

HOMARD M'A TUER



Ou les ravages de l'exposition permanente.

Terra Incognita réservée à quelques utilisateurs il y a 15 ans, les Réseaux Sociaux, en nombre d'utilisateurs, sont devenus le 6e continent habité. FarWest, espace de liberté ou asile psychiatrique à ciel ouvert, les réseaux sociaux déchaînent les passions, les haines...



SOMMAIRE

01

Préambule

Comme beaucoup de ma génération (les quinquas), nous avons sauté dans le train du web et du portable comme si nous n'avions connu que ça.

02

Fast Love et soupe Campbell

« In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes »

03

Mythologie et Réseaux Sociaux

L'obsession de la célébrité ne date pas d'hier : elle a même donné naissance à une déesse : Fama.

04

Je post donc je suis... à je post donc je souffre

Au-delà de nos égo, cela peut même devenir un enjeu de survie sociétale pour un politique, un chercheur, un dirigeant, un artiste. Cet enjeu a d'ailleurs tourné à la frénésie pendant le confinement.

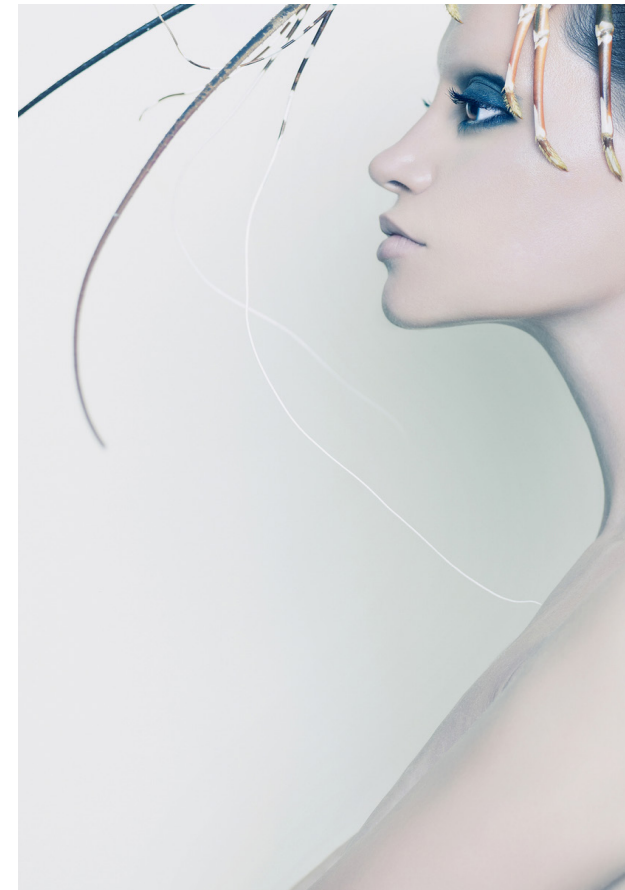
05

Combien ?

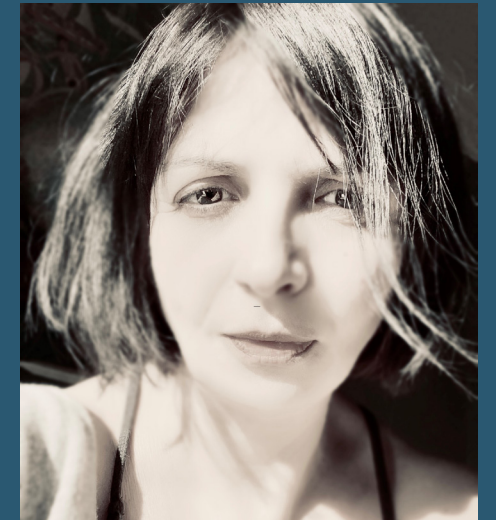
Mais tout d'abord quelques chiffres données par le blog du Modérateur.

Paris, 2023
Crédit photo : Istock
Conception, rédaction et publication : CCalmier/l'Agence des Curiosités
PfuuuMagazine.com

Plume, communication sans peur & grandes idées pour petits budgets



L'Agence des Curiosités, c'est d'abord une collaboration de compétences, l'alliance de la stratégie & de la communication. Indépendants, nous savons nous retrouver sur des dossiers alliant analyse, plan stratégique et communication.



Terra Incognita réservée à quelques utilisateurs il y a 15 ans, les Réseaux Sociaux, en nombre d'utilisateurs, sont devenus le 6e continent habité. FarWest, espace de liberté ou asile psychiatrique à ciel ouvert, les réseaux sociaux déclenchent les passions, les haines...

Ils deviennent des enjeux politiques, font et défont une élection, une carrière, vous procure un plaisir intense ou un sentiment d'angoisse tout aussi intense. De la colère aussi, tellement de colère. Alors faut-il fuir comme certains ou tenter d'apprivoiser l'animal ?

Pas de clés magiques dans ce document, juste un postulat, qui, si vous le gardez constamment en tête, vous évitera bien des problèmes : les réseaux sociaux ne sont, en termes de communication, qu'une nouveauté technique, les mécanismes, eux, sont vieux comme nos civilisations.

Christèle Calmier,
fondatrice de l'Agence
des Curiosités

PRÉAMBULE

01

«Comme beaucoup de ma génération (les quinquas), nous avons sauté dans le train du web et du portable comme si nous n'avions connu que ça.»

**Vous ne trouvez pas que tout va trop vite ?
Tout va... trop ?**

Lorsque je demandais à mes collaboratrices de freiner, je leur racontais toujours que si je restais calme c'est parce que j'avais connu le monde sans ordinateur, sans mail et sans téléphone portable. Ce monde du courriers et de parafeurs qui évoluaient lentement de services en services, de tampons de validation en tampons de validation. Ce monde de cabines téléphoniques et de pièces de monnaies alignées en pile pour poursuivre la conversation. Ce monde où le travail terminé, il disparaissait jusqu'au lendemain.

Ce monde qui arrivait à attendre jusqu'au lendemain. A passer le week-end. A prendre des congés sans ordinateur et sans téléphone. Et qui vivait très bien merci pour lui. Ce monde qui n'était néanmoins pas aussi lisse et intelligent tel qu'on veut bien nous le réécrire, il y avait certes des débats de haute volée mais déjà on percevait la possibilité du « *drama* » : Gainsbourg sur euh tous les sujets globalement, Polac et son sens de la polémique avec des castings savamment orchestrés, Bukowski complètement ivre sur le plateau d'*Apostrophe*... Disons qu'on avait déjà du potentiel mais que la patrouille télévisuelle veillait.

