



HUMEUR SOCIÉTÉ

FACEBOOK, TWITTER & CO...

“Au secours,
je suis paumée
dans le réseau”

Explorer les réseaux du net, c'est comme arpenter un hypermarché où je n'aurais pas besoin de grand-chose, ça me prend le chou. Entre aspiration à la modernité et repli dédaigneux, je me tâte. Y aller pour le plaisir, après tout pourquoi pas ? Et si, finalement, le réseau pouvait m'être utile, à moi aussi ?

PAR SIMONE SAINT MARTIN-BIBAL – ILLUSTRATION SÉBASTIEN LYKY

d'ésormais, dès que j'ouvre une page web, que je lis un article en ligne, une pub dans un magazine, la notice de presse d'un éditeur, je trouve le petit « F » de Facebook et le petit « T » de Twitter sur fond bleu. Au début, j'ai cru que c'étaient des signes de piste, des invitations destinées aux initiés, pour des apéros géants ou des flashmobs. D'ailleurs ils ajoutent parfois : « Rejoignez-nous ». Dois-je m'inscrire d'office sur la liste des invités, juste pour prouver que j'existe ? Jusqu'à présent, le monde vivait très bien sans. Et tout à coup, je me vois priée de rejoindre toutes les manif qui passent et de faire de la pub pour des gens que je ne connais pas. En bonne Bécassine, j'ai donc essayé de tirer les fils de la pelote de laine, pour la retricotter à ma manière.

Album photos et gazouillis

C'est quoi cette intox ? Il paraîtrait que je serais la seule à ne pas être sur Facebook. Ils sont 750 millions dans le monde. Et sur 65 millions de Français, il y a 23 millions de gens jeunes, modernes et dynamiques à répondre « présent », et pas moi. Pourtant, quand j'entends évoquer les âneries qui s'y déversent, ça ne me donne pas envie. Je ne veux pas mettre ma photo. Et mes amis à moi, ce sont des vrais, pas des faux.

Je ne suis pas sur Google + non plus, même genre mais encore plus moderne, avec des groupes de chouettes copains, et on peut faire des vidéoconférences. Mais après tout, on ne sait jamais. Je le note.

C'est quoi cet énigmatique petit dièse qu'on trouve ça et là sur le net ? Collé à un mot, qu'il transforme en mot clé signalant un Tweet sur Twitter, c'est un *hashtag*, *hash* voulant justement dire « dièse » en anglais. Dois-je suivre le dièse et aller sur Twitter comme toutes les stars qui n'ont rien à dire ? Et c'est quoi un Tweet ? Un gazouillis. Du « microblogging ». Des brèves, des petites infos de 140 signes pas plus. Et le job de Twitter le gazouilleur est d'afficher des listes entières ou flux RSS (Really Simple Syndication) de ces mêmes petites infos envoyées dans le tuyau. Vraiment simples en effet : 140 signes. 2 lignes. C'est austère, sans visuel, et ce doit donc être nourri. Si l'on n'a rien à dire, mieux vaut se taire. Ce que tout le monde ne fait pas, d'où l'image un peu prétentieuse que le site peut parfois donner. Mais ça peut toujours servir. Si je crée un parti, un *think tank*, ou si je fais le tour du monde sac à dos avec mon Smartphone, pas besoin d'Internet ni de cybercafé. Je le note. C'est quoi, Viadeo et LinkedIn ? C'est le réseau social, professionnel et incontournable, paraît-il. LinkedIn, de l'anglais *link*, comme « lien », me suggère d'être liée, c'est du moins ce

que font les innombrables invitations d'amis à moi, relayées par mail. Il faut s'inscrire, taper son CV, qui est lu par des recruteurs d'entreprises ; on peut découvrir ce que font les copains et les copines, connaître leurs entreprises, et donc le marché. Dans un monde du travail incertain, que l'on soit dans l'entreprise ou lâchée dans la nature, c'est peut-être sécurisant, après tout. On se sent moins seule. Comme dans un grand feu de camp. Ça ne mange pas de pain, je le note.

Ludique et interactif

Dans le fond, que risquerais-je ? Rien, c'est gratuit. Et puis, après tout, on ne va plus au lavoir et on ne moule plus son café. J'ai donc pris ces trois options, les plus connues, les plus rassurantes : si tout le monde arrive à s'en servir, j'ai mes chances. Désormais, je suis moderne. Et j'échappe aux sarcasmes de mes enfants et de mes neveux. Facebook, c'est sympa. On peut accumuler les amis vrais ou faux, mettre la photo de quelqu'un d'autre (Elizabeth Taylor ou Grosminet) recevoir des vidéos rigolotes, communiquer avec des copains perdus de vue, envoyer des photos, cliquer mollement sur « j'aime ». On dit aussi « je like ». À noter : le français est le roi des réseaux. On peut le déplorer, mais mieux vaut s'y faire, on n'y pourra rien changer. Et je dois le constater, l'idée de Zuckerberg en est une bonne : au lieu de prendre un café avec une personne à la fois, on fait un grand dîner avec tout le monde. Pour les apartés, on va dans les « messages », cela évite aux autres de connaître votre vie heure par heure. J'ai fait la même chose sur Google+. Je suis aussi sur Twitter. Je lis les Tweets, qui me dirigent en général vers des blogs ou des sites et m'évitent d'aller les visiter un par un. Je suis abonnée, entre autres, à Bernard Pivot, qui donne des infos sur des écrivains, c'est mieux que Lady Gaga. Chez Twitter, on n'a pas d'amis mais des *followers*. J'en suis donc une, mais je n'en ai toujours pas moi-même. Ça peut venir. Côté pro, je suis aussi méchamment reliée à LinkedIn. J'ai tout bien mis ce que je savais faire, et j'ai fait la même chose sur Viadeo. Je me sens mieux. Je fais régulièrement le tour de mes boîtes aux lettres. J'observe, et j'attends que ça tombe. Je suis une lectrice branchée. Et passive.

