

Dialectique entre mémoire collective et souvenir individuel. L'image de soi médiatisée et partagée. Le cas du selfie muséal : le Louvre.

Fahimeh SEYEDMAZLOUM, LOGOS 2018

Résumé

Les différents supports de stockage numérique sont devenus des auxiliaires incontournables de la mémoire de l'homme contemporain. Dans les pratiques de la vie quotidienne nous avons déporté notre mémoire graphique et visuelle sur des appareils de plus en plus sophistiqués – comme les smartphones – nous permettant la préservation et la construction de nouvelles sphères mémorielles et culturelles, tant individuelles que collectives. Le selfie pris dans un musée – lieu patrimonial de la mémoire artistique et culturelle collective – et diffusé à travers les réseaux sociaux est un moyen de la (re)construction de l'image de soi, une forme nouvelle du récit de soi-même. Cette étude se propose d'examiner la pratique du selfie qu'entretiennent les adeptes du selfie (« selfiegraphes ») au sein du Musée du Louvre dans un contexte de la mondialisation et de circulation ininterrompue des images. L'objectif est ici d'étudier la part du collectif (institution muséale) dans la (re)construction de l'image de soi des visiteurs du Louvre (entretiens non enregistrés/ observation). La construction de l'image de soi passe également pour l'homme moderne par une insertion valorisante dans le continuum du flux virtuel.

Abstract

Different digital storage media have become inevitable auxiliaries for the memory of the contemporary individual. In the daily life we have deported our graphic and visual memory on more and more sophisticated devices – such as smartphones – which allow us the preservation and construction of new memorial and cultural spheres, individual and collective. The selfie taken in a museum – a patrimonial place of artistic and cultural collective memory – and diffused through social networks is a way of self-image (re)construction, a new form of self-narrative. This study proposes to examine the practice of selfie by the “selfiegraphers” at the *Musée du Louvre* in a context of globalization and uninterrupted circulation of images. The aim here is to study the role of the collective (museum institution) in the (re)construction of the self-image of *Louvre* visitors (unregistered interviews/ observation). The construction of the self-image is also a highly rewarding for the modern individual regarding to his/ her insertion in the continuum of the virtual flow.

Introduction

Cette étude envisage la perspective d'une structuration de la mémoire individuelle et collective par le truchement d'une révolution technique. Une mémoire de soi (souvenirs et collections d'instantanés) qui s'exprime par l'attestation d'une présence dans des lieux institutionnels culturels, cette mémoire est amplifiée par l'apport des technologies numériques. Dans cette perspective, tout d'abord la question qui se pose sera celle des conséquences d'une révolution numérique, de l'expansion de la mémoire auxiliaire par le biais des supports technologiques ainsi que de l'inflation des données visuelles qui en découle. Ensuite, l'étude s'interroge sur la pratique du selfie dans les musées et la question de la thésaurisation de la mémoire. Les collectifs patrimoniaux et mémoriels (lieux de mémoire) ainsi que la mémoire collective et le souvenir individuel seront également à examiner. La contribution de la mémoire collective à la (re)construction de l'image de soi constituera l'autre versant de cette approche. Enfin la recherche tentera de comprendre les manières d'appréhender les œuvres d'art par les visiteurs selfiegraphes du Musée du Louvre.

Révolution numérique : mémoire auxiliaire et inflation des données visuelles

Le numérique et plus précisément les différents supports de stockage numérique sont devenus des auxiliaires incontournables de la mémoire de l'homme d'aujourd'hui. Dans les pratiques de la vie quotidienne nous avons déporté notre mémoire et notre mémoire visuelle sur des appareils de plus en plus sophistiqués quand ce n'est pas dans l'immatérialité du cloud. Nous avons de moins en moins besoin de nous souvenir de tout, car le numérique le fait à notre place. Il s'agit donc d'une mémoire augmentée et matérielle que la technologie par le biais des smartphones thésaurise et amplifie. Elle nous permet de construire et de préserver de nouvelles conquêtes mémorielles et culturelles. La photographie numérique donne à son utilisateur la possibilité d'une conservation qui conjure l'oubli. L'une des conséquences de cette révolution est l'inflation des images, manipulables et désacralisées ; l'image devient immédiate. Qu'en est-il de la pratique du selfie dans les musées et d'une thésaurisation de la mémoire ?