Soyons clair, comme beaucoup de ma génération (les quinquas), nous avons sauté dans le train du web et du portable comme si

nous n'avions connu que ça. Émerveillés par ces frontières qui nous ouvraient les portes du monde, nous les sédentaires. Nos usages restaient modérés : « *nos patrons* » plus âgés étant souvent restés, dédaigneux, à quai. Nos modem poussaient des petits cris étranges qui nous ravissaient.

Et puis les réseaux sociaux, les fast-food et les actualités en continu ont traversé l'océan. Notre vie politique a pris l'option de quinquennat. Et notre tension, celle de la stratosphère. Femmes, nous avons pris l'habitude d'avoir des baskets dans nos sacs, notre sac à main, notre sac de courses, notre sac de sport : trop difficile de courir avec nos escarpins.

Les informations nous saturent et nous regardons hagards les News, les fake-News et les fact checking qui se succèdent pour un seul sujet. Nous subissons l'urgence et nous débattons comme des poulets sous l'œil de la caméra de L214. Les échéances électorales s'enchaînent « *quoi mais ça fait déjà 5 ans ?* ». La réflexion s'efface derrière l'urgence. On ne sait pas où on va mais il faut y aller vite vite. Sinon quoi ? On ne sait pas, on y va. Nous sommes de moins en moins papillons et de plus en plus éphémères.

Que ce soit dans la vraie vie (oui maintenant il faut faire la distinction entre nos différentes vies) ou sur les réseaux sociaux, je pense qu'il est temps de nous déclarer toutes et tous en état de catastrophe naturelle et de prendre les mesures qui s'imposent.

Les réseaux sociaux mettent tout le monde à égalité. Pour le meilleur et pour le pire.

Ils offrent à des peuples de nouvelles aspirations, ils en enflamment d'autres en les confrontant à nos différences culturelles, le Savant est confronté aux Fous, le Roi à son Peuple, le Professeur à ses Etudiants, le Politique à son programme ou à ses promesses.

Le Web avale tout et n'oublie rien. Les RS, c'est vous et moi. Vos pensées, parfois les plus intimes, vos idées, bizarres ou pas, vos envies, légales ou pas. Les RS, c'est vous sans le policier, sans l'arbitre, sans le curé, sans papa et maman, sans filtres ou ceux qui vous « *magnifient* » selon des critères parfois surprenants...

Les RS c'est nous face à l'Abîme : un excellent support pour combattre les Monstres et les injustices mais aussi un excellent moyen de révéler celui qui dort en chacun d'entre nous. Nous devenons collectivement « *choqués* » et rebondissons de polémiques en polémiques.

Nous devenons tous un peu prophète en nos domaines, avec nos adeptes et nos contempteurs, nous invoquons et rejetons, nous faisons des cagnottes comme des quêtes en fin de messe, nous interpellons et condamnons, nous souffrons et nous nous réjouissons. *L'Autre* est un allié ou un ennemi : cela peut changer en quelques minutes à l'issue d'un tweet jugé malheureux, vexatoire, anxiogène, insultant de mon moi profond, de nos blessures ressenties ou réelles autrefois intimes désormais connues de tous.





FAST LOVE & SOUPE CAMPBELL

02

« In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes »

Andy Warhol

Ceux et celles qui me connaissent, me suivent (fondamentalement on ne se connaît plus : on se suit, on s'abonne), savent que mon plus grand plaisir est de rappeler qu'il n'y a rien de neuf sous le soleil.

Car on parle de l'Humain et de ses ressorts, le reste n'est que... technologie. Et que cherche l'Humain ? L'Amour bien sûr. C'est ce qui transparaît derrière les aspirations à la notoriété, l'argent, l'ambition. Mais vivant plus longtemps, on se lasse plus vite : c'est le « *Fast love* » de George Michaël et les « *15 minutes de célébrité* » de Warhol. Tiens Warhol justement, il en dit quoi ?

Vous connaissez tous la citation d'Andy Warhol : « *In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes* » que nous traduisons par « *À l'avenir, chacun aura droit à 15 minutes de célébrité mondiale* ». Nous sommes alors à la fin des années 60, lors d'une exposition au *Moderna Museet* de Stockholm.

Cette citation est devenue le symbole d'une célébrité aussi rapide que fugace qui fait d'un illustre inconnu l'objet de l'attention des médias de masse, attention qui passe à un autre sujet dès que l'intérêt du public, volage, s'affaiblit. Saint Patron des publicistes et des graphistes, Andy Warhol incarne parfaitement cette obsession mêlant « *célébrité* » et produits de grandes consommations : Marilyn Monroe d'un côté, les

boîtes de soupes Campbell de l'autre.

Il semblait parfois dépassé (offusqué ?) par le personnage arty et underground qu'il s'était créé comme au détriment de ses œuvres d'art, répétant « *je suis surtout connu pour ma notoriété* ». Nous ne pouvons que souhaiter aux icônes actuelles de bénéficier des mêmes Muses et autres talents qui se penchèrent sur le berceau du jeune Andy, artiste prolifique, peintre, cinéaste, créateur de la Factory en évitant toutefois son décès qualifié d'accidentel après une opération –pourtant considérée comme bénigne– de la vésicule biliaire.

A noter que parfois agacé d'être réduit à cette expression par certains journalistes, il la fit régulièrement évoluer de « *Dans le futur, 15 personnes seront célèbres* » à « *Dans 15 minutes, tout le monde sera célèbre* ». Ce qui est un peu l'impression que nous avons actuellement avec tous ces « *anonymes* » soudain devenus célèbres.

Des gens ordinaires que l'actualité a propulsés, parfois malgré eux, sur le devant de la scène. Des héros et héroïnes des temps modernes, des phénomènes, des victimes, des rebelles, des audacieux, des courageux et des courageuses. Une miraculée de l'Himalaya, un chômeur sommé de « *traverser la rue* », une jeune roumaine qui dit « *non* » à un président, une étudiante qui a tenu tête à son harceleur, un tranquille

retraité pris pour un assassin, un sans-papier qui s’est mué en Spiderman, une bretonne jaune de colère, un écolo qui se perche dans les arbres pour leurs sauver la vie...

Le développement de l’actualité en continu a permis de valoriser ces épiphénomènes, sinon comment tenir une journée entière face à l’actualité pas aussi prolixe que les patrons de rédaction le souhaiteraient ? Alors il y a le fait, ses témoins directs, puis indirects, puis ceux qui en ont entendu parlé, puis ceux qui l’ont vu sur la chaîne concerné, les éditorialistes, ceux qui sont pour et ceux qui sont contre, puis les politiques, ceux qui sont pour et ceux qui sont contre aussi.

