

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE MOHAMED KHIDER –BISKRA-
FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES
DEPARTEMENT DES LETTRES ET DES LANGUES ETRANGÈRES
FILIERE DE FRANCAIS



Mémoire élaboré en vue de l'obtention du titre de Master en
SCIENCE DU LANGAGE

POUR UNE ETUDE SEMIOTIQUE DU
RAPPORT ENTRE LE SELFIE ET LE
NARCISSISME

-Cas des célébrités-

Sous la direction de :
Dr.BELAZREG Nassima

Présenté par :
HERZALLAH Anfal

MEMBRE DE JURY :

- | | | |
|-----------------------|------------|----------------------|
| ▪ Dr KHIDAR Salim | Président | Université de Biskra |
| ▪ Dr BELAZRAG Nassima | Rapporteur | Université de Biskra |
| ▪ Dr HASSNI Fadhila | Examineur | Université de Batna |

Année Universitaire 2020 – 2021

REMERCIEMENTS

« Celui qui ne remercie pas les gens n'a pas remercié Allah »

*Le Prophète Mohamed (que la prière d'Allah et Son salut soient sur
lui)*

Je tiens à remercier :

*Tout d'abord, mes parents qui étaient toujours présents pour moi,
ainsi que mes frères et sœurs : Sara, Messaoud, Oussama et Salma.*

*Je remercie mon encadreur de recherche Dr. Belazrag Nassima pour
ses encouragements, sa patience et son soutien durant les difficultés
rencontrées dans ce travail.*

*Mes enseignantes d'anglais au centre intensif des langues de
l'Université de Biskra*

*Mes amies et camarades qui m'ont entouré de l'amour et de soutiens
durant mon cursus universitaire.*

*Je remercie tous ceux qui m'ont supporté dans la vie, par un mot, un
conseil, par leur amour ou une prière venant du cœur.*

Tous ceux et celles qui me donne la force de continuer...

Merci.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

*Mes parents qui ont veillé sur moi toute leur vie et qui m'ont donné
une bonne éducation*

*A ma Tendre mère qui a passé des nuits sans sommeil pour me réveiller
aux bons matins afin que je me déplace à l'université.*

*A mon unique Héros, mon père qui m'amenait tous les dimanches à 4h
du matin à l'autobus et m'attendait chaque jeudi pendant 5 années
des études universitaires.*

*A mon père qui s'est sacrifié pour ce pays, car ayant écopé six années
de prison du colonialisme français. Oui, il a sacrifié six ans de sa
jeunesse, d'exécution et d'assignation de résidence, sans chercher en
aucune manière la reconnaissance du gouvernement plus tard, parce
que mon père possède un seul principe :*

L'Amour de la Patrie l'Algérie.

A tous les Chouhada et les moudjahidine de l'Algérie.

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	2
INTRODUCTION GENERALE	7

**PREMIER CHAPITRE
POUR UN ESSAI DE DÉFINITION DU SELFIE**

INTRODUCTION	11
1. QU'EST-CE QUE LE SELFIE ?	11
2. CONTEXTE D'APPARITION	12
3. LE SELFIE D'UN POINT DE VUE PSYCHOLOGIQUE	15
4. LE SELFIE D'UN POINT DE VUE CULTUREL	17
4.1. Le selfie en tant que pratique.....	18
4.2. Le selfie en tant que nouvelle culture d'origine occidentale.....	22
5. LE SELFIE D'UN POINT DE VUE SEMIOTIQUE	26
CONCLUSION	29

**DEUXIEME CHAPITRE
AUTOUR DU NARCISSISME DU SELFIE ET LA SEMIOTIQUE DE L'IMAGE**

INTRODUCTION	31
1. LE NARCISSISME : DÉFINITION	31
2. L'IMAGE SELFIQUE ET SES EFFETS NARCISSIQUES	31
2.1. L'interface	33
2.1.1. L'iconique de l'image.....	35
2.1.2. La dénotation et la connotation de l'image.....	38
2.1.3. La sémiotique de l'image.....	38
2.2. L'attraction.....	38
2.3. La fascination.....	42
3. L'ANALYSE SÉMIOTIQUE DE L'IMAGE	43
3.1. Signe iconique.....	43
3.2. Signes plastiques.....	44
CONCLUSION	45

**TROISIEME CHAPITRE
L'ANALYSE SEMIOTIQUE DU CORPUS**

INTRODUCTION	47
1. LES OBJECTIFS DE L'ANALYSE	47
2. DESCRIPTION DU CORPUS	47
3. POURQUOI L'APPROCHE SÉMIOTIQUE ?	48
4. ANALYSE DU CORPUS ET PRESENTATION DES RESULTATS	49
4.1. Présentation des selfies du corpus.....	49
4.1.1. L'analyse du premier selfie.....	49
4.1.2. L'analyse du deuxième selfie.....	51
4.1.3. L'analyse du troisième selfie.....	54
4.1.4. L'analyse du quatrième selfie.....	56

4.2. Analyse semiotique des selfies et resultats.....	58
4.3. Résultats de l'analyse et discussion.....	62
CONCLUSION	63
CONCLUSION GÉNÉRALE	64
LES REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	67

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Dans un monde numérique le selfie est devenu un moyen de communication, en tant qu'il présente une image pleine de signes, l'image selfique se compose d'un ensemble de signes également, qui doivent avoir des significations à travers un seul domaine qui est la sémiotique. Dans notre recherche, nous allons traiter le selfie dans un domaine scientifique, à travers la sémiotique de l'image, en étudiant l'image selfique en tant qu'iconique.

En effet, le choix de ce thème nous a toujours motivé de s'élargir dans ce domaine, premièrement, en tant que le selfie est un sujet d'actualité, lié à l'évolution de la technologie, deuxièmement, le point plus important c'est le rapport du selfie avec le narcissisme. La légende de Narcisse nous a toujours influencés, et sa transformation à la fin en une jolie fleur qui porte son nom. Ce qui nous a poussé de s'intéresser au gens qui prisent les selfies fréquemment cherchant les raisons derrière cette pratique et observer comment ça élève l'amour de soi chez l'individu, et que les narcissiques sont prêts de tout faire pour qu'il soient admirés, la production du selfie et les réseaux sociaux facilitent bien leur désir. Scientifiquement, nous trouvons que notre domaine de la science du langage est chargé de traiter des thèmes pareils, surtout dans le domaine de l'étude la sémiotique de l'image, pourquoi n'a-t-il jamais étudié le selfie en tant qu'un ensemble de signes et comme un moyen de communication, comme un produit relatif au narcissisme. A notre rôle, nous voulions bien l'enrichir par cette modeste recherche.

Le selfie est un phénomène qui connaît une large utilisation dès le début de XXI siècle. Aujourd'hui tout le monde a la capacité de le pratique, si on considère seulement un téléphone intelligent et un internet afin d'accéder aux réseaux sociaux, nous allons voir si cette pratique est conditionnée par la diffusion du selfie aux réseaux sociaux ou non. Cette dernière pourrait avoir des inconvénients comme toute pratique médiatique. Dans notre étude nous supposons que ça participe à perdre des repères de soi à l'efforce de l'exercer. Nous allons traiter le selfie d'un plusieurs points de vues ; psychologique, culturel, et sémiotique, ainsi que son contexte d'apparition et toute l'histoire du selfie commençant du portrait d'après des scientifiques et des grands chercheurs qui affirment de leur rôle notre supposition sur l'effet du selfie d'avoir un trouble notamment narcissique. Ce qui nous remit dans le deuxième chapitre qui traite le narcissisme d'un point de vue purement scientifique, à travers des études cinématographiques.

Notre travail de recherche rencontre un problème qui s'est caractérisé essentiellement par la question suivante : est-ce que le selfie pose des troubles comme le narcissisme ? Ce travail qui est pour une étude sémiotique du le rapport entre selfie et le narcissisme -cas de célébrités- se déroulera autour de la problématique suivante :

Le selfie peut-il avoir un rapport avec le narcissisme ? Pour répondre à notre problématique nous proposerons l'hypothèse suivante :

- Le selfie est narcissique, il peut également rendrait ses producteurs narcissiques, parce qu'il renforce l'amour de soi.

Cette recherche est réalisée pour résoudre des problèmes de certains phénomènes, et afin de marquer quelques objectifs :

- Montrer que la prise excessive du selfie peut avoir des répercussions psychologiques et mentales sur l'individu preneur.
- Montrer que le selfie est un moyen de transmission de sentiments et d'informations à travers l'étude sémiotique.

Afin de réussir notre recherche, et qu'elle respecte les critères que nous avons fixés, il fallait suivre la méthodologie qui a pour objectif : l'analyse sémiotique du corpus, qui présente un ensemble de selfies collectés de l'Instagram. Pour réaliser cette recherche nous allons consacrer trois chapitres :

Le premier chapitre : nous allons définir en générale le selfie, puis dans différents domaines afin d'enrichir la recherche et découvrir toute son histoire d'après des sémioticiens, des psychologues et des chercheurs.

Deuxième chapitre qui reprend l'étude du selfie mais dans la cinématographie en le rapportant avec le narcissisme d'après des grands chercheurs en ce domaine, ce qui nous rentre dans la sémiotique de l'image et la communication de l'information. Jusqu'au nous arrivons à l'analyse de corpus.

Troisième chapitre qui contient une collection de selfies, choisis pour cette exacte étude, nous allons les étudier en tant qu'images iconiques, et les analyser en tant que signe plastique, finissant par dégager leur signifié culturel et signifiant, et par discuter les résultats finals.

PREMIER CHAPITRE

POUR UN ESSAI DE DÉFINITION DU SELFIE

Introduction

Dans ce chapitre nous allons traiter le phénomène du selfie de ses différentes dimensions, commençant par sa définition et son contexte d'apparition, finissant par l'examiner d'une vision psychologique, par des psychologues et selon des études pour arriver que sa pratique signifie qu'on est subit d'un trouble mental ou psychologique et donc ça peut avoir une relation avec le narcissisme. D'un point de vue culturelle, son origine d'un monde purement occidental qui s'est familiarisé, tout le monde devient pareil, il le pratique comme toute personne dans l'univers (il faut juste avoir un téléphone intelligent et un compte sur un réseau social), cette pratique peut avoir un but à réaliser ou soient seulement pour se présenter tout simplement, la culture de selfie est plus populaire chez la célébrité et les influenceurs, les jeunes surtout, mais pour des raisons financières généralement. Nous allons voir ainsi le selfie d'un point de vue scientifique, et entrer dans la sémiotique, la définition du selfie selon des sémioticiens et aller aux profondeurs pour le distinguer de l'autoportrait, finalement, découvrir que cette pratique est significative et communicationnelle.

1. QU'EST-CE QUE LE SELFIE ?

Le selfie vient de l'anglais « self », qui veut dire « soi », c'est une photo prise par une personne pour elle-même, c'est-à-dire « se prendre en photo ». Le terme est utilisé depuis 2002, mais il est ajouté au dictionnaire « Oxford English dictionary » qu'en 2013.

L'office québécois de la langue française en 2004, le définit comme suit : « *Le selfie est un autoportrait fait à bout de bras, la plupart du temps avec un téléphone intelligent, un appareil photo numérique ou une tablette, généralement dans le but de le publier sur un réseau social.* »¹

On peut définir le selfie que c'est un « égoportrait » comme on le dit au Québec, ou une « autophoto » publié généralement sur un réseau social pour marquer un évènement, ou partager l'endroit où on se trouve, apporter le selfie en partageant son activité du moment, ou parfois de ce qu'on pense et son envie du moment.

Le selfie possède de différentes formes comme le selfie pris dans un miroir, elles s'appellent des sous-genres, dans un article publié en 2014 qui s'intéresse pratiquement à

¹ L'office québécois de la langue française 2004

la question du selfie pour « Adam Levin »¹ : « *Il existe trois-genres de selfie : le selfie dans un miroir, le selfie isolé, et le selfie du groupe* »²

Dans un article publié en 2018 traitant du néologisme apporté par le selfie (Jean Lazar, Andrezj Tr. Napielski et Jean-François Sablaroylles, 2018), montre la manière avec laquelle le selfie s'est notamment diversifié et cela s'est manifesté à travers le nombre de néologismes relatifs au selfie :

*« Parallèlement, des évolutions se sont manifestées dans la dénomination du selfie qui, outre cette forma complète, est représentée par les fracolexèmesèelfie, - lfie, - fie et même seulement -ie [...] dans backselfie, c'est le dos mais parfois surtout le bas du dos, et dans belfie [...] »*³

On ne peut pas également parler des images selfiques sans parler de leurs valeurs, lesquelles sont : « l'effet d'intimité, l'effet d'attraction et la mise en scène de l'interface au sein de l'image »⁴

Ce sont des effets qui distinguent l'autophoto d'autres photos, et leur analyse dans notre étude s'étend de la sémiotique, en analysant le regard dans le premier effet, l'attraction et l'amour de soi dans la deuxième valeur, et enfin de relever le message caché et envoyé par un tel selfie.

2. CONTEXTE D'APPARITION

Le selfie est apparu pour la première fois en 2002-2003, quand il est utilisé par un Australien qui s'est pris en photo en s'exprimant, qu'il est soul à l'anniversaire d'un ami, et qu'il est trébuché, puis il a eu un trou dans les lèvres de 1 cm, ensuite, il s'est excusé de cette manière de prise focalisant sur ces lèvres, en disant « c'était un selfie » :

*«: « Um, drunk at a mates 21st, I tripped ofer [sic] and landed lip first (with front teeth coming a very close second) on a set of steps. I had a hole about 1cm long right through my bottom lip. And sorry about the focus, it was a selfie » (citédansGonsalves 2016)*⁵

¹ ADAM LEVIN est un chercheur qui s'est intéressé à la question du selfie de façon très approfondie. Dans son article « The Selfie in the Age of Digital Recursion » (2014: s.p.)

² « The Selfie in the Age of Digital Recursion, Adam Levin » (2014: s.p.)

³ LAZAR, J. NAPIERALSKI, A. et Sablayrolles, J-F., *Le selfie et ses différentes formes : l'amour de soi et le corps en morceaux*, 2018. P.4. Disponible sur : <http://dx.doi.org/10.18778/8088-785-5.04>

⁴ MERLO M, *Le narcissisme du selfie : esthétique et pratique de la subjectivité contemporaine*, p 65

⁵ Ibid, p. 08



Image 1: Le premier selfie ?¹

Le selfie, ou ce qui semble un selfie a existé bien avant, à l'époque de Jackie Kennedy, la première dame des Etats-Unis, l'épouse de John Kennedy -35^e président des Etats-Unis- depuis que les photos étaient en noir et blanc! Mais est-ce qu'on peut utiliser cette appellation à des photos prises depuis 66 ans ?

