

Jan Lazar

Université d'Ostrava / Université d'Opole
janlazar@email.cz

**#UNDERBOOBSELFIE, #AFTERSEXSELFIE,
#BIKINIBRIDGESELFIE... LA SEXUALITÉ RESTE-T-ELLE
ENCORE UN TABOU DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX ?**

“#Underboobselfie, #Aftersexselfie, #Bikinibridgeselfie... Does sexuality still remain taboo in social networks?”

SUMMARY – Our contribution deals with computer-mediated communication, especially social networks. Our main task is to answer the question if sexuality in the context of new media continue to be perceived as a taboo. Based on examples of different types of selfies, we try to prove that the perception of sexuality in the context of computer mediated communication is constantly changing and ceases to be a taboo topic. Proof of this constatation is different types of selfies, which the author divides into three main categories: selfies revealing intimate parts of human body, selfies showing underwear and selfies that reveal the sexual act itself.

KEYWORDS – taboo, selfie, sexuality, computer-mediated communication, social networks

RÉSUMÉ – Notre contribution s'intéresse à la communication médiée par ordinateur, en particulier aux réseaux sociaux. L'objectif principal de notre recherche est de savoir si la sexualité dans le contexte des nouveaux médias continue d'être perçue comme un tabou. En nous basant sur un corpus des *selfie* variés, nous essayons de prouver que la perception de la sexualité dans le contexte de la communication médiée par ordinateur change constamment et cesse d'être un sujet tabou. La preuve de cette constatation est une grande variété des *selfies*, que l'auteur classe en trois catégories principales : *selfies* dévoilant les parties intimes du corps humain, *selfies* montrant les sous-vêtements et *selfies* montrant l'acte sexuel.

MOTS-CLÉS – tabou, *selfie*, sexualité, communication médiée par ordinateur, réseaux sociaux

1. Introduction

Le mot *tabou*, qui s'écrit aussi *tabu* ou *tapu*, sert à désigner le système sophistiqué des interdits d'ordre moral ou religieux frappant des actions, des objets ou des lieux. À l'origine *tabou* représentait un simple rituel qui s'est progressivement transformé dans le système compliqué qui dirigeait le fonctionnement global de la société polynésienne. Le terme *tabou* est connu aux divers dialectes polynésiens et dérive probablement de *ta* 'marquer' et *bu*, adverbe d'intensité. Le composé

signifie donc ‘fortement marqué’. Tous les actes de la vie quotidienne ont été soumis au jugement divin, d’où cette importance des tabous. Aujourd’hui le terme *tabou* est couramment utilisé pour désigner tout interdit portant sur un acte ou sur un fait sans être limité seulement au domaine religieux ou spirituel. Soulignons que la perception du mot *tabou* évolue constamment, ce qui cause qu’à nos jours on peut parler p. ex. d’un tabou dans le domaine culinaire, des relations interpersonnelles, etc.

Dans notre conception, le mot *tabou* ne se limite pas exclusivement aux phénomènes purement linguistiques, mais désigne aussi un phénomène dont la portée est bien plus grande que celle de l’euphémisme. Ainsi, il désigne non seulement le phénomène de la parole comme tel, mais aussi chaque autre manifestation de la vie individuelle et sociale, comme par exemple les gestes, le comportement individuel, les coutumes et les mœurs (Widlak, 1965 : 932). En ce qui concerne la perception des tabous, il est logique que l’on puisse observer une différence fondamentale entre les sociétés primitives et celles qui sont plus développées. À titre d’exemple, mentionnons des maisons tabouées aux îles Marquises. Aucune goutte d’eau ne devait se trouver dans la maison pour éviter des noyades des pêcheurs et les dégâts provoqués par les pluies torrentielles saisonnières. Un autre exemple d’un tabou primitif est celui de l’île de Hawaï où la chair des porcs, des volailles, des tortues, de plusieurs sortes de poissons, les noix de coco et presque tout ce que l’on offrait aux sacrifices, était réservé aux dieux et aux hommes, les femmes étaient totalement exclues et la consommation d’un tel produit était fort tabouisée. La pénalité pour la violation d’un tabou était religieuse ou civile. La peine religieuse prenait généralement la forme d’une maladie, car on croyait que l’esprit était entré dans le corps et dévorait les organes vitaux. Par contre, les pénalités civiles étaient très variées. Si on prend de nouveau pour l’exemple l’île de Hawaï, on s’aperçoit que le non respect des tabous était pénalisé par la mort. Pourtant, il faut ajouter que la peine n’était pas toujours si grave et les habitants de Fidji prenaient aux coupables seulement leurs biens.