Valorisant et personnel

Follower partout, qu'en est-il de moi, de mon ego pensant ? Il n'y a qu'un pas à franchir pour qu'il passe de spectateur à acteur. C'est le but du jeu, non ? Si je n'ose pas, je resterais la seule timide violette du XXI^e siècle. L'artiste méconnu dans sa mansarde, c'est fini, ou alors c'est qu'il veut le rester.

Ma boîte à lettres personnelle doit devenir un grand centre de tri postal.

Le bouche-à-oreille, c'est le réseau. Qui fait le buzz, qui bourdonne. Si on a quelque chose à dire ou à vendre, cela commence à devenir intéressant.

Facebook se propage en étoile. Pour changer des photos de chats (stars incontestées du net), on peut envoyer un post bien senti concernant son activité, avec texte, photo, vidéo ou les trois, à tous nos amis, mettons 20 pour commencer, qui transfèrent aux leurs. S'ils en ont 30 chacun, cela peut faire 600 personnes tout de suite au courant, qui vont elles-mêmes... et ainsi de suite. C'est ce qu'on appelle l'effet boule de neige. Qui devient parfois avalanche. Twitter, lui, se propage en liste,

mais donne des liens vers d'autres informations rangées ailleurs, que les *followers* vont propager de la même manière. Il paraît que l'être humain peut avoir des échanges suivis avec 150 personnes, pas plus. Les invités d'un mariage, en gros. Que deviennent les autres ? Un public. D'où l'intérêt, qui m'apparaît de plus en plus évident.

C'est gratuit, c'est mondial, tout le monde fait sa pub et aurait tort de s'en priver. Parmi mes amis Facebook, il y a des écrivains qui signalent l'avancée de leur livre, leurs signatures, les émissions auxquelles ils participent ; des professeurs de yoga qui donnent les dates de leurs cours et des sculpteurs celles de leurs expositions ; des éditeurs qui informent des sorties en librairie, du succès des promos, des prix littéraires ; des producteurs de cinéma les sorties des films. Même les gens de la vieille école, comme les artistes peintres, souvent réfractaires à l'objet ordinateur, finissent par craquer. Parce que faire connaître ses toiles à des acheteurs potentiels, qui eux-mêmes en parleront dans leurs réseaux, et tout cela sans investir un centime dans de la pub, c'est quand même un progrès.

Effet boule de neige

Il n'y a pas que les créatifs patentés qui savent faire des trucs et des machins. Tout le monde a une profession, un art, un talent, un hobby, une passion, une culture ciblée. Donc, imaginons une fleuriste passionnée, cultivant son jardin, ayant dans son tiroir des textes sur les fleurs. Certes, elle peut mettre des *flyers* chez le boulanger ou s'offrir un huitième de page dans le quotidien local, cela n'ira pas bien loin. Elle joue aussi de la guitare, dans un groupe, qui compose et enregistre tous les week-ends. Sans viser un Grammy Award, ils aimeraient faire des petits concerts. Mais, pour cela, il faut commencer par faire savoir qu'on existe. Valable aussi pour le tricot, l'élevage de carpes Koi, l'aquarelle, la restauration et l'hôtellerie... à l'infini.

Pour diffuser, il faut un contenu, donc un support où s'exprimer librement. Comme un cahier ou un journal sur écran, un blog, de « weblog », web, la toile ; et log, le journal de bord dans la marine. Il existe plein



de blogs en ligne gratuits. Pour un site, plus sophistiqué, c'est plus cher, il faut faire appel à des spécialistes. Vous l'avez compris : le réseau est un nouveau media, le support de votre organe de presse personnel.

Sans rêver de la carrière de Julie Powell, qui remit à la mode sur son blog les recettes de cuisine française de Julia Child, en fit un livre, dont on tira ensuite un film *Julie et Julia* et gagna ainsi beaucoup de dollars ; sans ambitionner de devenir une blogueuse mode recrutée par un magazine féminin... on peut réaliser une communication très satisfaisante. En France, nous avons entre 15 et 20 millions de blogs, de très beaux et d'autres carrément hideux, et mal écrits. L'échange démarre dès la mise en ligne du blog, puisqu'il comporte une

lien sur son réseau professionnel, où elle a déjà déposé ses diplômes. Et au cas où elle se sentirait intimidée par le monde des affaires, elle pourra même faire appel au côté « monsieur plus » de LinkedIn, qui se chargera de son « *personal branding* ». Traduction : stratégie de marque individuelle. J'aime bien l'idée de se considérer comme une marque.

