4

Erika

Grille de questions du second entretien

1. Utilises-tu de nouveaux Rsn depuis la dernière fois qu'on s'est vu ?
2. Depuis quand es-tu abonnée à Snapchat et Facebook ?

3. As-tu publié de nouveaux selfies depuis la dernière fois qu'on s'est vu ?
Si oui, peux-tu me les montrer ?
4. Utilises-tu plus Snapchat ou Facebook pour la diffusion de selfies ? Explique-moi encore les différences pour toi lorsque tu publies sur Snapchat ou sur Facebook.
5. Explique-moi l'utilité de faire des « choice » ?
(Note à l'étudiante-chercheure : le selfie sera publié sur le mur Facebook de la personne qu'elle a mise en « choice », alors plus grande diffusion, si oui, qu'est-ce que ça amène cette diffusion)
6. La dernière fois tu me disais qu'il y avait des gens que tu ne connaissais pas qui pouvaient t'écrire en privé, qu'est-ce que ça te fait quand tu reçois ce genre de message ?
(Note à l'étudiante-chercheure : Voir si c'est quelque chose la dérange ou bien la flatte dans ce genre de situation)
7. Peux-tu me parler des moments où tu prends des selfies ?
(Note à l'étudiante-chercheure : en savoir plus sur les moments où elle a tendance à vouloir prendre des selfies)
8. La dernière fois tu m'as dit que tu prenais des selfie pour dire que tu étais là à tel moment, pourquoi c'est important de faire ça ?
9. La dernière fois tu m'as dit que tu aimais prendre des selfies dans la salle de bain, est-ce qu'il y a une raison particulière ?

DIFFÉRENCE ENTRE PRENDRE ET PUBLIER DES SELFIES

10. J'aimerais qu'on clarifie un truc et que tu répondes à deux questions en faisant la distinction entre prendre et publier des selfies :
 - Combien de selfies peux-tu PRENDRE avec tes amis ET seule par semaine ?
 - Combien de selfies peux-tu PUBLIER avec tes amis ET seule par semaine ?
 - Combien de selfies peux-tu TENTATIVES peux-tu faire lorsque tu prends des selfies avec tes amis ET seule ?

11. Est-ce que ça t'arrive de juste regarder les selfies que tu as pris pour t'encourager ou te complimenter ?
12. Sur un des selfies que tu m'as montré (celui où tu quittais Mtl pour Toronto), tu as écrit ton pseudo de Snapchat dessus, peux-tu me dire pourquoi ?
Voulais-tu que les gens puissent te suivre même quand tu allais être là-bas ?
13. À quel moment tu te dis que tes selfies sont réussis quand tu es seule ? Et lorsque tu es en groupe, avec tes copines ?
14. Est-ce que les commentaires ont une influence sur la perception que tu te fais de toi ?
15. La dernière fois qu'on s'est vu, tu m'as montré un collage de selfies avec tes copines ? Est-ce que c'est important pour toi de publier des photos avec tes amis sur les Rsn ? Pourquoi ?
16. La dernière fois tu m'as dit « Ouais, parce que je sais que j'ai des « haters ». « Haters gonna hate ». Parce que si je n'ai pas de « Haters », ça veut dire que je ne fais pas quelque chose de bien », peux-tu m'expliquer le sens de ce que tu dis, je ne suis pas certaine de comprendre ?
(Note à l'étudiante-chercheuse : Besoin de plus de précisions sur le sens de cette phrase, elle trouve important d'avoir des « haters » ?)
17. Est-ce que c'est important de faire des selfies pour ces Haters ?
18. Qui sont ces Haters ?
19. La dernière fois, on s'est laissé et tu me disais : « Ben, il paraît que je suis la plus narcissique de mes 4 autres amies avec qui je me tiens, parce que moi j'aime ça prendre des selfies. Moi, je ne trouve pas ça narcissique. Pour moi, c'est normal de passer devant le miroir, et d'avoir un petit « pet talk » avec moi, c'est un peu pour se booster »...
 - Peux-tu m'expliquer comment prendre des selfies peut te valoriser ?
 - C'est quoi être narcissique pour toi ?
 - Qui dit que tu es la plus narcissique ? Tes amies ?
20. Si pendant une journée tu ne prends pas de selfie, est-ce que tu sens un vide ?
21. C'est quoi le plus long moment que tu as eu à ne pas prendre de selfie ?

22. Que voudrais-tu faire plus tard ? Comment vois-tu ton avenir ?

Sujet #5

Jeff

Grille de questions du second entretien

1. Es-tu inscrit à de nouveaux Rsn depuis la dernière fois que nous nous sommes vus ?
2. As-tu publié de nouveaux selfies depuis la dernière fois qu'on s'est vu ? Peux-tu me les montrer ?
3. Publies-tu des vidéos de toi ou de toi avec tes amis ?
4. T'arrive-t-il de poser la caméra et de te filmer durant une performance ? (Note à l'étudiante-chercheuse : art dramatique)
5. Dans quel(s) contexte(s) publies-tu le plus des selfies seul ? et en groupe ?
(Note à l'étudiante-chercheuse (sous-question) : lorsqu'il s'ennuie ?)
6. As-tu l'impression que les selfies te permettent de garder un contrôle sur l'image que tu diffuses auprès des autres ?
7. Tu disais que tu publiais « *Sur Facebook à peu près une dizaine par semaine. Sur Snapchat ça varie, une semaine ça peut être 10 et une autre semaine ça pourrait être 50 par semaine. Et Instagram ça pourrait être une par semaine, même moins* ». Est-ce que tu sens que c'était comme un devoir d'en publier ?
8. Comment te sens-tu lorsque tu ne prends pas de selfies durant un moment ?
9. C'est quoi le plus long moment que tu as eu à ne pas prendre de selfie ?
10. Combien de mention « J'aime » reçois-tu en moyenne sur tes selfies ? Seul ? Avec tes amis ?
11. Tu disais que tu supprimais les commentaires qui te faisaient pitié, peux-tu m'expliquer c'est quoi des commentaires qui font pitié ?
12. De la façon dont tu me parlais la dernière fois, il y a beaucoup de gens qui vont te traquer, reprendre des photos de toi pour s'ouvrir un profil ou bien émettre des commentaires désobligeants, tu m'as donné l'impression que ça

t'était égal, mais que tu ne faisais rien pour que ça change. Peux-tu m'expliquer pourquoi tu fais en sorte que ces situations perdurent et que tu ne décides pas du coup d'avoir des profils plus privés ?

13. As-tu des idoles ?
14. Est-ce que tu t'es déjà imaginé ce serait quoi si Internet n'existait pas ?
15. Comment crois-tu que ton entourage te perçoit ?

Sujet #6

Crystal

Grille de questions du second entretien

1. Depuis quand es-tu abonnée à Snapchat ?
2. Es-tu abonnée à de nouveau Rsn depuis que nous nous sommes vues en décembre ?
3. As-tu publié de nouveaux selfies ou des vidéos de toi depuis la dernière fois que nous nous sommes vues ?
4. C'est quoi l'objectif de montrer ce que tu manges ? Consomme ? Ou bien, que tu as de l'argent ?
5. Tu m'as dit lors du premier entretien : « j'essaie juste de montrer ce que je fais à tous les jours », pourquoi c'est important pour toi de faire ça ?
6. Est-ce que c'est important pour toi l'image que tu projettes sur Snapchat ? Si oui, peux-tu m'expliquer pourquoi ?
7. Tu m'as dit la dernière fois « : « Ouais parce que des fois c'est trop intime... Je dévoile trop de choses »... et tu m'as dit que tu ne pouvais pas... si tu pouvais, le ferais-tu ?
8. Est-ce qu'elle les publie tous ? Si non, comment fais-tu la sélection de ce que tu publies ?
9. Est-ce que je peux voir les selfies ou les vidéos où elle ajoute des descriptions ?

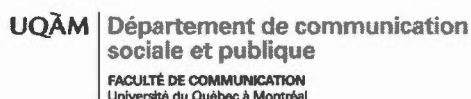
10. Est-ce que tu mets souvent des identifications de personnes qui ne sont pas présentes sur la photo ?
11. Est-ce que tu mets souvent des #Hashtag ?

DIFFÉRENCE ENTRE PRENDRE ET PUBLIER DES SELFIES

12. Combien selfies PRENDS-tu par jour ?
13. Combien selfies PUBLIES-tu par jour ?
14. Pourquoi ne pas restreindre le public qui a accès à tes diffusions sur Snapchat ? *(Note à la chercheur : elle mentionnait qu'elle s'était fait traquer avant ou bien qu'il y a des filles qui ne l'aimaient pas qui regardaient ses photos)*
15. Vu que ton Snapchat est public, est-ce que tu peux voir qui regarde tes photos ?
16. Comment te décrirais-tu comme personne ?
17. Et tu penses que ton entourage te voit comment ?
18. As-tu l'impression que les selfies fait que les gens te perçoivent de la façon que tu veux ? Que tu as un contrôle de l'image que tu projettes ?
19. Est-ce que tu accordes une importance aux nombres de « vue » de tes selfies ou tes vidéos de toi ?
20. Que veux-tu faire plus tard ? Où te vois-tu dans l'avenir ?

APPENDICE C

CONSENTEMENT PARENTAL



FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT (parent/tuteur-trice légal-e)

Projet dans le cadre de mémoire de maîtrise en communication
LA REPRÉSENTATION DE SOI SUR LES RÉSEAUX SOCIONUMÉRIQUES : ÉTUDE DU PHÉNOMÈNE DE
L'ÉGOPORTRAITS (SELFIES) CHEZ LES JEUNES DE 15 À 17 ANS.