Quoique le caractère et la motivation de certains tabous puissent varier en fonction de la société, on constate que certains domaines sont taboués à travers les sociétés différentes. À titre d’exemple, on peut mentionner les maladies, les odeurs corporelles, les excréments ou la critique de la religion. La vie sexuelle ainsi que le désir, notamment dans leurs formes jugées déviantes, telles que l’inceste, la pédophilie ou le viol, représentent un tabou « classique » dans notre société. Dès qu’Adam et Ève ont mangé le fruit défendu, ils se sont rendu compte qu’ils étaient nus et ils avaient à présent honte de leur nudité. Il en résulte que le dévoilement des parties intimes est devenu un tabou fondamental, au moins dans les sociétés occidentales. Pourtant, il faut se rendre compte que chaque société, ainsi que sa perception des tabous, évoluent constamment. L’un des exemples les plus frappants est fourni par les *selfies* intimes qui se propagent dans les réseaux sociaux et cessent de tabouer la vie intime de l’homme.

2. Classement possible des tabous

Comme nous l'avons déjà mis en évidence dans notre introduction, les tabous peuvent concerner plusieurs domaines de l'activité humaine et nous jugeons nécessaire de présenter plus en détail leur classement possible. Pour cela, nous nous appuyons sur Widlak (1965) qui distingue quatre catégories principales des tabous :

- I. Croyances religieuses, magie, peur, superstition ;
- II. Bienséance, décence, pudeur ;
- III. Délicatesse, gentillesse, compassion, pitié ;
- IV. Prudence, prévoyance, mégalomanie, habileté, intérêt.

La première catégorie représente des tabous qui sont le résultat de la conviction ancienne de l'existence de la liaison précise entre le mot et la personne ou la chose qui est symbolisée par le mot (Widlak, *op. cit.*, p. 938). Si l'on prononce le mot interdit, on va être « touché » par la chose elle-même. Ainsi le nom *Jésus* représente un tabou en Pologne et il est absolument exclu des noms donnés au baptême. Un autre exemple de ce type est celui du mot *Dieu* que l'on entend rarement prononcé à haute voix dans les pays religieux. Les croyants se servent plutôt des mots tels que *Notre seigneur* ou *Seigneur* pour ne pas toucher le terrain sacré.

La deuxième catégorie sert à désigner les euphémismes qui remplacent les mots sales. C'est à ce groupe qu'appartiennent des euphémismes désignant la vie sexuelle, des parties du corps humain « honteuses », des fonctions biologiques basses, etc. Il nous suffit d'un simple regard dans un dictionnaire de synonymes pour trouver facilement de nombreux euphémismes qui pourraient remplacer ces mots indécents. En se servant des termes voilés et « innocents », on remplit bien le contact social qui nous pousse à cacher certaines activités « basses ».

La troisième catégorie représente des euphémismes qui décrivent la mort ou les maladies. Si un proche nous quitte, on ne va jamais se limiter à la simple constatation « il est mort » qui pourrait même choquer notre interlocuteur. On recourt plutôt aux expressions euphémiques telles que « il est parti pour un monde meilleur » ou « il s'est éteint » qui permettent de comprendre sans utiliser le mot brutal *mort*.