¹ PEARLMAN, JONATHAN (2013). « *Australian man “invented the selfie after drunken night out”* », The Telegraph, 19 novembre 2013, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/australiaandthepacific/australia/10459115/Australian-man-invented-the-selfie-afterdrunken-night-out.html>



Image 2 : Un selfie de Jackie ?¹



Images 3 :selfie de Jackie avec JFK sur THE CAPE TIMES en 1960.¹

¹ JULIE KOSIN (2014). « *See Jackie Kennedy's 60-Year-Old Selfie* », Harpers Bazaar, 19 mars 2014, <http://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/news/a1893/jackie-kennedyselfie/>

L'image n° 02, ce qui semble « un selfie dans un miroir »² présente Jackie avec sa belle-sœur et JFK³ en 1954. L'image n 03, est publiée sur la presse The Cape Time qui représente Jackie et JFK en 1960, cette photo est prise par le bout de la main par Jackie elle-même.

Ces photos semblent être des selfies à notre époque puisqu'elles sont prises de la même manière d'un selfie, avec le bras tendu et au bout de la main, ou dans un miroir, mais ce qu'on doit savoir que le selfie est en lien direct avec le téléphone intelligent, ainsi que l'apport de publication sur un réseau social.

Selon Agathe Lichtensztein, dans son livre : le selfie : aux frontières de l'égoportrait publié en 2015, le selfie est un autoportrait photographique généralement publié sur les plateformes sociales en ligne⁴

En répondant à la question précédente : le selfie est lié à l'évolution de la technologie, l'apparition des smartphones et webcams, et enfin leur publication sur les réseaux sociaux et aucunes photos de Jackie Kennedy est un selfie!

3. LE SELFIE D'UN POINT DE VUE PSYCHOLOGIQUE

Le selfie est devenu un moyen d'existence « Je selfie donc je suis »⁵, il a tant touché la psychologie de l'homme, dès qu'il est paru jusqu'aujourd'hui beaucoup de recherches et des études sont faites à propos de ce phénomène-là, qui l'enrichissent et le traitent comme le « selfitis ».

En psychologie, la personne qui prend plusieurs selfies est atteinte d'un trouble mental appelé « selfitis ». Ce mot est utilisé pour la première fois dans un article dans le site de « the AdoboChronicles » comme l'obsession de prendre des selfies, en les postant sur les réseaux sociaux comme un moyen d'améliorer son estime de soi : « *the obsessive*

¹ Getty Images, <http://www.gettyimages.ca/event/bulk-test-516145829#14th-april1963-john-fitzgerald-kennedy-the-35th-president-of-the-picture-id3070850>

² Sous-genre de selfie

³ John Fitzgerald Kennedy

⁴ LICHTENSZTEJN A (2015). *Le selfie : aux frontières de l'égoportrait*, Paris : l'Harmattan. LUNBECK, Elizabeth (2013). *The Americanization of Narcissism*, Cambridge: Harvard University Press.

⁵ GODART E (2016). *Je selfie donc je suis : les métamorphoses du moi à l'ère virtuel*, Paris : Albin Michel.

compulsive desire to take photos of one's self and post them on social media as a way to make up for the lack of self-esteem and to fill a gap in intimacy » (p.1)¹

L'Association Américaine psychiatrique (APA) a classifié le selfitis comme un nouveau trouble (maladie) mental dans un article publié dans la revue International Journal of Mental Health and Addiction en 2014.²

Ce qui affirme les psychologues Mark D.Griffiths³ et JanarthananBalakrishnan⁴ que « la selfitis » est une maladie réelle « mental disorder », ce qui a donné naissance au SBS « SelfitisBehaviorScale »⁵ par les deux psychologues en 2018. Il s'agit d'une analyse réalisée auprès de 400 participants en Inde, à travers de ces analyses, l'échelle évalue la gravité de ce trouble, et définir les facteurs qui poussent les gens à prendre des selfies, par la généralisation des résultats des participants. D'après les résultats obtenus, il y a trois niveaux de ce trouble-même qui se diffèrent selon le degré de gravité :*« therewerethreelevels of the disorder: borderline, acute, and chronicselfitis, depending on how oftenindividualstakeselfies and post them on social media. »⁶*

- **Cas limites** : prendre des selfies au moins trois fois par jour, mais ne sont pas postés sur aucun réseau social.
- **Aigu** : quand on poste les selfies sur un réseau social.
- **Chronique** : se prendre en photo tout le temps au point on ne peut pas se contrôler et poster jusqu'à six selfies par jour.

Le SBS comprend ainsi des sous-composantes, c'est-à-dire les gens prennent des selfies pour les six raisons suivantes :

« The SBS comprises six sub-components: environmental enhancement (i.e., to feel good and show off to others in specific locations), social competition (i.e., to get

¹ VINCENT, J. American Psychiatric Association Makes it Official: 'Selfie' a Mental Disorder. Adobo Chronicles, online: <https://adobochronicles.com/2014/03/31/american-psychiatric-association-makes-it-official-selfie-a-mental-disorder> (accessed on 12 J

² Ibid,

³ Dr. MARK GRIFFITHS, Distinguished Professor of Behavioural Addiction in Nottingham Trent University's Psychology Department

⁴ Dr. JanarthananBalakrishnan of Thiagarajar School of Management (TSM), India

⁵ Echelle de comportements selfitis

⁶ Griffiths, M.D. The Psychology of the Selfie. Psychology Today, 5 May 2019. Available online: [https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-excess/201905/the-psychology-the-selfie#:~:text=However%2C%20as%20selfies%20have%20become,competition%20\(and%20which%20emphasises%20perceived](https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-excess/201905/the-psychology-the-selfie#:~:text=However%2C%20as%20selfies%20have%20become,competition%20(and%20which%20emphasises%20perceived)(accessed on 4 September 2019)

more “likes” on social media), attention seeking (i.e., to gain attention from others), mood modification (i.e., to feel better), self-confidence (i.e., to feel more positive about oneself), and subjective conformity (i.e., to fit in with one’s social group and peers). »¹

Selon les résultats de l’Echelle de comportement selfitis « SBS », et d’après la citation au-dessus, les facteurs de la prise selfique se déversaient entre : se vanter pour se sentir mieux, la compétition social, c’est pour avoir le maximum de « j’aime » sur les réseaux sociaux, ensuite, pour attirer l’attention, encore pour se sentir mieux, pour renforcer son confiance en soi, et enfin pour s’intégrer à son groupe social.

En effet, les narcissiques peuvent s’engager dans des actions pareilles afin qu’ils se compensent et attirent l’attention entre autres² parce que la prise des selfies et le narcissisme sont des actions réflexives³

4. LE SELFIE D’UN POINT DE VUE CULTUREL

Avec l’évolution de la technologie, et les améliorations continues et successives. Jour par jour le selfie prend une importance que l’on ne peut pas négliger, il est devenu une pratique que l’on consacre un énorme effort, une grande partie de nos temps, et beaucoup d’attention. Ce phénomène culturel qui est grâce à la technologie en progression, il présente un moyen pour convenir à la mode, et soyer tendant sur les différents réseaux sociaux ; Facebook, Instagram, Snapchat, c’est un moyen qui permet d’exercer ses activités et s’exprimer autrement comme tout utilisateurs des réseaux sociaux, (c’est un nouveau langage). Ainsi que le selfie est un moyen de s’imposer sur un monde virtuel, qui fait croire que tout est réel, où l’on veut croire ce qu’on veut et non pas en réalité, parce que l’usage de tel selfie est conditionné selon nos désir, c’est à notre disposition, c’est d’imposer la manière dont on se voit et faire croire aux réactions des autres utilisateurs sur notre produit personnel. Pour se montrer au monde cherchant la satisfaction de ses abonnés, c’est le but de satisfaire leurs sentiments d’être acceptés. D’autre part ce selfie est une occasion pour faire le buzz.

¹Selfitis Behavior: Assessing the Italian Version of the Selfitis Behavior Scale and Its Mediating Role in the Relationship of Dark Traits with Social Media Addiction p 02

²DEWALL, C. N., Buffardi, L. E., Bonser, I., & Campbell, W. K. (2011). *Narcissism and implicit attention seeking: evidence from linguistic analyses of social networking and online presentation*. *Personality and Individual Differences*, 51(1), 57–62.

³HALPERN, D., VALENZUELA, S., & KATZ, J. E. (2016). *BSelfie-ists^ or BNarci-selfiers^: A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism*. *Personality and Individual Differences*, 97, 98–101

4.1. Le selfie en tant que pratique

Pour Alicia Guet-Borhan, le selfie est multi utilisation :

« 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, ou les marques stratégiques profitant de la tendance. »¹

Chaque variété de la société l'utilise pour un but qui se diffère de ceux des autres, pour certains c'est un nouveau langage qui permet de se manifester avec une nouvelle manière, comme l'expression de l'amour d'un soldat de sa famille d'après Alicia Borhan dans son mémoire de master, certains par curiosités c'est le cas des personnes âgées, les adolescents pour se montrer et avoir des rétroactions positives, les adultes cherchent le plaisir et l'aventure même si ça va couler leur vie (image 4 et 5), pour partager son activité du moment comme un témoignage parce que : *« Les selfies sont des témoignages. Ils constituent les archives d'une vie au moment même où elle se déroule »²*, ou de partager ses expériences vécues comme des expérimentations car *« les selfies offrent cet appui temporaire qui permet de réaliser pleinement, ce qui a été vécu quelques secondes ou quelques jours plus tard, seul ou entouré »³* (images 6 et 7). Pour la célébrité c'est le but d'être plus proche de leurs fans, et enfin pour faire la publicité en ce qui concerne les produits.

Le passage suivant de l'ouvrage « sémiotique du portrait : De Dibutade au selfie » Pour Anne Beyaert-Geslin, montre le rôle que joue le selfie comme un nouveau langage, et nouvelles manières de s'exprimer : *« Le selfie est un produit de la technologie qui offre un plan de manifestation à de nouvelles manières de faire-ensemble »⁴*

Si on parle du selfie, on parle alors des filtres et l'effet des filtres utilisés par les utilisateurs des réseaux sociaux, surtout la célébrité pour faire la publication de leurs images et attirer les fans, les filtres se diversifient entre le maquillage, se transformer le

¹ GUET-BORHAN A, *Le selfie : déconstruction et resignification d'un phénomène complexe*, p 118

² LEROUX Y, *Psychologie Du Selfie*, Journée annuelle d'étude organisée par le Conseil Intercommunal de Sécurité et de Prévention de la Délinquance, 24 novembre 2014 Mazamet, p 8

³ Ibid, p7

⁴ CHATENET L, « Anne BEYAERT-GESLIN, 2017. *Sémiotique du portrait. De Dibutade au selfie* », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 14 | 2018, mis en ligne le 01 septembre 2018, consulté le 25 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/4221> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.4221>

visage vers une figure d'un animale, ou de se changer les visages avec son partenaire du selfie, ou par exemple, de changer ses lèvres et dents avec celles de son chat.

Le selfie en ce cas est devenu obsessive, l'utilisation des filtres est devenu également une addiction vue à l'esthétique ajouté à l'image, comme le maquillage, des gros lèvres, petit nez, larges yeux et colorés, différents teints de cheveux, peau claire et parfaite. A cet effet, un grand nombre des utilisateurs des multimédias n'arrivent pas à se dépenser de ces filtres magiques, lesquels des célébrités qui ont déclaré qu'elles n'arrivent point à faire des selfie sans filtres, en ce qui concerne les filtres esthétiques cas des femmes, malgré que leur beauté, des autres qui disent que les filtres les rendent encore belles, c'est-à-dire qu'elles sont belles sans filtres, mais avec l'effet de ces filtres, elles sont plus belles.

Ce phénomène des filtres est notamment le point fort de l'évolution de la prise des selfies, ainsi que certains gestes qu'on fait pour prendre un selfie comme :

- La face de canard « duckface qui veut dire « littéralement, en français, « visage de canard », désigne une mimique, qui consiste à serrer et avancer simultanément les lèvres, ce qui a pour effet de creuser légèrement les joues. »¹

D'après le site web de l'actualité « Libération » à propos de cette mimique : « on avance la bouche en avant comme pour faire un gros gros bisou, on a l'air passablement con, mais on est hype. On a l'air doux et aimant », et pour faciliter sa réalisation il faut juste prononcer l'expression japonaise «chun-gao».²

- Fish gape est une autre gestualité qui signifie : « *entrouvrir ses lèvres en laissant apparaître un peu ses dents* »³.

Certains de ces pratiques est faite pour faire des challenges, convenir aux derniers défis énoncés par des célébrités généralement ou des influenceurs, et de les imiter.

Certains gestes semblent bizarres mais quand même, ils connaissent une vaste popularité, et utilisation malgré la culture propre de chaque utilisateur au point de négliger ses normes sociales.

¹ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Duckface>

² https://www.liberation.fr/beaute/2013/10/17/breaking-news-le-duck-face-c-est-has-been_940284/

³ <https://www.femmeactuelle.fr/actu/news-actu/selfies-duckface-fishgape-photos-stars-reseaux-sociaux-24394>

Parmi les preneurs des selfies, ceux qui veulent se vanter et dominer les nouvelles, et soyer aux derniers tendances, en deux mots «faire le buzz», ce sont les stars généralement, pour gagner le maximum de «j'aime» et «partager», soit pour des raisons psychologiques: cette personne soit narcissique, elle se voie belle, et elle veut que le monde la voie pareille, ou soit pour des raisons financières, pour avoir un nombre élevé des abonnés afin de gagner de l'argent car à partir de 1000 abonnés -1k- sur Instagram jusqu'à 1 million d'abonnés-1m-, on gagne de 25\$ à 250000\$ et plus par le poste mensuellement, considérant l'activité du compte, la qualité du contenu et plusieurs facteurs et sources d'argents, à titre d'exemple, Ariana Grande et Justin Beiber sont parmi les plus payés sur Instagram en 2021, pour Ariana Grande considère 228m followers, elle gagne 853.000\$ par le poste, et pour Justin Beiber qui a 168m gagne 747.000\$ par le poste.

Ce phénomène de buzz est «une forme de publicité, dans laquelle le consommateur contribue à lancer un produit ou un service via des courriels, des blogs, des forums ou d'autre médias en ligne»¹, autrement dit faire la publicité pour soi-même en partageant les selfies sur les réseaux sociaux. Cette publicité est peut-être faite pour présenter un produit, alors le partage du selfie soit suivi et relié par le tag de ce dernier, c'est-à-dire mentionner la marque ou l'entreprise, c'est par une pareille technique avec n'importe quel produit, accompagnant un selfie.