Au rayon musique, elle envoie les vidéos des derniers morceaux composés et présentables sur YouTube, Vimeo et DailyMotion, la musique sur MySpace, les photos de répétitions, pris, par téléphone, Smartphone, tablette ou numérique sur FlickrR, ou Picasa de Google, où ils recevront des commentaires souvent constructifs des lecteurs. Quel hébergeur choisir ? C'est une question d'affinités personnelle, comme pour une auto ou des yaourts. Tout ce visuel prendra aussi la direction de Facebook, où elle a davantage d'amis. Elle pourra même faire un lien Twitter, à condition, quand même d'avoir une production régulière, qui justifie sa présence, sinon on se demandera ce que ça fait là. Si ses yeux tiennent encore le coup à la fin de la journée, notre fleuriste aura aussi parfaitement le droit d'aller sur Wikipedia, encyclopédie sociale communautaire, pour créer ou modifier une page sur l'orchidée *Phalaenopsis hieroglyphica* et même de s'abonner à Meetic, réseau social s'il en est. Mais ceci est une autre histoire.

En France, nous avons entre 15 et 20 millions de blogs

petite case pour les commentaires, comme dans la grande presse ! On peut même y inclure de la pub, et certains font des fortunes. Mes recettes personnelles se montent à ce jour à 3,95 €. On ne rit pas.

Sur ce blog, donc, notre fleuriste va accumuler le maximum de contenu : ses conseils, ses promos, ses photos de fleurs. C'est facile, même Madame de Sévigné y serait arrivée. Ce faisant, elle affirme son savoir-faire, consolide sa crédibilité, renforce sa notoriété et sa capacité à rebondir en tant que professionnelle. Et qui sait, cela l'aidera peut-être un jour à trouver un éditeur.

Et maintenant, elle n'a plus qu'à pénétrer dans le réseau pour faire connaître tout cela, et occuper au maximum le terrain. Elle commence par annoncer la création de son blog sur Facebook en envoyant la première page, puis, à chaque actualité, systématiquement, y transférera sa nouvelle page. D'où l'avantage d'y avoir un maximum d'amis. Pourquoi ne pas se contenter de Facebook, d'ailleurs, puisqu'il avale tout ce qui passe avec enthousiasme ? Parce qu'il serait dommage de se priver d'autres lectorats et des « niches » spécialisées. À chaque fois, elle ajoutera un titre précis, dynamique et vendeur. Et choisira soigneusement ses mots clés : il est très difficile de faire remonter ses propres infos en haut des pages Google ou Yahoo, on n'est pas tout seul ! Et elle fera la même chose sur Twitter. Et puis, on ne sait jamais, un trust hollandais de la tulipe cherchera peut-être à recruter des conseillères à prix d'or, elle envoie le même

Le gogo du réseau

Surprise ! Vous ouvrez un site et vous voyez apparaître votre image Facebook tout en bas. Vous êtes connectée et ils le savent. Les officines du net ne sont pas des philanthropes, mais des multinationales qui doivent optimiser leurs investissements pour gagner leur vie, puisque vous, vous ne dépensez rien. Les pubs vont s'abattre sur vous comme des V2 sur Londres. Malgré ces légers bémols, refuser de faire appel aux réseaux équivaldrait à refuser d'avoir le téléphone. Mais attention, on peut y passer ses jours et ses nuits, ce sont des dévoreurs de temps, qui font des victimes. Thierry Crouzet, écrivain blogueur entièrement branché, a fait une attaque. Il le raconte dans *J'ai débranché. Comment revivre sans Internet après une overdose*, chez Fayard.



INVESTISSEZ LE RESEAU COMME UNE PRO

Éditeurs et formateurs ont du flair, ils savent que nous sommes paumées dans les réseaux. Ils ont pensé à nous :

DE QUOI REMPLIR UNE BIBLIOTHÈQUE

- > *Facebook pour les Nuls* : confidentialité et sécurité – définir et gérer son profil – créer et gérer des groupes – les applications intégrées.
- > *Le guide pratique Facebook* : réseau social – vie privée, applications, Eyrolles.
- > *Bienvenue sur Facebook, le mode d'emploi*, Albin Michel.

- > *Guide pratique des réseaux sociaux*, Twitter, Facebook – des outils pour communiquer, Dunod.
- > *Twitter, le guide pour s'y mettre enfin et tout comprendre*, Leduc.

DES FORMATIONS À LA PELLE

Les sites ayant surgi comme des champignons après la pluie, nous ne pouvons les citer tous, ni les tester. Ils proposent en général

des sessions d'une ou deux journées, qui vous expliqueront comment communiquer, améliorer votre visibilité et arborer une e-réputation nickel. Rendez-vous sur votre moteur de recherche préféré.

> Enfin, il va sans dire que ce journal étant au top du relationnel, vous pouvez retrouver votre ami « éclectique » sur Facebook.