

<http://merzeau.net>

Louise Merzeau

#jesuisCharlie, ou le médium identité

Le 7 janvier 2015 à 12h52, @jachimroncin publie sur Twitter une image qu'il a réalisée en hommage à la rédaction de *Charlie Hebdo*, où douze personnes viennent d'être assassinées à peine une heure et demi plus tôt. On y lit, en lettres blanches et grises sur fond noir, dans une typographie inspirée du logo de l'hebdomadaire, les mots JE SUIS CHARLIE. Dès 12h59, le message commence à circuler sur Internet accompagné du hashtag #jesuischarlie.

À 22h50, le robot du service Favstar, qui comptabilise le nombre de messages que les utilisateurs marquent comme « favori », félicite l'auteur pour avoir atteint les 500 marquages. Il recommence le 8 janvier à 8h33 pour signaler que le tweet a été mis en favori plus de 1000 fois. Dans la soirée, une dépêche AFP mentionne un « raz-de-marée, inédit autour d'un seul hashtag, [lequel] a culminé mercredi à 21h30 avec 6 500 tweets par minute comportant ce mot-clé ». En une journée, le hashtag atteint les 3,4 millions d'occurrences, et en moins d'une semaine, il figurera dans plus de 5 millions de messages. Ceux-ci ne se limitent pas à la France, mais proviennent de tous les continents, comme l'atteste une visualisation spectaculaire¹ rapidement réalisée par un internaute à partir des données de géolocalisation des tweets postés le 7 janvier avec l'outil CartoDB, qui permet de générer des cartographies dynamiques.

Cette combinaison du slogan, du visuel et du mot-clé *jesuischarlie* constitue donc un cas remarquable de viralité numérique, en termes d'étendue géographique et de vitesse de propagation. Mais sa dynamique, tant technique que symbolique, en fait surtout un phénomène médiologique exemplaire, qui dépasse de loin ses enjeux strictement médiatiques (lesquels doivent d'ailleurs être nuancés si on les met en regard d'autres contenus – comme le hashtag #Lol par exemple – bien plus relayés sur une plus grande échelle de temps).

Tout d'abord, c'est la première fois dans l'histoire qu'un mouvement d'opinion de grande ampleur, allant jusqu'à rassembler près de 4 millions de personnes dans la rue, adopte comme bannière une image et une devise directement issues de Twitter. On peut y lire le signe d'un basculement consommé de la société dans l'hypersphère. Quand bien même le nombre d'utilisateurs actifs sur la plateforme (un peu en-dessous des 7 millions) est encore très inférieur à celui des téléspectateurs ou des lecteurs de PQR, le rapport de force entre les sphères médiatiques s'est, sinon inversé, du moins rééquilibré : les « grands médias » sont de plus en plus contraints de suivre le web, et un hashtag peut désormais voyager bien au-delà de la plateforme et même de l'Internet, jusque dans la rue. En bref, il n'est plus besoin d'être sur

¹ https://srogers.cartodb.com/viz/123be814-96bb-11e4-aec1-0e9d821ea90d/public_map

Twitter pour que nos actions ou nos représentations soient en partie influencées par ce qui se passe sur Twitter.

À la différence du « *Ich bin ein Berliner* » prononcé par Kennedy en 1963 et du « *Yes, we can* », tiré d'un discours d'Obama et mis en musique par will.i.am sous forme d'un mashup de visages et de voix célèbres diffusé sur YouTube, le succès de la formule *jesuischarlie* est étranger à tout processus top-down. D'origine non oratoire et quasiment anonyme – l'identité de son auteur, un graphiste peu connu, ne sera découverte qu'après coup – le syntagme ne doit sa force qu'à l'efficacité de son médium, hors de tout autre système d'autorité, dans une horizontalité caractéristique des réseaux sociaux. Associant la viralité du micro-blogging, l'impact visuel d'un logo minimaliste aisément reconnaissable et la puissance illocutoire de l'énoncé, *jesuischarlie* porte à son plus haut degré le principe médiologique qui veut qu'un message est d'autant plus performant qu'il intègre l'instruction de sa propre reproduction. En ce sens, les chiffres mentionnés en introduction font eux-mêmes partie du processus. Dans l'ensemble des espaces en ligne et quels que soient le terminal ou la plateforme utilisés, les contenus sont en effet non seulement comptabilisés, mais aussi affichés avec leur score (nombre de vues, nombre de retweets, nombre de *like*...). Cette comptabilité affecte ainsi doublement la hiérarchie des informations : d'une part en faisant remonter automatiquement les contenus populaires dans les classements, d'autre part en influençant les utilisateurs ainsi incités ou confortés dans leur choix. C'est particulièrement notable lorsque le phénomène atteint comme ici des proportions de masse, car c'est à travers ces scores qu'une foule d'utilisateurs dispersés qui ne se voient pas et ne se parlent pas peut commencer à s'éprouver comme telle et se renforcer du sentiment de sa propre multitude. Le désir d'autoréférence du collectif ainsi formé se signale également dans des pratiques d'agrégation visant non seulement à partager mais à convertir la participation en collections. C'est ce qu'on observe par exemple sur les plateformes Instagram ou Pinterest, où des internautes ont rapidement créé des pêle-mêle numériques dans le but de rassembler les innombrables photos, dessins et Une de journaux qui ont alimenté, décliné et enrichi la circulation du mot-clé². L'allusion aux livres-jeux *Où est Charlie*, où le lecteur doit retrouver un personnage au milieu d'une foule bigarrée, se téléscopent alors à ces effets d'accumulation, pour revêtir une signification que les rassemblements du 11 janvier rendront manifeste : « *où est Charlie ? – Partout.* »