Faire le buzz veut dire également : « Rumeur, retentissement médiatique, notamment autour de ce qui est perçu comme étant à la pointe de la mode (événement, spectacle, personnalité, etc. »²

C'est-à-dire : faire exercer des activités bizarres par la prise des selfies, de donner des fausses nouvelles (de se marier ou de se divorcer par exemple) et faire sortir des rumeurs, c'est le cas de la majorité des célébrités et les influenceurs qui sont obsessifs par le gain de maximum de « followers » c'est à dire d'abonnés. Comme il a fait le chanteur canadien, Justin Beiber, sa nouvelle coupe de cheveux (l'image 8) a fait le buzz et ce selfie a dominé les nouvelles, c'est paru dans une périodique³ dans le quotidien britannique «the mirror » en 24 mai 2021 que Justin se vante de sa « buzzcut » qui veut dire la coupe qui fait le buzz.

¹ Dictionnaire Larousse

² Larousse

³ <https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/justin-bieber-shows-new-buzzcut-24169979> Consulté le 01/06/2021



Image 4: selfie dangereuxThe Most Dangerous Selfie Ever Taken¹

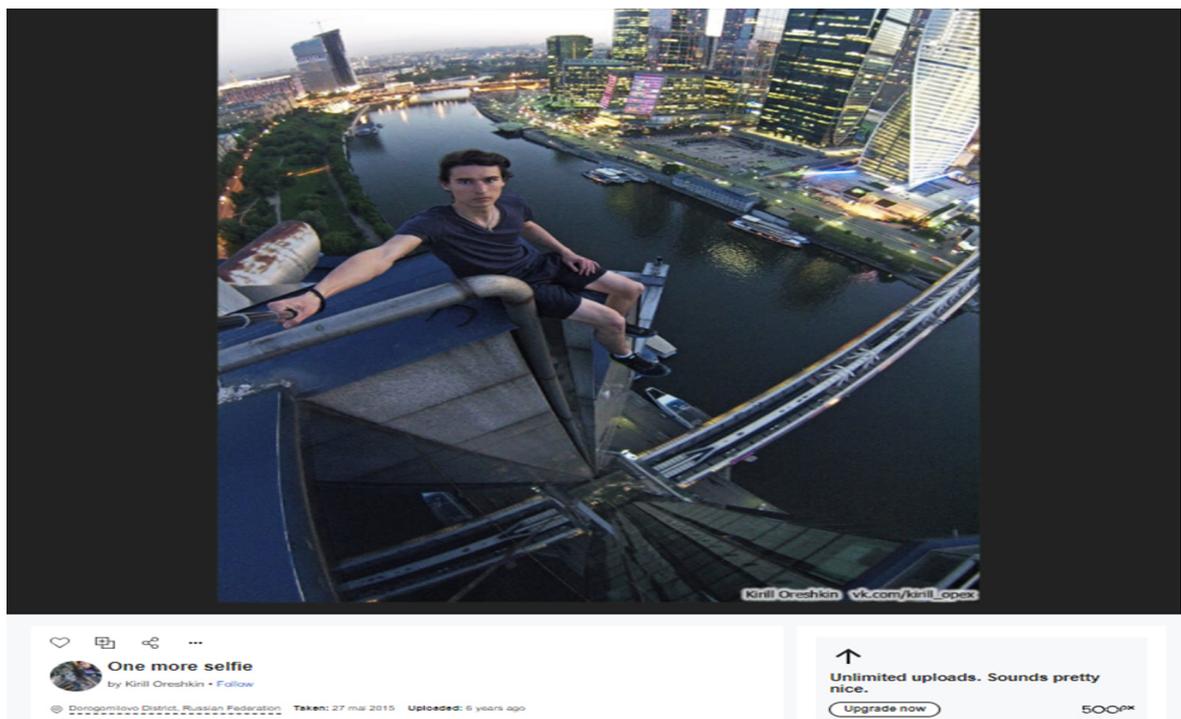
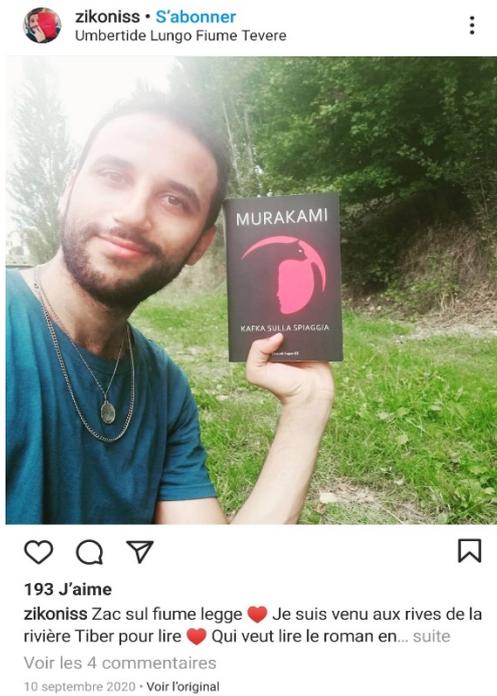


Image 5 : capture d'écran réalisée en 2021 pour un selfie dangereux

¹https://www.huffingtonpost.ca/entry/best-selfies-ever-2014_n_5113653



هناك من ينشر فيروس كورونا عن طريق العدوى ونحن نفضل أن ننشر فيروس القراءة. مرحباً بكم في ماراثون #فيروس_أصدقاء_الكتب

شاركوا الهاشتاغ في صفحاتكم منذ الآن لنبدأ الترويج للماراثون. #خليك_فالدار

Image6 : captures d'écrans réalisées en 2021



Image7 : capture d'écran réalisé en 30/05/2021 Image 8 : capture d'écran réalisée le 05/06/2021

4.2. Le selfie en tant que nouvelle culture d'origine occidentale

Il est d'origine occidentale vue à l'évolution de la technologie et leur culture soi-disant ouverte que celle du monde arabe (critère religieux), qui est guidée par des croyances religieuses. Mais dernièrement et grâce à l'ouverture vers le monde occidental

vue aux différents facteurs comme le colonialisme français et anglais dans certains pays arabes, la pratique du selfie devient populaire chez les usagers des réseaux sociaux de différentes variétés ; hommes, femmes, adolescents, célébrité, influenceurs que ce soit la diffusion des selfies serait publique, ou privé pour le reste des utilisateurs.

Ce phénomène c'est une forme de représentation de soi pour certains, phénomène de tendance, mouvements, de mode, évènement (image 8) « engagements politiques »¹ lesquels de ces sujets durent pour longtemps, les uns sont « éphémères »²

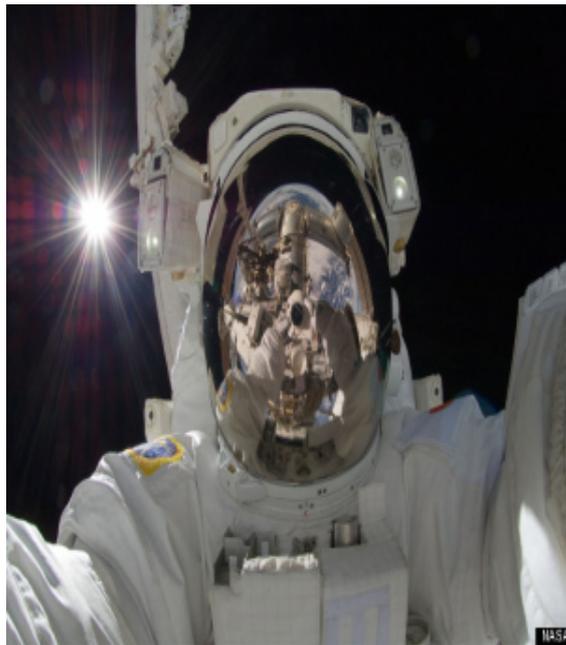


Image 8 :selfie dans l'espace le 5 septembre 2012³

¹ Op Cit Alicia Guet-Borhan, p 40

²Ibid,

³https://www.huffingtonpost.ca/entry/best-selfies-ever-2014_n_5113653



Image 9 : capture d'écran réalisé le 30/05/2021 pour une graduation d'une célébrité arabe

Le selfie en Algérie connaît une large utilisation d'après une grande partie de la société algérienne de différentes traditions, différents âges, et de facteurs d'utilisations diversifiés que ce soit pour un but de se représenter dans une photographie ou pour d'autres raisons, dans (l'image 10) selfies pris du compte Instagram de l'artiste algérienne Radja Mezziane, qui réalise des chants contre le système algérien, et chante pour l'amour de l'Algérie, elle a annoncé dans l'un de ses interviews qu'elle poste des selfies de mode pour attirer l'attention des jeunes filles algériennes, et les sensibiliser en ce qui concerne notre pays surtout. Pour dire qu'on est là, on peut être très à la mode mais aussi il faut avoir un but dans la vie, il faut réussir, défendre son pays, et dire la vérité sans avoir peur de personne, et pour ne pas être influencées par n'importe quoi et suivre n'importe qui sur les réseaux sociaux, il y a pas mal des influenceuses et artistes algériennes mais elles ne font rien pour leur pays, leur contenu est vraiment nul et ça influence les jeunes filles et les adolescentes.



Image 10 : captures d'écrans réalisés en 30/05/ 2021

5. LE SELFIE D'UN POINT DE VUE SEMIOTIQUE

D'après Anne Beyart-Geslin, le selfie est considéré comme un sous-genre de l'autoportrait¹. Parce que l'autoportrait est apparu bien avant le selfie, en 1928².

L'autoportrait est la simple dérivation du portrait, Le recours vers le portrait est nécessaire, c'est la base pour comprendre les deux formes photographiques; le selfie et l'autoportrait. Le Robert le définit comme une représentation d'une personne réelle, spécialement de son visage, ou tout simplement c'est une photographie d'une personne³.

En sémiotique, Anne Beyart-Geslin voit que le portrait indique comment le sujet prend place dans le monde, c'est-à-dire ce qu'il désigne aux autres, et que ce sujet sorte de sa conception superficielle entre deux êtres ou spectateurs, mais ce qu'il présente dans un monde défini. Pour l'autoportrait c'est le portrait d'un l'artiste par lui-même. Le développement de l'autoportrait s'étendrait de la peinture classique et des enluminures du XIIe siècle jusqu'au selfie⁴. Le selfie et l'autoportrait ont des points communs, mais ils se diffèrent aux niveaux :

Le selfie est numérique, né à l'évolution de la technologie, c'est un phénomène culturel et esthétique⁵, c'est-à-dire qui a une relation avec l'art. L'autoportrait est né bien avant le selfie, et qui présente une pratique artistique (peinture classique), un autoportrait est « *une représentation d'un artiste, dessinée, peinte, photographiée ou sculptée par l'artiste lui-même* »⁶, et en plus « *l'autoportrait n'utilise pas les médias* »⁷

Les deux s'agissent d'une photographie mais le selfie est plutôt une photographie numérique. Le selfie se diffère de l'autoportrait aussi, étant relié avec les médias et le partage instantané des images sur les différents réseaux sociaux. Le sémioticien Anne

¹ ANNE BEYAERT-GESLIN, *Sémiotique du portrait: De Dibutade au selfie*, p 234

² Le Petit Robert, Nouvelle Édition, Paris, Dictionnaires Le Robert, 2003, p. 186.

³ Dictionnaire en ligne Le Robert

⁴ Op Cit Alicia Guet-Borhan, p 92

⁵ Ibid, p 87

⁶ 2 Wikipédia. Autoportrait. [En ligne]. Disponible sur : <<http://fr.wikipedia.org/wiki/Autoportrait> > consulté le 28.04.14

⁷ Op Cit Alicia Guet-Borhan, p 92

Beyart-Geslin le définit en ce contexte comme « pratique médiatique »¹, autrement dit des activités continues que l'on fait régulièrement sur les médias



Image 11 : « Je faisais des selfies 60 ans avant vous »

Le secrétaire d'état des Etats Unis sur sa page Facebook, capture d'écran (2014).

Le selfie est un produit de la technologie, il n'a eu naissance qu'après l'évolution de la technologie, et l'apparition du téléphone intelligent, ainsi que la création de certains réseaux sociaux, comme le Facebook et l'Instagram. Grace à cette technologie, le selfie a son importance et sa conception d'aujourd'hui...

Le sémioticien Ludovic Chatenet ajoute que le selfie offre un plan de manifestation à de nouvelles manière de faire-ensemble en associant le « je » de l'image à une énonciation collective¹

¹ Ibid, p 71

C'est-à-dire, qu'il s'est changé de son concept traditionnel d'une photographie ou une autophotographie seulement, mais il est devenu un outil d'exercer de différentes activités, en diverses manières, et en associant la personne autophotographiée avec ce qu'il a énoncé, pensé, et ce qu'il a voulu par cette image qui est le selfie, c'est le désir qui précède cette prise.

Les sémioticiens « Ludovic Chatenet »² et « Anne Beyart-Geslin »³, insistent que le selfie comme un objet d'enquête sociale montrant le renouvellement de soi (appropriation du monde) d'un sujet inscrit dans une communauté de signification normée (posture, accessoires)⁴.

Sur le plan social, il permet à l'individu de s'imposer de différentes façons en employant des signes qui aident à saisir des phénomènes à travers les postures et les accessoires, qui dans la sémiotique ont du sens, et qui sont imprégnés de significations, parce que selon Marina Merlo : « *la prise selfique est aussi une pratique qui ne prend sens qu'au sein d'une vie sociale* »⁵

Le selfie en tant qu'une pratique médiatique esthétique, culturelle et quotidienne, a tant de significations, la sémiotique nous sert à dégager ses dernières et à décrire les effets visuels d'un selfie en tant qu'image pleine de signes, et l'analyse qu'on fait à travers, c'est ainsi pour comprendre la fonctionnalité du selfiesous une pratique médiatique et technologique, tel que les appareils numériques, la caméra frontale, les appareils reliés à l'internet et les réseaux sociaux⁶, C'est pour comprendre aussi toute communication interpersonnelle de l'individu et enfin, comment se voit et comment les autres le voit.

