# La caméra et le miroir : la sociabilité à l'ère de l'individualisme numérique[1]

*Massimo Leone*

*In a field*
*I am the absence*
*of field.*
*This is*
*always the case.*
*Wherever I am*
*I am what is missing.*[2]

## 1 Confessions d'un selfiste

Tout d'abord, une confession : j'ai pris et, dans une certaine mesure, je continue de prendre des selfies. J'ai commencé lorsqu'un nouveau dispositif technologique, — un téléphone portable avec une caméra postérieure, — la nouvelle plateforme d'un réseau social — Facebook — et un nouveau format de discours photographique (je ne me souviens pas quand j'ai pris un selfie pour la première fois, mais sûrement c'était à l'époque

[1] Une première version de cet article a été présentée aux étudiants et chercheurs de la Faculté de Communication de l'Université de Buenos Aires, Argentine, le 17 août 2018, à l'occasion d'une table ronde organisée par José Luis Fernández, avec la participation de Pablo Semán, intitulée « Encuentro alrededor de nuevas retóricas en la Plataformas Mediáticas » [« Rencontre autour des nouvelles rhétoriques dans les plateformes médiatiques »]. Je remercie José Luis Fernández pour cette opportunité ainsi que tous ceux et celles qui, à la fin de ma présentation, m'avaient proposé des commentaires et des questions. Une version en anglais de cet article est publiée dans *Punctum*, la revue de l'Association Grecque de Sémiotique.

[2] Mark Strand, « Keeping Things Whole », *Selected Poems*, 1979.

où tout le monde s'adonnait à des prises de photo de ce genre) ont été mis à ma disposition. Je ne peux pas récupérer mon premier selfie non plus, mais je suis certainement à même de repérer le premier selfie que j'ai publié sur Facebook (fig. 1). Il me représente en Australie, ma tête s'avançant sur la scène photographique de façon inexperte, un kangourou paresseux et mignon dans l'arrière-plan.

Fig. 1 : Mon premier selfie, Australie, probablement Brisbane, 2008

La passion de prendre des photos de mon visage avec des animaux de divers types dans l'arrière-plan — en particulier des chats, mais aussi des animaux exotiques — est restée une constante dans ma production de selfies, en conformité avec une tendance populaire qui mériterait une interprétation sémiotique plus poussée (pourquoi les gens aiment-ils tant prendre et regarder des selfies avec des animaux ?)[3].

[3] Dans mon essai « Brève histoire topologique du monde » (Leone 2019), qui réfléchit également sur les nouvelles obsessions de l'identité numérique, je formule l'hypothèse selon laquelle les selfies se produisent comme une sorte de tentative d'auto-monumentalisation, où la statue en marbre est remplacée par une statue de pixels et, par conséquent, les animaux apparaissent dans les images de ce genre comme les chevaux dans les monuments équestres. Il existe cependant d'autres motivations : des animaux tendres tels que des chats ou des chiens ou ceux dont la représentation suppose un voyage risqué, tels que des lions, des gorilles, des serpents, etc., sont inclus dans les selfies afin de définir l'identité de ceux qui les prennent et les publient. Prendre des selfies avec des animaux a également provoqué plusieurs accidents, blessures et même la mort,

Mes selfies ont inclus depuis le début des paysages, des monuments, des œuvres d'art (très peu d'œuvres d'art, à vrai dire, car les admettre dans mes selfies aurait impliqué en quelque sorte une blessure vis-à-vis de mon sens bourgeois de la distinction) et, bien sûr, des gens, parfois des amis ou des connaissances, parfois des groupes d'amis ou de connaissances, ou même des inconnus ; beaucoup de mes selfies ont inclus mon ex-femme (fig. 2), tandis que les partenaires suivantes n'ont jamais obtenu ce privilège symbolique, parce que moi-même je ne l'ai pas souhaité ou qu'elles-mêmes ne l'ont pas voulu, la symétrie du désir d'apparaître ensemble dans un selfie posté dans les réseaux sociaux étant peut-être aussi rare que l'amour réciproque. J'ai pris des selfies avec mon frère, mais rarement avec ma mère et jamais avec mon père maintenant décédé ; bien que je regrette un peu à présent de n'avoir aucun selfie avec lui, nous représenter de cette façon me semblait presque un sacrilège, l'invasion brutale de l'époque actuelle dans une lointaine (sans compter les retombées sur le narcissisme œdipien).

Fig. 2 : Dernier selfie avec mon ex-épouse (pris sans savoir que ce fût le dernier)

car leur production implique souvent le mouvement évidemment dangereux consistant à donner son dos à des animaux sauvages. Il existe même une tendance, sur le Web, consistant à faire circuler des pseudo-selfies « pris » par des animaux ; j'ai traité de cet argument dans mon article sur « The Semiotics of the Face in Digital Dating » (Leone 2019a).

Dans la plupart des selfies je souris, de manière à respecter l'impératif euphorique des réseaux sociaux numériques, mais aussi pour ne pas inquiéter ma mère, qui suit mes voyages à travers les images que mon frère lui transmet depuis Facebook. L'un des moments les plus touchants de ma vie sociale numérique eut lieu lorsque, retournant dans ma ville natale en Italie du Sud pour un court séjour pendant les vacances de Noël, je m'aperçus que ma mère avait imprimé, encadré et accroché dans ma chambre — presque toujours vide dans les vingt-cinq dernières années — une collection méticuleuse des selfies que j'avais si distraitement pris au cours de mes voyages, les négligeant immédiatement après les avoir postés sur Facebook (fig. 3).