La quatrième catégorie constitue un lien avec les catégories précédentes. Les euphémismes appartenant à cette catégorie sont employés notamment pour donner une impression positive et atteindre ainsi le but désiré. Ces euphémismes sont particulièrement fréquents dans les relations professionnelles où entrent en contact les supérieurs avec leurs subordonnés. Si un étudiant s'adresse à la faculté à un docteur en l'appelant « Monsieur le professeur », il est plus probable que sa demande va être acceptée. La même situation peut se produire si l'on s'adresse à un policier en le titulant « Monsieur le commissaire ». Ajoutons que c'est notamment le style administratif et diplomatique qui privilégie ce genre d'euphémismes.

3. La communication médiée par ordinateur change-t-elle notre comportement social ?

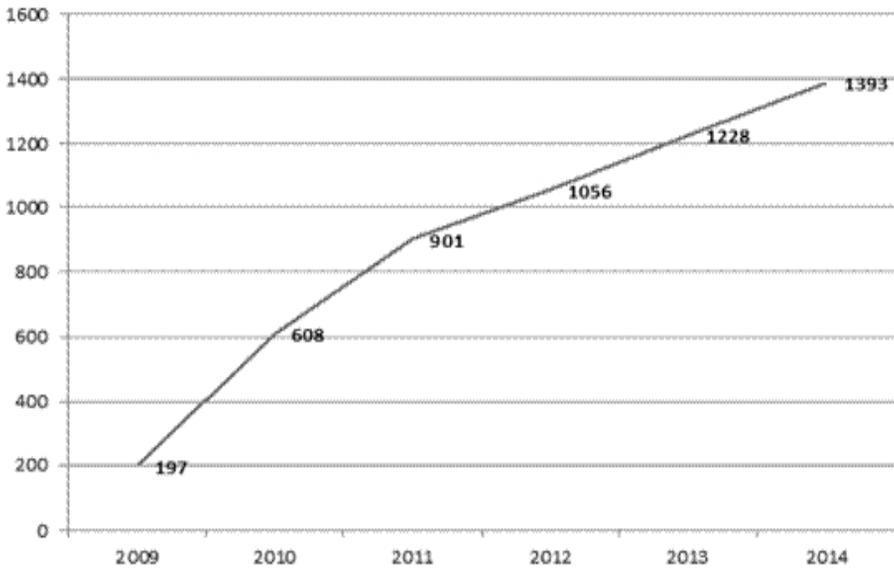
Le XXI^e siècle est inséparablement lié au développement énorme de nouvelles technologies de communication qui ont bouleversé nos vies quotidiennes. Il ne s'agit pas d'une simple révolution technologique : on peut parler d'un remaniement complet de la manière dont l'humanité appréhende le monde qui l'entoure. La mise à disposition constante d'images et d'idées et leur transmission rapide ont des conséquences sur le développement psychologique, moral et social de notre société. Notre planète est devenue un réseau mondial, bourdonnant de transmissions électroniques, raison pour laquelle l'un des aspects les plus caractéristiques de notre époque est la communication à distance. Il est à noter que certains sociologues constatent que l'on vit notre vie privée sur l'écran de l'ordinateur. D'ailleurs, les statistiques le confirment. Les jeunes entre 18-34 ans passent devant l'écran de l'ordinateur en moyenne 1000 minutes par mois, ce qui représente 30 minutes par jour. Comme le montre le tableau ci-dessous, leurs activités préférées sont la recherche d'informations et la communication sur les réseaux sociaux.

Tableau 1 – Type d'utilisation de l'Internet en Europe en 2013

Type d'utilisation	UE 28	France	Allemagne	Angleterre	Espagne
Accéder aux services bancaires	42 %	58 %	47 %	54 %	82 %
Rechercher un emploi ou envoyer une candidature	17 %	18 %	19 %	26 %	29 %
Rechercher des informations sur des biens ou services	59 %	68 %	77 %	70 %	81 %
Communiquer sur des réseaux sociaux	43 %	38 %	42 %	58 %	57 %
Écouter des radios ou regarder la TV sur le Web	33 %	34 %	31 %	41 %	63 %

Source : <http://ec.europa.eu/eurostat> [cit. 12.05.2015]

Il nous semble également important d'ajouter un autre graphique qui nous prouve que le nombre de *facebookiens* n'arrête pas de croître et que ce réseau social est devenu l'un des plus populaires dans le monde entier.