Le selfie est un acte de communication, chaque selfie porte un message, la plupart de ces selfies sont réalisés pour « envoyer »⁷, pour dire « je suis là », « je suis là avec... », Voici mon envie du moment, ou qu'est-ce que je fais en ce moment. Afin de mieux

¹ LUDOVIC CHATENET, « *Anne BEYAERT-GESLIN*, 2017. Sémiotique du portrait. De Dibutade au selfie », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 14 |2018, mis en ligne le 01 septembre 2018, consulté le 25 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/4221> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.4221>

² CHATENET LUDOVIC - Chargé de cours en sémiotique visuelle

³ Beyaert-Geslin Anne. Professeur des universités Discipline : Sciences de l'information et de la communication (sémiotique)

⁴ Ibid,

⁵ Op Cit, Marina Merlo, p 7

⁶ Ibid, p 21

⁷ Op Cit, Alicia Guet-Borhan, p 158

connaître la relation entre le selfie et la communication voici la citation suivante d'Alicia Guet-Borhan, de son mémoire « Le selfie : déconstruction et resignification d'un phénomène complexe » : dans laquelle elle confirme que le selfie est un phénomène de communication, parce que derrière les selfies postés, il y a un auteur qui s'intéresse au contenu des commentaires, et la rétroaction des autres utilisateurs. « *L'univers connecté lié au selfie en fait un phénomène différent et signifiant. En plus de l'image, le selfie comprend les commentaires, les légendes, le feedback, la communauté, le contexte [...] C'est un phénomène de communication.* »¹

Conclusion

Nous avons vu dans ce chapitre le phénomène du selfie, son apparition par un australien par hasard, son historique commencée du portrait et que des célébrités l'ont pratiqué bien avant son apparition mais par les définitions précises que l'on a donné nous distinguerons le selfie de l'autoportrait. Des psychologues affirment que le selfie peut causer une maladie mentale qui s'appelle « selfitis », comme il affecte les comportements de l'individu, d'un point de vue culturel, nous avons parlé du selfie en tant que pratique médiatique culturelle, et les différentes raisons qui poussent les gens de le pratiquer. Nous avons fini par le point de vu sémiotique de cette pratique, des sémioticiens l'on définit pour arriver qu'il présente un acte communicationnel.

¹ Ibid, p 93

DEUXIEME CHAPITRE

**AUTOUR DU NARCISSISME DU SELFIE ET LA
SEMIOTIQUE DE L'IMAGE**

Introduction

Dans ce chapitre nous allons traiter le narcissisme, sa définition et le rapport qu'il peut avoir avec le selfie à travers des études faites au domaine cinématographique et par d'autres chercheurs, nous allons relier également le narcissisme du selfie avec l'étude sémiotique de l'image, et comment le selfie présente ce moyen de transmission de sentiments, en tant qu'image iconique, et un acte communicationnel.

1. LE NARCISSISME : DÉFINITION

L'Encyclopædia Universalis le définit comme « admiration, amour exclusif de sa propre personne, concept qui désigne un attachement exclusif à soi-même ».

Une personne narcissique est une personne qui fait preuve de narcissisme. En psychanalyse, c'est un « concept qui désigne un attachement exclusif à soi-même », dans le contexte de selfie, il est employé dans un sens péjoratif¹

Parce que cette manifestation de l'amour de soi est pathologique, quand on compte sur les réactions des autres, diffuse ses selfies pour attirer l'attention des autres usagers des réseaux sociaux, ça cause des troubles. Ce qui affirme l'historien et le philosophe Christopher Lasch qui définit le narcissisme comme : « *Une pathologie de la personnalité dans laquelle celle-ci n'est pas agrandie, magnifiée, mais au contraire sur le point de s'effondrer* ». ²

En rapportant le narcissisme avec le selfie, qui indique sa traduction en Québécois « egoportrait » et qui veut dire qu'il est affecté par l'égoïsme, on constate que le selfie subit par des troubles comme le narcissisme et l'égoïsme.

2. L'IMAGE SELFIQUE ET SES EFFETS NARCISSIQUES

On rapporte l'image selfique dans cette étude à l'effet produit au spectateur et non pas à son objet-même, tels que les sentiments transmis par un tel preneur, parce que la prise de selfies n'est pas faite par hasard mais on le fait exprès, c'est-à-dire qu'on se prépare pour cette prise et on a toujours ce dialogue entre nous-même, (qui nous permet de transformer à travers cette prise des sentiments, et les recevoir en analysant les signes de ce selfie), ou pour un message qu'on veut s'adresser par se manifester,

¹ Ibid, p 44

² Ibid, p 46

Le consommateur de ce produit peut bien capter ce contenu non pas par le sujet du selfie mais par les effets visuels d'une image selfique. A cet effet, trois alternatives théoriques au narcissisme du selfie pour dégager ce message transmis à travers le selfie, elles sont proposées par Marina Merlo à travers ses études cinématographiques dans sa thèse « Le narcissisme du selfie : esthétique et pratique de la subjectivité contemporaine » à l'université de Montréal en 2017.

Elles permettent ainsi de délimiter le comportement narcissique de l'auteur du selfie à travers les effets visuels, ces alternatives théoriques permettent également à décrire ces effets visuels, et la valeur du selfie qui le distingue par rapport aux autres formes photographiques, et qui servent enfin à décrire cette relation entre le spectateur et le selfie.

A travers les éléments qu'on a cité, le diffuseur d'une image selfique et le consommateur sont dans un état de communication, que le dictionnaire français la définit comme :

« Une communication implique un acte qui consiste à transmettre une information (un message dans une situation spécifique (contexte), à l'aide d'un système d'unités (signaux, signes, symboles). L'information est émise à partir d'une source (émetteur, destinataire, allocuteur, allocutaire). Elle est destinée à une cible (récepteur, allocutaire, destinataire). Le message produit passe par un canal (le téléphone, la radio, le journal...etc.) et généralement des fonctions (au nombre de six au moins en ce qui concerne le langage humain). La communication peut être verbale. Elle s'effectue alors au moyen d'une langue et obéit à des règles de fonctionnement conformément à un code donné, oral (voix) ou visuel (écriture). Elle peut être non verbale et utiliser des gestes spécifiques, des signaux, des impulsions tactiles, sonores, visuelles, électriques, etc. »¹

Dans notre cas on s'intéresse bien au code visuel, que l'on reçoit de l'image selfique qui nous parle à travers ses différents signes, et les éléments constitutants de cette dernière.

Cette capacité humaine se devise en deux types :

¹ POUCEOISE, M, « *dictionnaire de la langue française* », Rimand Colin Masson, Paris, 1996, p, 106

La communication verbale	La communication non verbale
<ul style="list-style-type: none"> - Un système de signes servant à évoquer la réalité. - Le lien est établi par convention linguistique et sociale. - Une forme de communication qui passe par l'énoncé des mots généralement regroupés sous forme d'une phrase. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un système de communication couvrant les messages traités par l'ensemble des médias sauf la linguistique - Les canaux de communication non verbale sont : les gestes, l'apparence corporelle, les postures, le paralangage, les mimiques, les silences, le visage, le toucher

Tableau 1 : Communication verbale et communication non verbale¹

La communication non verbale c'est qui nous intéresse beaucoup dans ce cas d'études, parce qu'on va traiter le genre des messages transformés par les photos, à travers l'analyse des signes construits d'une image selfique et comment ses signes nous interpellent.

Les trois concepts théoriques qu'on a cité (l'interface, l'attraction, et la fascination) servent bien à faciliter la compréhension des messages transmissent par le selfie et qui «rendent mieux compte du dynamisme intersubjectif entre le photographe et un public, imaginé ou réel, du selfie.»²

2.1. L'interface

C'est relatif à la technologie, c'est-à-dire l'interface du preneur du selfie avec son écran, entre le spectateur et l'image, donc entre le photographe et le spectateur :

*Ce qui nous intéresse dans le selfie n'est pas uniquement la diffusion rapide en réseau de l'image à travers des plateformes comme Facebook, Instagram, ou Snapchat. Le concept d'interface permet précisément d'aborder à la fois le dispositif selfique – le rapport entre le photographe et l'appareil, l'image produite et le rapport au spectateur.*³

L'interface qui veut dire essentiellement d'après le Robert « limite commune à deux systèmes, deux ensembles, deux appareils » et au sens figuré « relation et liaison »⁴

¹ Tableau adapté du lien <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/28557>, consulté le 13/04/2018 à 19h40

² Op Cit, Marina Merlo, p 37

³ Ibid, p 41

⁴ Dictionnaire le Robert en ligne

On peut la définir au domaine cinématographique, selon l'ouvrage de Francesco Casetti, *Inside the Gaze : Fiction Film and its Spectator* (1998). Auquel il analyse comment le cinéma désigne, place et met son spectateur sur une certaine trajectoire (1998 : 14)¹ que l'interface décrit l'espace de médiation entre le spectateur et l'écran :

By virtue of this fact, facing two realities whose interconnection is not quite obvious – signifieds on the one hand, and behaviors on the other – our analysis must insist on the existence of a space expressly destined to be a space of mediation. It proposes a double confrontation where one alone has proven insufficient. Hence an interface. (1998 : 130)

L'interface dans le cas du selfie présente un processus, un ensemble de relation commence par le preneur de selfie et se termine avec le spectateur, ce n'est pas interface seulement entre l'auteur et son appareil, mais aussi avec son spectateur parce que un appareil connecté avec les réseaux sociaux est l'intermédiaire de ces deux éléments ; le producteur du selfie, et le spectateur. Ce processus permet également de décrire l'aspect communicatif du selfie, et l'interface permet d'étudier tous ces processus.

L'interface est reliée forcément à la publication d'un selfie sur internet, sinon ça reste qu'un selfie, parce que c'est relatif avec la diffusion de ce produit sur un réseau social. Agathe Lichtensztein indique dans son livre² que « *le selfie hors internet n'est plus interface* »³

Dans l'article « *The Selfie in the Age of Digital Recursion* » (2014 : s.p.) pour Adem Levin, il indique également : *le selfie « is not a self portrait in the strict sense of the word, but rather the representation of the self as a product of the system of interpersonal relationships through which it is articulated online » (2014).*⁴

Ce qui veut dire que selfie n'est pas un simple autoportrait dans ce sens restreint, mais c'est une représentation de soi comme produit de l'ensemble des relations interpersonnelles, ce que l'on exprime par internet.

¹ Op Cit, Marina Merlo, p 39

² Op Cit, Agathe Lichtensztein

³ Op Cit, Marina Merlo, p 40

⁴ Ibid, p 41

2.1.1. L'icône de l'image

L'image en sémiotique est pleine de signes. Selon Peirce « *un signe est quelque chose qui tient lieu pour quelqu'un de quelque chose sous quelque rapport ou à quelque rapport* »¹, le signe est d'abord défini par son matérialité son, odeur ou un objet, ensuite, le signe qui est sous quelque rapport ou à quelque rapport c'est-à-dire la relativité de l'interprétation²

Elle présente un processus iconique, c'est-à-dire qu'elle ressemble son objet qu'elle représente, on parle de l'iconicité de l'image, et son caractère iconique. L'iconicité de l'image représente le degré de similarité, et pour son caractère iconique qui veut dire seulement la capacité de ressemblance avec son objet.

A titre d'exemple :

- Oum Kethoum est une chanteuse arabe, elle est devenue l'icône du Tarab.
- Albert Einstein est un physicien qui est devenu l'icône de la science.
- Marilyn Monroe est un mannequin qui est devenu l'icône de la beauté.

Peirce confirme que tout objet peut se fonctionner comme icône dans son ouvrage « *Ecrits sur le signe* », ce qui ne compte plus sur l'image seulement et son iconicité : « *N'importe quoi, qualité, individu existant ou loi, est l'icône de quelque chose, pourvu qu'il ressemble à cette chose et soit utilisé comme signe de cette chose* »³

Dans le cas de l'image selfique, qui se représente généralement le visage du preneur, avec ce geste selfique, qui indique la proximité, le preneur est proche de nous, le message de cette image est transmis facilement, le regard du preneur qui se concentre à la caméra, on dirait qu'il nous voit, et donc ses sentiments à travers ce regard fixé sur nous, sont facilement transmis aussi, parce que à travers le regard qu'on s'exprime les sentiments de joie, de tristesse, l'estimation de soi, l'amour de soi, et la confiance en soi... etc. Et c'est pareil pour le sourire, qui soumet aux différents sentiments comme un faux sourire,

¹ PEIRCE, C. S. [2002] : *Pragmatisme et Pragmaticisme, sous la dir. de C. Tiercelin et P. Thibaud*, Paris, Cerf, coll. « Passages » ; ——— [1978] : *Écrits sur le signe*, rassemblés, traduits et commentés par G. Deledalle, Paris, Seuil, coll. « L'ordre philosophique », p 72

² D. BOUNIE, Polytech'Lille – IAAL, *sémiologie de l'image*, p 5

³ C.S PEIRCE, *Ecrits sur le signe*, 1978, Editions du Seuil, p 141

qui porte de tristesse, un sourire de victoire que ce soit de confiance en soi, ou de fierté...etc.

A travers les vêtements et les accessoires comme la casquette qui veut dire en psychanalyse qu'on cache quelque chose, les couleurs de vêtements indiquent beaucoup de significations, et ça dépend le cadre culturel du preneur.

Les mimiques servent à lire et décoder le message caché dans un selfie, comme le signe de victoire mais certains gestes qu'on fait en prenant le selfie indiquent qu'on est sujet des troubles, « la face de canard » qui est lié au narcissisme. L'image selfique en tant qu'icône peut ressembler et présenter son objet dans un certain degré de similitude, ou bien elle ne le présente comme il est c'est-à-dire qu'elle le présente différemment.

En fait l'icône qui est représentée dans notre étude en tant qu'image selfique, est l'un des types du signe peircien. Le signe chez Peirce (voir l'image 13) est une triade qui se compose de :

Un référent qui est le signe matériel, (le signifiant chez Saussure), il dénote un objet, ce l'on perçoit de l'image.

L'interprétant c'est la représentation mentale de la relation entre le référent et l'objet, (le signifié) ce que signifie l'image.

L'objet représente le signe, le signe s'est représenté également par l'icône, l'indice et le symbole, d'après Peirce toujours¹, (c'est la relation entre le signifiant et le référent dans l'image 13) :

- ✓ **L'icône** : est tout ce qui renvoie à l'objet. C'est un signe qui se réfère à l'objet qu'il dénote en vertu de ses caractères propres, lesquels il possède, qu'un tel objet existe réellement ou non.
- ✓ **L'indice** : est un signe qui se réfère à l'objet qu'il dénote en vertu du fait qu'il est réellement affecté par cet objet.
- ✓ **Le symbole** : est un signe qui se réfère à l'objet qu'il dénote en vertu d'une loi.