Fig. 3 : Amour maternel analogique

Le style de mes selfies a lentement mais continument changé avec le développement de la technologie et afin de suivre une tendance rhétorique de spontanéité, assez courante ou même hégémonique aujourd'hui. Certes, un selfie ne peut pas être involontaire et, par conséquent, exclut la possibilité d'une autoreprésentation spontanée. Néanmoins, dans les selfies les plus récents et, en général, dans les photos circulant actuellement sur les réseaux sociaux numériques, de nombreux efforts sont faits de manière à donner l'impression que les sujets représentés ont été pris *in medias res*, à savoir de façon inattendue. En étirant le bras, en effet, et sans jamais utiliser les horribles selfie-sticks — marque certain du style photographique « des classes inférieures » —, on peut donner à un selfie le format

et par conséquent la connotation d'une image que quelqu'un d'autre aurait prise de nous de tout près, surtout si l'on prend soins d'enlever de l'image tout trait pouvant y communiquer, à l'inverse, une préméditation narcissique de la photo (fig. 4).

Fig. 4 : Selfie pseudo-spontané

Prendre un selfie qui ne ressemble pas à un selfie n'est pas facile, mais il n'est pas impossible non plus. De toute évidence, l'on ne doit pas vérifier l'apparence de son visage sur l'écran du téléphone portable pendant que l'on prend le selfie, cette « anxiété rétroscopique » étant l'équivalent du regard vers l'arrière d'Orphée : il tue immédiatement toute suggestion de spontanéité et donc de vie. Le désir d'apparaître dans un selfie qui ressemble à une paradoxale autoreprésentation involontaire est motivé par le statut socio-psychologique que le selfie attribue à l'identité de chacun, avec une connotation toujours ambiguë entre l'aventure solitaire et la solitude, l'affirmation très à la mode d'indépendance individuelle et la peur, par conséquent le rejet, de tout soupçon de marginalisation. Dans les selfies, on veut apparaître comme des voyageurs solitaires, non pas comme des voyageurs seuls.

Malgré la diversité des contextes visuels représentés dans mes selfies et leur changement de style — depuis les selfies assez naïfs du néophyte jusqu'aux selfies super-soignés de l'expert — ce qui apparaît dans ces images est principalement ma tête, avec mon visage, mes cheveux, une partie de mon cou, une partie de mon

dos et parfois même une partie de mon thorax. J'apparais avec plus ou moins de barbe, des cheveux plus courts ou plus longs, plus gros ou plus mince, progressivement plus vieux.

## 2 Le sens des selfies

J'inclus toujours la même question à l'examen écrit de mon cours de sémiotique visuelle : quel est le sens d'un selfie ?[4] Je le fais avec un but égoïste : j'espère qu'un jour un(e) étudiant(e) génial(e) rédigera une réponse révélant le sens profond et ultime de cette nouvelle pratique discursive et textuelle qu'elle produit. Jusqu'à présent, toutefois, les réponses m'ont toujours déçu, ce qui indique que l'omniprésence sociale du selfie a donné lieu à sa naturalisation : nous avons cessé de nous demander pourquoi nous prenons ce genre de photos.

Afin de « dénaturaliser » le sens d'un selfie, différents niveaux d'analyse doivent être articulés. Premièrement, il faut distinguer entre le sens de la pratique même de prendre des selfies et le sens des selfies en tant qu'images individuelles. En outre, il faut considérer que, comme cela a été suggéré plus tôt, il y a des selfies dont la nature de selfie est cachée dans la communication (*crypto-selfies*), des images qui circulent comme selfies mais qui en fait ne le sont pas du point de vue de leur production empirique (*pseudo-selfies*), et des représentations des contextes sociaux dans lesquels des selfies sont pris (*méta-selfies*, un sous-genre que, comme on le verra, les politiciens adoptent largement).

Deuxièmement, la pratique consistant à prendre des selfies et les images ainsi produites donnent lieu à des significations pouvant être distribuées selon la célèbre tripartition herméneutique élaborée par Umberto Eco. Dans les selfies, il y a en premier lieu une *intentio auctoris*, c'est-à-dire, le sens qu'un sujet veut exprimer d'une manière plus ou moins consciente à travers ce format photographique et son contenu ; en deuxième lieu, une *intentio lectoris*, ou le sens qui découle d'un selfie ou

[4] La littérature savante sur le selfie s'accroit constamment mais elle est souvent trop attachée au cadre psychologique du narcissisme. Expliquer la diffusion des selfies en ces termes est peut-être trop simpliste (Pavoncello 2016 ; Riva 2016 ; Di Gregorio 2017). Pour une étude récente de la littérature sur le selfie, voir Peraica 2017 et Tinel-Temple, Busetta et Monteiro 2019 ; pour une perspective critique, Kuntsman 2017, Stavans 2017 et Storr 2017.

d'un ensemble de selfies tels qu'ils sont observés et interprétés par un destinataire ; et, en troisième lieu, une *intentio operis*, c'est-à-dire le sens que cette pratique, son format, et ses textes produisent implicitement dans le contexte de l'histoire d'une culture et, en particulier, dans la structure d'une semiophère. L'existence d'une telle *intentio operis* implique que, outre la psychologie individuelle qui motive la création des selfies, et à côté de la sociologie de leur réception qui attribue aux selfies une certaine connotation de sens dès leur publication, une structure sémiotique intrinsèque à cette forme de représentation de soi y produit un sens indépendamment de toute psychologie individuelle ou sociologie collective. Ce dernier sens résulte essentiellement de la place que le selfie occupe dans l'histoire culturelle de la représentation et de l'autoreprésentation de soi et de son corps, notamment du visage. Une analyse du sens du selfie ne peut être complète que si elle considère toutes ces trois dimensions herméneutiques à la fois, ainsi que leurs interrelations.