Pratique du selfie dans les musées et thésaurisation de la mémoire

Le selfie, comme une forme d'auto-photographie ou d'autoreprésentation numérique de soi au sein de l'espace muséal et plus particulièrement devant les œuvres d'art, cristallise cette

interrogation sur la conservation d'une mémoire, d'un parcours. L'auto-photographie contextuelle du sujet qui prend des photos de lui-même à bras portant avec un smartphone ou une caméra numérique est devenue l'un des marqueurs d'une nouvelle déambulation au sein des espaces muséaux. Ainsi le terme de « selfiegraphe » proposé en 2015 par Pauline Escande-Gauquié chercheur en Sciences de l'information et de la communication, s'impose pour dénommer les adeptes du selfie. L'importance de la contextualisation du selfie qui s'exprime dans une co-présence des œuvres, donc du lieu, et du sujet à l'intérieur des images composées.

Le selfie pris dans un espace muséal – lieu patrimonial de la mémoire artistique et culturelle collective – et diffusé à travers les réseaux sociaux, construit une forme nouvelle du récit de soi-même au sein du cyber-territoire. Le sujet accède à l'e-identité, support d'une construction de l'image de soi et de sa communication sur les réseaux sociaux. Autrement dit l'e-identité peut se définir par l'ensemble des images et moments jalonnant ma présence au monde et conservés dans une galerie réelle/immatérielle à la disposition d'un public qui me « suit » (les « *followers* ») à l'aide d'un certain nombre de mots-dièses (hashtags) que je peux renseigner ainsi que ma propre géolocalisation. La pratique permet ainsi d'enregistrer une histoire individuelle (le ruban de mes inscriptions spatio-temporelles), de collecter et d'attester mes propres expériences d'un lieu fortement valorisé et de construire mes souvenirs individuels au sein de ce lieu et devant les œuvres d'art pour les partager dans un espace « urbain global ».

Le selfie est une nouvelle pratique due à l'apparition du WEB et du virtuel et à l'évolution de la technologie et surtout celle des smartphones. Le selfie étant inscrit dans le monde virtuel est différent de toutes les formes antérieures de l'autoreprésentation de soi. Pourtant, cela n'est pas un phénomène nouveau. Ce qui est nouveau c'est la technologie qui permet de se prendre en photo en faisant corps avec l'appareil. La prise de photographies « immatérielles », c'est-à-dire d'images numériques, instantanées et connectées sur les réseaux, génère des commentaires avec autrui dans le monde globalisé et mondialisé, et fait basculer l'image dans le monde virtuel de l'interactivité. Ce sont donc des « images conversationnelles » (2014) comme le souligne André Gunther chercheur en histoire de l'art. Ainsi le selfie pris dans un musée renommé et devant des œuvres d'art reconnues internationalement est une prise de vue de soi facile et rapide mais surtout valorisante que l'on peut garder sur notre smartphone ou diffuser sur le mode privé ou public de manière immédiate à des amis réels ou virtuels ou à la famille *via* les réseaux sociaux. Quelle est dès

lors la part d'un collectif patrimonial et mémoriel dans la construction du récit numérique de soi-même ?

La dimension du collectif patrimonial et mémoriel en tant que « lieux de mémoire » apparaît ici comme essentielle, car elle est le cadre symbolique et réel qui accompagne et définit l'expérience individuelle. L'ouvrage collectif intitulé « les lieux de mémoire » sous la direction de l'historien Pierre Nora me servira de support théorique pour aborder cette question.