Graphique 1 – Nombre d'utilisateurs actifs par mois de Facebook (en millions)

Source : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/nombre-d-utilisateurs-de-facebook-dans-le-monde.shtml> [cit. 10.04.2015]

Si vous avez plus de 13 ans, il suffit de vous enregistrer et vous pouvez vous servir de toutes ses fonctionnalités. La politique de Facebook est claire, il veut que les internautes créent leur comptes en utilisant leur vrai nom et il essaie de limiter l'usage de tous les pseudonymes (Emerit, 2014 : 94). Pourtant, les travaux de M.-A. Paveau mettent en évidence que c'est le pseudonymat qui domine l'espace virtuel. Paveau (2015) définit cette notion de manière suivante : « Le pseudonymat, pratique aussi ancienne que le port d'un nom, est le choix par un individu d'un autre nom que le sien, quasiment toujours choisi, pour des raisons variées qui ont toutes en commun de masquer son identité officielle »¹. L'usage d'un pseudonyme est donc devenu, au moins dans l'esprit des locuteurs, le garant de la « vie privée » sur Internet (Emerit, *op. cit.*, p. 95). Généralement, les internautes choisissent à quel point leur pseudonyme va masquer ou dévoiler leur identité. Notre étude précédente (Emerit-Bibié, Lazar, 2016) a prouvé que le dévoilement de l'identité dans les commentaires publics peut varier d'après le pays. Néanmoins, on peut constater que les internautes privilégient l'identité civile semi-révoilée ou cachée, si le support-espace en question le permet. D'après nous, le pseudonymat est un facteur important qui facilite la circulation des *selfies* érotiques dans l'espace virtuel.

¹ <https://technodiscours.hypotheses.org/313>.

4. *Selfie* – son origine et son classement possible

Le *selfie*, autrement dit l'autoportrait, est une photographie de soi qui est prise par un appareil photographique numérique possédant la caméra frontale. Son objectif est d'attester sa présence sur un lieu concret ou auprès de quelqu'un. Après avoir été prise, la photo est propagée dans les réseaux sociaux pour que l'information soit connue par le plus grand nombre de gens. Il convient de préciser que les *selfies* ne représentent pas un phénomène complètement nouveau, mais on les a déjà attestés au XX^e siècle. À cette époque-là, ils étaient encore réalisés à l'aide d'un miroir. Pourtant, les *selfies* qui brisent des tabous traditionnels et contiennent la thématique sexuelle semblent être propres à notre époque. Les lignes qui suivent visent à proposer une typologie des *selfies* « sexuels » retrouvés dans les réseaux sociaux.

4.1. *Selfie* montrant les parties du corps

La première catégorie est représentée par les *selfies* qui dévoilent les parties intimes du corps humain.

#Underboobselfie est une photographie plus ou moins osée où les femmes soulèvent leurs haut (T-shirt, chemise, pull, etc.) jusqu'à la poitrine tout en évitant de montrer les tétons. La popularité de ce genre de *selfie* était largement favorisée par Rihanna ou Kendall Jenner qui ont publié sur leurs profils leurs propres *underboobselfies*. Précisons que la popularité de ce *selfie* a pris tellement d'ampleur dans certains pays (p. ex. Thaïlande) que le gouvernement a décidé de bannir la publication d'*underboobselfie* pour éviter le choc moral des mineurs. Il est à noter que c'est l'une des rares lexies qui disposent d'un équivalent français qui circule un peu : *décolleté inversé*. Ajoutons qu'on atteste aussi une variante de ce *selfie*, appelée **#sideboobselfie**, qui montre également la partie basse de poitrine, mais d'un seul côté, comme l'indique le mot *side*.

#Handraselfie est un *selfie* dont l'objectif est de montrer la poitrine d'une femme, mais cette fois-ci, elle est cachée dans un soutien-gorge particulier, c'est-à-dire dans les mains de l'auteur.