La perception de ce fait qui évolue suivant la marée des réseaux sociaux transformant au gré ceux qui étaient pour en ceux qui étaient contre pour 48h de plus d’informations haletantes et pourtant si... creuses. Il est parfois un peu étonnant de voir sur les plateaux TV des chaînes d’informations en continues, journalistes, éditorialistes, invités en train de faire défiler frénétiquement leur fil Twitter, l’œil vissé sur leur smart-phone. Twitter interpelle la TV qui lui répond... en direct. La TV annonce un événement ou cite un fait... démenti simultanément sur Twitter.

Plus proche de nous et nettement moins littéraire, nous trouvons le slogan de la famille Guetta « *Fuck me i’m Famous* » nom donné à leurs soirées dans les années 2000 mais également à toute une gamme de produits dûment marketés qui rejoint assez précisément les craintes de Warhol sur le fait d’être plus connu, aimé, pour sa notoriété que pour son œuvre. On pourrait s’interroger sur la place donnée à leur ego pour ceux et celles qui portèrent le tee-shirt.

Toujours étant que, grâce aux réseaux sociaux, la célébrité est désormais à la portée de tous. Elle s’est en quelque sorte « *démocratisée* » : nul besoin d’être roi, résistant, philosophe ou victime. Il suffit d’être et de parvenir à nourrir ces foules sentimentales chères à Souchon.



MYTHOLOGIE & 03 RÉSEAUX SOCIAUX

« L’obsession de la célébrité ne date pas d’hier : elle a même donné naissance à une déesse : Fama »

Pour l’anecdote mythologique amusante, rappelons que l’obsession de la célébrité ne date pas d’hier : elle a même donné naissance à une déesse : Fama.

C’est Virgile dans l’Enéide qui en parle le mieux : « *Fama, c’est-à-dire la voix publique, fut engendrée par Terre. Elle est douée d’un grand nombre d’oreilles, d’yeux et de bouches pour écouter et voir tout ce qui se passe de par le vaste monde des mortels et des divinités et le répéter à loisir; elle se déplace en volant avec la plus grande rapidité grâce à ses ailes garnies de plumes. Virgile ajoute qu’elle avait les pieds sur terre et la tête dans les nuages* » *plus amusant, elle vit entourée « de la Crédulité, de l’Erreur, de la Fausse Joie, et la Terreur, de la Sédition, des Rumeurs et elle surveille, de son palais, le monde tout entier* ».

Car la déesse Fama possède en fait deux trompettes (les trompettes de la Renommée, ça vous parle ?) et si la plus longue a pour objectif de rendre immortel les héros en ne laissant jamais mourir leur mémoire, la plus courte, elle, est consacrée... aux ragots.

Nous pourrions aisément en déduire que Twitter est devenu l’antichambre du palais de la malicieuse Fama. Et qu’une fois de plus, nous n’avons rien inventé !

On pourrait aussi sourire (ou pleurer) en lisant cette description dont la publication est estimée entre -19 et -29 avant Jésus Christ qui semble énumérer toutes les

humeurs qui agitent les réseaux sociaux : la peur, la crédulité, les fake News, la sédition : « *Haec tum multiplici populos sermone replebat, gaudens, et pariter facta atque infecta canebat* » soit « *elle se plaisait à répandre partout les propos les plus divers et diffusait à la fois des faits réels et d’autres qui ne l’étaient pas* ».

Toujours dans la mythologie, citons également Hermès, un des dieux de l’Olympe (non pas le sac à main). Son rôle ? Il est le messager de Zeus. Hermès est aussi l’inventeur des poids et des mesures, le dieu des voyageurs, des commerçants et... des voleurs et des orateurs. C’est également lui qui conduit les âmes vers les Enfers.

Reconnaissez qu’il est quand même tentant d’en conclure que l’Humanité a évolué technologiquement mais guère sur le fond.

A noter que notre pratique des réseaux sociaux emprunte une autre créature à la mythologie, scandinave cette fois : le *troll*. Individu au comportement agressif, inamical et inapproprié.

En revanche, le verbe « *troller* » qui en découle pourrait plutôt venir de l’anglais « *to troll* » ou du mot « *trolling* », qui font références à des techniques de pêche à la traine et à la cuillère. Ce qui n’est pas forcément plus sympathique pour le poisson ainsi hameçonné.

Liées à l'aspect vengeur de Twitter, je citerai également volontiers les Erinyes
« *qui tourmentent ceux qui font le mal. Elles les poursuivent inlassablement sur Terre en les rendant fous. Au sens large, les Érinyes sont les protectrices de l'ordre établi* ». Etonnant non ?

Nous ne pouvons également éviter la sournoise Eris, fille de la Nuit, qui selon Hésiode, donna naissance « *à de nombreux enfants, tous*

Fait amusant, notre déesse donnera son nom à une plateforme bien connue de nos ados et de millions d'utilisateurs : *Discord* qui, sera accusé en 2017 de ne pas protéger suffisamment ses utilisateurs sur des questions telles que le racisme, la religion, la politique ou la pornographie.

On pourra s'intéresser une prochaine fois sur les critères de Beauté qui agitent

« Car la déesse Fama possède en fait deux trompettes (les trompettes de la Renommée, ça vous parle ?) et si la plus longue a pour objectif de rendre immortel les héros en ne laissant jamais mourir leur mémoire, la plus courte, elle, est consacrée... aux ragots »

méchants et malfaisants : Ponos (la Peine), Léthé (l'Oubli), Limos (la Faim), Phonoï et Makhai (les Meurtres et les Combats), Dysnomie et Até (l'Anomie et le Désastre), Algea (les Douleurs), Hysminai (les Mêlées), Androktasiai (les Tueries), Neikea (les Querelles), Amphillogiai (les Disputes), Pseudologoi (les Mensonges) et Horkos (le Serment) qui veille sans cesse sur les serments qu'il sanctionne, comme il punit sans pitié le parjure volontaire.»

