

LES MÉCANISMES SÉCULAIRES DE L'INFLUENCE MÉDIATIQUE

LE 13 SEPTEMBRE 2010 CYRILLE FRANK

Les "influenceurs" se prétendent les défricheurs-interprètes des nouveaux territoires du web. Leurs techniques n'ont pourtant rien de nouveau... Elles s'appuient sur 5 principes séculaires.

Les « influenceurs », interprètes des autochtones du web, sont les éclaireurs des nouveaux territoires médiatiques auprès des commerçants et politiques qui n'y entendent rien. Leur technique repose sur 5 principes séculaires.

1- Inspirer la crainte

Inspirer la crainte plus que l'amour (Machiavel, « le Prince »), susciter la terreur même, tel **Vlad l'empaleur** résistant à l'envahisseur ottoman qui a tellement frappé les imaginations ennemies, que son nom entra dans la légende sous le nom de Dracula.

Il faut s'attaquer à des ennemis redoutables pour **mettre en scène son courage, sa force, sa vertu**. Tout comme les héros grecs n'accédaient au mythe que via l'accomplissement rituel d'épreuves surhumaines (cf les **12 travaux d'Héraclès**)

C'est la stratégie de **Birenbaum brocardant Apathie**, ou de **Bruno Roger Petit épingleant Elisabeth Levy**. Il n'y a pas de grand héros, sans grands monstres. Le message adressé aux autres est clair : « attention, j'ai le pouvoir de détruire socialement, car je maîtrise le ridicule ».

2- Susciter l'amour

Raréfier son attention au vulgus pecum et **accorder ses faveurs avec une extrême parcimonie**. Reproduire la geste aristocratique qui veut que l'on ne remercie jamais les serviteurs, que l'on n'accorde que le minimum d'attention au vulgaire, que l'on respecte son « rang ». C'est déchoir qu'user sa personne à des personnes ou des tâches subalternes.

Techniques de contrôle de l'aristocratie par Louis XIV que Mitterrand a su fort bien reproduire vis à vis des élites intellectuelles et médiatiques.

Par le jeu classique de l'offre et la demande, **la raréfaction des communications augmente leur valeur**. Et quel meilleur moyen ensuite pour créer de la reconnaissance, voire de l'amour, de la part de ceux à qui l'on s'adresse exceptionnellement : « il m'a parlé, il m'a souris, il m'a répondu ! »

Même procédé que celui utilisé par les politiques qui se font **souffler le nom des « petites gens » qu'ils rencontrent**. Ou du Pdg qui lors d'une assemblée, s'adresse à l'employé du bas de l'échelle par son patronyme. Quel merveilleux gain d'image et d'estime du peuple gagné « à pas cher ».

3- Exagérer sa puissance

Un des instruments de la domination sociale est le bluff. **Exagérer sa puissance et celles de ses ennemis pour intimider**, glorifier son propre nom. Stratégie très efficace mise en place par ce pionnier de la propagande : Jules César qui dans la « **Guerre des Gaules** » accentue outrancièrement la férocité et la barbarie des celtes pour mieux réhausser son mérite de les avoir vaincus.

Rappeler ses victoires ou les nommer comme telles, même quand il s'agit de défaite. Ainsi de Ségolène qui répète à l'envi qu'elle a réuni la moitié des Français sur son nom, considérant sa défaite comme une victoire à venir. Technique politique très ancienne qui rappelle la **bataille de Kadesh** entre Ramsès II et Muwatali II, l'empereur hittite. Bataille au cours de laquelle les deux peuples se sont neutralisés mais dont chacun a revendiqué la victoire. Les Egyptiens ont toutefois gagné la bataille politique en inscrivant l'Histoire sur les murs de leurs temples. **La maîtrise de l'Histoire est éminemment politique**. D'où la vigilance dont il faut faire preuve vis à vis de **ceux qui veulent la réécrire** à l'aune de leurs intérêts et convictions particuliers.

4- S'entourer de mystère

En matière d'influence web, il faut faire savoir le plus possible que l'on a des relations, des entrées, que l'on est un « insider »... Sans donner de noms, sans faire l'inventaire de son carnet d'adresses, mais en donnant par petites touches **des gages réguliers de sa tentaculaire longueur de bras**.