#Toplessselfie est la variante la plus osée de ce genre de *selfies*, car il nous montre directement les seins de son auteure. Aussi surprenant que cela puisse paraître, il nous semble important d'ajouter que ce genre de *selfie* contient souvent le visage de l'auteure et ainsi facilite sa reconnaissance. Il est donc évident que l'auteure brise des tabous traditionnels dans l'objectif d'exposer sa poitrine au plus grand public possible.

#Belfie représente un mot plus difficile à décoder, car il est formé par la contraction de deux lexèmes. La lettre *b-* renvoie au mot anglais familier *boot* 'derrière, popotin' et la terminaison *-elfie* nous indique qu'il s'agit d'un *selfie*. L'objectif de ce *selfie* est donc de montrer le postérieur féminin.

#Nutscaoping est l'un des rares *selfies* qui exposent le corps masculin. Il dispose aussi de sa version française, *selfie couillu*, qui nous indique clairement qu'il s'agit d'un *selfie* de testicules. Cette pratique date de 2007 où un petit groupe de Néo-Zélandais lance le « nutscaopes », c'est-à-dire un projet photographique « très sérieux » destiné aux hommes uniquement. Le principe est très simple, il suffit d'incruster ses testicules dans une photo de paysage.

4.2. *Selfie* montrant le sous-vêtement

La deuxième catégorie est formée par les *selfies* dont les auteurs désirent de nous montrer la beauté de leurs sous-vêtements qui couvrent leurs parties intimes.

#Bikinibridge selfie ou **#pont de bikini** représentent un hastag extrêmement populaire notamment auprès des jeunes filles maigres qui veulent se vanter par leur ventre plat. Le petit creux qui se forme au niveau du bas-ventre, lorsque l'on est allongée sur le dos en maillot de bain, doit prouver que la figure d'une fille est parfaite, car pour y arriver, il faut être extrêmement mince. On peut constater que ce *selfie* est une réaction à son précurseur **#thigh gap** dont l'objectif était de montrer le creux le plus large entre les cuisses féminines pour attester sa minceur.

#Tanga selfie nous montre le sous-vêtement particulier qui cache seulement le pubis tout en laissant une grande partie des fesses découverte.

4.3. *Selfies* montrant l'acte sexuel

La dernière catégorie représente sans doute la catégorie des *selfies* les plus osés, car elle dévoile directement la réalisation d'un acte sexuel.

#Aftersexselfie ou « *selfie* après l'amour » sert à désigner des *selfies* pris après un acte sexuel. C'est surtout sur Instagram que la tendance se développe. Les internautes n'hésitent pas à poser devant l'objectif de leurs appareils, cheveux ébouriffés ou corps transpirant, pour montrer qu'on a passé une nuit torride.

#Solosexselfie nous dévoile la pratique intime qui consiste à provoquer le plaisir sexuel par la stimulation des parties génitales ou d'autres zones érogènes à l'aide des mains. C'est aussi la main de l'auteur qui se trouve au centre de ce *selfie*, accompagnée du visage soulagé de l'auteur.

5. Conclusion

Notre contribution a mis en évidence que la communication médiée par ordinateur se révèle être un terrain spécifique qui peut modifier notre comportement social et briser ainsi les tabous traditionnels. Bien que le dévoilement des parties

intimes et la vie sexuelle soient toujours tabouisés dans les sociétés occidentales, la perception de la vie sexuelle dans l'espace virtuel se voit modifiée. Les internautes, qui peuvent masquer leur identité derrière un pseudonyme, exposent plus facilement leur vie privée dans les réseaux sociaux. On peut constater que la vie privée n'a plus de limites et dans certains cas (*#Aftersexselfie*, *#Solosexselfie*), on peut même parler d'une trahison ultime de l'intimité. Ce sont notamment les corps féminins qui sont présentés sur les *selfies*, mais il faut préciser que les hommes ne sont pas exclus. Quoiqu'en minorité, ceux-ci ont aussi leur propre « selfie couillu » qui dévoile la partie la plus intime du corps masculin dans un décor particulier. Du point de vue linguistique, on s'aperçoit que les hastags sont en grande majorité composés des mots anglais qui indiquent quel est le contenu de *selfie* (*#Tanga selfie*, *#Toplessselfie*). Pourtant il faut ajouter que plusieurs *selfies* disposent d'une variante française dont la circulation nous semble moins fréquente par rapport aux emprunts à la langue anglaise. Vu que de nouveaux *selfies* apparaissent presque chaque jour, il serait très intéressant d'étudier ce terrain dans une perspective diachronique pour observer comment la perception de certains tabous évolue dans l'espace virtuel.