Dans l'Iliade, elle est d'ailleurs la sœur d'Arès, le dieu de la Guerre qu'elle accompagne dans ses combats. Homère la renomme ainsi : la Discorde infatigable (IV, 440-443). Elle est connue dans la mythologie car, *furieuse de ne pas avoir été invitée aux noces de Thétis et Pélée, elle y jette une pomme d'or portant l'inscription « Pour la plus belle ». Cette « pomme de discorde » se révèle fatale, puisque c'est elle qui provoque indirectement la guerre de Troie après le Jugement de Pâris qui a dû choisir entre Héra, Athéna et Aphrodite.* Son nom a donné naissance au terme « éristique » qui signifie... l'art de la controverse.

régulièrement les réseaux et qui, pour certains sociologues nous proviennent directement de l'Antiquité et de la Mythologie. A retrouver sur le site <https://twelvemagazine.fr/>: « Si l'on doit cependant retenir une période historique, l'Antiquité est indubitablement la première période à mettre en exergue un culte extrême de la beauté, ayant ainsi laissé son empreinte jusqu'à nos jours. La mythologie grecque a largement influencé notre obsession actuelle pour la beauté, c'est un fait. Mais, elle a également orienté notre regard critique et notre jugement portés sur l'autre, des réflexes aujourd'hui largement diffusés dans nos sociétés contemporaines » (...) « Diktat de la maigreur, taille « mannequin », recherche de perfection, jugements, critiques, body shaming : voici une flopée de mots tristement populaires chez la jeunesse d'aujourd'hui. En effet, notre société, baignée dans la révolution numérique, est sans cesse confrontée à cette image idéalisée de la beauté, pourtant bien souvent le résultat de retouches et autres subterfuges ».

NARCISSE

De même que Garance, c'est joli Narcisse, c'est le nom d'une fleur. Mais c'est surtout une histoire tragique. Deux versions cohabitent. Narcisse, comme souvent, fut une des nombreuses victimes du courroux des Dieux. Beau, le jeune ephèbe était également insensible à l'amour entraînant le désespoir autour de lui. Maudit, « *Narcisse vit un jour son reflet dans l'eau claire d'une source, et il tomba amoureux de sa propre image. Face à cette passion sans espoir, il préféra se suicider. Comme il se plongeait un poignard dans la poitrine, son sang s'écoula dans la terre et ainsi naquit un narcissé blanc à corolle rouge* ».

Selon une autre version, Narcisse avait une sœur jumelle qu'il aimait beaucoup. A sa mort, il tachait de retrouver son souvenir en se regardant lui-même dans l'eau limpide.

Evidement la psychologie s'intéressa à cette thématique, Thomas Moore, psychothérapeute jungien fait valoir que Narcisse est préoccupé de sa beauté mais n'en est pas pleinement conscient et cherche toujours, pour cette raison, à se faire valoir auprès des autres sans être capable de s'engager dans une relation. Sa rencontre avec la nymphe Écho, qui ne peut que lui renvoyer ses propres paroles et devant qui il recule, illustre le vide et la stérilité de ce rapport au monde.

On ne pourra s'empêcher d'opérer un parallélisme avec nos comportements plus qu'ambivalents entre nos images et nos aspirations aux prismes d'un réseau tel qu'Instagram. Nos Like vu comme autant d'Echo.



JE POST DONC JE SUIS...

04

« Au-delà de nos ego, cela peut même devenir un enjeu de survie sociétale pour un politique, un chercheur, un dirigeant, un artiste. Cet enjeu a d'ailleurs tourné à la frénésie pendant le confinement. »

S'il y a quelques années, sa présence ou non sur un ou plusieurs réseaux sociaux entraînait assez peu de noeuds au cerveau, c'est notre absence qui nous pose aujourd'hui intimement problème.

On pourrait résumer ça par la désormais fameuse interpellation de Nabilla « tu as des cheveux et tu as pas de shampoing. Non mais allo quoi ? ». Tellement nos avatars sont désormais imbriqués dans nos vies. Jusqu'à devenir indispensable même indispensable inutilement ?

Reste qu'au-delà de notre sphère de connaissances personnelles ou/et professionnelles, vous êtes nombreux à vous interroger sur cette vulgarisation de la popularité. En effet, si nous arrivons encore à un consensus de notion de popularité autour d'une actrice, d'un chanteur ou d'un footballeur, ne nous arrive-t-il pas, lorsqu'on parle d'une émeute déclenchée par l'arrivée de telle ou telle influenceuse de constater que nous n'avons strictement aucune idée de qui ou quoi qu'est-ce ? Et de tomber une nouvelle fois de l'armoire en apprenant les sommes perçues pour simplement « être soi » quelle que soit la vérité ou réalité de ce « soi » ?

Les sociologues n'hésitent pas à lier cette notoriété à l'avènement du capitalisme car « percer » sur le web revient au final à pouvoir monétiser sa cause ou soi-même. Plus souvent soi-même d'ailleurs même si l'un n'empêche pas l'autre.

Cela peut même devenir un enjeu de survie sociétale pour un politique, un chercheur, un dirigeant, un artiste. Cet enjeu a d'ailleurs tourné à la frénésie pendant le confinement.

On distinguera néanmoins plusieurs cas suscitant notre envie d'exposition :

- ★ l'envie d'être, être soi ou un soi rêvé ;
- ★ la nécessité d'être et ses obstacles tels que la possibilité et la capacité.

Les Réseaux Sociaux peuvent vous offrir ce que mère Nature ou les aléas de la vie n'ont pas permis : gommer l'impact du mauvais côté de soi en vous permettant de créer pour celui ou celle qui vous suit une image sociale et positive. Avec le risque néanmoins d'accentuer le décalage entre la réalité et sa perception. Et la difficulté de tout contrôler : souvenez-vous de la chanteuse Beyoncé et la diffusion des photos prises lors de sa prestation lors du Super Bowl que son staff désespéra de censurer entraînant le désormais maîtrisé effet Streisand !

À... JE POST DONC JE SOUFFRE

EFFET STREISAND

Oui on parle bien de Barbara Streisand : la chanteuse américaine avait tenté de faire disparaître une photographie gênante de sa propriété en intentant une action en justice (et en réclamant accessoirement dix millions de dollars). Cette photo était alors diffusée via le site pictotpia.com.

Mais la médiatisation de la procédure eut pour conséquence une diffusion massive de l'image par les internautes si bien que plus de 420 000 personnes visitèrent le site le mois suivant. L'effet Streisand c'est donc une perversion médiatique qui fait que « les efforts déployés par une personne pour masquer ou supprimer une publication, ou encore faire retirer un produit du commerce, conduisent à l'exposition et à la médiatisation de ce que cette personne désirait que l'on ne sache pas ou que l'on ne voie pas ».

Une des illustrations politiques plus proche de nous : en septembre 2013, l'AFP (Agence France-Presse) fait retirer une photographie de François Hollande qu'ils avaient utilisé pour illustrer le déplacement du président dans une école. Jugée peu flatteuse mais sans pour autant être particulière, l'AFP et Reuters demandent aux médias de ne pas l'utiliser ou de la remplacer. Il n'en faudra pas plus pour qu'une partie de la Toile n'y voit la marque d'une pression de l'Élysée, ce qui engendrera une large diffusion du cliché en question sur Internet !