Etre concis, pour ne pas dire laconique, afin que le propos ouvert puisse être interprété de 100 façons différentes. S'appuyer sur la fonction projective de l'individu, la fameuse **tâche de Rorschach**. Ou illusion de forme qui ne représente rien, si ce n'est ce que l'individu y met lui-même. Procédé superbement mis en scène par David Lynch dans **Mulholland Drive**, l'IKEA cinématographique, le film à monter soi-même.

Etre obscur pour masquer le manque de profondeur de la pensée mais toujours avec des mots compliqués, supplétifs d'intelligence qui rassurent le lecteur. Cosmogonie, herméneutique, sérépendité... Autant de « name-dropping » qui visent parfois **moins à développer une argumentation qu'à en mettre plein la vue**. Technique classique en agence de pub où l'on « néologise » à tour de bras ou l'on use d'anglicismes abscons pour impressionner le client. Il s'agit de le mettre immédiatement en position d'infériorité : vous utilisez un langage qu'il ne comprend pas, c'est dire s'il a besoin de vous...

5- Fréquenter les puissants

Communiquer avec des élites médiatico-intellectuelles (Eric Zemmour ou **David Abiker** par exemple), avec des politiques « tendance si possible (**nkm** est parfaitement indiquée), avec des puissances d'argent (grands patrons, directeurs d'agence de publicité et de communication...).

Par le **jeu tacite de l'adoubement relationnel**, si vous fréquentez les puissants, c'est que vous en êtes. D'où l'importance capitale d'être vu avec des pop-stars, tel Christian Audigier, affichant sur les murs de son club de nuit ses effusions avec Michael Jackson.

D'où la nécessité sur Twitter d'entretenir des conversations publiques avec des puissants ou du moins des influents : journalistes, créateurs d'entreprises, célébrités... Et surtout pas en message direct, **le DM est le démon**.



Atteindre le bol de sangria

Le but du jeu ultime est d'**intégrer le cercle fermé des puissants**, des vrais influenceurs : les médias traditionnels, au premier rangs desquels les médias audio-visuels. D'abord la radio, puis, si tout va bien, la télévision, seul média de masse (mais peut-être plus pour longtemps...) Ou intégrer des cercles politiques qui ouvrent bien des portes : business, médias, fonctions publiques...

Les « influents » sur la toile **se servent surtout d'Internet comme un moyen d'ascension sociale**. Ils monnaient leur savoir-faire et leur lien sur la masse auprès des vrais puissants

qui leur achètent un moyen de contrôle supposé sur les opinions : pour vendre des marques, des partis, des idées politiques...

Article initialement publié sur Mediaculture

Crédit photo CC Flickr : [musmacity1](#) et [pixel@work](#)

DAVID ABIKER

le 13 septembre 2010 - 10:27 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Qui veut le numéro d'NKM ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CYRILLE FRANK

le 13 septembre 2010 - 10:31 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@DavidAbiker, hahaha > moi, moi, moi !!!

je n'ai pas oublié ton idée de nouvelle, je vais y travailler prochainement (après quelques obligations alimentaires) :)

Très bonne journée !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

LA MACHINE A ECRIRE

le 13 septembre 2010 - 12:59 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



J'aime beaucoup la fin de l'article. La vanité, c'est sans doute ça le bol de Sangria.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CYRILLE FRANK

le 13 septembre 2010 - 13:38 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@ La machine à écrire merci bien :)

Il y a cela aussi pour les petits influenceurs, la vanité de se sentir un peu au dessus des autres... Il faut garder la tête froide, tout cela n'est qu'un jeu.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

UGG OUTLET ONLINE

le 9 septembre 2011 - 23:00 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Microsoft zune along with iPod A lot of people evaluate any Microsoft zune to the Touch, nevertheless having seen just how sleek and remarkably small and light-weight it is, I consider it becoming a relatively distinctive mixture that mixes benefits for the two Hint and also the New ipod nano. It is extremely decorative along with splendid OLED display screen will be a bit smaller versus screen, nonetheless the gamer on its own is a reasonable amount smaller and lighter. They weigh regarding 2/3 just as much, which is clearly reduced in width and also elevation, although simply being a little wild hair more powerful.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE