

# MÉDIAS ET CULTURE DE SOI

## Une introduction

**Laetitia Biscarrat, Mélanie Bourdaa et Geoffroy Patriarche<sup>1</sup>**

En proposant une réflexion sur les rapports entre médias et culture de soi, ce dossier de la revue *Recherches en Communication* renouvelle la problématique de la construction médiatique de l'individu à partir de la notion foucauldienne de culture de soi. Dans *Le souci de soi*, Michel Foucault définit la culture de soi

par le fait que l'art de l'existence – la *techne tou biou* sous différentes formes – s'y trouve dominé par le principe qu'il faut 'prendre soin de soi-même' ; c'est le principe du souci de soi qui en fonde la nécessité, en commande le développement et en organise la pratique (Foucault, 1984b, pp. 60-61).

Le souci de soi est le moteur de l'expérience du soi. Il fonde le rapport que l'individu entretient avec lui-même, s'organise autour de

---

<sup>1</sup> Laetitia Biscarrat, Université Bordeaux 3, France; Mélanie Bourdaa, Université Bordeaux 3, France; Geoffroy Patriarche, Université Saint-Louis - Bruxelles, Belgique.

pratiques, de procédures, d'institutions et de formes de connaissance qui renforcent l'intensification du rapport à soi.

Bien que la culture de soi chez Foucault s'inscrive dans un paradigme temporel spécifique, celui de l'Antiquité, ses caractéristiques ne sont pas sans évoquer les pratiques contemporaines de production et d'exposition de subjectivités appareillées. Ces pratiques rappellent doublement la culture de soi : d'une part, elles comportent une forte dimension réflexive, la production de contenus par les individus (*user-generated content*) étant mise au service de la connaissance (et de la production) de soi ; d'autre part, ces techniques du soi s'inscrivent dans un contexte historico-social spécifique, rappelant ainsi que l'expérience est le fruit de « la corrélation, dans une culture, entre domaines de savoir, types de normativité et formes de subjectivité » (Foucault, 1984a, p. 10). C'est à ce titre que ce dossier de la revue *Recherches en communication* questionne les liens entre médias et culture de soi.

Interroger la conceptualisation foucauldienne de la culture de soi dans l'Antiquité au prisme des pratiques médiatiques actuelles (ou l'inverse) conduit dès lors à deux grands axes de réflexion qui traversent l'ensemble du dossier. Premièrement, l'individualisation des pratiques, encouragée par les innovations techniques telles que le téléchargement, le *streaming* ou la vidéo à la demande, est devenue un *leitmotiv* des recherches en communication. Cette tendance peut constituer le terreau de la culture de soi, mais, selon Foucault, les deux phénomènes ne vont pas nécessairement de pair. Foucault distingue en effet, d'une part, « l'attitude individualiste, caractérisée par la valeur absolue qu'on attribue à l'individu dans sa singularité, et par le degré d'indépendance qui lui est accordé par rapport au groupe auquel il appartient ou aux institutions dont il relève » (Foucault, 1984b, p. 59), et, d'autre part, la culture de soi, qui renvoie à « l'intensité des rapports à soi, c'est-à-dire des formes dans lesquelles on est appelé à se prendre soi-même pour un objet de connaissance et domaine d'action, afin de se transformer, de se corriger, de se purifier, de faire son salut » (Foucault, 1984b, p. 59). Ce dossier de *Recherches en communication* est l'occasion de braquer les projecteurs sur la culture de soi, souvent subsumée sous la notion d'individualisation (voire de personnalisation), et d'interroger les formes contemporaines de la cohabitation entre « le souci de soi » et « l'attitude individualiste ».

