

Mondes numériques

Publish or perish

Christophe Mincke

On lit souvent que les scientifiques sont aujourd'hui en butte à un impératif de publication — *publish or perish* — qui leur impose de publier toujours plus et plus rapidement sous peine de cesser d'exister scientifiquement. Ils se lanceraient alors dans des publications multiples des mêmes résultats, ou d'études partielles, ou de résultats peu consolidés, ou de textes purement factuels, faute du temps nécessaire au développement d'approches originales, risquées ou approfondies. En résulteraient une hausse des erreurs et des fraudes et, partant, une baisse générale de la qualité des publications.

Il est un autre secteur dans lequel règne une frénésie de publication : celui des médias sociaux. Chaque jour, des millions de publications sont diffusées via Facebook, Twitter, Snapchat, Tumblr, Pinterest et mille autres médias. Des photos de notre déjeuner, des vidéos de chatons, des considérations sur la vie et la mort, de consternantes phrases de Paolo Coelho, des plaisanteries vaseuses et mille autres communiqués à l'ensemble de la Terre.

Il y a quelque temps, dans un article publié par le *Courrier international*¹, Jacob Silverman indiquait que, selon lui, ces communications n'avaient pas tant

pour objectif d'informer nos semblables que d'exister à leurs yeux. Une pulsion narcissique nous pousserait à leur montrer combien nous sommes drôles, bien informés, amusants, à la page, etc.

Certainement, le narcissisme est-il l'un des ressorts fondamentaux de la publication compulsive, mais il me semble que quelque chose reste dans l'ombre si l'on se limite à cette explication. Quelque chose qui tient à l'importance toute particulière qu'a prise le fait de publier en lui-même.

Les médias sociaux sont des médias sans contenu prédéfini, qui confondent producteurs et consommateurs de l'information véhiculée. Certes, il est des utilisateurs qui ouvrent un compte Twitter dans le seul but de suivre autrui et qui ne contribuent pas, mais cette démarche est loin d'être majoritaire. Du reste, cet usage à sens unique n'équivaut pas à s'abonner à une publication institutionnalisée, dotée d'une ligne éditoriale, d'une équipe de rédacteurs et qui abreuve des lecteurs d'informations. La production d'information est répartie sur une multitude d'auteurs non coordonnés.

Il est à cet égard frappant de voir combien les médias traditionnels singent les médias sociaux. Il peut s'agir de lancer à la radio une discussion avec l'équipe de journalistes (comme c'est le cas

¹ Clara Tellier, « Comment les réseaux sociaux ont fait de nous des touristes de nos propres vies », *Courrier international*, 6 mars 2015, <http://bit.ly/18ZQy8T>.

tous les matins sur La Première). La démarche peut également être, pour un quotidien, de copier en vitesse sur son site des dépêches d'agence ou des nouvelles abracadabrantes glanées sur le net, afin de susciter du « clic » (et donc des recettes publicitaires), mais aussi des commentaires d'internautes sous les articles. Ainsi, sous quelques lignes rédigées dans un français approximatif et relatant brièvement des faits non vérifiés, ce sont souvent des flots de considérations diverses, d'engueulades en tout genre, d'élucubrations grotesques et de propos haineux qui se déversent. Combien de caractères postés par les « lecteurs » pour chaque caractère dif-fusé par la « rédaction web » ? Qui sont, alors, les auteurs du contenu publié sur le site, dès lors que la présence en ligne est assurée par un réseau de personnes incontrôlées produisant un contenu de qualité fort variable et disqualifiant l'idée même d'une ligne éditoriale ?

C'est dans ce contexte d'indistinction entre les rôles de production et de consommation que chacun est invité à lire autrui et à se donner à lire. Dès lors, l'importance d'une personne ne tient plus à son statut, à la position sociale stable qu'il occupe et à laquelle il s'identifie, au pouvoir ou à l'autorité qu'il exerce sur autrui, mais bien à son audience, à l'intérêt qu'il suscite et à l'influence qu'il exerce.

Ce dont témoigne l'individu n'est plus sa position, mais son point de vue. Il n'est pas plus haut qu'autrui dans la hiérarchie sociale, mais il peut être plus désirable, plus attendu, plus regardé. La valeur de son point de vue, dès lors, dépend du regard d'autrui. Il n'occupe pas une position stable qui lui confère des droits, des privilèges, des charges et des désavantages, garantie par une institution sociale, indépendamment de l'attention qui lui est portée. Ce qu'il est, le sens de ce qu'il fait, l'importance

de ce qu'il accomplit n'ont aucune valeur propre qui pourrait être déduite d'une norme institutionnalisée, pré-existante. La valeur ne découle que du regard de l'autre, de son adhésion.

Publier sur les réseaux sociaux n'est donc pas uniquement affaire de narcissisme, plus essentiellement, c'est affaire d'existence. Il devient littéralement vital de publier, d'être présent, de se manifester, sous peine de disparaître aux yeux d'autrui, ce qui équivaut à disparaître pour de bon.

C'est donc par la circulation de communications dans les réseaux que l'on s'assure désormais une existence, bien davantage que par l'occupation d'une position définie. Certes, les statuts sociaux n'ont pas disparu, tant s'en faut, mais ces nouveaux espaces dans lesquels se croisent photos de chatons et considérations sur le changement climatique s'en soucient bien peu.

Il est évidemment aussi possible de se passer de cette existence que, en d'autres contextes, de vivre sans statut social reconnu. Cependant, il faut reconnaître une persistance du désir du primate social qu'est l'homme d'exister au sein d'un groupe de semblables.

Est-il dès lors plus ridicule de tenter d'exister en postant des plaisanteries éculées et des photos ratées sur les réseaux sociaux que d'intriguer pour obtenir une promotion de sous-chef de bureau, de mettre en avant les signes de son adéquation avec l'air du temps que de faire étalage des signes de son statut social, de se prononcer sur tout et sur rien que d'adopter fidèlement la parole officielle de l'institution à laquelle on se voue corps et âme en échange d'une respectabilité sociale ?

Les médias sociaux sont-ils en fin de compte autre chose qu'un nouveau lieu — immatériel — où se joue l'éternelle comédie humaine ?