Bibliographie

- Anis Jacques (dir.), *Internet, communication et langue française*, Paris, Hermès Science Publications, 1999
- Anis Jacques, « L'écrit des conversations écrites de l'Internet », *Le français aujourd'hui*, 2000, n° 129, p. 59–69
- Anis Jacques (dir.), *Parlez-vous texto ? Guide des nouveaux langages du réseau*, Paris, Le cherche midi éditeur, 2001
- Emerit Laetitia, « Vers une typologie des pseudonymes sur Facebook », in *Actes du colloque « IM-PEC – Interactions Multimodales par ECran »*, éd. I. Colón de Carvajal, M. Ollagnier-Beldame, Lyon, Université Lumière Lyon 2, 2014, p. 93–103
- Lazar Jan, Emerit-Bibié Laetitia, « Quelle identité numérique dans le commentaire public ? Le cas des voeux présidentiels tchèques et français dans la presse en ligne », in *Médias numériques & Communication électronique*, éd. F. Liénard, S. Zlitni, Le Havre, Université du Havre, 2016, p. 123–131
- Panckhurst Rachel, « La communication médiatisée par ordinateur ou la communication médiée par ordinateur ? », *Terminologies nouvelles*, 1997, n° 17, p. 56–58
- Panckhurst Rachel, « Analyse linguistique assistée par ordinateur du courriel », in *Internet, communication et langue française*, éd. J. Anis, Paris, Hermès, 1999, p. 55–70
- Paveau Marie-Anne, « Linguistique et numérique 4. Les écritures de Protée : identités pseudonymes », *La pensée du discours* [carnet de recherche], 2012, URL : <http://penseedudiscours.hypotheses.org/?p=10057> (consulté le 30.10.2016)
- Paveau Marie-Anne, « Pseudonymat », *Technologies discursives* [carnet de recherche], 2015, URL : <https://technodiscours.hypotheses.org/313> (consulté le 30.10.2016)
- Widlak Stanislas, « L'interdiction linguistique en français d'aujourd'hui », *Revue belge de philologie et d'histoire*, 1965, t. 43, fasc. 3, « Langues et littératures modernes - Moderne taal- en letterkunde », p. 932–945

Jan Lazar (*1981) a étudié la philologie française à la Faculté des Lettres de l'Université d'Ostrava. Il a continué ses études à la Faculté des Lettres de l'Université Palacký d'Olomouc, où il a soutenu une thèse de doctorat en langues romanes, intitulée *Langage du tchat* (2009). Actuellement, il occupe le poste de maître de conférences en linguistique française. Ses recherches portent sur la communication médiée par ordinateur et les pratiques scripturales qui y sont développées. Il a consacré plusieurs articles à la communication tchatée et son code orthographique : *À propos des pratiques scripturales dans l'espace virtuel : entre Facebook et Twitter*, Ostrava, OU, 2017, p. 258 ; « Quelle identité numérique dans le commentaire public ? Le cas des vœux présidentiels tchèques et français dans la presse en ligne » (avec L. Emerit-Bibié), in F. Liénard, & S. Zlitni (éds), *Média numériques & Communication électronique*, Le Havre, Université du Havre, 2016, p. 123–131 ; « La néographie phonétisante dans les salons de clavardage en français et en tchèque », *Actes du colloque* « IMPEC – Interaction Multimodales par ECran », Lyon, Université Lumière Lyon 2, 2014, p. 145–151.