On peut aussi s'interroger sur notre soif de « like », ce que j'appelle plus haut le syndrome « *Souchon de la foule sentimentale* ». Nous déversons nos angoisses, nos peurs, nos petites et grandes aventures. Nous souffrons si elles n'obtiennent pas de réponses, nous sommes confortés si elles reçoivent en échange amour et soutien virtuel.

Car qui dit « à portée de tous » signifie aussi à « portée de baffe » car 30 millions de followers ne signifient pas 30 millions d'amis.

Fondamentalement la notoriété va à l'encontre de notre esprit reptilien : être visible est risqué. De se faire tuer, d'être mangé. Être visible implique donc des qualités de courage ou... de folie. Prenons l'exemple du fou du roi (ou bouffon). Ce dernier portait des habits très colorés qui l'identifiait en tant que professionnel et pouvait lui apporter une certaine protection. A noter qu'au-delà disons du « fou professionnel », la Cour recherchait également des « innocents » pour pouvoir exercer leur cruauté courtoise. Mécanisme qu'on retrouve dans certaines émissions actuelles : les uns incarnés par les comédiens et les artistes, les autres clairement identifiés en tant que victimes médiatiques.

De nos jours, le bouffon incarne l'anti-système. Même si c'est moins évident dans la bouche de nos adolescents. A noter néanmoins, que pour exercer en cour, les bouffons suivaient, eux, une réelle formation, qui était plus adaptée aux hommes d'esprit qu'aux réels crétins selon Erasme dans son *Éloge de la folie*, XXXVI.

Reste que les réseaux sociaux ont largement élargi nos cercles familiaux (au sens de famille d'intérêts), professionnels et amicaux : je peux désormais partager mes moindres pensées avec potentiellement des centaines, des milliers voire des millions de gens. A mes risques et périls car tout le monde ne pense pas comme moi et il est difficile, une fois les vannes ouvertes de

dissimuler votre image et vos messages aux tigres de ce monde. Et il y en a beaucoup. Et ils peuvent être bien méchants.

Pire nos modes de vie se heurtent les uns aux autres, l'humain étant ce qu'il est, nous sommes incapables de prendre du recul face aux attaques de nos « moi » virtuels sachant qu'en fonction de notre notoriété, certains et certaines d'entre nous subissent menaces et insultes de milliers de gens issus du monde entier.

C'est comme si on vous hissait sur une plateforme au milieu d'une foule haineuse hurlant et appelant à votre mort. Nous pouvons connaître, tout un chacun, les acclamations dignes d'un grand chanteur et sa tombée en disgrâce ou son retour dans l'anonymat. Et ce, en moins de 24h !

Malheureusement pour certains, la confrontation des cultures, des idées entraîne des passages à l'acte meurtriers totalement insensés. Ainsi des caricatures de Charlie, autrefois « réservées » aux amateurs du journal et qui firent le tour du Monde. D'un monde qui soyons clair, dans la réalité, est fractionné en une multitude de planètes plus ou moins hostiles les unes aux autres. De cette confrontation peut sortir le meilleur de nos aspirations. Ou le pire. Ainsi de même, que nous n'irions pas hurler l'intégralité de nos pensées en place publique, il nous faut nous interroger sur la pertinence ou non de les partager au sein d'un réseau social. Du moins si nous ne sommes pas en capacité d'affronter la colère voire la haine de nos détracteurs.

Nous nous prenons mutuellement à témoin des injustices réelles ou supposées.

Nous surenchérissons les uns sur les autres « *je suis beaucoup plus malheureux que toi* » « *la situation de {untel} est plus dramatique que celle de {tel autre catégorie}* ». Avec les filtres, nous proposons une version « améliorée », « rêvée » de nous-même jusqu'à pousser certain-e-s d'entre nous à demander aux chirurgiens esthétiques de nous mettre en adéquation avec nos fantasmes.

Que penser là-aussi de ceux et celles qui s'achètent des followers ? Au-delà du potentiel business ou politique que nous allons aborder, le sens de nos existences doit être requestionné à l'aune de nos solitudes manifestes. Pourquoi le fait que Truc42 se désabonne de notre compte génère-t-il de la souffrance ?



VOX POPULI

HASHTAG

Vous allez me dire : « encore ! » : mais oui le symbole « # » vient de la Rome antique et représente une unité de poids : la libra pondo, qui signifie « livre ». On retrouve son usage dans notre monde moderne sur les cartes perforées informatiques et sur... les téléphones. Peu à peu son utilisation en langage informatique sert à donner un traitement prioritaire à une commande.

Il apparaîtra rapidement sur les Réseaux Sociaux, facilitant la recherche d'information sur un sujet grave, une élection (#radioLondres), un fait politique, une catastrophe ou anodin comme une émission TV ou un lancement de produit marketing.

Un cas emblématique ?

Le lancement du mouvement #MeToo né sur le compte Twitter de l'actrice Alyssa Milano, demandant aux femmes victimes de harcèlement ou agression sexuelle d'écrire « moi aussi » sous son tweet. Ce symbole se répandra comme une trainée de poudre, libérant la parole, de milliers de femmes se sentant jusque là isolées dans leurs souffrances.

Il sera repris en 2017 et provoquera la chute d'Harvey Weinstein, producteur de cinéma depuis reconnu coupable d'agression sexuelle et de viol.

Reste qu'en 2022, le hashtag le plus utilisé sur Instagram est #Love suivi de #Fashion et sur Twitter #ukraine ou #russie.

Remontons quelques instants dans notre capsule spatio-temporelle. Notre système médiatique, pourtant pas le dernier en reste pour s'ériger en tribunal avec défilé de l'intégralité des concernés et des voisins des concernés dans la lucarne au moindre faits divers, n'hésite pas à s'offusquer des Réseaux Sociaux qui seraient devenus un vindicatif tribunal populaire prompt à pendre virtuellement haut et court l'objet de sa colère.

Sachez qu'à Athènes, « *le tribunal populaire appelé l'Héliée était composé de six-mille citoyens, âgés de plus de trente ans et répartis en dix classes de cinq-cent citoyens (mille restant en réserve) tirés au sort chaque année pour devenir héliastes* ».

On glosait à l'époque sur le fait que les Athéniens faisaient à eux seuls plus de procès que l'ensemble des grecs réunis (si cela peut rassurer ceusses qui estiment que notre société est de plus en plus judiciarisée).

Les héliastes de l'année, identifiés par une plaque personnelle, devaient se présenter chaque jour à l'Agora. Une sélection quotidienne entre 200 et 1 500 « juges ou jurés » était alors effectuée en fonction du nombre d'affaires à traiter.