¹Peirce : icône, indice, symbole (ac-grenoble.fr)

Les trois constituants du signe

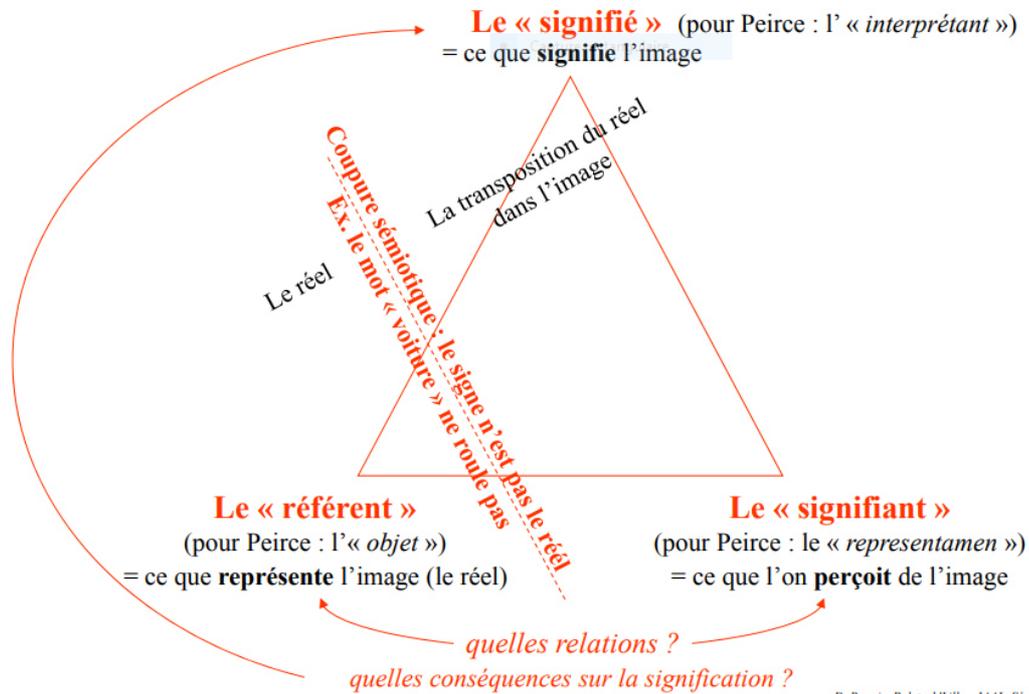


Image 13 : les trois constituants du signe¹

Peirce s'intéressait à l'étude relationnelle entre l'icône et le symbole dans son ouvrage « Ecrits sur le signe » et que les symboles se développent principalement à travers les icônes : « *Les symboles se développent. Ils naissent par développement à partir d'autres signes, en particulier d'icônes ou de signes mixtes qui tiennent des icônes et des symboles* »²

Leur faculté de produire le sens met en relation ces deux notions : « la seule façon de communiquer directement une idée est par le moyen d'une icône [...] un symbole est une loi ou une régularité du futur indéfini ».³

L'image 13 montre que le signe n'est pas réel et donc l'image n'est pas réel également, dès que notre regard qui détermine l'image et ça ne permet pas de la présenter

¹Microsoft PowerPoint - semiologie.ppt [Mode de compatibilité] (e-monsite.com)

²Op Cit, C.S Peirce, p 66-165

³Ibid, pages 149-162

concrètement : « notre regard détermine de toute façon le champ et le hors champs, il qualifie l'image »¹.

2.1.2. La dénotation et la connotation de l'image

Ces deux notions décrivent simplement l'image, la dénotation la décrit objectivement comme-t-elle est, Barthe l'explique qu'elle est radicalement « objective », mais la connotation décrit ce qui est derrière l'image, d'une manière subjective :

*(...) Le premier niveau appelé « dénotation » est simplement ce qui est, ce qui apparaît à l'image, ce que l'on peut décrire objectivement. Le deuxième niveau appelée « connotation », plus subtil, est constitué de ce qui est derrière, de ce que veut sous-entendre l'image. La dénotation est le dit et la connotation et le non-dit et elle joue sur les croyances générales, les mythes(...)*²

2.1.3. La sémiotique de l'image

La sémiotique ou sémiologie réfèrent à l'étude générale des signes, soient systèmes verbaux, iconiques, gestuels, sonores...etc. en effet la sémiotique est la traduction du terme anglais « semiotic » qui est proposé par Charles Sanders Peirce en Amérique, 30 ans plus tard en 1910 la sémiologie est proposée par Ferdinand de Saussure, ce qui conduit les chercheurs à approfondir dans leur terminologie et utiliser chaque une dans sa propre champs mais aux années 80 sont devenues presque synonymes leur spécificité d'origine c'est la différence entre les deux.³

Barthes, Porcher (1974) la définit la sémiotique de l'image comme suit :

La sémiologie de l'image (parfois encore nommée iconologie : de Eikonos = image) est cette science récente qui se donne pour objectif d'étudier ce que disent les signes (si elles disent quelque chose) et comment (selon quelles lois) elles le disent. (Cité par Barthes, 1964, p. 20).

2.2. L'attraction

C'est la deuxième alternative théorique au narcissisme, qui permet de qualifier les relations du concept précédent « l'interface », et de réfléchir aux effets visuels marqués par une image selfique et reçus par le consommateur.

¹ LAURENT GERVEREAU, « *Le sens du regard* », Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 2001, n° 5, p.22-25. En ligne : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2001-05-0022-002> ISSN 1292-8399.

² Dénotation et connotation d'une image-cinefilons, cinema.forum-easy.com > ... > Ils font le 7ème art > Les formes de cinéma, (Consulté le 21 /02/2016).

³ VERHAEGEN P, *signe et communication*, p 14-15

Le Robert la définit comme « *la force qui attire, ce qui attire le public, un centre d'intérêt* »¹. Ce qui nous pousse à rechercher l'origine de l'utilisation de ce concept en ce qui concerne les images. Il est utilisé principalement au domaine cinématographique, pour décrire le rapport entre les spectateurs au cinéma, qui interpelle le spectateur, et qui décrit l'attraction du cinéma tel que le regard à la caméra, ce qui fait naissance au cinéma d'attraction.

Le cinéma d'attraction d'après Tom Gunning (2006 : 382) est fait pour attirer l'attention du spectateur malgré que les scènes produites soient fictifs ce qui gâche l'illusion du cinéma. Parce que d'après lui, le cinéma du premier temps est lui-même est une attraction, vue aux mouvements des images que les spectateurs en n'étaient pas habitués, et ce qui les rend étonnés.²

La cinématographie-attraction décrit le rapport entre l'image selfique et le spectateur.

Quant au selfie, On compare l'attraction au mythe de Narcisse (ovidien), quand il est tombé amoureux avec son image sur l'eau, sans être conscient qu'il s'agit de son reflet, il n'est plus conscient de ce processus de médiation, c'est-à-dire « son interface » qui est la relation entre son reflet et son image et sa transmission, il voit seulement le contenu de l'image en tant que Narcisse lui-même (le sujet de l'image), le point commun dans ce cas et dans notre cas de selfie c'est au niveau de représentation, ce processus qui est « le sujet même de l'image »³.

Le narcissisme et l'attraction se diffèrent par la conscience totale du producteur du selfie, en tant qu'il se présente par cet acte, au contraire au Narcisse qui a été définitivement inconscient que l'image qu'il a vu s'agissait de son reflet, Narcisse n'a pas choisi de tomber amoureux de lui-même, mais la personne dans l'image que présente son reflet lui attire au point d'oublier la réalité.

On retient du rapport entre le mythe de Narcisse et le selfie qu'on se tombe dans le narcissisme à travers ce point commun entre les deux formes de représentation (le reflet de l'image de Narcisse sur l'eau et le selfie) par la relation entre l'image en tant que sujet, et le personnage de l'image lui-même.

¹ Dictionnaire le Robert en ligne

² Op Cit, Marina Merlo, p 44

³ Ibid, p 42

Le selfie contracte cette espace entre son producteur et le spectateur ou regardeur par le geste selfique du bras tondu qui attire l'attention du spectateur, et le regard (les valeurs ajoutés par l'attraction), ce qu'on se sent présent à travers le preneur qui nous interpelle par ce geste et ce regard, donc on ne s'intéresse plus au contexte de l'image.¹

Alors l'attraction ajoute au selfie trois valeurs lesquelles sont : l'effet d'intimité, l'effet d'attraction, la mise en scène de l'interface au sein de l'image, pour attirer l'attention, ou ce qu'on appelle « l'économie de l'attention »² et qui veut dire la concentration de notre attention sur un sujet qui dépend du public.

L'analyse de l'image de Jackie publié par The Cape Times revendique nous facilite la compréhension de l'effet de l'intimité, l'image 14 qui présente deux genres photographiques, le premier c'est une photographie prise par elle-même en utilisant le geste selfique, le deuxième quelqu'un d'autre la prie, soit le journaliste de The Cape Time revendique, cette presse a publié l'image en écrivant sur cette nouvelle : « Every story feelslike a first hand account. Gettingyoucloser to the news », qui veut dire principalement que chaque histoire est une expérience, et comme si on est présent, à la fin il est demandé d'être plus proche des nouvelles.

Dans la première photo prise par Jackie elle-même, on reçoit cet effet d'intimité, d'après son regard qui à traverson ressent qu'on est présents, qu'elle nous regarde, ainsi l'apport du bras tendu comme toutes images selfiques qui nous interpelle comme si elle nous touche, voilà l'une des valeurs du selfie, ce qu'on a appelé l'attraction.³

D'autre part, la deuxième photo qui est prise par un photographe médiateur, présente moins d'intimité dans le regard et le sourire, ce que le spectateur se voit non concerné par cette image, au contraire de la première qui ne présente aucun médiateur entre Jackie et nous en tant que spectateurs.

Ces images publiées sur le journal servent à attirer l'attention des lecteurs et le geste selfique qui rendles spectateurs plus proches, attribue le but de cette publicité et affirme l'expression accompagnée avec « soyez plus proches des nouvelles», et que c'est Jackie qui a choisi de prendre la photographie en état de conscience, et la diffuser sur la presse, à cet effet le journal attire les regards à travers cela. Et comme Jackie est proche de

¹ Ibid, p 55, 56, 257

² Ibid, p 58

³ Ibid, p 55-58

nous à travers ce geste selfique, nous sommes invités de faire la même chose, de s'approcher des nouvelles de cette presse et d'être ses fans.

Quant à la valeur de l'interface dans l'image, le selfie par le geste selfique contracte cette espace entre nous et Jackie, le bras tendu de Jackie avait contracté cette espace, et un autre regard, « un regard extérieur qui se porte sur Jackie, qui est le nôtre »¹



Image 14: Paul Schulzer, Time & Life Pictures, Getty Images, 1960.¹

¹ Ibid, p 58

2.3. La fascination

On dit sur quelque chose : c'est fascinant. Cela veut dire que la chose exerce un charme puissant (ensorcelant, envoûtant) et le verbe Fasciner signifie: attirer, dominer, immobiliser un être vivant en le privant de réaction défensive par la seule puissance du regard. Attirer irrésistiblement l'attention par sa beauté, son charme ; exercer une attraction très puissante sur quelqu'un.²

C'est la description des effets visuels du selfie, et c'est relative aux deux concepts précédents l'attraction et l'interface. La fascination s'agit également pour attirer et interpeller le spectateur d'après Gunning³, Gaudreault⁴ à travers l'image selfique.

Ce qui fait appelle au schéma de communication de Lasswell :

Le preneur du selfie qui représente le destinataire à travers son image selfique (le canal), ses effets visuels et ses différents signes, nous interpelle en tant que regardeurs (destinataire), pour transformer un certain message pour un tel objectif.

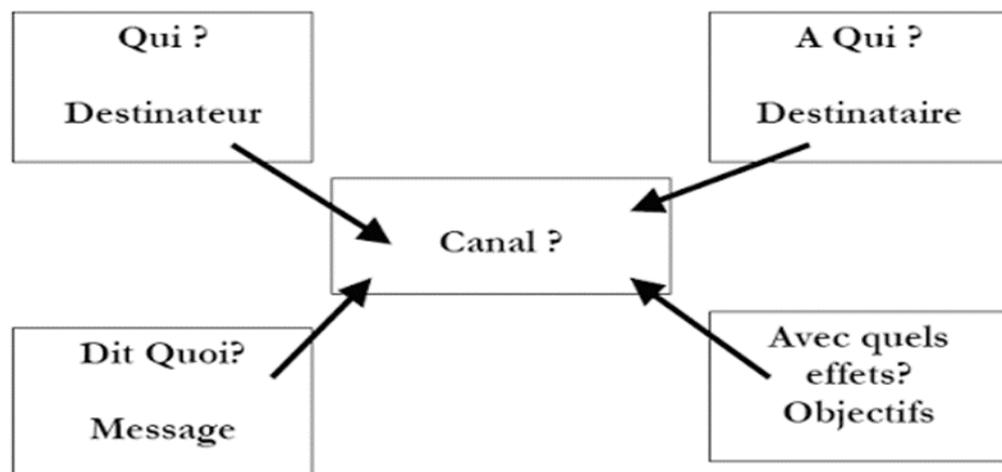


Schéma de communication de Lasswell

¹ Getty Images, <http://www.gettyimages.ca/event/bulk-test-516145829#14th-april1963-john-fitzgerald-kennedy-the-35th-president-of-the-picture-id3070850>

²Op.Cit, Dictionnaire encyclopédique, p.471

³GUNNING, TOM (2006 [1989]).« *The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde* », Wanda Strauven, *The Cinema of Attractions Reloaded*, Amsterdam: Amsterdam University Press, p. 381-389.

⁴ André Gaudreault Professeur titulaire. Histoire/théories du cinéma, cinéma des premiers temps, narratologie, montage, intermédialité. Faculté des arts et des sciences - Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques

Comme dans la première image -de l'image 14- de Jackie Kennedy, le destinataire c'est Jackie, le destinataire est le public, les lecteurs de The Cape, le canal est bien le selfie lui-même, le message accompagnant cette photo : « Every story feels like a first hand account. Getting you closer to the news ». L'objectif c'est d'être proche du public, et pour le journal c'est de faire la publicité et comme Jackie semble proche des regardeurs de cette auto-photographie, donc le journal demande aux publics de faire le même, et cette prise c'était que pour leur attirer l'attention.

Enfin, ce concept de fascination est utilisé déjà pour décrire un grand intérêt pour quelqu'un ou pour quelque chose¹, il a une relation avec l'amour d'après Baumbach². La fascination et le narcissisme sont très liés au selfie, les deux formes s'agissent de « la perte des repères de soi face à son image »³, soit une image selfique ou un reflet dans un miroir.