IDENTIFICATION

Responsable-chercheure du projet : Josiane Cadotte
Programme d'enseignement : Maîtrise en communication
Adresse courriel : cadotte.josiane@courrier.uqam.ca
Téléphone : (514) 346-2058

BUT GÉNÉRAL DU PROJET ET DIRECTION

Votre enfant est invité à prendre part à un projet de recherche visant à déterminer les influences sur la représentation de soi de la diffusion d'égoportraits (selfies) chez les jeunes de 15 à 17 ans actifs dans la diffusion d'égoportraits dans les réseaux socionumériques depuis au moins une année. Ce projet de recherche est réalisé dans le cadre d'un mémoire de maîtrise sous la direction de Nathalie Lafranchise et Florence Millerand, professeures au département de communication sociale et publique de l'UQAM. Elles peuvent également être jointes par téléphone ou courriel :

Pour Mme Lafranchise : (514) 987-3000 poste 2694 ou lafranchise.nathalie@uqam.ca
Pour Mme Millerand : (514) 987-3000 poste 3593 ou millerand.florence@uqam.ca.

La contribution de votre enfant favorisera l'avancement des connaissances dans le domaine des communications sociales.

PROCÉDURE(S) OU TÂCHES DEMANDÉES À VOTRE ENFANT

Avec votre permission et l'accord de votre enfant, il/elle sera invité-e à participer à **deux entretiens individuels qui seront enregistrés sur bande audio** qui se dérouleront avec la responsable-chercheure au CECRG (Centre Éducatif Communautaire René-Goupil). Lors du premier entretien il/elle sera invité-e à se connecter sur les différents réseaux socionumériques (Facebook, Instagram, etc.) où il/elle publie des égoportraits (selfies). Accompagné-e de la chercheure qui lui posera différentes questions, il/elle sera invité-e à montrer ainsi qu'à expliquer ses habitudes de diffusion

d'égoportrait (selfies). Lors du second entretien, il/elle sera invité-e à fournir des informations complémentaires suite au premier entretien. Nous estimons que le premier entretien durera de 40 à 60 minutes, et le second de 20 à 30 minutes.

AVANTAGES ET RISQUES D'INCONFORT

Il n'y a pas de risque associé à la participation de votre enfant à ce projet. Les questions qui lui seront posées lors des entretiens se concentreront sur **sa pratique et ses diffusions d'égoportraits (selfies)**. Nous l'interrogerons également sur **les perceptions qu'il/elle a de lui/elle-même dans la vie de tous les jours**.

Il pourrait arriver que votre enfant ne soit pas à l'aise de montrer certains égoportraits qu'il/elle a publiés ou bien de parler de la façon qu'il se perçoit, sachez qu'il/elle **pourra en tout temps avoir le choix de répondre ou non aux questions qui lui seront posées**.

Aussi, s'il/elle en ressent le besoin, il pourra bénéficier d'un soutien psychologique en s'adressant à Evelyne Boisvert Beauregard, coordonnatrice jeunesse au CECRG ou bien en contactant un intervenant de l'organisme Tel-Jeunes, soit par téléphone (1-800-263-2266) ou par clavardage en ligne (teljeunes.com).

ANONYMAT ET CONFIDENTIALITÉ

Il est entendu que les renseignements recueillis auprès de votre enfant seront confidentiels et que seules la responsable-chercheuse du projet ainsi que ses directrices de recherche auront accès aux enregistrements audio. L'ensemble du matériel de recherche sera conservé sous clé par la responsable pendant la durée totale du projet. Les enregistrements audio ainsi que les formulaires de consentement seront détruits 3 mois après les dernières diffusions.

PARTICIPATION VOLONTAIRE

La participation de votre enfant à ce projet est volontaire. Cela signifie que, même si vous consentez aujourd'hui à ce que votre enfant participe à cette recherche, **il/elle demeure entièrement libre de ne pas participer ou de mettre fin à sa participation en tout temps sans justification ni pénalité**. **Vous pouvez également retirer votre enfant du projet en tout temps**.

Votre accord à participer implique également que vous acceptez que la responsable du projet puisse utiliser aux fins de la présente recherche (articles, mémoire, essai ou thèse, conférences et communications scientifiques) les renseignements recueillis à la condition qu'**aucune information permettant d'identifier votre enfant ne soit divulguée publiquement**, à moins d'un consentement explicite de votre part et de l'accord de votre enfant.

COMPENSATION

Votre enfant ne sera pas compensé directement. Sa contribution est offerte à titre gratuit avec seule possibilité de remboursement des frais de transport (si applicable). Sur demande, un résumé des résultats et le mémoire de recherche vous seront transmis au terme du projet (fin de l'année 2017).

DES QUESTIONS SUR LE PROJET OU SUR VOS DROITS ?