### 2.1 *Intentio auctoris*

Une relation évidente subsiste entre la tendance individuelle à publier des selfies et une psychologie caractérisée par un certain narcissisme, un certain exhibitionnisme et même une certaine dépendance à l'égard du jugement d'autrui (Eler 2017). Ceux qui prennent beaucoup de selfies aiment contrôler la représentation de leur propre visage, l'inclure dans des scènes photographiques de distinction sociale — comme celles des expériences exotiques de voyage, par exemple —, l'exhiber dans les réseaux sociaux, et le jugement positif qui en pourrait découler, en termes de *likes* ou commentaires laudatifs. Lorsque nous prenons une selfie, nous ne pensons pas seulement à stocker une image de quelque chose de mémorable, ou au probable prestige qui résultera du fait de vouloir montrer cette photo à autrui, mais aussi et surtout au fait que notre propre visage sera regardé, admiré et loué en conjonction avec le contenu de l'arrière-plan du selfie. En d'autres termes, ce n'est pas que nous prenons un selfie avec un acteur célèbre parce que nous voulons nous souvenir, à l'avenir, de cette rencontre mémorable, ou parce que nous voulons que l'acteur soit vu et

admiré par ceux à qui nous montrerons sa photo, mais parce que nous voulons associer l'image de notre propre visage à celle de l'acteur et attirer l'admiration envers le premier en le situant dans « l'aura visuelle » du second. Il y a également des selfies dans lesquels l'arrière-plan est neutre, presque absent, en tout cas pas mis en valeur, mais les exemples sont plus rares où c'est une caractéristique du visage même (par exemple, une nouvelle coupe de cheveux) qui est mise en évidence.

Quiconque produit et publie un nombre de selfies statistiquement élevé par rapport à ceux pris et publiés par les autres individus de la même communauté attribue implicitement ou explicitement une valeur essentielle à la création et à la diffusion de signes tangibles de sa propre présence à travers la représentation visuelle de son propre visage, sa circulation, et le regard que les autres porteront sur elle. Cette tendance peut même devenir inquiétante et être interprétée comme un symptôme névrotique lorsque les selfies pris par un individu, en particulier ceux qu'il publie, sont excessifs par rapport aux autres formats visuels utilisés, ou lorsque ces selfies suppriment ou marginalisent l'arrière-plan de la scène photographique et se présentent comme icônes solipsistes d'un visage isolé. Dans ces cas, les selfies passent de format de distinction sociale à source de ridicule ou même de stigmatisation : des selfies excessifs seront interprétés comme symptôme d'une personnalité qui est peu sûre de sa propre présence et désirabilité sociale.

Néanmoins, même dans le domaine de la psychologie du selfie, le format et surtout le contexte des images qu'il produit se caractérisent par une variabilité stylistique qui comporte également des connotations psychologiques. Une telle variété peut donner lieu à une typologie qui considère les traits des individus prenant des selfies. Par exemple, les enquêtes menées jusqu'à présent semblent montrer que certaines caractéristiques de style sont plus fréquentes dans les selfies féminins — comme la tendance féminine à prendre et à diffuser des images de soi qui ne représentent pas le visage entier mais ses fragments (Losh 2015) — et d'autres qui sont plus répandus dans les selfies masculins[5]. D'autres caractéristiques dépendent de l'âge, de la classe, de la nationalité et de la situation contextuelle dans

[5] Voir l'article de Federica Turco dans Leone dir. (2020).

laquelle le selfie est pris. Par exemple, le laboratoire de Lev Manovich a démontré que les selfies « sourient » davantage dans certaines villes du monde que dans d'autres (Manovich et Tifentale 2015).

### 2.2 *Intentio lectoris*

Au-delà de cette articulation interne, il est encore plus important de ne pas s'arrêter à une analyse psychologique superficielle du selfie. Celui-ci découle de la rencontre entre une tendance narcissique et un ensemble de technologies, dispositifs et plateformes lui permettant de s'exprimer. Cette manifestation est cependant toujours caractérisée par la présence potentielle d'un public, c'est-à-dire par la dimension d'une *intentio lectoris*, objet d'étude d'une sociologie de la réception. Le degré zéro du public du selfie est une sorte d'interlocuteur social bakhtinien, à savoir, une notion implicite et souvent intériorisée de ceux qui pourraient voir, interpréter et même évaluer ses propres selfies. Cet interlocuteur, cependant, n'est presque jamais un observateur empirique individuel ou collectif, mais plutôt un observateur-modèle, à savoir, une hypothèse sur les réactions cognitives, émotionnelles et pragmatiques que les spectateurs pourraient exprimer en observant le selfie. Ces photos sont prises, éditées et publiées avec l'idée qu'elles contribueront à renforcer, vis-à-vis du public disséminé et fluctuant des réseaux sociaux, une image de soi qui produit des effets également en dehors du monde numérique.