3. L'ANALYSE SÉMIOTIQUE DE L'IMAGE

Dans notre étude qui se base principalement à l'image en tant qu'iconique, en faisant appel aussi aux signes plastiques pour enrichir l'analyse et vue à leur relation avec les signes iconiques qui est exprimée comme « *la signification des signes iconiques est influencée par les signes plastiques et inversement.* »⁴

3.1. Signe iconique

Les signes iconiques sont figuratifs et analogiques, ils représentent leur objet dans un degré de similitude avec la réalité⁵. L'iconicité d'après Goodman est la relation entre l'objet et l'image est de ressemblance et de représentation : « *Dans la notion d'iconicité deux relations distinctes : d'une part la ressemblance et d'autre part la représentation. Ces relations ont des propriétés logiques bien différentes.* »⁶

La ressemblance c'est la capacité de ressembler son objet et partager des points communs avec, quant à la représentation, c'est l'interprétation qu'on donne à l'objet.

¹ Op Cit, Marina Merlo, p 67

² Ibid, p 68

³ Ibid, p 87

⁴ NASSIM DAGHIGHIAN, *Cours de l'analyse de l'image*, p 7

⁵ Ibid,

⁶ Le statut du signe iconique entre iconicité et intertextualité Pascal Vaillant, Emmanuelle Bordon page 4

L'image selfique présente cette relation de ressemblance avec son personnage que représente, et qui permet de donner des interprétations à travers.

3.2. Signes plastiques

Les signes plastiques ont des caractéristiques physiques, et non figuratifs, ils présentent la matérialité de l'image comme la couleur, la forme, la lumière...etc.¹

Ces signes servent à dégager la signification de l'image à travers le sens de chaque signe, nous avons besoin du signe plastique pour faciliter notre analyse de l'image iconique, avant de commencer d'analyser les signes iconiques, il devrait bien observer l'image, et faire une description profonde, la description formelle de l'image selfique par exemple sert à délimiter la couleur, l'angularité de la prise de vue qui importe tant de significations dans notre cas d'étude " le narcissisme" , de repérer les signes de l'amour de soi à travers le regard,

Ces signes aident à faire une description physique et totale de la prise selfique et leur emploi c'est d'enrichir les signes iconiques, les éléments seront traités sont :

Le format : le format du selfie qui se diffère par rapport aux caméras du téléphone, et par le réseau social choisi pour sa diffusion, ainsi que le type de publication (dans un story, une publication), il s'agit tout simplement de la taille de l'image en cm.

Le cadrage : c'est la distance entre la caméra et le preneur du selfie.

L'échelle des plans : dépend de la grandeur de l'objet photographié, la grandeur du personnage du selfie et pour cela, les 07 plans suivants sont consacrés d'après les cours de l'analyse de l'image de Nassim Daghighian² :

- Plan italien : le personnage du selfie s'apparaît jusqu'aux ses genoux
- Plan américain : le découpage jusqu'aux cuisses.
- Plan poitrine : le découpage jusqu'aux poitrines.
- Le buste : il s'apparaît au selfie jusqu'aux épaules.
- Plan rapproché : le découpage jusqu'à la taille.

¹ Ibid,

² Ibid,

- Gros plan : se centre sur le visage en générale.
- Très gros plan : ou macro se centre sur un détail.

L'angle de la prise de vue : le niveau de l'œil par rapport au sujet regardé :

- Vue frontale : l'œil est au même niveau de la caméra.
- Vue plongée : la vue descendante, en haut, l'œil en dessus de la caméra.
- Vue contre-plongée : la vue ascendante, en dessous de la caméra.

La lumière et l'éclairage : il s'agit des sources lumineuses, naturelle, artificielle, nocturne, leur intensité et angularité.

- L'intensité de lumière : il s'agit de lumière directe qui éclaire le sujet directement, ou clair-obscur quand l'éclairage forme des ombres douces, ou lumière diffuse qui efface les ombres de l'objet photographié à cause du nuage, brouillard ou neige, c'est un éclairage indirect.
- L'angularité de l'éclairage : il s'agit de l'ongle formé par l'éclairage, on cite : lumière frontale, lumière de trois quarts (angle de 45°), éclairage de profil.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons parlé de la sémiotique de l'image, en créant un rapport entre elle et le narcissisme du selfie, c'est-à-dire comment le narcissisme se manifeste dans le selfie afin de faciliter notre prochaine analyse de corpus, alors nous avons vue l'image selfique en tant qu'iconique et que présent le signe iconique, ainsi que cette image selfique est un acte communicationnel qui contient un message à décoder à travers l'analyse sémiotique de l'image en rapportant le signe iconiques et le signe plastique.

TROISIEME CHAPITRE

L'ANALYSE SEMIOTIQUE DU CORPUS

Introduction

Afin d'exploiter le rapport entre le narcissisme et le selfie dans une étude sémiotique, des signes se manifestent dans les images selfiques, qui nécessitent de les trouver des significations, de les interpréter et décoder le message visuel transmitt, nous allons analyser des selfies, qui peuvent présenter des attitudes narcissiques d'une part, ou qui sont pour des personnes narcissiques d'autres parts : lesquelles de ces selfies seront conditionnés d'être prises comme ça, c'est-à-dire la nécessité d'une scène ou pour un projet cinématographique par exemple, ou pour des personnalités effectivement narcissiques, à travers des selfies collectés de l'Instagram.

1. LES OBJECTIFS DE L'ANALYSE

Notre objectif c'est ne pas de juger les personnages de cette analyse, mais de mettre en relation le narcissisme et le selfie dans une étude scientifique, qui permet de dégager les repères de l'amour de soi travers des signes et leurs significations, c'est de mettre en rapport ces repères narcissiques qui sont en croissance à l'effet de l'évolution de la technologie, et qui sont causées par plusieurs facteurs comme l'effet des spectateurs sur son producteur, le cas des rétroactions positives qui poussent la personne vers le narcissisme, notre objectif c'est à propos de ce qu'elle dit l'image selfique.

2. DESCRIPTION DU CORPUS

Notre corpus se compose d'un ensemble des images selfiques, prises pour des célébrités et autres pour des utilisateurs des réseaux sociaux non connus, nous avons réalisé des captures d'écran des publications de ces selfies comme un témoignage, à travers les comptes officiels d'Instagram de chaque personnage. Mettant en relation l'historique des uns.

Tableau récapitulatif des selfies du corpus

Selfie	Personnalité	Date	Site
N°1	Meng Jia	01/06/2021	https://www.instagram.com/p/CL1fnLrspBH/
N°2	Julien Vertuze	01/06/2021	https://www.instagram.com/p/BYsPNvRAHkK/?utm_source=ig_web_copy_link
N°3	Julien Vertuze	01/06/2021	https://www.instagram.com/p/B3q6yeWoOGc/?utm_source=ig_web_copy_link
N°4	Hannah Elzahed	01/06/2021	https://www.instagram.com/p/BuLrY7CgaB6/

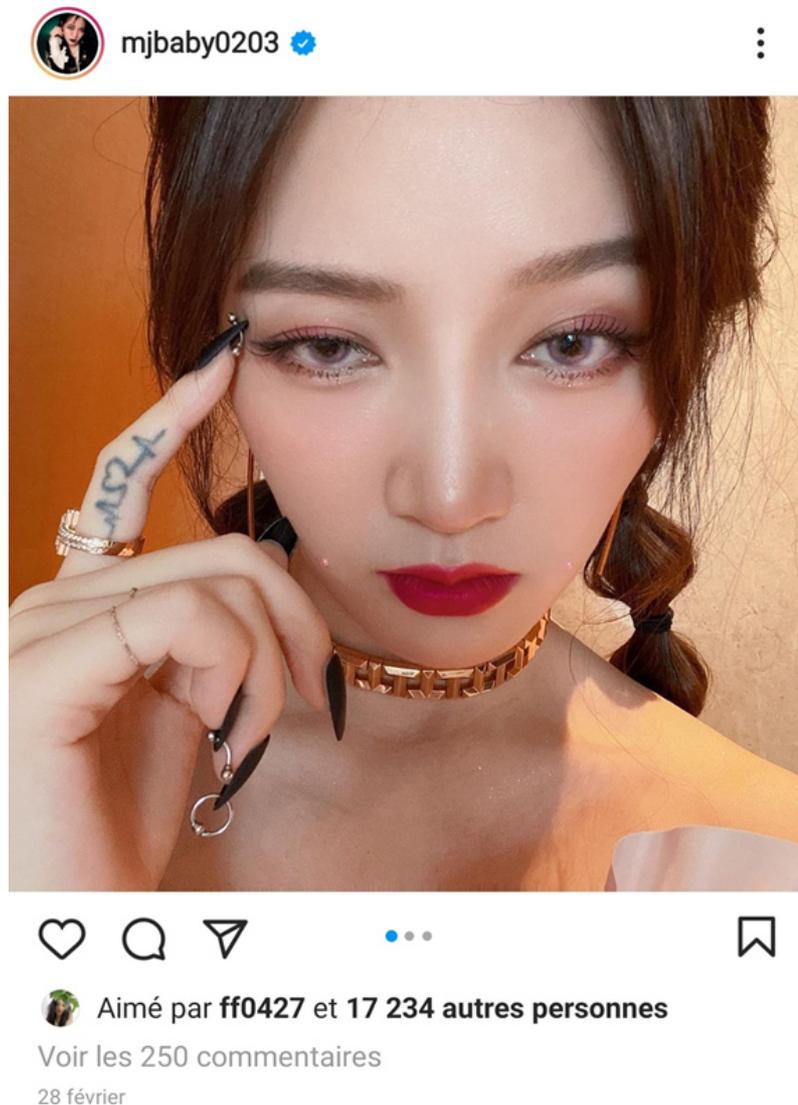
3. POURQUOI L'APPROCHE SÉMIOTIQUE ?

L'approche sémiotique sert à étudier l'image en tant qu'iconique, ce qui permet de exploiter le code visuel de l'image selfique et dégager ses signes représentatifs constituants, en les interprétant, encore de les étudier en tant que signes plastiques, ce qui enrichira cette analyse. Cette approche permet de dégager les signes qui contiennent des informations à travers l'image, et donc de comprendre le message adressé par un tel selfie, l'image parle qu'à travers la sémiologie de la communication, pour objectif de comprendre la manière dont le narcissisme se manifeste dans l'image selfique.

4. ANALYSE DU CORPUS ET PRESENTATION DES RESULTATS

4.1. Présentation des selfies du corpus

4.1.1. L'analyse du premier selfie



La capture d'écran est prise le 01 juin 2021, il s'agit d'une image selfique pour une artiste coréenne (chanteuse et danseuse) sur son compte d'Instagram.

D'abord, il s'agit d'un gros plan du visage avec une centration sur le regard et la main.

Format : l'image s'agit d'un portrait carré publié sur Instagram, la taille de l'image originale est 2.99x2.99 cm

Le cadrage : l'artiste fixe son regard sur la caméra frontale de son téléphone, qui est disposé au milieu et un peu vers le haut, la distance entre les yeux et le téléphone est de moins de 25 cm de près.

L'échelle des plans : l'image selfique s'agit de buste, parce que l'image représente le visage, et les épaules sont parues également.

L'angle de prise de vue : la vue est de face (frontale), l'œil est presque au même niveau de la caméra.

La lumière et l'éclairage : la lumière s'agit d'un éclairage nocturne, une source de lumière artificielle est derrière elle, mais le reflet dans son œil s'agit d'un éclairage naturelle, ainsi que la clarté de son visage, c'est-à-dire qu'elle se pose devant une source de lumière naturelle et derrière elle, il s'agit d'un éclairage un peu faible, ce qui nécessite d'autre source artificielle.

- L'intensité de lumière : il s'agit d'une lumière directe, qui est en face d'elle, et une autre qui est « clair obscure » qui cause un ombre douce de son visage, et quelques cheveux sur l'épaule.
- angularité de l'éclairage : il s'agit de deux angles : d'abord, de lumière de trois quarts, un angle de 45° presque est formé avec les rayons de la lumière. Encore, d'une lumière frontale, qui se place devant l'objet photographié qui est l'artiste.

On ne peut pas négliger le regard effrayant, fixe, confiant et audacieux de la chanteuse, ce regard qui indique un amour énorme de soi, nous menace en disant « faites attention je suis là, j'ai mon propre style et vous devez m'accepter comme ça », ce qui affirme le piercing dans ses ongles et le tatouage du cœur battant sur son index, ainsi que son collier d'or sur le cou et le manucure en noire veulent dire que « je suis rebelle, et je ne me soumis sur aucuns de vos lois, seule moi qui fait mes propres lois, seule moi qui décide » parce qu'elle a un certain d'amour envers elle-même et son style personnel.

Malgré ce qu'on a mentionné, l'artiste se maquille et se fait les cheveux comme toute femme, mais ça ne veut dire pas qu'elle est femme, elle ne peut pas se manifester par cette force et danger. En effet, l'effet de filtre ajoute de l'esthétique au selfie, l'artiste se voie avec l'effet du maquillage qu'elle met et en plus le maquillage qu'ajoute le filtre qui

montre les traits trop clairs, en se focalisant sur le regard, ainsi que le geste selfique qui indique qu'elle nous regarde et qu'elle est proche de nous, ce qui transmet les sentiments de l'artiste facilement en tant que producteur du selfie.

Le narcissisme ici se manifeste d'abord, par le reflet de l'artiste sur son écran avec l'effet de filtre et la relation du preneur de ce selfie avec son image selfique sur l'écran, ce qu'on a appelé « l'interface », ce qui lui donne encore confiance de ce qu'elle fait, ensuite, la relation entre elle en tant que producteur du selfie avec les spectateurs, les réactions des fans qui supportent ce type de selfie en toutes ces dimensions va la remonter son amour de soi, encore par certains signes dans cette image, comme le cœur qui indique l'amour, le rouge à lèvres qui peut signifier l'amour aussi, le courage ou un menaçon et le regard qui fait peur, les deux perles brillantes aux côtés de ses lèvres, indiquent qu'elle est une star, qu'elle est digne.

4.1.2. L'analyse du deuxième selfie



La capture d'écran est réalisée le 01 juin 2021, d'un compte d'utilisateur d'Instagram, qui ajoute le hachtag narcissique « #narcissique » à ces selfies, dès que nous avons tapé ce hachtag, les photos de cet utilisateur apparaissent sur le fil de recherche « hachtag » d'Instagram.

D'abord, il s'agit d'un selfie dans un miroir, c'est un plan moyen, en effet c'est un reflet dans le miroir, dans une salle de bain.

Le format : Il s'agit d'un portrait carré publié sur Instagram, la taille de l'image originale est 2.99x2.99 cm.

Le cadrage : la distance entre l'œil du preneur du selfie et le selfie pris dans le miroir est un peu loin, de 100 cm de pré.

L'échelle des plans : cette image selfique s'agit d'un plan italien, le reflet montre le corps du preneur du selfie jusqu'aux genoux.