Collectifs patrimoniaux et mémoriels (lieux de mémoire)

Qu'est-ce qu'un lieu de mémoire collectif à l'ère de la mondialisation des réseaux ? Pour Nora les lieux de mémoire sont les « lieux où la mémoire s'est électivement incarnée et qui, par la volonté des hommes ou le travail des siècles, en sont restés comme les plus éclatants symboles ». Il s'agit bien des lieux symboliques comme par exemple : les musées, les institutions, les monuments et les commémorations ou fêtes, les emblèmes, les personnages publics importants, les devises, les symboles, etc.. Toutes ces dimensions constituent des « lieux porteurs d'une mémoire particulièrement significative ». En même temps, « c'est le propre de la mémoire de ne s'incarner qu'un moment dans un lieu ». Nora précise que les lieux de mémoire semblent « [...] également trancher par leur existence même et leur poids d'évidence, les ambiguïtés que comportent à la fois la mémoire, la nation, et les rapports complexes qu'elles entretiennent. Objets, instruments ou institutions de la mémoire, c'étaient des précipités chimiques purs ». Les lieux de mémoire se définissent donc par Nora « du plus matériel et concret, comme les monuments aux morts, les Archives nationales, au plus abstraits et intellectuellement construits » (Pierre Nora, 1984, p. VII), comme les notions de génération ou de Nation évoquées selon lui de 3 façon juridique, historique et sentimentale qui mettent en relief les spécificités nationales » (Pierre Nora, 1984, p. X). Ce sont donc des lieux-carrefours avec multiples dimensions : historiographique, ethnographique, psychologique et politique. (Pierre Nora, 1984, p. VIII). Nora explique également que la mémoire c'est-à-dire : « tous les éléments qui commandent l'économie du passé dans le présent ; et puisque la mémoire, à ce sens-là, ne s'oppose pas à l'oubli, qu'elle englobe, et ne s'identifie pas au souvenir, qu'elle suppose » (Pierre Nora, 1984, p. VIII). Ce point m'amène à considérer la question de la rencontre entre la mémoire collective et le souvenir individuel.

Mémoire collective versus souvenir individuel

Dans l'ouvrage de Maurice Halbwachs : *Les cadres sociaux de la mémoire* publié en 1925 émerge le concept de « la mémoire collective ». Comme l'évoque Maurice Halbwachs, le souvenir et la mémoire collective sont les deux faces d'une même réalité : à savoir l'une présuppose l'autre. Il n'y a pas de mémoire individuelle sans inscription dans des représentations partagées par un groupe social. Inversement il n'y a pas de mémoire collective sans expérience individuelle (souvenirs) apportant leur contribution à la construction de l'ensemble. Il s'agit ici de la problématique de la reconnaissance et de l'appartenance (la langue, les représentations figuratives communes, l'histoire nationale, les idées abstraites) qui permettent au sujet d'exister au sein d'un collectif. Ainsi la mémoire collective est la mémoire commune à un groupe social qui a été développée autour de certains lieux de mémoire, dont les musées, qui sont porteurs d'une valeur historique, symbolique et identitaire. Chaque groupe social possède une mémoire commune dans laquelle il se reconnaît et crée ainsi la possibilité, d'une expérience individuelle particulière, selon des degrés divers et en fonction des cadres spatio-temporels. Quelle est dès lors la contribution de la mémoire collective (ici l'institution muséale) dans la construction/ reconstruction de l'image de soi ?

Contribution de la mémoire collective à la (re)construction de l'image de soi

Comment examiner la pratique du selfie qu'entretiennent les « selfiegraphes » au sein de musée du Louvre par exemple dans le contexte de la mondialisation à travers des pratiques touristiques et de mobilité contemporaine ? C'est-à-dire comment appréhender une pratique individuelle ancrée dans les lieux mêmes de mémoire collective ?

Le travail de recherche se base sur des entretiens non officiels avec des visiteurs de ce musée ainsi que des observations du lieu même et les comportements des visiteurs lorsqu'ils se prennent en photo devant les œuvres d'art les plus célèbres du Louvre. Comment se construit leur histoire individuelle et leurs souvenirs personnels par le biais de la technologie, cette dernière favorisant une attestation de la présence du sujet, de sa co-présence au sein d'un lieu prestigieux ?