Dans ce domaine aussi on peut distinguer différents types de communicateurs de selfies entre, d'une part, ceux qui sont conscients des caractéristiques sémiotiques de ce format, de leurs propres objectifs communicatifs et des façons dont on peut atteindre au mieux ces derniers par le biais des premières et, d'autre part, ceux qui sont victimes de codages et de décryptages aberrants. À une extrémité de la gamme, il y aura des personnalités publiques comme le pape François ou la plupart des politiciens puissants. Ceux-ci, ou plutôt leurs experts en communication, utilisent astucieusement les selfies afin de véhiculer l'idée de leur proximité avec le peuple et ses mœurs communicatives. Il y a une différence fondamentale, en effet, entre le selfie du puissant et celui de l'inconnu. Les gens

puissants apparaissent bien dans les selfies des autres mais n'en prennent jamais eux-mêmes, car cela impliquerait l'expression d'une incertitude existentielle. En fait, ce que les puissants postent sur leurs réseaux sociaux ne sont pas tellement des selfies mais des pseudo-selfies, ou même des méta-photos et des méta-selfies (c'est-à-dire, des selfies dans lequels d'autres individus ou groupes sont représentés lorsqu'il prennent des selfies), ce qui sert à démontrer le désir des gens de « se faire » un selfie avec les puissants et souligner ainsi leur capacité charismatique à attribuer une présence existentielle à quiconque apparaît dans une photo à leurs côtés. À l'autre bout de la gamme, beaucoup de gens ordinaires prennent et publient des selfies sans aucune conscience de leurs effets sémantiques et pragmatiques, sinon même en obtenant une réception contraire à celle attendue. Par exemple, ceux qui prennent et postent des selfies afin de séduire un contact particulier de leur réseau social numérique peuvent, à l'inverse, donner l'impression d'être trop narcissiques, frivoles, et même trop sensibles au jugement esthétique d'autrui.

### 2.3 *Intentio operis*

Néanmoins, la dimension de sens du selfie qui intéresse davantage la sémiologie, ou plutôt la dimension de ce sens que la sémiologie peut étudier de la façon la plus intéressante, n'est ni l'ensemble des motivations psychologiques qui conduisent à prendre, publier ou admirer des selfies, ni les connotations sociales que les selfies communiquent, mais la structure significative et communicative intrinsèque du selfie, sa position et son rôle dans le développement diachronique et synchronique de la semiosphère d'une communauté d'interprètes. Réfléchir sur le selfie dans le cadre d'une sémiotique des cultures poursuit plusieurs objectifs ; du plus général et abstrait au plus particulier et concret : en premier lieu, utiliser la sémiotique culturelle du selfie comme étude de cas pour développer des hypothèses épistémologiques sur la relation entre innovation technologique et changement des pratiques sémiotiques en vigueur (Leone 2019b) ; en deuxième lieu, proposer des analyses qui interprètent le selfie et ses pratiques comme symptômes d'une idéologie sémiotique plus générale, concernant la relation entre

sens et temps (selon cette interprétation, chaque selfie affirme implicitement, dans la semiosphère où il apparaît et circule, une certaine idéologie temporelle et aspectuelle) ; en troisième lieu, développer une phénoménologie du selfie, de ce qui arrive à un visage lorsqu'il est représenté par ce format, et à un regard lorsqu'il observe un visage ainsi affiché.

Dans l'étude du selfie comme phénomène de sens, le cadre méthodologique proposé par José Luis Fernández (2018) dans son livre *Plataformas mediáticas* est indispensable : on ne peut pas exprimer une syntaxe, une sémantique et une pragmatique du selfie sans approfondir a) la sémio-histoire du selfie, ou sa relation avec d'autres dispositifs, techniques, pratiques, formats et styles d'autoreprésentation ; b) l'état socio-sémiotique du selfie, tenant compte par exemple des différences de genre s'exprimant par le bais de cette forme sémiotique ; c) le discours du selfie, qui ne peut être qu'abstraitement vu comme isolé, mais qui en fait se produit toujours en liaison avec des ensembles complexes de textes et d'autres fragments de discours représentatif.

## 3 Les selfies et l'idéologie du présent

Il s'agit à présent d'interpréter les selfies comme symptôme d'une idéologie temporelle et aspectuelle en tenant compte de la façon dont, dans la sémiosphère actuelle, les textes, les discours et les pratiques expriment implicitement ou explicitement une certaine axiologie du temps et une certaine modalité de la compréhension de son sens par rapport à la construction du langage. L'hypothèse qui guide une telle réflexion est que la sémiosphère numérique contemporaine se caractérise principalement par une valorisation idéologique du présent — en particulier parmi les *millennials* et les membres de la génération Z —, une valorisation qui se manifeste aussi dans la diffusion de selfies.

D'une part, la possibilité d'une emphase idéologique sur le temps présent peut sembler pléonastique ou même absurde : les êtres humains font l'expérience du présent instant après instant, et ils ne peuvent évoquer un passé ou imaginer un avenir qu'en se détournant de façon momentanée d'un présent dans lequel

inexorablement ils vivent plongés. De plus, les images mentales du passé et du futur, bien qu'elles soient « promues » par des signes du premier (reliques) et du dernier (présages) disséminés dans le présent, ne peuvent être sémiotiquement et même linguistiquement construites que du point de vue de cette dernière dimension temporelle. Comme Émile Benveniste en a eu l'intuition en premier, le point abstrait d'énonciation à partir duquel le futur et le passé, ainsi que tout au-delà, peut être linguistiquement évoqué se place inévitablement dans le présent phénoménologique occupé par l'esprit et par le corps du locuteur. Je peux dire « J'achèterai une voiture demain », mais cette évocation verbale d'un futur état du monde a ses racines techniques dans le présent, ici, dans ma personne.

