

# Soyez 2.0 !

ANATHÈME

Vous avez récemment acquis un ordinateur de bureau ? Quelle ringardise, il fallait choisir un portable ! Et une tablette...

Vous avez fièrement proposé à votre neveu, au diner de famille, dimanche passé, de lui envoyer par mail les photos que vous preniez ? Quel impair ! Une adresse électronique, pour lui, c'est ce truc qui sert à s'identifier sur Facebook®... Les photos passent par Picasa®, Flickr® ou Instagram®, les vidéos par YouTube®.

Vous envisagez de créer un blog consacré à votre passion pour la reconstitution en allumettes des grands monuments du Brabant wallon ? Mais dans quel pays vivez-vous ? Plus personne ne crée de blog, vous devez présenter vos créations sur Facebook® et dialoguer avec les personnes partageant votre passion via Twitter®.

Résumons : vous n'êtes pas branché « Web 2.0 ». C'est tragique, mais pas incurable, nous sommes là pour vous aider.

Procédons cependant par étapes, il est inutile de vous inscrire d'emblée à l'ensemble des réseaux sociaux disponible. Mieux vaut vous familiariser avec un seul au départ. Après, vous pourrez envisager de multiplier les inscriptions en sachant

que, de toute façon, tous ces sites seront, un jour ou l'autre, rachetés par Google® ou Facebook®.

Vous êtes, je le devine à vos lectures, plutôt un intellectuel, imprégné d'une culture du débat d'idées et plutôt rétif à l'idée de partager vos photos de famille ou des vidéos de chatons gaffeurs en ligne. Puis-je donc vous suggérer de choisir Twitter® pour faire vos premiers pas ? Réseau élitiste, moins couru que Facebook®, mais tellement plus smart, il vous ouvre la porte du microblogging. En gros, vous pouvez échanger, par le biais d'abonnements — pas obligatoirement réciproques — des messages de cent-quarante caractères contenant vos courtes pensées les plus profondes, des liens vers des sites, des photos et même des vidéos. Attention, tout ce que vous y direz sera public, lisible par tous, même par ceux qui ne sont pas vos abonnés, via n'importe quel navigateur, sauf à opter pour un compte privé.

Vous faites vos premiers pas, il convient d'éviter de se prendre les pieds dans le tapis. Voici donc quelques conseils.

S'identifier. Choisissez soigneusement votre pseudo. Si vous optez pour @BernardDupont, tout le monde saura qui

vous êtes. Ce n'est pas toujours souhaitable. Si vous préférez @Linconnu, personne ne saura qui vous êtes. Ce n'est pas nécessairement mieux.

Comprendre. Consultez un des nombreux sites qui vous expliquent ce que sont un RT, un DM, un DMfail, un FF, un follow back et un hashtag. Entre autres. Il faudra aussi comprendre ce que signifient #OMG, #WTF ou #OSEF. Vous n'aurez ainsi pas l'air idiot en annonçant « On s'en fiche, mais je fais suivre » et vous écrirez plutôt « C'est #WTF, mais je RT ». Au passage, notez que plus personne ne lolle et qu'il serait pire encore d'être #PTDR ou de #ROFLer à tout bout de champ. Vous êtes un intellectuel. Tenez votre rang, que diable !

Suivre et être suivi. Suivez les tweets de quidams ou de célébrités en fonction de vos goûts, mais surtout de leur nombre de followers, témoin de leur puissance sur Twitter®. Retweetez-les abondamment, gratifiez-les de #FF<sup>1</sup> en fin de semaine, peut-être daigneront-ils s'abonner à vous et leurs éventuels #FFback feront votre promotion. Car à quoi bon avoir tant de bonnes idées si c'est pour les garder pour vous ? Il vous faut conquérir des abonnés et à cette fin, il convient de vous faire remarquer.

Débattre. Si la renommée vous semble lente à venir, rien de tel qu'un #epic #tweetclash<sup>2</sup> avec une célébrité locale (si tant est que la localité ait un sens sur l'Internet) et des débats nourris. Vos twittos et, plus important, ceux de votre interlocuteur, vous suivront sans rien dire, assistant à vos échanges et s'abonnant à vous s'ils apprécient votre habileté.

1 Un #FF est un follow friday, la recommandation d'un compte Twitter® à sa TL (sa timeline ou fil, l'ensemble de ses abonnés) afin de les inciter à le suivre. A traditionnellement lieu le vendredi.

2 Entendez « un affrontement mémorable ».

Quelques comparses feront la claque en vous retweetant. Vous suivrez bien entendu vos progrès par le biais de votre indice Klout® qui mesurera votre influence sur Twitter et d'autres médias sociaux.

Prendre publiquement position. Il faut débattre et émettre des considérations diverses en public; or, rien ne serait pire pour votre e-réputation qu'un #fail en public. Il faut à tout prix éviter le faux-pas et se garder du ridicule. Pas de panique, quelques règles simples sont à observer.

En premier lieu, ne vous inquiétez pas, sur Twitter, tout le monde parle de n'importe quoi, et nombreux sont ceux qui expriment des opinions tranchées sur des sujets auxquels ils ne comprennent rien. Vous ne dénoterez donc pas.

En deuxième lieu, une bonne manière de démarrer est de tweeter un lien vers un blog quelconque (il en reste) ou un site de journal (intello et exotique si possible), assorti d'un commentaire standard tel que « incroyable ! », « ça ne peut pas durer ». Il est recommandé d'assaisonner de quelques hashtags<sup>3</sup> à la mode : #DSK a fait fureur, #nogov, #nevergov aussi, mais ils sont passés de mode. Il suffit d'être vigilant pour saisir celui qui fait recette.

En troisième lieu, si vous êtes interpellé par quelqu'un qui, de toute évidence, est bien plus compétent que vous sur le sujet, ne vous laissez pas démonter. Nul besoin d'argumenter longuement (de toute façon, vous n'avez que #140car). Vous pouvez vous contenter de fustiger votre interlocuteur pour son usage de la langue de bois, son refus d'ouvrir les yeux, son allégeance à telle ou telle doctrine, sa bien-pensance ou son inaction alors que le problème s'aggrave. Qu'importe le fon-

3 Un hashtag est un mot clé, indiqué par un dièse. Il facilite les recherches dans le flux général de tweets.

dement de ce qu'il vous dit, pourvu que vous puissiez affirmer en public qu'il est à côté de la plaque. Car, sur le web 2.0, la vérité n'existe pas, seul compte le plébiscite. Inutile d'argumenter, contentez-vous de prêcher pour les convaincus qui suivent la conversation sans y intervenir, qui comptent les coups et retweetent vos bons mots... Vous ferez le plein de followers sans avoir pour cela dû fournir le moindre argument.

Vous me direz que disqualifier l'adversaire, ça ressemble fort à la technique de votre oncle Marcel quand il vous explique que « le problème, ce sont ces étrangers » et vous traite de gauchiste aveuglé par son idéalisme ? Vous n'avez pas tort ; et si votre tonton Marcel en est capable, pourquoi pas vous ? Vous aussi, pouvez devenir un twitto influent ! ■