De nos jours, on ne peut que mettre en parallèle la lenteur de nos justices démocratiques et l'aspiration à un jugement rapide pour obtenir justice. Les Réseaux Sociaux qui ont la faculté de mettre tout le monde sur le même pied d'égalité ont trop souvent permis d'attirer l'attention sur des causes perdues pour qu'on ne soit pas tenté d'en user et abuser pour tout et n'importe quoi en fonction de son niveau de perception de l'injustice tolérable ou non.

Aux politiques offusqués, je retorquerai volontier de cesser de regarder le doigt ou les effets mais de se pencher plutôt sur les causes.

De même la numérisation à marche forcée, sans aucune réflexion globale, a laissé l'utilisateur, le citoyen, le contribuable, sans solution et sans recours devant des guichets qui ferment. Mais lui a ouvert les portes du « Thread » informatif ou vengeur et le désormais symbole des luttes et de la reconnaissance entre soi : le terrifiant « hashtag » ou mot-clé cliquable.

HATERS HATE

Le «Hater» c'est le troll puissance 10. C'est une catégorie distincte du «harceleur» même si la frontière est très fine et souvent franchie. Le hater s'attache à dénigrer ou insulter plus précisément des personnalités publiques quel que soit leur degré réel ou présumé de célébrité.

Le Hater aura tendance à corriger le moindre de vos posts ou interventions. Il soulignera ce qu'il estime être le moindre défaut de votre physique ou de votre personnalité.

Selon Michael Stora, psychanalyste et fondateur de l'Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines « *ce fléau virtuel peut avoir des conséquences parfois lourdes dans la vie réelle* ».

Il ajoute «Nous sommes derrière des écrans qui, toute la journée, nous imposent une forme d'hypocrisie sociale. Le hater, en commentant tout, en harcelant, en insultant, trahit une amertume personnelle et souvent du sexisme, du racisme, de la xénophobie ».

Lorsque des poursuites sont engagées, nous sommes souvent surpris par le profil des personnes en question : jusqu'à s'étonner d'avoir pu prendre peur ou qu'elles aient pu être responsables de nos angoisses.

Selon notre psychologue « *C'était des gens simples, le plus souvent avec des métiers en lien avec le service à la personne, où ils sont soumis à de nombreuses règles. Et finalement, quand ces personnes rentrent chez elles, elles accumulent une frustration phénoménale, un manque énorme de reconnaissance qui les rattrapent, qu'elles déversent alors, ce qui leurs permet de soulager une rage narcissique, une colère. Aujourd'hui, nous vivons tous dans la culture du commentaire, qui révèle et réveille des choses inacceptables... Mais cette désinhibition provoquée par l'écran n'est pas nouvelle : avant, on la retrouvait dans les bars !* ».

La réponse à ces comportements est à la fois simple et très difficile : « *Plus vous allez répondre à un hater, plus il va se sentir valorisé et constater qu'il met à mal votre susceptibilité. Certains adultes entrent*

carrément dans des sortes de disputes virtuelles qui n'en finissent plus et qui, en général, aboutissent à des insultes... Non, vraiment, il n'y a rien de pire, et donc rien de plus efficace, que l'indifférence ! ».

CORBEAU

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, là encore, rien de neuf dans la Comédie Humaine : André Halimi, « *La Délation sous l'Occupation, Paris* », se fondant notamment sur les archives du Commissariat général aux Questions juives (CGQJ) j'estime qu'entre trois et cinq millions de lettres plus ou moins anonymes ont été envoyées aux autorités entre 1940 et 1944.

C'est le 7ème Art qui nommera ce zélateur anonyme : Corbeau via un film d' Henri-Georges Clouzot basé sur l'affaire de Tulle et intitulé « *Le Corbeau* ». « *Le Corbeau* » en question s'inspire d'un fait divers qui avait défrayé la chronique de 1917 à 1920. Ce corbeau est une femme, Angèle Laval qui écrira, en cinq ans, environ 200 missives aux quelques 13 000 Tullistes, au point de faire deux victimes.

Cette femme sera décrite par la presse ainsi : « *elle est là, petite, un peu boulotte, un peu tassée, semblable sous ses vêtements de deuil, comme elle le dit elle-même, à un pauvre oiseau qui a replié ses ailes.* ». Cet oiseau sera identifié comme le corbeau.



FAIL

Homard m'a tuer

Cet exemple qui donnera le titre à cette publication est, à mon sens, un parfait cas d'école de ce qu'il ne faut pas faire en tant que personnalité publique. Nous parlons ici, vous l'aurez reconnu, de François de Rugy. En 2019, des photos diffusées sur les réseaux sociaux par un des convives à l'Hôtel de Lassay, mettant en scène de Rugy en plein dîner privé et non loin d'un plat de homards, avait tout particulièrement choqué l'opinion publique après le mouvement des gilets jaunes. Ces photos déclenchèrent une enquête de Médiapart et provoquèrent la chute d'un ministre de l'Écologie déjà fragilisé au sein du gouvernement. La défense osée du ministre « *je suis allergique aux crustacés* » remettra 2 balles dans le flipper Twitter. Qui verra l'intégralité de ses prises de paroles illustrées par des homards.

S'il y a une leçon à retenir de ce cas pratique, c'est aussi l'impérieuse nécessité de maîtriser notre image et « *notre envie de briller aux yeux des autres* ». La sanction du péché d'orgueil est immédiate et sans appel.

Private investigation

En 2011, le ministre de l'Industrie et de l'Economie numérique Eric Besson confond DM (message privé) et publie par erreur ce message très romantique mais qui n'était manifestement pas destiné à l'intégralité de la twittosphère « *Quand je rentre je me couche. Trop épuisé. Avec toi ?* ». Cette invitation mettra en joie les réseaux sociaux jusqu'à agacer notre distrait quoique romantique qui finira par se lasser en lançant un glacial : « *Bon allez je vous laisse à vos délires. une audition à l'Assemblée Nationale à préparer...* ». Le Twitter de 2011 ne lui tiendra pas rigueur de sa touchante maladresse. Et n'en saura pas plus sur la destinataire.

Les conséquences seront autrement plus terribles pour cet autre ministre, victime de revenge porn, oublieux lui aussi, que fondamentalement la Toile ne peut en aucun cas être le réceptacle ou le confessionnal de nos vies privées ou de nos désirs privés. Le palais de la déesse Fama est ouvert à tous les vents, ne l'oubliez jamais.

Superealifragilisticexpialidocious

« *Covfefe* » : ce mot a été utilisé par l'ancien président américain Donald Trump en 2017. Tweet de poche, faute de frappe ou message codé ? Donald Trump avait à l'époque affirmé que le tweet était intentionnel sans plus d'explications. Le comportement erratique de ce dernier sur Twitter finira par entraîner l'exclusion... du président des États-Unis. Ce qui à mon sens officialise les Réseaux Sociaux en tant que Nouveau Continent.