Vous pouvez contacter la responsable-chercheuse pour toutes questions additionnelles sur le déroulement du projet. Vous pouvez également discuter avec l'une des directrices de recherche des conditions dans lesquelles se déroulera la participation de votre enfant et de ses droits en tant que participant-e à cette recherche.

Le projet auquel votre enfant va participer a été approuvé sur le plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains. Pour toute question ne pouvant être adressée aux directrices de recherche ou pour formuler une plainte ou des commentaires, vous pouvez contacter le Président du Comité d'éthique de la recherche pour étudiants (CÉRPE), par l'intermédiaire de son secrétariat au numéro (514)-987-3000 poste 1200 ou par courriel à : vrignaud.caroline@uqam.ca.

REMERCIEMENTS

Votre collaboration et celle de votre enfant sont importantes à la réalisation de ce projet et nous tenons à vous en remercier.

AUTORISATION PARENTALE

En tant que parent ou tuteur légal de _____, je reconnais avoir lu le présent formulaire de consentement et consens volontairement à ce que mon enfant participe à ce projet de recherche de maîtrise en communication. Je reconnais aussi que ce présent document m'informe de manière satisfaisante et que, **si j'ai d'autres questions, je contacterai la responsable-chercheuse du projet.**

J'ai disposé de suffisamment de temps pour discuter avec mon enfant de la nature et des implications de sa participation. Je comprends que sa participation à cette recherche est totalement volontaire et qu'il/elle peut y mettre fin en tout temps, sans pénalité d'aucune forme, ni justification à donner. Il suffit d'en informer la responsable. Je peux également décider, pour des motifs que je n'ai pas à justifier, de retirer mon enfant du projet.

PARENT/TUTEUR-TRICE LÉGAL-E

En apposant ma signature sur ce formulaire :

(a) J'autorise mon enfant à participer à deux entretiens individuels avec la chercheuse.

(b) J'accepte que mon enfant soit enregistré sur bande audio lors des entretiens.

Signature _____ du _____ parent/tuteur-trice _____ légal-e :

Date : _____

Prénom, nom (lettres moulées) et coordonnées (téléphone et courriel) :

ENGAGEMENT DE LA CHERCHEURE

Je, soussignée certifie :

- (a) avoir bien expliqué au signataire dans une rédaction claire les conditions de la présente recherche ;
- (b) être disponible pour répondre à toutes questions supplémentaires par téléphone ou courriel (voir coordonnées plus bas) ;
- (c) lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à la participation de son enfant au projet de recherche décrit ci-dessus ;
- (d) que je lui ferai parvenir une copie signée et datée du présent formulaire.



Signature

Date

Nom et coordonnées :

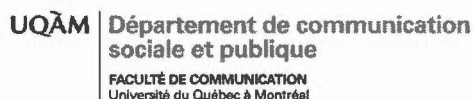
Josiane Cadotte

514 346-2058

cadotte.josiane@courrier.ugam.ca

APPENDICE D

CONSENTEMENT DU JEUNE



FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT (participant mineur)

Projet dans le cadre de mémoire de maîtrise en communication
LA REPRÉSENTATION DE SOI SUR LES RÉSEAUX SOCIONUMÉRIQUES : ÉTUDE DU PHÉNOMÈNE DE
L'ÉGOPORTRAIT (SELFIE) CHEZ LES JEUNES DE 15 À 17 ANS.

IDENTIFICATION

Chercheuse du projet : Josiane Cadotte Étudiante à la maîtrise en communication Adresse courriel : cadotte.josiane@courrier.uqam.ca Téléphone : (514) 346-2058	Directrices de recherche : Nathalie Lafranchise Professeure au département de communication sociale et publique de l'UQÀM Adresse courriel : lafranchise.nathalie@uqam.ca Téléphone : (514) 987-3000 poste 2694 Florence Millerand Professeure au département de communication sociale et publique de l'UQÀM Adresse courriel : millerand.florence@uqam.ca Téléphone : (514) 987-3000 poste 3593
---	---

BUT GÉNÉRAL DU PROJET ET DIRECTION

Tu es invité-e à prendre part à un projet de recherche visant à comprendre les influences sur la représentation de soi de la diffusion de selfies chez les jeunes de 15 à 17 ans actifs dans la diffusion d'égoportraits dans les réseaux socionumériques depuis au moins une année. Ce projet de recherche est réalisé dans le cadre d'un mémoire de maîtrise en communication à l'Université du Québec à Montréal.

Ta contribution favorisera l'avancement des connaissances dans le domaine des communications sociales.

PROCÉDURE(S) OU TÂCHES DEMANDÉES

Avec ta permission, tu seras invité-e à participer à **deux entretiens individuels qui seront enregistrés sur bande audio** qui se dérouleront avec la chercheuse au CECRG (Centre Éducatif Communautaire René-Goupil). Lors du premier entretien tu seras invité-e à te connecter sur les différents réseaux

socionumériques (Facebook, Instagram, etc.) où tu as l'habitude de publier des selfies. Accompagné-e de la chercheure qui te posera différentes questions, tu seras invité-e à montrer et à expliquer tes habitudes de diffusion de selfies.

Ensuite, lors du second entretien avec la chercheure, qui se fera à environ 3 semaines d'intervalle, tu seras invité-e à fournir des informations complémentaires suite au premier entretien. Nous estimons que **le premier entretien durera de 40 à 60 minutes, et le second de 20 à 30 minutes.**

AVANTAGES ET RISQUES D'INCONFORT

Il n'y a pas de risque associé à ta participation. Les questions qui te seront posées lors des entretiens se concentreront sur ta pratique et tes diffusions de selfie. Nous t'interrogerons également sur les perceptions que tu as de toi-même dans la vie de tous les jours.

Il pourrait arriver que tu ne sois pas à l'aise de montrer certains égoportraits que tu as publiés ou bien de parler de la façon que tu te perçois, sache que **tu pourras en tout temps avoir le choix de répondre ou non aux questions qui te seront posées.**

Aussi, si tu en ressens le besoin, tu pourras bénéficier d'un soutien psychologique en parlant à Evelynne Boisvert Beauregard, coordonnatrice Jeunesse au CECRG que tu fréquentes ou bien en contactant un intervenant de l'organisme Tel-Jeunes, soit par téléphone (1-800-263-2266) ou par clavardage en ligne (teljeunes.com).

ANONYMAT ET CONFIDENTIALITÉ

Tous les renseignements recueillis auprès de toi seront confidentiels et seules la chercheure du projet ainsi que ses directrices de recherche auront accès aux enregistrements audio. L'ensemble du matériel de recherche sera conservé sous clé par la chercheure pendant la durée totale du projet. Les enregistrements audio ainsi que les formulaires de consentement seront détruits 3 mois après les dernières diffusions. De plus, durant la recherche, tu seras invité-e à te trouver un pseudonyme qui sera utilisé par la chercheure pour qu'**aucune information permettant de t'identifier ne soit divulguée.**

PARTICIPATION VOLONTAIRE

Ta participation à ce projet est volontaire. Cela signifie que, même si tu consens aujourd'hui à participer à cette recherche, tu demeures entièrement libre de ne pas participer ou de mettre fin à ta participation en tout temps sans justification ni pénalité.

Ta contribution à cette recherche est offerte à titre **gratuit.**

Si tu es intéressé-e par les résultats de la recherche, la chercheure pourra te donner un résumé du mémoire à la fin de l'année 2017.

DES QUESTIONS SUR LE PROJET OU SUR VOS DROITS ?

Tu peux contacter la chercheuse pour toutes questions additionnelles sur le déroulement du projet, les coordonnées de celle-ci se trouvent au début de ce formulaire. Le projet auquel tu participes a été approuvé sur le plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains. Pour toute question ne pouvant être adressée aux directrices de recherche ou pour formuler une plainte ou des commentaires, tu peux contacter le Président du Comité d'éthique de la recherche pour étudiants (CÉRPÉ) de l'UQÀM, par l'intermédiaire de son secrétariat au numéro (514)-987-3000 poste 1200 ou par courriel à : vrignaud.caroline@uqam.ca.

REMERCIEMENTS

Ta collaboration est importante à la réalisation de ce projet et nous tenons à te remercier.

PARTICIPANT-E

En apposant ma signature à ce formulaire :

(a) Je désire participer à deux entretiens individuels avec la chercheuse.

(b) J'accepte que mes entretiens soient enregistrés sur bande audio.

Prénom et nom du/de la participant-e : _____

Signature du/de la participant-e : _____

Date : _____

ENGAGEMENT DE LA CHERCHEUSE

Je, soussignée certifie :

- (a) avoir expliqué au signataire les termes du présent formulaire ;
- (b) avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard, et est disponible pour répondre à toutes questions supplémentaires par téléphone ou courriel (voir coordonnées plus bas) ;
- (c) lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus ;
- (d) que je lui remettrai une copie signée et datée du présent formulaire.

Signature de la responsable-chercheuse : _____

Date : _____

Nom et coordonnées :

Josiane Cadotte

514 346-2058 cadotte.josiane@courrier.uqam.ca

*** Veuillez signer les deux exemplaires du formulaire d'information et de consentement et en garder une copie. L'autre doit être remis à la chercheuse.**

APPENDICE E

CERTIFICAT ÉTHIQUE

Groupe en éthique
de la recherche
Placer l'éthique de la recherche humaine

EPTC 2: FER

Certificat d'accomplissement

Ce document certifie que

Josiane Cadotte

*a complété le cours : l'Énoncé de politique des trois Conseils :
Éthique de la recherche avec des êtres humains :
Formation en éthique de la recherche (EPTC 2 : FER)*

25 mai, 2016

RÉFÉRENCES

- Akrich, M. (1998). Les utilisateurs, acteurs de l'innovation. *Education permanente* (134), 79-89.
- American Sociology Review*, 1936. « Sociological Research in Adolescence ». *XLII*(1), 81-94.
- Appardurai, Arjun. (1996). *Après le colonialisme*. Traduit de l'anglais en 2001. Paris (Fr). Bibliothèque Payot, 124p.
- Arte. Reportage. (2015, 26 février). *Me, my selfie and I : je me prends en photo !* [Vidéo]. Récupéré le 17 avril 2015 de <http://info.arte.tv/fr/me-my-selfie-and-i-je-me-prends-en-photo>
- Bationo, A., & Zouinar, M. (2009). Les usages amateurs de la vidéo sur téléphone mobile. *Réseaux*, 156 (4), 141–164. <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-4-page-141.htm>
- Beauvelet, O. (2015). « Selfie » : une histoire de mot plus que d'image. [Billet de blogue]. Récupéré le 5 juin 2016 de *Des images aux réels par Olivier Beauvelet* <http://veraiconn.hypotheses.org/509>
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism- Perspective and Method*. PrenticeHall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey.
- Breton, P. et Proulx, S. (2012). *L'explosion de la communication : introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, Quatrième édition. Paris : La découverte.
- Bonneville, L., Lagacé, M. et Grosjean, S. (2007). *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Montréal : Gaëtan Morin.
- boyd, d. (2007). *Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*. In Buckingham David, Youth, Identity, and Digital Media. Cambridge : MIT Press,
- boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven : Yale University Press.

- Chambat, P. (1994). Usages des TIC : évolution des problématiques. *Technologies de l'information et société*, 6(3), 249-270.
- Coëffé, T. (2017, 3 février). Chiffres Snapchat – 2017. [Billet de blogue]. Récupéré le 31 mai 2017 du *Blog du modérateur*
<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-snapchat/>
- Common Sense Media. (2015, 5 avril). *Teen, social media & technology overview 2015*. [Étude]. Récupéré le 12 mai 2017 de
http://www.pewinternet.org/files/2015/04/PI_TeensandTech_Update2015_0409151.pdf#3
- Coutant, A., & Stenger, T. (2010). Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques. *Les enjeux de l'information et de la communication*, 19p. <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2010/Coutant-Stenger/Coutant-Stenger.pdf>
- Coutant, A., & Stenger, T. (2012). Les médias sociaux : une histoire de participation. *Le Temps des médias*, 18(1), 76–86.
https://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=TDM_018_0076
- Dagnaud, M. (2011). *Génération Y, Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*. Paris (Fr). Presses de la fondation nationale des sciences politiques. 169p.
- De Singly, F. (2001). Et l'enfance qui finit. *Dialogue*, 153(3), 3-10.
- Durkheim, E. (1922). *Éducation et sociologie*. Alcan, rééd. 1985, PUF, Quadrige, Paris.
- Dimitrav, D. (2014, 16 mars). Selfie infographic – « selfiegraphic » facts and statistics. *Techinfographics*. Récupéré le 14 mars 2015 de
<https://techinfographics.com/selfie-infographic-selfiegraphic-facts-and-statistics/>.
- Erikson, E. (1972). *Adolescence et crise : la quête de l'identité*. Paris : Flammarion.
- Fédération de Parkour. [s.d]. *Définition de « Parkour »*. Récupéré le 10 avril 2017 de <http://www.fedeparkour.fr/parkour>.
- Galand, O. (2011). *Sociologie de la jeunesse*. Paris : A. Collin, 5^e éd.

- Georges, F. (2010). Approche statistique de trois composantes de l'identité numérique dans Facebook. Dans F. Millerand *et al.* (dir.), *Web social, mutation de la communication* (p. 187-203). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Glévarec, H. (2009). *La Culture de chambre. Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*. Paris : La Documentation française, coll. « Questions de culture ».
- Gray, R. (2016, 1 juin). What a vain bunch we really are! 24 billion selfies were uploaded to Google last year. *Mail online*. Récupéré le 15 mai 2017 de <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3619679/What-vain-bunch-really-24-billion-selfies-uploaded-Google-year.html#ixzz4hAzGuIx5>
- Goffman, E. (1973a). *La mise en scène de la vie quotidienne : La présentation de soi*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- Goffman, E. (1973b). *La mise en scène de la vie quotidienne : Les relations publiques*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- Goffman, E. (1974). *Les rites d'interaction*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- Goguel d'Allondans, T., et Lachance, J. (2014). *Étudier les ados*. France : Presses de l'EHESP.
- Guet-Brohan, A. (2015). *Le selfie : déconstruction et resignification d'un phénomène complexe*. (Mémoire de Master 2 Recherche). Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne. Récupéré de Dumas, Dépôt Universitaire de Mémoire Après Soutenance <http://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01254051/document>
- Guichot, C. (2015). *Philosophie du selfie : quand Narcisse cherche le bonheur*. (Mémoire de Master 2 Recherche). Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne. Récupéré de Dumas, Dépôt Universitaire de Mémoire Après Soutenance <http://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01107750/file/2014-GUET-BROHAN%20Selfie%20.pdf/>
- Gunthert, A. (2009). L'image partagée, Comment internet a changé l'économie des images. *Études photographiques*, 24. <https://etudesphotographiques.revues.org/2832>

