

Création visuelle et identité numérique :  
Représentations du soi dans les contenus IA assistés  
Soukaina ETTOUIJRI

Maroc

**Résumé :**

L'essor de l'intelligence artificielle (IA) dans la création visuelle transforme en profondeur la manière dont les individus se représentent et se perçoivent dans les environnements numériques. Cette recherche propose une approche analytique du rôle de l'IA dans la constitution du soi visuel, à travers une étude qualitative conduite auprès de soixante-dix participants. L'objectif est de comprendre comment la création visuelle assistée par IA agit comme vecteur d'expression identitaire, de performance esthétique et de médiation symbolique. Les résultats montrent une tension entre authenticité et standardisation, où l'IA apparaît à la fois comme un levier d'émancipation créative et un dispositif de normalisation esthétique. Ce travail s'inscrit dans le champ des sciences de la communication et de l'esthétique numérique, en interrogeant la manière dont l'image algorithmique participe à la construction du soi contemporain.

**Mots clés:** intelligence artificielle, création visuelle, identité numérique, représentation de soi, esthétique algorithmique, authenticité vs standardisation, médiation symbolique.

Visual Creation and Digital Identity:  
Self-Representations in AI-Assisted Contents

**Abstract**

The rise of artificial intelligence (AI) in visual creation profoundly transforms the way individuals represent and perceive themselves within digital environments. This research offers an analytical approach to understanding the role of AI in constructing the visual self through a qualitative study involving seventy participants. The objective is to examine how AI-assisted visual creation functions as a vector of identity expression, aesthetic performance, and symbolic mediation. Findings highlight a tension between authenticity and standardization, positioning AI simultaneously as a tool of creative empowerment and a mechanism of aesthetic normalization. This work contributes to communication and digital aesthetics studies by exploring how algorithmic imagery participates in the contemporary construction of selfhood.

## Introduction

Les technologies d'intelligence artificielle (IA) bouleversent les paradigmes traditionnels de la création et de la représentation artistique. L'introduction massive d'outils génératifs dans les pratiques visuelles contemporaines a déplacé la frontière entre la production humaine et machinique, redéfinissant la notion même d'auteur et d'authenticité. Dans un contexte où les réseaux sociaux constituent un espace majeur de mise en scène du soi, les productions visuelles assistées par IA deviennent des interfaces identitaires, des extensions perceptuelles et symboliques de la subjectivité. La figure du « créateur augmenté » émerge comme un archétype du sujet numérique contemporain : un individu qui délègue partiellement sa créativité à l'algorithme tout en cherchant à préserver sa singularité expressive. Ce phénomène s'accompagne de questionnements éthiques et esthétiques sur la nature du vrai, du beau et du réel dans un monde saturé d'images générées. L'objectif de cette recherche est d'analyser comment l'IA influence les dynamiques de représentation de soi, entre aspiration à l'authenticité et adoption de standards visuels codifiés. L'étude s'inscrit dans une perspective communicationnelle et esthétique, mobilisant des approches issues de la sociologie du numérique, de la sémiotique visuelle et de la théorie critique des médias.

### 1. Cadre théorique

#### 1.1. L'identité numérique comme performance sociale

Erving Goffman (1959) a conceptualisé la présentation de soi comme une performance sociale dans laquelle chaque individu adapte son comportement en fonction des contextes d'interaction. Transposée à l'univers numérique, cette perspective met en lumière le rôle des dispositifs médiatiques dans la scénarisation du soi. Sur les plateformes visuelles telles qu'Instagram ou TikTok, le sujet se met en scène à travers des choix esthétiques : cadrage, lumière, filtres, postures. La création visuelle IA introduit une nouvelle dimension à cette performance, en offrant la possibilité de styliser et de transformer son image au-delà des limites matérielles. Ainsi, l'identité numérique devient une construction médiatisée et

reconfigurable, oscillant entre authenticité et mise en scène. Selon Marwick et boyd (2011), cette « visibilité performée » participe à la formation d'un soi socialement validé, où la reconnaissance passe par la maîtrise des codes visuels dominants.

### 1.2. L'esthétique algorithmique et la co-création

Lev Manovich (2018) décrit l'esthétique algorithmique comme une nouvelle étape de la culture visuelle post-photographique, où l'image cesse d'être une trace du réel pour devenir un objet calculé. L'algorithme n'est plus un simple outil technique, mais un agent esthétique qui co-produit les formes et les significations. Groys (2016) évoque un déplacement de l'auteur vers le code, et Rouvroy (2019) parle d'une « gouvernementalité algorithmique » qui oriente la perception et le goût collectif. La création visuelle IA participe ainsi à un régime de co-création homme-machine, où le sujet humain n'est plus seul garant de la valeur symbolique de l'œuvre. Cette hybridation remet en question les critères d'originalité et d'intentionnalité, fondements de l'esthétique moderne.