Une dissymétrie essentielle subsiste donc entre les valorisations idéologiques du passé et du futur, d'une part, et celles, apparemment similaires, du présent[6]. Les « cultures du présent » résultent essentiellement de l'effort systématique consistant à bloquer le basculement entre la conscience présente et le transport imaginaire vers le passé à travers le souvenir, ou vers le futur à travers la fiction (la séparation entre les deux processus mentaux n'est, bien sûr, pas aussi nette : il y a beaucoup de fictions dans le souvenir et beaucoup de souvenirs dans la fiction ; cf. Leone 2019c). Les idéologies du présent ne sont cependant pas plus « naturelles » que les idéologies du passé et du futur. Si on en a l'impression, c'est parce que l'on vit phénoménologiquement dans le présent, mais cela découle également d'une construction idéologique (Huber 2016). En réalité, le blocage de « l'interrupteur mental » menant de la phénoménologie du présent au souvenir du passé ou à la fiction de l'avenir requiert un effort considérable.

En ce qui concerne le commutateur entre le présent et le passé, « le bloquer » ou « l'entraver » est « contre nature » à la fois au niveau individuel et sur le plan social, comme il est démontré par le fait qu'un *ars oblivionalis* (une « technique de l'oubli ») n'existe pas. Un équivalent des nombreuses mnémotechniques inventées et expérimentées avec plus ou moins de succès au cours de l'histoire — et sur lesquelles subsiste une littérature abondante — n'existe pas en ce qui concerne « l'art de

[6] Pour une discussion approfondie, voir Leone (2017).

l'oubli ». Cela constituait une préoccupation centrale d'Umberto Eco, lequel souligna dans plusieurs essais qu'il existe une dissymétrie sémiotique entre l'oubli et la mémoire (Eco 1988). Probablement pour des raisons évolutives, notre cognition exerce une agentivité en matière de mémoire (du moins dans une certaine mesure) — nous pouvons décider volontairement de nous rappeler un numéro de téléphone ou le nom de quelqu'un — mais aucune agentivité en ce qui concerne l'oubli (nous ne pouvons en aucun cas décider d'oublier un mot ou un visage).

Cela a probablement à voir avec le fait que mémoriser et garder dans notre esprit, du moins pendant un certain temps, les souvenirs d'événements et d'expériences déplaisants du passé nous est utile afin ne pas les revivre. Si nous pouvions exercer une action directe et intentionnelle sur notre mémoire, au contraire, nous serions enclins à supprimer immédiatement toute trace douloureuse du passé, en perdant, ainsi, la possibilité d'en tirer des enseignements (Draaisma 2013). Bloquer ou contrecarrer le passage de la phénoménologie du présent au souvenir du passé est donc quelque peu contre nature, dans le sens où, au niveau individuel, cela engendre une attitude et une pratique de refoulement systématique, une condition sur les implications pathologiques sur laquelle il existe une abondante littérature psychanalytique.

Le refoulement peut toutefois imprégner une idéologie temporelle également au niveau de la société (Plate 2017). Il existe des groupes humains dans lesquels un tel oubli systématique du passé n'est pas spontané mais imposé par le pouvoir dans le but de réaliser ce qui est communément appelé *damnatio memoriae* (Augé 1998) : avec la montée au pouvoir du nouveau leader, la société dans son ensemble est encouragée et parfois même contrainte à se débarrasser de tout signe susceptible de constituer des vestiges d'un passé indésirable ; dans ces cas, l'idéologie temporelle qui prévaut fonctionne symétriquement par rapport à la monumentalisation du passé typique des nationalismes. Les deux tendances et leurs pratiques relatives peuvent en réalité coexister, par exemple dans des dictatures qui enlèvent toutes les traces des régimes et des figures démocratiques antérieurs, et simultanément construisent leur panthéon et leur pedigree symboliques en exaltant la mémoire des périodes et des

protagonistes d'une dictature précédente (Mussolini avec César, par exemple).

Les idéologies sociales et psychologiques du présent agissent en éliminant de l'entourage personnel ou social une série de signes étroitement ou même faiblement liés à une époque passée (Weinrich 2000) : un individu évitera certaines rues, images ou chansons, etc., afin d'éviter ou de limiter tout accès à un passé dont le souvenir soit attristé par la présence d'un amant perdu ; une société réduira ou gommera les statues, les plaques, les festivités, etc., de manière à bloquer le basculement temporel mènant du présent à une période historique douloureuse ou dédaignée.

Les idéologies temporelles du présent, cependant, n'impliquent généralement pas seulement l'effacement systématique de telle ou telle mémoire blessante ou hostile, mais la désactivation de l'interrupteur lui-même permettant aux individus et particulièrement aux groupes de passer de la phénoménologie du présent et sa plénitude ontologique à la phénoménologie fantasmatique du passé[7]. Dans les idéologies radicales ou même extrémistes du présent, ce n'est pas un souvenir particulier qui est éliminé, ni une gamme de souvenirs, mais la pratique elle-même de passer du présent perçu au passé évoqué ou remémoré. Les individus ou les groupes qui adhèrent volontairement ou involontairement à une telle idéologie ne se limitent pas à ne pas se souvenir de quelque chose ; ils ne se souviennent plus de rien ; et cela n'arrive pas parce qu'ils ne peuvent pas s'en souvenir, comme dans la circonstance d'une amnésie pathologique, mais parce qu'ils ne valorisent plus l'accès à des images mentales reconstruites d'événements passés. Par conséquent, une esthétique amnésique se met en place[8].

Étant donné la propension naturelle des êtres humains à se référer au passé, développer une amnésie individuelle ou sociale

[7] Connerton (2008) articule l'oubli social comme il suit : effacement répressif ; oubli prescriptif ; oubli qui est constitutif dans la formation d'une nouvelle identité ; amnésie structurelle ; oubli comme annulation ; oubli comme obsolescence planifiée ; oubli comme silence humilié ; ce qui est en jeu dans le présent article est similaire à « l'amnésie structurelle » de Connerton ; voir aussi Connerton (2009).

[8] Une telle « amnésiologie » serait une contrepartie de la « hauntologie » de Derrida (1993).

ne résulte pas d'habitude d'un effort volontaire, mais est la conséquence d'un traumatisme : l'individu est tellement angoissé par la possibilité de se remémorer certains événements douloureux qu'il n'essaie pas simplement d'éliminer un souvenir spécifique, ou une gamme de souvenirs, mais met le mécanisme entier de la mémoire entre parenthèses. Il en va de même pour les sociétés : celles qui adhèrent, souvent inconsciemment, à une idéologie temporelle extrême du présent, n'oublient pas uniquement une période, un souvenir ou une série déterminée de souvenirs, mais elles adoptent plutôt la suggestion morale de la célèbre chanson napolitaine : « Ceux qui ont reçu, ont reçu, ceux qui ont donné, ont donné, oublions le passé, nous sommes tous de Naples, camarade ! »[9]. En termes plus explicites, dans les idéologies temporelles extrêmes du présent, les individus et les groupes vivent dans une obnubilation constante de soi-même, dans laquelle tout rapprochement mental ou psychosocial du passé est systématiquement découragé. Les idéologies du présent réussissent assez bien en temps de crise, car au moins à première vue, elles sont relaxantes : tout ce qui, du passé, pourrait déranger est tout simplement effacé de la scène et le passé tout entier avec lui.

De même, une société qui ne cultive pas un dévouement raisonnable envers le passé est condamnée à répéter ses erreurs. Cela ne signifie pas que la simple commémoration du passé soit suffisante pour générer du progrès dans l'histoire humaine et pour éviter, par exemple, que des guerres insensées soient menées dans le monde entier. Malheureusement, jusqu'à présent, la construction de cimetières de guerre monumentaux n'a pas empêché les sociétés de s'engager encore et encore dans des guerres dévastatrices. Au contraire, réagir aux idéologies de l'obnubilation implique une résistance au risque opposé d'adopter des idéologies chauvinistes du passé ou de s'auto-victimiser stérilement, et devrait plutôt encourager à cultiver l'art de l'étiologie raisonnable, qui est partie intégrante de l'art plus général de l'herméneutique historique. Dans le présent, ce qui importe n'est pas de rappeler le passé en tant que tel. Ce qui compte, c'est premièrement de découvrir, dans le passé, des

[9] Chanson *Simmo 'e Napule paisà* (1944) ; paroles de Peppino Fiorelli ; musique de Nicola Valente.

modèles dont les configurations sont analogues à celles observées *in fieri* au temps présent ; et, deuxièmement, de formuler des hypothèses plausibles sur la généalogie du présent dans le passé ; ceci tant au niveau individuel que social.

Les idéologies radicales du présent, cependant, ne provoquent pas seulement l'effacement du passé, mais aussi celui du futur. Comme il a été suggéré précédemment, elles sont fréquemment embrassées par les individus et par les groupes afin d'apaiser l'incertitude du futur : face à l'ontologie vide et à l'imprévisibilité statutaire de cette dimension temporelle, les individus et les sociétés se lancent dans une exploration obsessionnelle de leur passé, en détournant leur attention du présent mais surtout de l'avenir. Les idéologies extrêmes du présent sont motivées par la même anxiété mais entraînent des effets secondaires différents. En effet, bien que la manie pour les reliques des pseudo-monuments nationalistes détourne une collectivité de la nécessité anxieuse d'imaginer un avenir, il ne perturbe guère, néanmoins, la faculté de l'imagination elle-même. Reconstruire le passé à partir de ses traces ou de ses pseudo-traces repose en effet inévitablement sur la capacité cognitive humaine de passer de la perception actuelle du monde à l'imagination de mondes possibles, ontologiquement absents mais sémiotiquement évoqués par leurs reliques. Les nostalgiques, les nationalistes et les hipsters n'abdiquent pas à cette faculté de l'imagination, mais réorientent simplement leurs efforts vers le passé au lieu de s'adonner à l'imagination et à la planification de l'avenir.

Les idéologies du présent, au contraire, n'effacent pas seulement le passé et l'avenir, mais aussi la propension humaine elle-même à accéder mentalement et linguistiquement à des mondes possibles. De ce point de vue, la radicalisation de ces idéologies est encore plus dangereuse. Elle conduit à la paralysie, ou du moins à l'ankylose, d'une faculté humaine essentielle, probablement sélectionnée au cours de l'histoire naturelle comme adaptative, afin de permettre aux êtres humains et aux groupes qu'ils composent une meilleure flexibilité face aux modifications soudaines de l'environnement, et non pas par l'expérience mais par la prévention. Dans la perspective à long terme de l'histoire naturelle, la supériorité de la dernière

approche sur la première est évidente : ceux qui doivent faire l'expérience des dangers pour les éviter risquent de succomber à court terme. Ce n'est qu'en imaginant à la fois les risques et les opportunités avant qu'ils ne se présentent que l'individu (ainsi que la société) peut survivre dans un contexte naturel et culturel en évolution constante.