- Gunthert, A. (2010). Consultation, indexabilité, résistance. Compte rendu du séminaire Recherches en histoire visuelle, 2009-2010. [Billet de blogue]. Récupéré le 16 mars 2016 de *L'Atelier des icônes, carnet de recherche d'André Gunthert* de <http://culturevisuelle.org/icones/1103>
- Gunthert, A. (2014). L'image conversationnelle, les nouveaux usages de la photographie numérique. *Études photographiques*, 31. <https://etudesphotographiques.revues.org/3387>
- Gunthert, A. (2015). *L'image partagée. La photographie numérique*. Paris : Édition textuelle.
- Hammersley, M. and Atkinson, P. (1983). *Ethnography : principles in practice*. London : Tavistock.
- Jauréguiberry, F. et Proulx, S. (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*. Toulouse : Éres.
- Jeuge-Maynard, I., et Nimmo, C. (c2015) *Le Petit Larousse illustré en couleurs 2016*. Paris : Larousse.
- Jouët, J. (1993). Pratiques de communication et figures de la médiation. *Réseaux*, 11(60), 99-120.
- Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521.
- Junger-Aghababaie, M. (2014). Interaction par l'image et identité en ligne : le cas des selfies. *L'Autre*, 15(3), 365-368. <https://www.cairn.info/revue-l-autre-2014-3-page-365.htm>
- Lacroix, J.-G. (1994). Entrez dans l'univers merveilleux de Vidéoway. *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*, 137-162.
- Leary, M.R. (1996). *Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior*. Boulder : Westview Press.
- L'Écuyer, R. (1990). *Méthodologie de l'analyse développementale de contenu : Méthode GPS et concept de soi*. Québec : Les presses de l'université du Québec.

- Lachance, J. (2013). Usages sociaux de la caméra numérique chez les jeunes. *Autonomisation, Interactions et Identité*, 63(1), 37-49.
<https://www.cairn.info/revue-agera-debats-jeunesses-2013-1-page-37.htm>
- Le Breton, D. (2004) *L'interactionnisme symbolique*. Paris : PUF, « Quadrige ».
- Le Breton, D. (2008). *Cultures adolescentes. Entre turbulence et construction de soi*. Paris : Autrement.
- Liddy, M. (2013, 21 novembre). This photo, posted on ABC Online, is the world's first known 'selfie'. *ABC News*. Récupéré le 20 avril 2015 de <http://www.abc.net.au/news/2013-11-19/this-photo-is-worlds-first-selfie/5102568>.
- Lipiansky, E. D. (1992). *Identité et communication : l'expérience groupale*. Paris : Arman Colin.
- Mallein, P. et Toussaint, Y. (1994). L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages. *Technologies de l'information et société*, 6(4), 315-335.
- Mead, G.H. (1934/1963). *L'esprit, le soi et la société*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Menrath, J. (4 décembre 2013), *Les "selfies" exacerbent-ils le narcissisme des adolescents ?* [Billet de blogue]. Récupéré de Huffpost le 3 septembre 2015 de http://www.huffingtonpost.fr/joelle-menrath/selfies-narcissisme-adolescents_b_4382349.html
- Millerand, F. (1998). Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1ère partie). *Composite*, 2(1), 1-19.
- Millerand, F., Proulx, S. et Rueff, J. (2010). *Web social, mutation de la communication*. Québec : Presse de l'Université du Québec.
- Miles, M.B. et Huberman, A.M. (2003). *Analyse des données qualitatives (2e éd.)*. Bruxelles : De Boeck Université.
- NETendance. (2016). *Portrait numérique des foyers québécois, 2016*. 7(1). CEFRIO. Récupéré le 9 mai 2017 de <http://www.cefrio.qc.ca/netendances/portrait-numerique-des-foyers-quebecois/>.