Comme le précise Jean-Pierre Babelon, l'auteur du chapitre intitulé « *Le Louvre : Demeure des rois, temple des arts* » de l'ouvrage « Les lieux de mémoire », le musée du Louvre jouit d'une « immense renommée, non liée à ses origines politiques ».

Il convient de rappeler ici quelques données concernant le Louvre. Le Louvre en tant qu'institution culturelle majeure est le produit d'une rencontre entre le pouvoir d'État et la volonté de thésauriser, collectionner les œuvres du patrimoine, il est connu pour être le musée le plus visité dans le Monde. Le Louvre comme réceptacle des œuvres d'art du Monde entier (différentes écoles et époques) possède au total 554 731 œuvres d'art parmi lesquelles 35 000 œuvres sont visibles sur 72 735 m² d'exposition repartis sur 9 départements.

Le Louvre rassemble ainsi des représentations nationales qui vont à la rencontre des publics d'aires géographiques bien précises : de l'antiquité du Proche-Orient ; de l'antiquité égyptienne ; de l'antiquité grecque ; de l'antiquité romaine ; de l'antiquité italienne et étrusque ; ainsi que de l'art du Proche-Orient et de l'Égypte ; de l'art de l'Islam ; des sculptures de la France et de l'Europe ; des peintures de la France et de l'Europe du Nord ; et également des peintures de l'Italie, de l'Espagne, de la Grande-Bretagne et des États-Unis ; des arts décoratifs et aussi bien les dessins, gravures et estampes de l'Europe et enfin les arts d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques.

Le musée du Louvre devient lui-même un lieu-monde qui attire les touristes de la planète et qui se trouve être le musée le plus fréquenté au monde avec 4 918 000 visiteurs en 1993, 8 314 000 visiteurs en 2006, 9 264 000 visiteurs en 2014, 8 100 000 visiteurs en 2017 et 10 200 000 en 2018. Le lieu devient ainsi le cadre de représentations massivement partagées en accueillant en moyen 29 800 visiteurs par jour parmi lesquels 30% sont des visiteurs français et 70% des visiteurs étrangers, selon les statistiques du Louvre en 2016. C'est donc un musée qui fait tous les jours face à une massification du public venant de 4 coins de la planète, de différentes tranches d'âge et de sexes.

Le Louvre permet à ses visiteurs de connaître ses monuments et de connaître l'histoire de la France à travers l'architecture du musée, des constructions qui ont été faites autour du château médiéval et de la forteresse de Philippe II Auguste au 12^{ème} siècle ainsi que des transformations du palais royal et de la demeure des rois, du pouvoir impérial français (Charles V, François 1^{er}/ Henri II, Catherine de Médicis/ Henri II, Louis XIII/ Louis XIV, Napoléon 1^{er}, Napoléon III) jusqu'en 1981 avec le projet du Grand Louvre du Président de la République française François Mitterrand, puis l'inauguration de la fameuse Pyramide en 1989 créé par l'architecte Leoh Ming Pei, qui présente un monument ultra moderne avec des formes inspirées de l'Égypte ancienne. Comme le précise Jean-Pierre Babelon « c'est finalement le Louvre des académies et des salons qui introduit dans la mémoire collective un

Louvre des arts, celui que les foules venues des cinq continents envahissent chaque jour » (p. 1803). Ce lieu de mémoire collective construit au fil des siècles est le dépositaire non seulement des œuvres du passé, mais devient lui-même le lieu symbolique unanimement partagé et reconnu par tous. Car il est un lieu de centralité du pouvoir et des aléas de l'Histoire qui va connaître au fil des siècles des transformations permanentes et cruciales qui vont lui donner force de symbole et d'unité dans la représentation collective (lieu de pouvoir/ espace de l'art sacralisé).

J'aborde ici quelques exemples des manières d'appréhender les œuvres d'art des selfiegraphes du Louvre observées cinq semaines de travail de terrain au sein de ce musée.

Manières d'appréhender les œuvres d'art des selfiegraphes du Louvre

Ce parcours individualisé dans ce lieu de haute valeur ajoutée culturelle va de la consommation/ contemplation à la conservation enregistrée et médiatisée des œuvres. L'expérience des entretiens non officiels, individualisés et ponctuels avec les visiteurs m'a permis de me rendre compte des motivations des personnes face aux œuvres et du désir de connaissance, d'approfondissement des représentations picturales ou sculpturales proposées. La pratique du selfie au sein du musée du Louvre renommé internationalement avec une massification de son public se fait par les visiteurs hommes et femmes de n'importe quelle année d'âge, toutes nationalités confondues. Cette pratique est observable presque partout dans le musée devant les œuvres d'art, dans les escaliers remarquables, dans les couloirs, devant les miroirs dans les différentes galeries, avec les plafonds peints, les affiches propres à certains mécénats par exemple Nippon du Japon et les indices au sol ou dans les espaces de repos.

Pourtant il y a 4 œuvres d'art devant lesquelles se massent les visiteurs : La Victoire de Samothrace, la Joconde (Mona Lisa), la Vénus de Milo, le Sphinx. Et la Pyramide du Louvre de l'intérieur du musée aussi bien que de l'extérieur fait partie des œuvres d'art objet de la prise de selfie. Concernant la Pyramide, je constate que de n'importe quel endroit dans le musée les visiteurs ont le privilège d'une vue intérieure de la Pyramide, elle fait l'objet de très nombreux clichés, le visiteur exprimant sans doute le statut d'exception qui est le sien pendant la visite. À part ces 5 œuvres, les autres œuvres, faisant l'objet de selfies, sont fonction des choix individuels de certains visiteurs qui les trouvent pertinentes pour la prise de selfie comme « La liberté » d'Eugène Delacroix par exemple. Il y a aussi des visiteurs qui

se prennent en photo avec d'autres œuvres d'art comme par exemple « Apollon vainqueur du serpent python » motif récurrent et recherché de modèle de « sculpture de selfie ». D'autres privilégient les œuvres de l'Antiquité égyptienne ou orientale, les sculptures romano-grecques.

Cette pratique se réalise concrètement par le choix de l'arrière-plan comme la première étape pour se mettre en scène. La prise de l'auto-photographie se prépare, selon différents critères et en fonction des propres goûts et des attentes du visiteur et de la manière dont il veut se représenter. Il peut se coiffer, se maquiller (plutôt les femmes, mettant le rouge à lèvres par exemple), faire différentes gestes comme le V de victoire par exemple ou montrer l'œuvre d'art avec son doigt, porter des lunettes de soleil ou un chapeau. Il y a donc un vrai travail de mise en scène de la part du selfiegraphe. Mais surtout le visiteur type travaille son regard, son sourire, sa posture en mettant sa féminité ou sa masculinité en avant par exemple, il montre des émotions : joie, amour, humour, etc. il peut également se mettre en scène de manière ludique et souvent avec une certaine auto-dérision. Le selfiegraphe entretient un rapport ludique et distancié avec l'œuvre. Il essaie de donner une image de soi qu'il souhaite exposer devant telle ou telle œuvre d'art. Le selfie est également le porteur d'une série de fonctions sociales et communicationnelles. Cette pratique qui atteste la présence d'un individu dans un lieu et à un moment privilégié de sa vie encadre différents types de relations : autonome et en solo, en couple, en famille, en groupe de loisirs et d'amis. Le selfie favorise les conditions nécessaires pour la mise en scène des différentes relations sociales à soi-même et à autrui : s'entraider pour trouver le bon angle ; la gestion de la prise de selfie en couple ou groupe pour prendre un selfie avec haute résolution et qualité (ex. l'un qui garde l'appareil et l'autre qui appuie sur le déclencheur) ; montrer son désaccord pour la manière et l'angle de la prise du selfie par quelqu'un d'autre que soi et des conflits de couples, des membres d'une famille ou des amis ; le partage d'une activité ludique et « fun » avec les personnes qui sont ensemble (l'un pousse l'autre en rigolant pour aller faire un selfie devant La Joconde par exemple) ; l'hésitation pour se mettre en scène ou pas dans l'espace public du musée ; le rapport de pouvoir entre les membres du groupe et le rapport de confiance en soi pour garder le smartphone, la perche (ex. si une personne garde le smartphone et si le selfie qu'elle a fait est jugé par l'autre comme un selfie qui n'est pas bon, l'autre peut essayer de le prendre pour refaire un nouveau selfie qui sera mieux) ; les échanges d'émotions amoureuses en s'embrassant après la prise de selfie ; regarder ensemble en groupe les selfies et les photos prises et en discuter) ; l'accompagnement de l'un pour l'autre qui est mécontent de son selfie