La dimension relationnelle des pratiques réflexives du soi ouvre un second axe de réflexion qui traverse l'ensemble de ce dossier. Comme le souligne Foucault, « cette activité consacrée à soi-même [...] constitue, non pas un exercice de solitude, mais une véritable pratique sociale »

(Foucault, 1984b, p. 72). Comment s'articulent les liens entre individu et collectif dans le cadre de la culture de soi ? Le souci de soi n'opère pas de manière solipsiste mais s'inscrit dans des rapports sociaux divers, allant de la sociabilité ordinaire à des formes plus organisées, au point qu'il « apparaît alors comme une intensification des relations sociales » (Foucault, 1984b, p. 74). La notion de culture de soi nous a donc semblé pertinente dans la mesure où elle articule l'individualité à des « arts de faire » (Certeau, 1990) éminemment sociaux, permettant notamment de porter un nouvel éclairage sur les communautés virtuelles et les réseaux sociaux en ligne.

Dans ce dossier, les relations entre médias et culture de soi sont explorées au travers de trois sous-thématiques qui constituent autant de « couches » de réflexion ou d'analyse à partir (ou autour) de la notion foucauldienne de culture de soi. Si plusieurs contributions retenues pour ce dossier examinent les modalités contemporaines, médiatiques ou technologiques, du souci de soi tel que l'a défini Foucault, d'autres élargissent leur champ de réflexion ou de recherche en articulant à cette notion des préoccupations relatives à l'expression de soi ou aux cadres socio-techniques de l'expérience de soi. Ce dossier constitue l'occasion de mettre en lien la notion de culture de soi avec ces problématiques connexes, et ainsi de l'ancrer plus fermement dans les recherches en communication. Bien entendu, les trois sous-thématiques qui composent ce dossier – le souci de soi, l'expression de soi et les cadres socio-techniques de l'expérience de soi – ne sont pas cloisonnées mais reliées entre elles de multiples façons. Néanmoins, elles constituent des points de départ distincts pour analyser les relations entre médias et culture de soi.

Un premier ensemble d'articles questionne le rôle des médias et des technologies de communication dans l'intensification des rapports de soi à soi, c'est-à-dire ici la culture de soi. Tout d'abord, Fabien Granjon, Véra Nikolski et Anne-Sylvie Pharabod analysent les soubassements idéologiques du *self-tracking*, une déclinaison émergente du souci de soi au sens foucauldien : le *self-tracking* consiste – grâce aux technologies numériques – à produire et rassembler des données personnelles sur des activités pour lesquelles le *self-tracker* souhaite mesurer sa progression vers l'objectif qu'il s'est fixé. Les auteurs montrent que le *self-tracking* participe d'une réflexivité plurielle marquée d'une conception du soi socio-historiquement située.

Ensuite, Thomas Heller dégage les contours de la culture de soi portée par la communication de l'armée de terre française. À partir du site web de recrutement « Devenez vous-même », il montre que l'armée

se propose comme lieu de dépassement de soi. Le discours de l'armée présuppose une substance – *i.e.* des aspirations et des qualités – présente en chaque soldat, substance que l'armée peut révéler et épanouir. Mais le discours militaire sur la culture de soi n'est ni sans ambiguïtés – le « devenir soi » semble se confondre avec le « devenir soldat » – ni sans enjeux politiques : pour Heller, la culture de soi est ici mise au service de la légitimation d'une institution et de « l'assujettissement » des individus.

Dans le troisième article, Lise Gantheret se livre à une analyse sémio-pragmatique et psychanalytique du film autobiographique *Tarnation*. Elle montre que la caméra est un outil de subjectivisation et de conscientisation du soi. Le média contribue à la production d'une image du soi qui s'accompagne d'un processus de mise en intelligibilité du vécu personnel.

Dans le quatrième article, Anne-Outram Mott s'intéresse à la médiatisation radiophonique de l'expérience individuelle chez l'artiste-écrivain. Dans une perspective diachronique, elle démontre l'accroissement de la réflexivité biographique des individus. Son analyse du discours, tant d'un point de vue de la pragmatique des interactions que de la temporalité biographique, montre que la réflexivité biographique croissante n'isole pas l'individu mais contribue au contraire à son inscription dans le collectif et au partage avec autrui.

Le deuxième ensemble d'articles de ce dossier « Médias et culture de soi » élargit le champ d'analyse ou de réflexion au-delà de la culture de soi proprement dite, pour envisager celle-ci en relation avec l'expression, la valorisation ou la présentation de soi. Ainsi, Julie Denouël s'intéresse à la production d'information en amateur sur internet. Elle identifie trois régimes expressivistes : la veille informationnelle, le commentaire et le témoignage. Son enquête ethnographique souligne que l'engagement civique sur internet est une pratique de valorisation de soi pour l'utilisateur.