BAD ROMANCE

Ces dernières années, on ne compte plus les entreprises qui ont connu des « Bad buzz » sur la Toile. Du mauvais goût qui ne passe pas aux dérapages sexistes ou racistes, l'espace du community manager ne dépasse pas la largeur du fil d'un équilibriste tendus entre deux falaises. C'est pour cela que je décourage souvent les entreprises ou les structures de s'exprimer sur des réseaux « *non professionnels* » : soit parce que les messages strictement institutionnels ont une très faible audience, soit parce qu'« *engagés* » ils peuvent être reçus et retournés avec une grande violence que vous n'aurez peut-être pas la force d'encaisser.

L'actualité est une proluxe pourvoyeuse d'exemples à soumettre dans toutes les écoles de communication. Je le répète souvent : il est indispensable de soustraire à certaines personnes l'usage fébrile de leurs comptes sur les réseaux sociaux. Nous distinguerons deux cas : celui du président ou dirigeant associatif de celui du patron d'entreprise.

Dans le premier cas, le dirigeant à la tête d'une association est « *un combattant* », il défend ou promeut une idéologie, un engagement, une cause. Attention cela ne signifie pas qu'il doit hululer grossièrement son ressenti sur un match PSG-OM ou littéralement « *troller* » ceux qu'il considère comme des opposants à sa raison sociale. Mais disons qu'on attendra de lui qu'il incarne avec fougue son association. Il est d'ailleurs souvent plus intéressant à interviewer car plus libre dans ses échanges que le cadre dirigeant d'une grande entreprise souvent contraint par des éléments de langage corporate. D'où ma distinction avec le patron d'entreprise qui lui doit correspondre aux attentes des consommateurs et donc d'un créneau marketing précis. Il m'arrive régulière-

ment de voir passer des tweets dignes d'un adolescent énervé et absolument pas d'un dirigeant d'entreprise. Et non je ne citerai pas de noms. Sauf un. Qui illustre merveilleusement ce qu'il ne faut pas faire et que j'appelle moi « le diable est dans les détails ».

Ainsi le président de Total, qui s'était jusqu'à présent assez peu illustré dans la jungle twitteresque, a, dans l'emportement, manifestement squeezé tous les communicants et autres CM de son groupe. C'est un des risques de ce réseau : le tout à l'ego. On se sent attaqué personnellement et on répond personnellement.

Dans le cas précis, la réponse est factuelle. A l'accusation d'une augmentation critiquée, le dirigeant fait une réponse somme toute factuelle : « *Je suis fatigué de cette accusation de "m'ètre augmenté de 52%" – voici la vraie évolution de ma rémunération depuis 2017 – elle est constante sauf 2020 car j'ai volontairement amputé mon salaire et ma part variable a normalement baissé avec les résultats de TotalEnergie* » en y joignant une infographie montrant l'évolution dudit salaire sur les 5 dernières années.

« *Et là* » comme dirait une de mes anciennes collègues « *c'est le drame !* ». Car le citoyen ne retiendra qu'une chose : un salaire que lui-même ne touchera parfois jamais en toute une vie voire en plusieurs générations. Un salaire déconnecté, non des réalités d'un marché, mais de ce que chacun estimera à l'aune de la pénibilité de ses propres tâches et/ou aspirations. Évidemment, il ne faut pas plus d'une minute avant que la toile s'enflamme entre colère et moqueries. Du côté des communicants, nous sommes un certain nombre à avoir soupiré une fois de plus.

Les Réseaux Sociaux sont donc tout sauf anodins jusqu'à devenir une pathologie à part entière accusée de tous les maux : citons, dans le plus grand désordre, le manque de sommeil, chez nous adultes et chez nos enfants. L'accès à des informations, des images, d'une violence inacceptable et que nos esprits encaissent mal (ne parlons pas de cet accès facilité à nos enfants qu'on ne peut quand même pas élever dans le désert).

Le stress évidemment, l'anxiété et l'incapacité à hiérarchiser les informations de la plus anodine à la plus importantes. Jusqu'à conduire certains et certaines d'entre nous à la dépression et à la sensation de vivre dans un monde abominable alors que nous baignons essentiellement dans un concentré d'abominations sélectives.

Pour les volontaires à l'influence ou les entreprises, le coût de l'investissement humain et financier n'est pas non plus anodin : pour exister, il faut payer. Sachant qu'on ne connaît pas encore réellement les intentions des propriétaires de différentes plateformes bien déterminés à tirer davantage de profits de nos émotions ou des nouveaux business d'influence. Comment allons-nous vivre ce dilemme : payer un abonnement ou... disparaître ?

A noter que les recruteurs sillonnant de plus en plus les Réseaux Sociaux, disparaître serait d'ailleurs parfois préférable pour certains candidats là où ils peuvent être un tremplin pour certains !

Et là, vous soupirez ou vous trépignez le doigt sur « *delete tous mes comptes* ».

TU ES MON AUTRE

Nos interactions ne sont heureusement pas toutes extrêmes. Les Réseaux Sociaux, c'est aussi la reconnaissance entre pairs, de toi qui est si loin et qui me ressemble tant.

C'est échanger avec un avatar Manga qui cache en fait « *Germaine, 84 ans, retraitée dans la Creuse* » ou « *Steeve, 22 ans, étudiant le jour et passionné de danse de salon* ».

C'est découvrir et apprendre, avoir accès à des passions qu'on imaginait pas, des curiosités et des archives. C'est retrouver quelqu'un, parfois, c'est faire avancer une cause ou trouver des témoins.

C'est un lieu de débat extraordinaire à condition de choisir ses interlocuteurs même si souvent on reste entre communautés déjà convaincues.

Les Réseaux Sociaux, c'est aussi parfois une bouteille à la mer que quelqu'un trouve : la perte du doudou de Dudule, la perte de minou, le vol de son ordinateur ou de son violon, la recherche d'un emploi, d'un article pour une thèse, d'une chanson. Pendant le confinement, c'était votre fenêtre ouverte vers mamie ou vers votre patron. Vers la liberté ou tout du moins une de ses formes.

C'est du réconfort parfois aussi. Et de la rigolade même si comme le chantait France Gall « mais pas comme avant ».

Être heureux sur son Réseau, c'est composer son « *fil d'information* » comme on le ferait d'une playlist musicale : vous ne mettriez pas des chanteurs que vous detestez ? Faites en autant avec vos followers et vos followings. Choisissez. Masquez. Bloquez.



05

Combien ?