pour en refaire un plus satisfaisant ; un qui est en train de faire un selfie et l'autre qui le rejoint ; le partage immédiat de son selfie devant la Vénus de Milo via Whatsapp ou le partage différé dans les espaces de repos ; etc..

Pour conclure cette partie des observations au sein du Louvre, il faut noter que les déambulations des selfiographes devant les œuvres d'art pour la prise du selfie s'effectuent avec recherche et soin, un parcours qui va de la réflexion et du choix d'un angle préféré et du souci de la qualité jusqu'à la satisfaction finale des attentes de l'individu ou du groupe.

J'ai eu l'occasion de partager quelques échanges avec certains visiteurs sur le pourquoi de la prise de selfie au Louvre. Deux catégories de réponses peuvent être regroupées en fonction des axes centraux de cette exposé liés au lieu de mémoire et à la mémoire collective et individuelle. Dans la 1^{ère} catégorie, il s'agit d'une prise de selfie devant les œuvres reconnues internationalement qui exprime une attirance certaine de la part du visiteur. Dans la 2^{ème} catégorie je note un sentiment d'appartenance du visiteur à une communauté nationale pour le choix de l'œuvre devant laquelle ils se prennent en photo. Pour ces deux catégories, voici quelques exemples :

1/ La place de l'œuvre au niveau mondial et le choix des œuvres d'art

- Un jeune homme qui voyage beaucoup en solo m'a évoqué la raison pour laquelle il allait se prendre en photo devant la Joconde, c'était parce qu'il y a une foule en train de prendre le selfie et cela l'a poussé à faire de même.
- Une dame qui prenait en photo la Vénus de Milo, m'a dit qu'elle a pris un selfie avec La Joconde parce que c'était une des œuvres la plus importantes au Louvre, elle a dit que ses fils adolescents ont fait beaucoup de selfies avec les œuvres égyptiennes et aussi avec la Vénus.
- Devant la Vénus de Milo: une fille avec sa mère: *"This is my first time that I take selfie with an artwork, i'am not like the people who take selfies, I'm not like them"*. Je lui ai demandé si elle veut faire un autre selfie, elle m'a dit qu'elle a déjà pris un autre selfie avec « La Victoire de Samothrace », toutes les deux sont très connues.
- Une personne lors de sa deuxième visite au Louvre, a fait un selfie devant Mona Lisa pour montrer qu'elle était très proche de cette œuvre, elle cherchait des informations

supplémentaires sur la Vénus de Milo. Cette discussion montre qu'elle était très intéressée par les œuvres « obligatoires » du Louvre.

- Deux jeunes femmes touristes disent qu'il n'y a pas de musée comme le Louvre dans leur pays. Elles affirment qu'elles ont fait 69 selfies devant la Joconde. Elles n'étaient pas contentes de leurs selfies, c'est pourquoi elles ont pris autant de selfie qu'elles voulaient. La raison invoquée : « parce que c'est populaire ». L'une d'entre elles ajoutait qu'elle voulait faire un album en papier qui n'avait pas vocation à être partagé.