Au contraire, les idéologies actuelles du présent sont généralement caractérisées par une valorisation hors norme de l'expérience par rapport à la planification. L'accumulation d'expérience dans tous les domaines de l'activité humaine, du sentimental au professionnel, semble être devenue l'impératif moral de l'époque actuelle. Beaucoup de jeunes Occidentaux ne savent pas quand ou s'ils vont trouver un emploi permanent ; quand ou s'ils auront une maison ; quand ou s'ils donneront lieu à la génération suivante. En réaction à la difficulté actuelle, voire à l'impossibilité de planifier un avenir, on leur vend avec succès une esthétique du présent dans laquelle ils arrivent même à payer pour accumuler de l'expérience sans jamais construire ou planifier quoi que ce soit de solide dans l'avenir. Ils voyagent, mangent, aiment et, plus généralement, consomment en s'exposant simplement à des expériences dont le but n'est ni d'accumuler des souvenirs du passé, ni de servir de base à la conception d'un avenir, mais de rester encerclés dans une esthétique épidermique qui apaise l'anxiété naturelle du futur et son vide ontologique en caressant les sens par des environnements immédiats de plus en plus sophistiqués et divers. Ici l'important n'est pas d'apprendre à mieux réagir à un certain contexte mais de profiter de la superposition de sensations acquises dans des *Umwelten* plaisants mais artificiels, qui se présentent comme étant en constante évolution bien que la prévision n'y soit jamais un enjeu.

## 4 Conclusions

Le selfie constitue la glorification photographique de cette attitude temporelle : non seulement je regarde la réalité à travers une caméra, c'est-à-dire à travers l'idée d'un présent visuel auquel on attribue la validation esthétique d'un passé mémorable, mais j'arrive à tourner le dos à la réalité et ne la regarde

plus directement, même pas dans les marges de mon champ visuel (Kuntsman 2017). Dans le selfie, je prends une image du présent qui m'inclut en tant que personne mémorable, objectivant, pour ainsi dire, le souvenir de moi-même en tant qu'individu remémoré (par moi-même). Dans le selfie, encore une fois, je ne prends pas une photo qui me permette de me rappeler comment j'étais (comme dans le cas des portraits photographiques ou des autoportraits, par exemple ; cf. Beyaert 2018), mais je prends une photo me permettant de me percevoir comme quelqu'un dont on doit se souvenir. Le selfie, comme la plupart des photographies numériques actuelles, est un moyen de conférer à un présent évanescent — isolé de tout souvenir du passé et de tout projet d'avenir — l'aura d'un souvenir visuel, de quelque chose qui me survivra dans le futur. Cela ne perturbe cependant pas l'esthétique de la valorisation idéologique de l'aspect duratif du présent. Au contraire, cela le renforce : je ne reviendrai jamais sur mon selfie, car je le regarde déjà au moment instantané et duratif dans lequel je le prends. Le selfie produit un télescopage du moment présent de la création d'une image de moi-même et du moment futur potentiel dans lequel je regarderai cette image afin de me rappeler comment j'étais : dans le selfie, je me regarde tel que je suis lorsque je suis en train de prendre le selfie lui-même, et pourtant regarder ma propre image dans le présent n'est pas la même chose que me regarder dans un miroir. Le selfie partage le narcissisme du miroir mais absorbe en même temps la durée d'une photographie et ses connotations traditionnelles de dispositif de mémoire. Le selfie est, par conséquent, la synthèse parfaite entre le miroir et la caméra, entre un dispositif visuel qui d'une part capture l'état actuel de moi-même mais en donne une image qui, néanmoins, disparaîtra avec mon éloignement du miroir et, d'autre part, un dispositif visuel qui capture l'état actuel de moi-même pour un potentiel spectateur futur. C'est comme si, en prenant des selfies, je m'accordais la possibilité d'attacher une dimension temporelle à mon miroir, en étendant son image reflétée dans un futur possible (Godart 2016). Cependant, le but d'un selfie n'est pas fonctionnel mais symbolique : je ne regarderai plus jamais mes selfies, mais je les prends comme s'ils devaient devenir des images futures de moi-même à regarder comme un dépôt visuel

de mes identités passées. De ce point de vue, en tant qu'hybride sémiotique entre une image miroitée et une image photographiée, le selfie fonctionne comme un index (c'est-à-dire qu'il ne serait pas là si la caméra n'eût pas été physiquement contiguë à mon corps dans le *hic et nunc*) mais aussi comme une icône (ce qui signifie que ce miroir garde en fait une image permanente de ma présence indexicale) et, mieux encore, comme un symbole. La fonction symbolique d'un selfie découle exactement du fait de produire un télescopage des propriétés indexicales et iconiques : dans la photographie numérique, l'ontologie de l'objet photographié devient incertaine ; en l'associant à l'idée d'une contiguïté physique stable avec mon corps (par le biais de mon bras ou de sa prothèse, le selfie-stick), j'attribue une aura ontologique indexicale aux icônes numériques de moi-même. Les selfies sont populaires parce que, dans une idéologie temporelle du présent, ils nous rassurent sur notre propre continuité ontologique. Ils fournissent une version actuelle de l'idéologie temporelle du passé et de ses souvenirs. Les selfies sont un moyen visuel de rappeler le présent comme présent et non comme passé. Ils attribuent à l'expérience l'aura phénoménologique de la mémoire. Dans un selfie, je me souviens de mon présent. C'est la quintessence de la radicalisation de l'idéologie temporelle et aspectuelle du présent instantané et duratif.