Dans un autre article, Elodie Kredens met également en avant la corrélation entre soi et rapport à autrui. Kredens analyse les usages d'internet par les enfants et les adolescents sur la base de deux enquêtes récentes. Elle montre que les technologies numériques sont au cœur d'une tension (synchronique et diachronique) entre le rapport à soi et le rapport à autrui. Si elles fournissent une myriade d'opportunités de satisfaction d'intérêts personnels et d'expérimentation d'identités individuelles, leur usage ne se construit pas pour autant dans un *vacuum*

social, puisque les parents et les groupes de pairs donnent également sens et forme aux pratiques.

Enfin, le troisième et dernier ensemble d'articles composant le dossier « Médias et culture de soi » élargit la focale un peu plus encore, en examinant les cadres socio-techniques de l'expérience médiatique de soi, mais également les « tactiques » (Certeau, 1990) de contestation des cadres normatifs. À partir d'une étude de réception basée sur des entretiens auprès de publics « blancs », Maxime Cervulle interroge le cadre de l'expérience cinématographique. Il montre que l'expérience spectatorielle est structurée par une technique de soi racialisante, soulignant ainsi l'intrication entre l'expérience individuelle et le contexte social.

Dans une perspective plus théorique, Benjamin Lesson dessine les contours du cadre de l'expérience du sujet contemporain. Il construit sa réflexion à partir d'exemples cinématographiques et numériques pour montrer que l'expression de soi est indissociable de l'ordre symbolique qui la sous-tend. Il affirme qu'elle diffère aujourd'hui du cadre antique dans la mesure où nous nous situons dans un paradigme de la dissolution. L'individu est conscient des cadres qui permettent la production de soi.

Si le projet réflexif de soi s'articule à l'ordre symbolique, il n'implique pas systématiquement l'adhésion totale des individus. Sans revendiquer un utopique affranchissement complet des assignations sociales, la conscientisation qui émerge de la réflexivité ouvre la voie à un champ des possibles. Luc Schicharin analyse ainsi une stratégie d'émancipation d'une minorité. En analysant des vidéos à contenu médical postées sur YouTube par des militants transgenres, l'auteur montre que la visibilité médiatique est à la fois une stratégie de reconnaissance pour une minorité et une pratique de résistance contre des normes médicales hégémoniques. En se réappropriant le discours du soin, les personnes transsexuelles s'émancipent de la technologie de pouvoir médicale au profit d'une expression de soi contre-hégémonique.

Enfin, dans le dernier article du dossier « Médias et culture de soi », Julien Garnier défend une thèse contraire à celle de Schicharin : la relation à l'écran constituerait une double entrave à la configuration narrative du soi, d'une part parce que l'écran tend à figer l'identité narrative du fait de la préconfiguration et de la standardisation des ressources, et d'autre part parce qu'à l'interaction entre soi et autrui se substitue une relation de soi à soi.

Au travers des fronts d'adhésion mais aussi de confrontation à la notion de culture de soi, c'est un instantané de la recherche en communication que ce dossier effectue. Il témoigne de la richesse d'une discipline qui se déploie dans des articles basés tantôt sur des analyses empiriques, tantôt sur des réflexions théoriques. La diversité des objets étudiés et des méthodologies employées contribue à la pertinence de ce numéro de *Recherches en communication*. L'approche des pratiques médiatiques contemporaines sous l'angle de la culture de soi offre ainsi au lecteur un point de vue renouvelé sur les interactions entre médias, production de soi et expression de soi.

## Références

- Certeau, M. de (1990). *L'invention du quotidien. Arts de faire*. Paris : Gallimard.  
Foucault, M. (1984a). *Histoire de la sexualité. L'usage des plaisirs*. Paris : Gallimard.  
Foucault, M. (1984b). *Histoire de la sexualité. Le souci de soi*. Paris : Gallimard.