- *"It is my first time that I am at Louvre I travel all the time by myself and I do selfie, in front of Mona I do a selfie because it's famous and I prove my presence here".*

- Les visiteurs quand ils arrivent devant la Joconde s'expriment : nous sommes devant le meilleur tableau du monde ou une fille avant quitter la salle disait *"bye Mona"*. Il y a beaucoup d'autres réactions : c'est ça Mona Lisa, Le tableau il est trop petit, *too small*... un autre exemple : une dame dit ils ont tous délaissé *"Les noces de Cana"* qui est juste en face de Mona Lisa et tout le monde est devant Mona Lisa...

2/ L'appartenance nationale et le choix des œuvres d'art

- Une famille italienne qui ne parlait ni l'anglais ni le français venait faire un selfie devant la Joconde, elle m'a demandé si je parle l'italien... nous ne pouvions pas discuter, pourtant le père de la famille m'a dit en français « c'est très joli ».

- Il y a deux hommes qui ont fait un selfie à deux avec la Vénus de Milo. Ils observaient la Vénus attentivement. Ils tournaient autour de la sculpture, ils la regardaient, ils lisaient la notice et la description à côté de la sculpture et puis nous avons commencé à discuter. Ils m'ont dit qu'ils ont fait aussi un selfie avec La Joconde, c'était la 1^{ère} fois qu'ils visitaient le Louvre et qu'ils étaient à Paris et qu'ils étaient des grands voyageurs. L'un disait : le selfie lui permet de dire qu'il était là et compléter le « map » de ses voyages en mettant un selfie à chaque endroit. L'autre précise qu'en tant que grec, le côté historique des œuvres d'art l'intéresse, il vient voir les œuvres de son pays qui sont au Louvre et tous deux soulignent qu'ils les partagent aussi sur Facebook.

- Un iranien m'a dit qu'il fait des selfie devant la Joconde mais surtout avec la foule devant la Joconde et aussi le selfie sous la Pyramide parce que ce sont des œuvres importantes, tout le

monde les connaît. Il prenait aussi des selfies avec les antiquités des Perses. Il m'a montré qu'il avait partagé ses selfies sur son compte Télégram avec ses amis.

CONCLUSION

Toutes ces observations et commentaires posent les jalons d'une problématique de l'individuel et du collectif dans le cadre muséal et de la pratique des œuvres médiatisées et partagées dans un monde de la communication globalisée.

Le dispositif technologique par le biais des smartphones permet de conforter une valorisation de l'image de soi à laquelle contribue le selfie - cette image partageable et interactive via les réseaux sociaux - le cadre de ma recherche s'attache aux images publiées sur l'application *Instagram*. L'enjeu du selfie est bien de mettre dans le même cadre, en coprésence, et selon des règles qui restent à étudier, un individu et les emblèmes artistiques nationaux ou trans-nationaux. Le musée du Louvre rassemble en effet les écoles esthétiques de tous temps et de tous lieux. Cette donnée structurelle est l'une des raisons de l'attractivité mondiale du lieu. C'est la raison pour laquelle l'articulation mémoire collective et expérience individuelle de cette mémoire me semble pertinente pour aborder le statut des œuvres et leur réception/ consommation. En effet, le cadre de la mémoire collective permet et dicte l'expérience individuelle et les conduites du sujet. En même temps, à l'heure d'une mondialisation des échanges le savoir minimum peut se résumer au nom de l'institution muséale et à quelques œuvres phares comme la Joconde ou Mona Lisa ou bien la Pyramide par exemple. Autrement dit, la « mémoire collective » dont le musée est le dépositaire rassemble l'ensemble des représentations artistiques dont les visiteurs ont pour la plupart une connaissance à priori, au moins pour les œuvres les plus célèbres. En revanche la « mémoire individuelle », le souvenir c'est la pratique concrète de ces lieux et davantage et de manière décisive une pratique médiatisée par la technologie d'une aventure individuelle. Cela veut dire que le rapport du selfiegraphe au lieu, aux œuvres d'art et aux objets de la culture est médiatisé par le smartphone l'appareil photographique. Aucune visite de musée ne se conçoit sans appareil photographique. L'individu se met en scène dans le cadre d'un lieu patrimonial mondial, d'un lieu de mémoire collective, il organise une scène privée dans un lieu public, elle va constituer le support de ses souvenirs et expériences personnelles. Ce souvenir individuel a une valeur particulière surtout quand il prend pour objet et support les