L'angle de prise de vue : le producteur de ce selfie se voit dans son téléphone c'est-à-dire qu'il voit son image dans l'écran qui présente son reflet dans le miroir, mais il a choisi de le voir sur son écran, il s'agit d'un angle contre-plongé parce ses yeux voient au dessous sur l'écran de son iphone.

La lumière et l'éclairage : il s'agit d'une source lumineuse artificielle.

L'intensité de lumière : l'intensité ici est clair-obscur, il y a de la lumière et de l'ombre qui forment des reliefs, l'ombre du personnage sur la porte, et celui de quelques objets dans la salle de bain.

le regard du producteur de ce selfie, est fait exprès, il n'a pas voulu regarder dans le miroir, mais de se regarder de proche sur l'interface de son caméra (de regarder son reflet sur le miroir dans son écran), et ça donne intuition qu'il est amoureux de lui-même. Le mimique qu'il fait avec sa bouche s'appelle la face du canard « duckface », c'est un mimique qui est sous forme d'un gros bisou, semble bizarre et inapproprié qui a beaucoup de significations, c'est une expression faciale qui veut transformer un message comme tout gestuels, en ce sens ça a une relation avec le narcissisme. A travers d'une étude faite au

Singapore, les gens qui pratique trop ce mimique sont atteints du narcissisme¹. Et pour réaliser ce mimique-là il faut passer par un entrainement para narcissique.²

vue que le personnage de ce selfie a l'obsession de prendre des selfies à travers son compte instagram plein d'images selfiques -tout son contenu se compose presque de selfies- qui suivies par le hachtag « #narcissique » qui pratique du sport afin de se paraître beau, en plus le rapport des selfies dans les miroirs et l'histoire de Narcisse, à cet effet, on peut trouver un lien de narcissisme avec tous ces facteurs, quand Narcisse se voie dans l'eau, il est tombé amoureux avec son reflet, c'est pareil avec ce jeune homme quand il se voit sur sa caméra en admirant qu'il est de certain beauté (yeux bleu « blue eyes ») voir l'image 14, ou quand il se voie dans un miroir en pratiquant le selfie dans un miroir ça lui rend fou amoureux de lui-même ce qui lui pousse de s'admirer, et d'insérer le hachtag narcissique sur ses selfies tout simplement. Et comme on a mentionné dans le selfie d'un point de vue psychologique que la personne qui prend beaucoup de selfies est atteint d'un trouble mental et on a le relié avec le narcissisme.

206 J'aime

julien_vertuze Confinement jour X ❤️ #blondehair #blueeyes
#chaleur #bonvivre #gay #gayfrance #gayhot #gayboy
#gayeurope #gayeuropean #gayeuropa #barbu
#barbufrancais #garconfrancais #instagay #gaysport
#gaysports #gayfitness #narcissique #madeinfrance 🇫🇷
#lepoilufancais #lebarbufrancais #hairstylist
#confinement #style #kiffeur #likeforfollow

Image 14 : capture d'écran réalisé le ... pour les hachtags que annonce le personnage du selfie 2

¹https://fr.wikipedia.org/wiki/Duckface#cite_note-5

²https://www.liberation.fr/beaute/2013/10/17/breaking-news-le-duck-face-c-est-has-been_940284/ consulté le 09/06/2021 22 :30

4.1.3. L'analyse du troisièmeselfie



La capture d'écran est faite pour le même jeune homme précédent, mais dans ce selfie.

Le format : il s'agit d'un gros plan, le même format comme toutes images Instagram publiées dans le fil de l'actualité 2.99x2.99 cm.

Le cadrage : le téléphone se dispose de 50 cm de distance de jeune homme.

L'échelle des plans : il s'agit d'un plan poitrine, le selfie est pris jusqu'aux poitrines.

L'angle de prise de vue : la vue est un peu en haute vers la caméra frontale du téléphone, donc l'angle de prise de vue est plongé.

La lumière et l'éclairage : c'est le jour, la source lumineuse est bien naturelle.

L'intensité de lumière : il s'agit de lumière diffuse, parce que les couleurs de l'image sont pâles à cause du climat nuageux.

le geste selfique ici contracte la distance entre nous et ce jeune homme (le bras tendu), c'est-à-dire que le geste crée un rapport de proximité, le regard direct vers la caméra nous interpelle « la fascination », l'effet d'intimité qui sert à transmettre des sentiments à travers le regard est présent, ces facteurs réalisent les deux processus de l'attraction, et de fascination qui sert d'attirer l'attention, et réalisent également des repères communs avec le narcissisme, comme l'on a mentionné dans « l'image selfique et ses effets narcissiques ».

Les vêtements du producteur montrent ses muscles, son corps d'un sportif, les cheveux sont fait en blond, tout ça indique qu'il fait des efforts pour paraître beau et attirant, c'est une personne qui s'intéresse beaucoup de son physique. En plus le geste de duckface qu'on mentionné dans l'analyse précédente, qu'il a un rapport avec narcissisme.

4.1.4. L'analyse du quatrième selfie



L'image représente une capture d'écran réalisée le 01/06/2021, d'une célébrité arabe de son compte Instagram.

L'image représente un selfie de gros plan dans le miroir pour une jeune fille actrice.

Le format : il s'agit d'une image publiée sur le fil d'actualité d'instagram, c'est un portrait d'une forme carrée de 2.99x2.99 cm.

Le cadrage : la preneuse du selfie se prie avec la caméra de son téléphone dans un miroir qui s' y étend de quelque cm (25 cm de pré), le téléphone qu'elle porte dans ses mains est d'une distance plus longue de son visage, que celle du téléphone et le miroir.

L'échelle des plans : il s'agit d'un plan de buste, le découpage de ce portrait est jusqu'aux épaules.

L'angle de prise de vue : le selfie est prise d'un angle de vue frontale, l'œil du preneuse est au même niveau de la caméra sauf qu'elle ne voit pas vers la caméra mais elle se voit dans le miroir.

La lumière et l'éclairage : la source de la lumière est purement naturelle, il s'agit de plein jour.

L'intensité de lumière : il s'agit d'une lumière direct où les couleurs paraissent très claires.

Angularité de l'éclairage : frontale, la source est placée devant elle et derrière son téléphone.

Dans cette image selfique, elle fixe le regard sur le miroir, elle ne voit pas directement vers la caméra, mais elle se regarde d'une vue neutre, qui n'interpelle pas vraiment le spectateur, parce qu'elle s'occupe d'interpeller elle-même.

On voit bien l'effet de maquillage qui lui offre un nez bien dessiné ainsi que l'effet de filtre qui détermine encore le nez, et lui donne une image parfaite. Les sourcils sont faits délicatement, ce qui donne l'intuition d'une poupée avec les cheveux blonds, et le maquillage doux et simple des yeux et des lèvres.

Cette jeune fille actrice, l'une des obsessives des filtres, qui malgré sa beauté et qui est surnommée barbie, elle a annoncé dans un interview qu'elle ne peut pas prendre des selfies sans utiliser le filtre, les filtres qui peuvent être utilisés pour des raisons esthétiques (petit nez, peau encore claire et unie...ect.). En effet le narcissisme peut se manifester en ce niveau, durant la prise des selfies-même, entre cette actrice en tant que producteur du selfie et son écran, en explorant cette magie des filtres, puis on tombe amoureux de son image modifiée et améliorée sur l'écran. Ce qui cause l'addiction envers les filtres, et la recherche continue de la perfection, la personne qui se voit beaucoup et suit les petits détails va tomber énormément dans le narcissisme, cette actrice a eu dernièrement une chirurgie esthétique au niveau du nez, c'était seul le nez qui lui a posé problème en le voyant de côté, Ce qui nous fait remarquer que beaucoup de ses selfies de gros plans sont faits de côté où le nez paraît parfait.

4.2. Analyse semiotique des selfies et resultats

	Signifiant	Signifié culturel
Selfie 1	<p>Jeune fille</p> <p>Trop maquillée</p> <p>Maquillage audacieux</p> <p>Le rouge à lèvres</p> <p>Les lentilles</p> <p>Deux perles dans les joues</p> <p>Le brillant</p> <p>La gestualité de son visage</p> <p>Les traits du visage serrés, l'œil gauche est trop serré, et les lèvres</p> <p>Le regard effrayant qui se diffère dans chaque œil :</p> <p>Le gauche : regard un peu ouverte.</p>	<p>Les jeunes ont de la force, ils peuvent tout faire et inventer, ils croient de leur actes même s'il s'agit des comportements bizarres, Le maquillage exagéré de cette jeune fille indique qu'elle essaye de gratifier son visage, pour devenir plus belle d'après ses normes de beauté et c'est ce que les narcissiques cherchent, ceux qui ont un amour immense envers eux même et qui veulent que les autres voient qu'ils sont les meilleurs, et ce qu'ils cherchent exactement c'est « le pouvoir » en ce cas de la jeune fille c'est le pouvoir de la beauté.</p> <p>Le rouge à lèvres qui marque l'audacité du personnage du selfie, ainsi que l'emploi des lentilles, ce changement physique pour être admirée par les spectateurs comme tout narcissique qui cherche l'admiration et l'amour des autres, ce maquillage audacieux est effectivement pour attirer l'attention des gens.</p> <p>Les deux perles aux joues veulent dire qu'elle est spéciale, les narcissiques ont cette impression d'être unique, ainsi que le brillant qui s'étale en bas de son cou, et qui couvre le visage exprime l'obsession d'être connu, toujours brillante, et donc la volonté du pouvoir des narcissiques.</p> <p>Le regard gauche avec l'œil ouvert comme si le monde l'appartient par ce regard confiant, qui a tout le pouvoir du monde, et ce que le narcissique y croit, et que tout le monde lui est dû.</p>

	<p>Le droit : regard un peu serré</p> <p>La posture de sa main et la pose de son ongle long de l'index auprès de son œil et qui contient une pièce de métal qui est le percing.</p> <p>Le tatouage du cœur battant dans son index, les battements se raccrochent avec la bague d'or</p> <p>la position du visage, qui s'oriente un peu vers le bas.</p> <p>La coiffe, beaucoup d'élastiques pour faire ses cheveux en ce qui semble coiffure pour l'école.</p>	<p>Le regard avec son œil droit indique une menace, qui donne l'impression qu'elle est extraordinaire, avec ce regard qui fait peur, cette fille ne s'intéresse pas aux sentiments des spectateurs, et la peur qu'ils auront à cet effet, parce que les narcissiques ne pense qu'en eux.</p> <p>Si on regarde un peu proche de son œil, il y a une pièce de métal qui pénètre son ongle noire, cette pièce indique bien le danger et la violence, et surtout avec cette proximité, son apport avec la position pré de son œil, ce qui indique qu'elle veut s'imposer forcément, et qu'elle veut manipuler les spectateurs, c'est un caractère purement narcissique.</p> <p>Le tatouage du cœur battant c'est une indice d'un amour profond envers soi-même, et le danger au même au temps, cet amour envers elle que les autres doivent avoir des sentiments pareils envers elle encore, la position du doigt qui s'oppose à côté de son regard effrayant menace les gens de son pouvoir.</p> <p>Le tatouage s'écoule avec la bague d'or dans son index ce qui désigne l'amour de la richesse, qui lui permet et confirme l'attitude de pouvoir et la manipulation des narcissiques envers les autres.</p> <p>L'apport de la position de son visage et de la prise selfique comme si elle n'a pas besoin de le mettre en haut, le visage s'oriente un peu vers le bas par rapport au niveau de la caméra, mais elle suffit d'élever le regard, ce qui indique la vanité et l'arrogance.</p> <p>Par cette coiffe unique, l'image mélange entre l'innocence et la culpabilité, et c'est un sentiment d'être spéciale et unique par son propre style inventé.</p> <p>Cette fille qui a des beaux traits mais l'amour de soi la pousse à faire des changements au niveau de son physique, et d'inventer un propre style, dépassant tout limites de douceur et d'élégance en tant que femme, et se</p>
--	--	---

	<p>Ongles artificiels Percing dans les ongles Vernis des ongles en noire</p> <p>Collier sur le cou Collier d'en ensemble de T Boucles longues Accessoires dorés et argenté</p> <p>Les bagues dans la main droite Les fines bagues argentées sur l'annulaire et le petit doigt</p>	<p>transformer, se changer en adoptant un style unique à elle, tout ça confirme qu'elle se voie spéciale et unique, et pour satisfaire son besoin d'être admirée et aimée par les autres même si serait par force.</p> <p>Le manucure qu'elle fait, le vernis noir et le percing dans les ongles indiquent la rébellion, ce qui lui rend différente des autres, elle se révèle de tout modèle imposé par la société les accessoires en or sont exagérés, et ne donnent pas une bonne image que la société cherche. Le percing indique la force que la fille prétend pour cacher sa fragilité.</p> <p>Le collier doré sur le cou indique son audacité et sa différence.</p> <p>Le mélange entre le doré et l'argenté la donne le droit de tout manipuler et d'inventer son propre style, ça peut donner l'impression de l'arrogance parce qu'elle nie tout règles de la société.</p> <p>L'emploi de la fine bague dans le petit doigt demande de l'attention, et attire les regards, car les narcissiques ont ce manque d'estime de soi, ils essaient de se gratifier par attirer l'attention des autres.</p>
Selfie 2	<p>Un jeune homme Il a des traits noirs Les yeux sont clairs Il porte une barbe Il met le gel sur les cheveux La main dans la poche de son jean Dans la salle de bain Il se prend une photo dans le miroir avec un iPhone gold Il porte un bracelet argenté Il montre ses muscles d'un corps sportif Tricot avec un col v noire Jeans foncé Le geste selfique La mimique de son visage</p>	<p>Un jeune homme qui se prend en photo dans un miroir, en effet c'est un selfie dans le miroir.</p> <p>La barbe indique la classe et la mode, les narcissiques veulent être toujours les premiers aux derniers tendances, ainsi que faire les cheveux avec le gel donne une impression d'être supérieur par rapport les autres</p> <p>Le tricot noir d'un col v indique l'élégance, le geste de sa main, donne une impression de confiance en soi, et d'être une icône de la mode, le bracelet argenté dans le poignet indique la richesse et le statut élevé, les narcissiques cherchent à faire croire les autres qu'ils sont spéciales, et les meilleurs, ils veulent occuper le pouvoir du succès, la</p>