Derrière l'envie d'être, on nous retrouve tous, usagers des réseaux sociaux. Je distinguerai là aussi, l'utilisateur actif qui communique et échange, de l'utilisateur passif qui reçoit et s'informe (44% des utilisateurs n'ont jamais twitté et 500 millions de personnes visitent sans jamais se connecter). Mais tout d'abord quelques chiffres donnés par le **blog du Modérateur**.

Nombre d'utilisateurs actifs quotidiens (DAU) : 217 millions (+13 % en un an) pour 38 millions rien qu'aux USA. Le nombre d'utilisateurs actifs mensuels sur Twitter est estimé à 436 millions, selon la mise à jour de janvier 2022 de l'étude sur l'usage d'Internet et des réseaux sociaux de **We Are Social et Hootsuite**. Même si nous avons toujours une très haute opinion sur notre influence dans le monde, sachez qu'en janvier 2021, nous n'arrivions qu'en 10^e position des utilisateurs les plus actifs sur Twitter avec 8 millions de twittos et de twittas.

La répartition entre sexes est relativement paritaires : 56,4% des hommes pour 43,6% des femmes. Pour l'âge c'est plutôt l'âge moyen même si on constate que des plateformes aux contenus plus « visuels » se taillent la part du lion auprès des plus jeunes.

Sachez également que la durée de vie de votre tweet est en moyenne de 15 minutes et que le nombre de vidéos vues sur Twitter est de 2 milliards. Maintenant savez-vous sur quelle échelle vous vous déterminez niveau nombre de followers ? Et bien 700 est le nombre moyen de followers d'un compte Twitter. Vous rejoignez ainsi les 83% des leaders de la planète détenant un compte ou les 23 millions de comptes tenus par... des robots (bots). Dans les comptes certifiés (le graal pour certains), on retrouve 24,6% de journalistes.

Sur le contenu, on sait que les tweets contenant un GIF vont obtenir 55 % d'engagement supplémentaire que ceux qui n'en comportent pas et qu'un tweet avec une image 150 % de retweets, 89 % de likes et 18 % de clics en plus qu'une publication qui n'en comporterait pas. Une vidéo obtient 10 fois plus d'engagements. Toujours selon le Blog du Modérateur, Instagram, malgré une forte concurrence de Snapchat et TikTok, est le 3^e média le plus utilisé derrière Facebook et YouTube avec 22 millions de visiteurs uniques mensuel en France. Ne tombez pas à la renverse : à l'échelle mondiale c'est 2 milliards d'utilisateurs actifs ! Snapchat est le chouchou des moins de 20 ans avec ses 347 millions d'utilisateurs actifs quotidiens et 500 millions d'utilisateurs actifs mensuels.

DU COUP ?

01

On ne confond pas outil et contenu

Erreur fatale de penser que, parce qu'on sait se servir techniquement d'une plateforme de Réseau Sociaux, on est un communicant. Il y a l'outil et il y a le contenu. Soyons clair : il est plus facile de se former à l'outil que d'apprendre à bien écrire ou à communiquer un message.

02

On utilise le bon outil

A mon sens, le seul réseau adéquat pour une communication institutionnelle est LinkedIn. Cela se discute si vous souhaitez fédérer autour d'une communauté ou diffuser un communiqué de presse. En bref, chaque réseau a ses spécificités et comme tout vecteur de communication, vous devez réfléchir en amont au but de votre opération et à la cible que vous souhaitez toucher.

03

On utilise les bons codes

Chacun de vos messages doit s'adapter aux codes du réseau sur lequel il sera posté. Vous ne devez donc pas écrire un seul message mais plusieurs formats. Et vous adapter aux différents horaires. On oublie pas que même en communication de crise, on ne se jette pas sur son clavier furieusement. Mais on ne fait pas l'impasse non plus d'une réponse éventuellement juridique.

04

On reste zen

Vous ne pouvez pas répondre à tout le monde et sur tous les sujets. Vous ne pouvez pas prendre la souffrance de tout le monde. Vous ne pouvez pas céder à toutes les colères. Et jamais, jamais, vous ne «nourrissez les trolls» car c'est de vous qu'il se repaît.

05

On analyse

Ce n'est pas parce que c'est écrit et retwitté que c'est vrai. Ce n'est pas parce que cela vient d'une personnalité que c'est vrai. Comme pour chaque information, il est indispensable de prendre le temps de recouper plusieurs sources avant de s'exciter.

06

On coupe

On décroche si ça fait mal. On attend pas d'être en burn out complet et on ne se dit pas que notre vie va disparaître avec les Réseaux.

07

On s'abtient

Comme dans la vie réelle : si la seule chose qui nous vient en tête est une saloperie à envoyer à quelqu'un, on s'abtient.



QUELQUES SOURCES

Signe de l'importance des Réseaux Sociaux dans nos vies, vous trouverez de nombreuses sources de documentation toutes plus passionnantes les unes que les autres. J'espère que ces quelques pages vous donneront envie d'aller plus loin et qui sait, même, de vous replonger dans la mythologie.

Andy Warhol : L'expression est une paraphrase d'une ligne du catalogue d'exposition de Warhol pour une exposition au Moderna Museet : « À l'avenir, tout le monde sera mondialement connu pendant 15 minutes. Ralph Keyes, Le vérificateur de devis : qui a dit quoi, où et quand , le stylo est noir, 2006, ISBN 0-312-34004-4, page 288.

Effet Streisand : « California Coastal Records Project - Image 3850 - «Streisand Estate, Malibu» » [archive], sur California Coastline.

*Mythologie : https://fr.wikipedia.org/wiki/Portail:Mythologie_romaine
<http://lelatinsanspeine.fr/nf/fama>*

Capitalisme et RS : <https://hal.parisnanterre.fr/hal-02318813/preview/David%20Buxton%20A%20pour%20VR%2019%20oct%202015.pdf>

Héliée : <https://eduscol.education.fr/odysseum/les-tribunaux#:~:text=Contrairement%20%C3%A0%20l'Ar%C3%A9opage%2C%20les%20fonctions%20politiques%20ou%20militaires.>

*Corbeau : Le corbeau : Histoire vraie d'une rumeur. Du tigre au corbeau, p. 193.
« Faits divers: d'où vient le terme «corbeau». » [archive], Le Parisien, 16 juin 2017.*

*# : (en) Keith Houston, Shady Characters: The Secret Life of Punctuation, Symbols & Other Typographical Marks, New York : W.W. Norton & Company, 2013.
Love : <https://www.leptidigital.fr/reseaux-sociaux/hashtags-populaires-instagram-30606/>*



110 rue Edouard Maury, 94120 Fontenay sous Bois
www.agencedescuriosites.com