Une telle idéologie se manifeste alors dans une myriade d'expériences et de gadgets quotidiens proposant, dans la semiosphère actuelle, néanmoins toujours la même attitude temporelle et aspectuelle : ne regardez pas le passé, il est douloureux ; ne regardez pas l'avenir, il est angoissant ; regardez le présent, un présent déconnecté de ce qui le précède et de ce qui le suit, un présent qui se manifeste comme un instant continu, sans l'angoisse de devoir remémorer ou planifier, sans la peine de devoir accumuler des souvenirs, sans la douleur de l'imagination et ses risques de désillusion.

## Références bibliographiques

Augé Marc (1998), *Les Formes de l'oubli*, Paris, Payot & Rivages.

Beyaert-Geslin Anne (2018), *Sémiotique du portrait. De Dibutade au selfie*, Louvain-la-Neuve/Paris, De Boeck.

Connerton Paul (2008), « Seven Types of Forgetting », *Memories Studies* 1 (1), p. 59–71.

Connerton Paul (2009), *How Modernity Forgets*, Cambridge, Cambridge University Press.

Derrida Jacques (1993), *Spectres de Marx,* Paris, Galilée.

Di Gregorio Luciano (2017), *La società dei selfie : narcisismo e sentimento di sé nell'epoca dello smartphone*, Milan, FrancoAngeli.

Draaisma Douwe (2013), *Das Buch des Vergessens: Warum unsere Träume so schnell verloren gehen und sich unsere Erinnerungen ständig verändern* ; traduction allemande du hollandais par Verena Kiefer, Berlin, Galiani Berlin.

Eco Umberto (1988), « An ars oblivionalis? Forget it! », in *PMLA* 103 (3), p. 254-261.

Eler Alicia (2017). *The Selfie Generation: How Our Self-Images are Changing our Notions of Privacy, Sex, Consent, and Culture*, New York, NY, Skyhorse Publishing.

Fernández Jose Luis (2018), *Plataformas mediáticas*, Buenos Aires, Editorial La Crujía.

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

Huber Irmtraud (2016), *Present-Tense Narration in Contemporary Fiction: A Narratological Overview*, Londres, This Palgrave Macmillan, published by Springer Nature.

Kuntsman Adi éd. (2017), *Selfie Citizenship*, Cham, Suisse, Palgrave Macmillan.

Leone Massimo (2017), « Time and Meaning: A Cultural Semiotics of Temporal and Aspectual Ideologies », dans M. Leone éd., *Aspettualità / Aspectuality. Lexia*, 27-28, p. 17-53.

Leone Massimo (2019), « Brève histoire topologique du monde : des murailles aux réseaux », in *Frontières de la re-présentation*, *La Thérésienne*, 2, p. 7-19.

Leone Massimo (2019a), « The Semiotics of the Face in Digital Dating », in K. Bankov éd., *Digital Sex and Dating*, numéro monographique de *Digital Age in Semiotics and Communication*, Sofia, Southeast European Center for Semiotic Studies, New Bulgarian University.

Leone Massimo (2019b), « El giro digital en la semiótica de las culturas » in E. R. Colón Zayas dir., *Ciberculturas. Signis*, Revista de la Federación Latino-Americana de Semiótica.

Leone Massimo (2019c), « Chronillogicalities. Déjà-vus and Hallucinations in the Digital Semiosphere », *Cognitive Semiotics*, p. 1-10.

Leone Massimo dir. (2020), *The Face / Il Volto. Lexia*, 33-34.

Losh Elizabeth (2015), « Beyond Biometrics: Feminist Media Theory Looks at Selfiecity », in L. Manovich *et al.* éds, *Selfiecity.net* [en ligne], http://selfiecity.net/ (dernier accès le 9 avril 2019).

Manovich Lev et Alise Tifentale (2015), « Selfiecity: Exploring Photography and Self-Fashioning in Social Media », in D. M. Berry & M. Dieter éds, *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*, New York, NY, Palgrave Macmillan, p. 109-122.

Pavoncello Vittorio éd. (2016), *Cheese! Un mondo di selfie: Fenomenologie d'oggi*, Milan, Mimesis.

Peraica, Ana (2017), *Culture of the Selfie: Self-Representation in Contemporary Visual Culture*, Amsterdam, Institute of Network Cultures.

Plate Liedeke (2017), « Amnesiology: Towards the Study of Cultural Oblivion », *Memory Studies* 9 (2), p. 143-155.

Riva Giuseppe (2016), *Selfie: narcisismo e identità*, Bologne, Il Mulino.

Tinel-Temple Muriel, Laura Busetta et Marlène Monteiro éds (2019), *From Self-Portrait to Selfie: Representing the Self in the Moving Image*, Bern, Peter Lang.

Stavans Ilan éd. (2017), *I love my selfie*, Durham, NC, Duke University Press.

Storr Will (2017), *Selfie: How We Became so Self-Obsessed and What It's Doing to Us*, Londres, Picador.

Weinrich Harald (2000), *Lethe : Kunst und Kritik des Vergessens*, Munich, CH Beck.