### 1.3. Authenticité, simulacre et sincérité augmentée

Baudrillard (1981) affirme que notre société est dominée par le simulacre, où les représentations se substituent au réel. Dans le contexte de l'IA, cette idée trouve un écho particulier : les images générées ou retouchées deviennent des hyper-réalités visuelles, des surfaces où s'efface la référence à l'original. Pourtant, pour de nombreux créateurs, cette transformation n'équivaut pas à une falsification, mais à une « sincérité augmentée » (Turkle, 2011) — une capacité à exprimer visuellement des états intérieurs, des émotions et des imaginaires que le réel ne permet pas toujours d'incarner. Ainsi, la création IA peut être comprise comme une esthétique de la subjectivité amplifiée.

## 2. Méthodologie

Cette recherche adopte une approche qualitative et exploratoire, fondée sur un questionnaire semi-dirigé comprenant quinze questions ouvertes. L'échantillon est constitué de soixante-dix participants, répartis en trois groupes : quarante créateurs visuels utilisant des outils IA, vingt spectateurs de contenus IA et dix chercheurs ou

étudiants en communication visuelle. Le questionnaire portait sur quatre axes : (1) les usages créatifs de l'IA, (2) la relation entre retouche et authenticité, (3) la perception du rôle de l'IA dans la créativité, et (4) les émotions associées à la production et à la réception des images IA. Les réponses ont été analysées selon une approche thématique inductive (Paillé & Mucchielli, 2012), combinant codage ouvert et axial. Cette méthode a permis d'identifier des motifs récurrents relatifs à la construction du soi numérique et à la symbolique esthétique de l'IA. La posture du chercheur est compréhensive et réflexive, considérant les discours des participants comme des traces de subjectivités situées.

### 3. Résultats

L'analyse a permis de dégager trois dimensions majeures du rapport entre IA et identité visuelle : la projection symbolique du soi, l'ambivalence entre authenticité et artifice, et la tension entre créativité et uniformisation. Les résultats sont présentés selon cette structuration.

#### 3.1. L'IA comme miroir symbolique du soi

Soixante-sept pour cent des répondants affirment que l'IA leur permet d'exprimer des aspects de leur personnalité difficilement accessibles par la photographie traditionnelle. Les termes « poétique », « introspectif » et « libérateur » apparaissent fréquemment dans les descriptions. Plusieurs participants évoquent une relation quasi émotionnelle avec la machine, perçue comme un prolongement de leur imagination. Cette dynamique traduit un déplacement du processus créatif : l'IA devient un miroir sensible plutôt qu'un simple outil technique.

#### 3.2. Ambivalence entre authenticité et artifice

Près de la moitié des participants reconnaissent ressentir une forme de culpabilité vis-à-vis de la manipulation algorithmique. Le sentiment de beauté est contrebalancé par un doute sur la légitimité artistique. Une participante résume ainsi cette ambivalence : « L'image IA me ressemble, mais elle est trop parfaite pour être vraie. » Cette perception illustre la tension entre quête de soi et conformité à une esthétique standardisée.

### 3.3. Créativité assistée et standardisation esthétique

Pour la majorité des créateurs, l'IA est perçue comme un outil d'émancipation et d'accessibilité. Elle permet de produire des images de haute qualité sans ressources techniques avancées. Cependant, trente pour cent dénoncent une homogénéisation des visuels IA, marquée par la répétition de motifs et de styles issus des bases de données d'apprentissage. Cette uniformisation traduit le risque d'une standardisation du goût algorithmique.

## 4. Discussion

Les résultats confirment l'hypothèse d'une tension constitutive entre subjectivité et standardisation dans la création IA. L'IA agit comme un dispositif de médiation esthétique : elle amplifie la capacité expressive du sujet tout en imposant des cadres formels pré-déterminés. Le soi numérique qui en résulte n'est pas une entité stable, mais une construction hybride négociée entre désir personnel et contrainte algorithmique. Cette dialectique rejoint les travaux de Manovich (2020) sur l'« auto-fiction visuelle », où l'authenticité est réévaluée non en fonction du réalisme, mais de la cohérence symbolique. L'usage de l'IA révèle ainsi une mutation culturelle : la sincérité se déplace du registre de la vérité vers celui de l'intention esthétique.

## 5. Conclusion

Cette recherche met en lumière les transformations profondes induites par l'intelligence artificielle dans la construction du soi visuel et numérique. Loin d'être un simple instrument de production d'images, l'IA devient un partenaire de la subjectivité, participant à la redéfinition de la créativité et de l'authenticité. Toutefois, cette alliance entre humain et machine appelle une vigilance critique : la dépendance aux modèles génératifs risque de réduire la diversité esthétique et symbolique. De futures recherches pourraient explorer les différences culturelles de perception du soi numérique et les stratégies d'appropriation artistique des outils IA.

## Références bibliographiques

- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Paris : Galilée.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.
- Groys, B. (2016). *In the Flow*. London: Verso.
- Le Breton, D. (2016). *L'Adieu au corps*. Paris : Métailié.
- Manovich, L. (2018). *AI Aesthetics*. Moscow: Strelka Press.
- Manovich, L. (2020). *Cultural Analytics*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Marwick, A., & boyd, d. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139–158.
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.
- Rouvroy, A. (2019). Gouvernementalité algorithmique et perspectives d'émancipation. *Réseaux*, 213(1), 9–45.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.