- Nizet, J. et Rigaux, N. (2005). *La sociologie de Erving Goffman*. Paris : La Découverte.
- Office québécois de la langue française. [2011]. Mot-clic. Dans *Le grand dictionnaire terminologique*. Récupéré de http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26506610
- Office québécois de la langue française. [2011]. Égoportrait. Dans *Le grand dictionnaire terminologique*. Récupéré de http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26527058
- Pasquier, D. (2011). Pratiques d'Internet et pouvoir des apparences. *Le Journal des psychologues*, 2011 (10)293, 32-35. <https://www.cairn.info/revue-le-journal-des-psychologues-2011-10-page-32.htm>
- Pavlov, I.P. (1927). *Conditioned Reflexes : An Investigation of the Physiological Activity of the Cerebral Cortex*. London : Oxford University Press.
- Peele, S. (2013). *Recovery now : A Basic Text for Today*. Center city : Hazelden Betty Ford Foundation.
- Peele, S. (2004). *7 Tools to Beat Addiction*. New York : Three Rivers Press.
- Peele, S. et Thompson, I. (2014). *Recover !* Boston : Da Capo
- Proulx, S., Millette, M. et Heaton, L. (2012). *Médias sociaux : enjeux pour la communication*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Dictionnaire Reverso. [n.d.]. Selfie. Récupéré de <http://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/selfie>
- Rivière, C. A. (2006). Téléphone mobile et photographie : les nouvelles formes de sociabilités visuelles au quotidien. *Sociétés*, 91(1), 119-134. <https://www.cairn.info/revue-societes-2006-1-page-119.htm>
- Rouillé, A. (2014). La photo numérique mobile. Une esthétique autre. *Parisart*, 445. <http://www.paris-art.com/art-culture-France/la-photo-numerique-mobile-une-esthetique-autre/rouille-andre/437.html>
- Savoie-Zajc, L. (2003). L'entrevue semi-dirigée. Dans B. Gauthier (dir.), *De la problématique à la collecte des données* (p. 93-316). Québec : Presses de l'Université du Québec.

- Skinner, B.F. (1957). *Verbal Learning*. New York : Appleton-Century-Crofts.
- Snapchat.[s.d.]. Dans *Wikipédia*. Récupéré le 12 avril 2017 de <https://fr.wikipedia.org/wiki/Snapchat>
- Stenger, T. et Coutant, A. (2011). Introduction aux réseaux socionumériques. Dans D. Wolton (dir.), *Ces réseaux numériques dits sociaux*. Paris : CNRS Éditions, 99-104. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-9.htm>
- Stenger, T. et Coutant, A. (2013). Médias sociaux : clarification et cartographie - Pour une approche sociotechnique, *Décisions Marketing*, 70, avril-juin, 107-117. <https://cinqyou.s3.amazonaws.com/thread/attachment/55006673d0eac.pdf>
- Suissa, A.J. (2017). *Sommes-nous trop branchés ?* Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Techinfographics (2014). *Selfie Infographic – “Selfiegraphic” Facts and Statistics*. Récupéré de <https://techinfographics.com/selfie-infographic-selfiegraphic-facts-and-statistics/>
- Tisseron, S. (2000). *Petite mythologies d'aujourd'hui*. Paris : Aubier.
- Tisseron, S. (2001). *L'intimité surexposée*. Paris : Hachette Littérature, Pluriel.
- Tisseron, S. (2002). *Les Bienfaits des images*. Paris : Odile Jacob.
- Tisseron, S. (2009). Les jeunes et la nouvelle culture Internet. *Empan* 2009, 4(76), 37-42. <https://www.cairn.info/revue-empan-2009-4-page-37.htm>
- Tisseron, S. (2011). Intimité et extimité. *Revue Communications. Cultures du numérique sous la direction de Antonio A. Casilli*, 88(1), 83-91. <https://www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-83.htm>
- Van House, A. N., Davis, M., Yuri, T., Ames, M., & Finn, M. (2004). The Social Uses of Personal Photography: Methods for Projecting Future Imaging Applications. *Science and technology studies and information studies*, Willey Online Library. http://people.ischool.berkeley.edu/~vanhouse/van_house_et_al_2004b.pdf
- Viard, R. (2016, 1^{er} décembre). Le Classement des Réseaux Sociaux. *Webmarketing Conseil*. Récupéré le 10 mai 2017 de <https://www.webmarketing-conseil.fr/classement-reseaux-sociaux/>

- Virgin Mobile. (2013, 3 décembre). *Virgin mobile révèle que les Canadiens adorent les « selfies »*. [Communiqué]. Récupéré le 25 mars 2015 de http://www.virginmobile.ca/fr/media-releases/news_article.html?article=vmc_news_0100.html
- Steeve, V. (2014). *Jeunes Canadiens dans un monde branché, Phase III : Tendances et recommandations*. [Étude]. Récupéré le 17 avril 2015 de <http://habilomedias.ca/recherche-et-politique/jeunes-canadiens-dans-un-monde-branch%C3%A9-phase-iii-tendances-et-recommandations>
- UNESCO. (2005). *Vers les sociétés du savoir*. [Rapport mondial de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture] Récupéré de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141907f.pdf>
- Watson, J.B. (1930). *Behaviorism*. New York : Norton & Co.
- Zarghooni, S. (2007). *A Study of Self-presentation in Light of Facebook*.