

(Source : [Le Devoir](#))



À l'ère des Facebook, Tinder, Vine, Periscope, Instagram et consorts, il se cultive maintenant de manière malade dans les univers numériques, par excès de confidences, de mise en scène de son quotidien, de photos de nourriture soumise à la dictature du filtre pour paraître plus alléchante, d'égoportraits abusant du « duckface », cette moue qui cherche à faire paraître le visage plus mince, ou de demi-vérités bien cadrées, bien éclairées, et placées sur le « mur » d'un réseau social pour impressionner la visite et affirmer haut et fort que l'on existe. Un bonheur, sans doute factice, encouragé, stimulé par les nouveaux services de communication instantanée, et **qui témoigne sans doute un peu plus d'un asservissement et d'une profonde solitude que d'un réel enchantement des foules face à la technologie**, estiment plusieurs observateurs des mutations sociales.

“ *La plupart de ces outils ont un but lucratif. Ils tirent un avantage du fait que vous donnez l'impression d'être toujours heureux.*

dit Maude Bonenfant, professeure à l'UQAM et directrice de l'Homo Ludens, un groupe de

recherche qui s'intéresse au jeu et à la communication dans les espaces numériques.

“ Ils veulent que vous affichiez une existence parfaite et que vous ayez toujours envie d'être connecté pour le faire. Leur cadre est conçu pour que tout le monde exprime le fait qu'il pense comme vous et aime ce que vous dites. Ce sont des plateformes de valorisation, non pas parce que chaque humain est un être extraordinaire, mais **parce que, si vous vous déconnectez, elles perdent de l'argent.** ”

Le prix de la gratuité

La gratuité et la facilité d'accès induisent l'effet, en surstimulant les interrelations sociales pour mieux en tirer profit. « C'est unique dans l'histoire de l'humanité », dit-elle, « et ça modifie les rapports sociaux. On n'est plus deux dans le rapport d'intimité, **il y a un tiers qui ne veut pas notre bonheur, mais qui veut nos données personnelles pour en faire de l'argent** », comme l'a rappelé d'ailleurs la semaine dernière Option Consommateurs, étude l'appui. Selon l'organisme, les géants du Web dépasseraient en effet les limites en **collectant trop d'informations personnelles sur leurs usagers contre la gratuité**. Des données qui se ramassent à la pelle, particulièrement lorsque les humains connectés répondent sans trop de gêne et de retenue à l'appel du partage et de la confiance.

Le leurre semble parfaitement au point et séduit facilement une et même deux générations d'internautes qui, après des années passées à se frotter au monde de la consommation et de la publicité, sont désormais plus habiles que d'autres pour en reproduire les codes et assurer avec leurs autopromotions. Et ils ont désormais les outils en poche pour le faire. « La mise en scène, la culture de l'image sont des aptitudes largement développées », dit la réalisatrice Sophie Lambert qui vient de signer un documentaire sur *L'amour au temps du numérique* et les relations affectives perturbés par les nouveaux cadres socio-numériques. « Il faut se montrer, montrer où l'on est, montrer avec qui l'on est. Les gens passent aujourd'hui beaucoup de temps à s'investir dans les réseaux sociaux, mais sans trouver forcément la qualité relationnelle qu'ils recherchent. **C'est le paradoxe. Les écrans nous isolent encore plus en nous donnant l'impression d'être super réseautés.** »

Heureux jusqu'à la détresse

La sociologue américaine Sherry Turkle a très bien résumé l'état d'esprit dans un livre intitulé *Seuls ensemble*. **De plus en plus de technologies de moins en moins de relations humaines** (L'Échappée) et qui témoigne des contours de cette nouvelle intimité, d'une nouvelle socialisation, surveillés et stimulés que nous sommes par une technologie qui loin de rapprocher éloigne, selon elle. Et ce, **en créant une dépendance qui n'est pas sans rappeler celle induite par d'autres paradis artificiels**.

En effet, **les réseaux sociaux agiraient en effet sur le cerveau humain comme la cocaïne, selon une étude norvégienne qui vient d'être publiée** au début du mois dans la revue *Psychological Reports : Disability and Trauma*. Avec la même montée d'euphorie et confiance qui s'accompagne d'une descente dans l'enfer du mal-être et de la dépression, lorsqu'on s'en éloigne. Une dépression accentuée d'ailleurs par la distance qui finit par s'installer entre une réalité magnifiée inatteignable que l'on se met à envier et qui souligne la banalité non magnifiée des quotidiens non numériques. « *Les jeunes sont très conscients des stratégies de manipulation des images*, dit Mme Bonenfant. *Mais il reste que ces abus de mise en scène ont des effets négatifs sur l'estime de soi, autant sur celui qui produit la mise en scène que celui qui la reçoit. Le décalage avec la réalité fait que nous devenons finalement étranger à nous-mêmes. On s'aliène de sa propre vie* », dans une urgence d'exister qui finit par faire disparaître notre véritable nature. Le culte des petits bonheurs ouvre la porte de gros problèmes.

« *Nous sommes dans des sociétés qui misent sur le marketing et la culture de l'apparat*, dit Sophie Lambert. *Appliqué à la socialisation, cela induit des crises et de la détresse, et convoque également un appel au sevrage* », et sans doute aussi au retour de ce « Monsieur » — ou de cette « Madame », parce qu'on est en 2016 — qui, comme on disait dans le temps, pourrait nous délivrer de la torture.

Un présent narcissique

La dérive est racontée par les chiffres. Chaque jour, 80 millions de photographies sont partagées sur le réseau Instagram et sont récompensées par 3,5 milliards de « j'aime » quotidiennement. Sur Facebook, 1,04 milliards d'humains connectés — soit l'équivalent de 15 % de la population mondiale — racontent chaque jour leur vie, se dévoilent, se perdent en confiance, **cultivant ainsi un narcissisme collectif qui va au-delà des apparences**. Aux États-Unis, en effet, les cas de trouble de la personnalité narcissique sont en croissance

depuis 10 ans, indiquent plusieurs études cliniques, en pointant du doigt une révolution numérique qui a bouleversé les codes sociaux depuis le début du siècle. Plusieurs ont été menées au sein de la jeunesse américaine connectées, d'ailleurs, avec un constat sans appel : **l'excès de communication en réseau tend à faire diminuer la compassion et l'empathie** — la réellement préoccupation de l'autre, quoi, exprimé autrement que par un « j'aime » — **et fait grimper le narcissisme et le culte de sa propre personne**. Drôle d'époque.

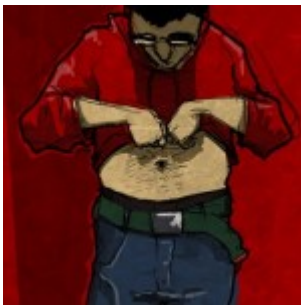
Partager cet article :

[Facebook](#)
[Twitter](#)
[Google+](#)
[Pinterest](#)

À lire également :



[En bref - Glissement de terrain meurtrier en Ouganda](#)



[La génération réseaux sociaux serait « nombriliste »](#)



[Une crise de civilisation et la vraie tragédie de l'homme](#)

J'idéalise donc je suis : heureux jusqu'à la détresse



Sagesses concordantes : dictat de la charité