chefs d'œuvre de la mémoire collective (ex. la Pyramide du Louvre ou la Joconde). L'individu édifie les jalons de sa propre histoire mais apporte également sa pierre à l'édifice collectif virtuel qui sera éventuellement repris sous certaines formes par l'Institution. L'individu photographiant et se photographiant cultive son sentiment d'appartenance à une communauté imaginaire avec laquelle il partage les mêmes référents culturels et les mêmes représentations iconiques d'une mémoire collective via les hashtags (#) et la géolocalisation comme des déclencheurs de référents communs. Le fait d'être reconnu par cette communauté est un signe valorisant ou un retour valorisé. La construction du récit de soi passe par l'insertion dans le continuum du flux virtuel. La représentation du soi dans un espace collectif muséal est la rencontre entre une mémoire collective et une histoire individuelle, cette représentation conforte par ailleurs la catégorisation des publics dans une consommation partagée des mêmes référents, à savoir les lieux et les corpus des œuvres obligatoires. La rencontre d'un sujet et d'un lieu, le souci d'une attestation de coprésence (l'instant privilégié), tisse un réseau complexe qui articule le permanent et l'éphémère, l'immobilité d'un lieu et de tous ses attributs avec la mobilité du sujet. Le selfie devient un condensé de temporalités disjointes (mobilité/ permanence).

Bibliographie

- BOULLIER Dominique. *Les sciences sociales faces aux traces du big data*. Revues Française de Science Politique. Vol. 65. N° 5-6. 2015. P. 805-828.
- BOURDIEU, Pierre. *L'amour de l'art : Les musées d'art européens et leur public*. Paris, Les Éditions de Minuit, 1971.
- CHAUMIER Serge, KREBS Anne, ROUSTAN Mélanie (dir.). *Visiteurs photographes au musée*. La documentation Française : Musées-Mondes. Paris, 2013, 320p.
- ESCANDE-GAUQUIÉ, Pauline. *Tous selfie ! Pourquoi tous accro ?*, Paris ; Grasset, 2015.
- FOUCAULT Michel. *Des espaces autres : Hétérotopies*. 1967. 8p.
- GOFFMAN, Erving. *La mise en scène de la vie quotidienne (1. La présentation de soi) et (2. Les relations en public)*. Paris ; Les Éditions de Minuit, 1973.
- GUNTHER, André. *L'image partagée : La photographie numérique*, Paris, Textuel, 2015.

- GUNTHER, André. *Études photographiques* : « L'image conversationnelle », N° 31, Printemps 2014.
- HALBWACHS, Maurice. *Les cadres sociaux de la mémoire*. Paris, Éditions Albain Michel, 1994. 374p.
- HALBWACHS, Maurice. *La mémoire collective*. Paris, Éditions Albain Michel, 1997. 300p.
- KAUFMANN, Vincent. *Retour sur la ville : Mobilité et transformations urbaines*. Lausanne : Presse Polytechniques et universitaires romandes, 2014, 200p.
- LUSSAULT, Michel. *L'homme spatial. La construction spatiale de l'espace humain*. Paris, Le seuil, Collection la couleur des idées, 2007.
- MANOVICH Lev. *Instagram and Contemporary Image*. Online Publication. 2017.
<http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>
- NORA, Pierre (dir.). *Les lieux de mémoire*. : NORA, Pierre, *Entre mémoire et histoire, La problématique des lieux* ; BABELON, Jean-Pierre, *Le Louvre, Demeure des rois, temple des arts*. Paris, Éditions Gallimard, 1997, p. XVI-XLII ; p. 1803-61830.
- URRY John, LARSEN Jonas. *The Tourist Gaze 3.0*. Sage Publications Ltd. London. 2011. Chapitre 1, 2 et 7.