	<p>« duckface » ou face de canard</p>	<p>richesse, et la beauté, ce qui est confirmé par la manière qu'il se présente dans la photo, en montrant son corps, cette posture porte tant de l'arrogance et de l'hauteur.</p> <p>La mimique de son visage, la face de canard, faisant un gros bisou à son reflet, et en fixant les yeux sur son image sur son iPhone, cachent tant de significations de l'amour de soi, d'abord, ce bisou est adressé à lui-même, c'est un signe de l'immense amour qu'il a envers lui-même, à son corps, et à sa personnalité, c'est une attitude d'une personne narcissique.</p> <p>Ensuite, son regard envers lui à son téléphone indique l'admiration qu'il a cette personne envers lui, et de son apparence, d'après ce jeune homme, il veut comme tout narcissiques dominer dans toute activité, comme dans les selfies, il aime sa présence, il se sent supérieur aux autres par la passion qu'il se voit avec.</p>
Selfie 3	<p>L'image présente le même personnage du selfie précédent, ici les cheveux sont teints en blond, il fait un percing au niveau de son oreille, pièce de métal brille dedans la capuche qu'il porte, son regard est un peu serré en appliquant légèrement le visage de canard « duckface ».</p> <p>La position de la prise selfie est en haute, à partir de cette coupe de l'image, il a un corps sportif.</p>	<p>Les cheveux blonds indiquent qu'il veut devenir encore beau, les narcissiques comme on a mentionné cherchent toujours le pouvoir de la beauté, qu'ils soient les plus beaux du monde.</p> <p>La boucle de l'oreille donne impression qu'il est spécial, les narcissiques ont une obsession de croire qu'ils sont spéciales et uniques, de faire les choses autrement. Dans la civilisation égyptienne, cela voulait dire que la personne considère une place importante et spéciale, et qu'elle doit être traitée différemment.</p> <p>Le jeune homme fait exprès de se vanter de son corps sportif, la position de la prise selfie permet de montrer ses épaules bien musclées.</p> <p>La mimique de son visage indique son admiration envers lui-même, sans aucune résistance ainsi que ce léger mouvement de sortir les lèvres qui indique bien un bisou à lui notamment.</p>

Selfie 4	<p>Jeune fille Maquillage doux Elle se prend en photo dans un miroir Qui porte une blouse blanche en dentelle, qui montre un tatouage sur son épaule droite à travers les trous de la blouse. Elle fait un brushing à ces cheveux blonds.</p>	<p>Ce selfie montre une jeune fille qui prend un selfie dans le miroir, les deux mains sont occupées de le réaliser, le maquillage doux et simple reflète une pure féminité, la blouse en dentelle indique l'élégance et la tendresse. Le regard est fasciné par le reflet dans le miroir, ce regard et traits fixés donne l'impression qu'on est devant une poupée. En effet, son maquillage précis et le style qu'elle adopte et le regard fixé, indiquent qu'elle cherche la perfection, et qu'elle se fait exprès de paraître comme une poupée, et qu'elle veut être différente que les autres femmes et spéciale, et ce que les narcissiques cherchent.</p> <p>L'utilisation du filtre qui offre des traits encore cernés et dessinés confirme notre interprétation de la recherche de la perfection et que tout narcissique y rêve.</p> <p>Ce selfie reflète l'amour, la tendresse et la douceur qu'elles portent envers elle, et qu'elle prétend que les spectateurs les portent pour elle, ce qui désigne qu'elle montre ce besoin d'être aimé et admiré encore par les autres.</p>
----------	---	---

4.3. Résultats de l'analyse et discussion

Les résultats de l'analyse affirment notre hypothèse, le narcissisme peut être le résultat de prendre des selfies à travers 03 niveaux :

D'abord, au premiers niveau c'est durant la prise selfique, entre le preneur et son reflet sur l'écran, il est tout fasciné par ce reflet, en plus l'effet d'utiliser les filtres qui augmentent la qualité de l'image, et ajoute de l'esthétique à son reflet, ce qui lui pousse de tomber amoureux de son image.

Ensuite, les rétroactions sur les réseaux sociaux, les commentaires et les réactions positives, poussent la personne à se perdre, et à croire à tous les compliments, et de s'aimer encore plus, vue à la nature de l'environnement des réseaux sociaux qui permettent de s'imposer et de se manifester et de s'exprimer différemment. En plus, nous avons parlé de l'effet du geste selfique, celui du bras tendu qui contracte la distance entre le preneur du

selfie et son publique, et l'effet de l'intimité qui permet de transformer les sentiment par le regard comme un regard fasciné.

Enfin, rappelons-nous que la personne qui prend beaucoup de selfies est atteinte de la perte de soi, ainsi que l'effet de certians gestes comme le duckface qu'on a affirmé d'après cette analyse que c'est un indice de narcissisme, encore la beauté du preneur du selfie est un facteurs principal de l'amour de soi.

Conclusion

nous avons analysé dans ce chapitre les images selfiques qui composent notre corpus, commençons par notre objectif de l'analyse et la description du corpus, la raison de choisir l'approche sémiotique, et la présentation des selfies de corpus, premièrement nous avons dégagé les signes plastiques des images et la description des selfies, puis nous avons analysé les signes iconiques en identifiant le signifiant et le signifié culturel de chaque signe, à la fin nous avons discuté les résultats de cette analyse.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Pour conclure notre travail, nous tenons à rappeler notre intitulé de recherche qui est « pour une étude sémiotique du rapport entre le selfie et le narcissisme -cas des célébrités-. », nous avons vu le trouble que cause le selfie, qui se caractérise par le narcissisme. Notre problématique s'est déroulée entre le selfie s'il peut avoir un rapport avec le narcissisme ? à travers l'étude sémiotique.

Notre corpus est un ensemble de selfies collectés de l'Instagram pour des célébrités et d'autres pour non-célébrités, cette recherche est basée essentiellement sur l'approche sémiotique, et donc l'analyse de ces selfies, les images selfiques choisies sont pleines de signes qui portent fréquemment des attitudes narcissiques, nous les dégrons qu'à travers l'analyse sémiotique de l'image afin de confirmer notre hypothèse que le selfie présente une pratique narcissique, il peut rendre ses utilisateurs pareils parce qu'il renforce l'amour de soi.

L'analyse sémiotique de corpus a montré que les quatre images selfiques sont des images de type narcissique, parce qu'elles présentent des attitudes narcissiques à travers les regards de leurs personnages, qui transmettent des sentiments de l'amour de soi, pour le personnage du premier selfie nous avons constaté à travers son maquillage exagéré et les accessoires portés qu'il essaie d'être unique et le meilleur aux yeux des autres, d'attirer l'attention par son audacité, le danger qu'il peut causer s'il ne serait pas accepté, par le perçage dans les ongles...ect, son regard d'arrogance qui a l'air que le monde l'appartient, et ce que les narcissiques cherchent « le pouvoir ». Ainsi avec le jeune homme qui a montré des attitudes narcissiques à travers la gestualité de son visage en appliquant le visage de canard, et qui essaie de gratifier son apparence par son corps sportif, en montrant ses muscles, le bracelet et la boucle qui indiquent ses sentiments de supériorité. Le dernier selfie pour la femme qui cherche la perfection et qui est fascinée par sa beauté à travers son regard sur son reflet sur le miroir. L'analyse de ces images selfiques valide notre hypothèse que le selfie est un type de narcissisme, et il peut rendre ses utilisateurs narcissiques parce qu'il renforce leur amour en soi à force de se regarder sur l'écran et la prise fréquente des selfies.

Dans ce modeste travail nous avons rencontré des difficultés étant les ressources en anglais avec des termes de spécialités, la traduction littérale des citations ne serait pas possible sans avoir traité le sujet par des spécialistes chercheurs et les traduits par des traducteurs, alors nous avons suffi par les expliquer.

Enfin, le selfie est un phénomène culturel et psychologique qui mérite tout l'intérêt, de faire des recherches continues étant un phénomène d'actualité qui est devenu un nouveau langage.

LES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

I. OUVRAGES

1. GODART E, *Je selfie donc je suis : les métamorphoses du moi à l'ère virtuel*, Paris, Albin Michel, 2016.
2. GUNNING, T, « *The Cinema of Attractions Reloaded*, Amsterdam University Press, Wanda Strauven.
3. LICHTENSZTEJN A, *Le selfie: Aux frontières de l'égoportrait*, Paris l'Harmattan, 2015
4. PEIRCE C.S, et G. DELEDALLE, *Ecrits sur le signe*, Francee Editions du Seuil, 1978
5. PEIRCE, C. S, *Pragmatisme et Pragmaticisme*, 2002
6. PHILIPPE VERHAEGEN, *signe et communication*, Bruxelles, De Boeck, 2010

II. Articles

1. DEWALL, C. N, et al, “*Narcissism and implicit attention seeking: evidence from linguistic analyses of social networking and online presentation*”, *Personality and Individual Differences*, 2011, 4 pages.
2. GERVEREAU L, « *Le sens du regard* », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2001, n° 5.
3. GRIFFITHS, M.D. *The Psychology of the Selfie, Psychology Today*, 5 May 2019.
4. JAMES E. Katz, “*Selfie-ists*” or “*Narci-selfiers*”? : A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism, *Personality and Individual Differences*, 2016, no 97, 11 pages.
5. LAGNEAU G, *Consciencs sous influence : publicité et genèse de la société de consommation*, *Mémoire du XXe siècle sur la prospective, l'innovation et les territoires*, 1983, 8 page,
6. LAZAR, J. Napieralski, a. et SABLAYROLLES, j-f., *Le selfie et ses différentes formes : l'amour de soi et le corps en morceaux*, 2018, 24 pages
7. LEVIN A, *The Selfie in the Age of Digital Recursion*, », *Invisible Culture: An Electronic Journal for Visual Culture (IVC)*, 29 Mars 2014,
8. MAZAMET Yann Leroux, « *Psychologie du selfie* » Journée annuelle d'étude organisée par le Conseil Intercommunal de Sécurité et de Prévention de la Délinquance 24 novembre 2014.

9. MONACIS et al, Selfitis Behavior: Assessing the Italian Version of the Selfitis Behavior Scale and Its Mediating Role in the Relationship of Dark Traits with Social Media Addiction, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 08 Août 2020, 17 pages
10. PASCAL VAILLANT, EMMANUELLE BORDON, *Le statut du signe iconique entre iconicité et intertextualité*, HAL, 2001, 22 pages.
11. VINCENT, J. American Psychiatric Association Makes it Official: ‘Selfie’ a Mental, *Adobo Chronicles*, 31/03/2014

III. THESES ET MEMOIRE

1. GUET-BORHAN A, *Le selfie : déconstruction et resignification d’un phénomène complexe*, 2013-2014, 167 pages, Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne.
2. MERLO M, *Le narcissisme du selfie : esthétique et pratique de la subjectivité contemporaine*, 2017, 301 pages, PhilosophiæDoctor (Ph.D.), Université de Montréal

IV. DICTIONNAIRE

1. Dictionnaire encyclopédique.
2. EncyclopædiaUniversalis.
3. Larousse.
4. Le Robert en ligne.
5. Le Petit Robert, Nouvelle Édition, Paris, Dictionnaires Le Robert, 2003
6. Office québécois de la langue française, Québec, 2004
7. POUGEOISE, M, « dictionnaire de la langue française », Rimand Colin Masson, Paris, 1996

V. COURS

1. DOMINIQUE BOUNIE, « *Introduction à l’image et à la sémiologie de l’image* », sémiologie de l’image, année niveau University of Lille Nord de France · Polytech Lille.
2. NASSIM DAGHIGHIAN, *Cours d’analyse de l’image*, Université de Lausanne-Suisse-.

VI. SITOGRAPHIE

1. Dénotation et connotation d'une image-cinefilons, cinema.forum-easy.com > ... > Ils font le 7ème art > Les formes de cinéma, (Consulté le 21 /02/2016).
2. Emmanuèle Peyret, Breaking news: le duck face c'est has been, Libération, https://www.liberation.fr/beaute/2013/10/17/breaking-news-le-duck-face-c-est-has-been_940284/ consulté le 09/06/2021 22:30
3. Femme Actuelle, Selfies : adieu la "Duck Face", place au "Fish Gape", <https://www.femmeactuelle.fr/actu/news-actu/selfies-duckface-fishgape-photos-stars-reseaux-sociaux-24394>, consulté le 07/06/2021.
4. Jamie Roberts, Mirror, Justin Bieber shows off new buzzcut as he says goodbye to his locks, <https://www.mirror.co.uk/3am/celebrity-news/justin-bieber-shows-new-buzzcut-24169979> Consulté le 01/06/2021
5. LONGEART Maryvonne, « Charles Sanders Peirce Langage – Signe, Éléments of Logic, (1903) in Collected Papers Harvard University Press, 1960 » Philosophie, Peirce : icone, indice, symbole (ac-grenoble.fr), consulté le 12/06/2021
6. LudovicChatenet, « Anne BEYAERT-GESLIN, 2017. Sémiotique du portrait. De Dibutade au selfie », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 14 | 2018, mis en ligne le 01 septembre 2018, consulté le 25 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/4221> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.4221>
7. Wikipédia. Autoportrait. [En ligne]. Disponible sur : <<http://fr.wikipedia.org/wiki/Autoportrait> > consulté le 28.04.14
8. Wikipédia L'encyclopédie libre,Duckface, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Duckface>, consulté le 04/06/2021

Résumé

L'objectif de cette étude est de montrer que la prise excessive du selfie peut avoir des répercussions psychologiques et mentales sur l'individu preneur comme d'avoir des attitudes narcissiques, et que le selfie est un moyen de transmission de sentiments et d'informations. En outre, nous avons présenté le selfie dans un cadre culturel, psychologique, sémiotique et son historique, ainsi son rapport avec le narcissisme. Nous avons opté pour l'approche sémiotique pour l'analyse des images des selfies choisis comme corpus. Nous sommes partis de la problématique : Le selfie peut-il avoir un rapport avec le narcissisme ? Les résultats de l'analyse ont confirmé l'hypothèse proposée au début du travail que le selfie est narcissique, il peut également rendre ses producteurs narcissiques, parce qu'il renforce l'amour de soi.

ملخص

الهدف من هذه الدراسة هو إبراز أن الالتقاط المتكرر و المستمر لصور السيلفي قد يكون سببا في ظهور أعراض جانبية نفسية و عقلية للفرد كما يتسبب في اضطراب الشخصية النرجسية، و أن السيلفي كصورة هو وسيلة لإستعراض الشعور و المعلومات. لقد عالجنا أيضا السيلفي في سياق ثقافي، ببيكولوجي، سيميائي و تاريخي، أيضا الرابط بينه و بين النرجسية. إعتدنا في هذه الدراسة على المنهجية السيميائية من أجل تحليل صور السيلفي المختارة للعينة إنطلاقا من المشكلة التالية: هل يمكن للسيلفي ان تكون له علاقة مع النرجسية؟ نتائج التحليل أثبتت فرضيتنا المطروحة في البداية، أن السيلفي هو فعل نرجسي، و يمكن أن يجعل من ممارسيه نرجسين لأنه يعزز حب الذات.