Sur le plan rhétorique, la pratique du hashtag a atteint, en se banalisant, une maturité qui permet d'en faire des usages diversifiés et subtils, dans un espace textuel extrêmement limité. Placé dans le corps du message, il est une clé d'index permettant de rattacher le *post* à un ensemble plus vaste contenant les mêmes termes ou portant sur le même sujet. Placé après le texte, il peut servir à le moduler ou le commenter plus ou moins ironiquement, à la manière d'un clin d'œil ou d'un aparté. Placé en tête ou à la fin, il permet enfin de catégoriser le message, en affichant une appartenance ou une identité. C'est surtout cette dernière fonction qui est activée dans le cas de *#jesuischarlie*. Le mot-dièse vient alors redoubler la forme syntaxique pour faire du message une sorte de tautologie performative, qui se boucle sur elle-

² L'ensemble des 491 boards Pinterest tagués *jesuischarlie* (dont le plus fourni rassemble 941 images) est accessible à cette adresse : <https://www.pinterest.com/search/boards/?q=jesuischarlie>

même tout en s'ouvrant à une infinité de reprises et d'appropriations. Là où « *Yes we can* » n'était qu'un effet d'annonce (bientôt démenti par les faits), *jesuischarlie* a la force imparable du cogito : écrire ou proférer ce désir d'identification, c'est l'accomplir et le propager.

Beaucoup parmi les intellectuels ont cru bon de stigmatiser la pauvreté sémantique de la formule et d'en conclure à sa vacuité politique, en ne retenant que les vertus publicitaires du slogan. Ils n'ont pas vu – ou pas voulu voir – qu'elle cristallise au contraire une expressivité et une efficacité d'une grande richesse. Si elle part d'une identification d'abord émotionnelle, la forme grammaticale du « je suis... » ne s'épuise en effet ni dans l'empathie, ni dans l'imitation factice ou grégaire, car elle est d'abord rhétorique et eucharistique. Je parle pour le mort et prends sa place, pour qu'il ne soit pas mort, pour raturer une mort que je refuse. « *“Ceci est mon corps”, “Je suis Charlie”. Corpus Charlie* »³. Il s'agit de répondre, de s'opposer, de résister à la violence par un geste qui, précisément, s'en tient au seul registre de l'expression. En ce sens, la sentence rappelle aussi le « Nous sommes tous des juifs allemands », scandé par les syndicats étudiants au lendemain de l'interdiction de séjour prononcée contre Cohn-Bendit le 24 mai 1968. Mais, à la différence de celui-ci, l'objet même de l'identification n'est pas ici une personne réelle (fût-elle érigée en symbole), mais une figure, un motif, un image faite de quelques lettres, qui ne renvoient ni à l'hebdomadaire, ni à ses dessinateurs, ni à l'ensemble des victimes des attentats, mais à tout cela à la fois et beaucoup plus encore.

L'une des caractéristiques du *jesuischarlie* réside en effet dans le jeu de substitution qu'il autorise et stimule. Une fois transporté dans la position élocutoire de l'autre, libre à chacun de donner un visage ou un nom à ce Charlie qui fonctionne à la manière d'un *symbolon*. La formule, comme on l'a vu sur Twitter ou pendant les marches du 11 janvier, peut alors se décliner en autant de « *je suis – Cabu, juif, flic, musulman, français, etc.* », sans parler des multiples variations linguistiques à travers le monde. Le sens repose à la fois dans l'interchangeabilité des termes – qui dit l'identité, l'égalité, la fraternité – et dans les innombrables inflexions singulières, qui disent une individuation en acte.

Sur les réseaux sociaux, de nombreux internautes ont très vite demandé à Joachim Roncin s'ils pouvaient reprendre son visuel pour l'utiliser eux-mêmes comme avatar. Dans les fils Twitter, les murs Facebook, les commentaires de blogs, une conversation s'est alors nouée entre des centaines d'individus qui avaient tous le même « visage ». Par cette dynamique identificatoire, l'efficacité symbolique du *jesuischarlie* se situe à égale distance du masque des Anonymous et du selfie. Entre la manifestation théâtrale et menaçante d'une identité qui se refuse et la réflexivité phatique d'un cliché de soi qu'on échange avec ses proches, le logo spontanément adopté par des milliers de personnes a donné un corps à une collectivité qui n'était guère visible comme telle dans l'espace public. De symptôme d'un ébranlement affectif, *jesuischarlie* est devenu une marque de reconnaissance et un signe de ralliement. Le pathos s'est converti en éthos collectif.

Cette logique identitaire n'est donc pas celle du logos, et il est vain d'y chercher la distance d'une rationalité en surplomb. Sa force de persuasion ne procède pas du raisonnement ou de l'argumentation, mais de l'imagination, de la bienveillance et de l'engagement, vecteurs de

³ Christian Salmon, « De quoi “Je suis Charlie” est-il le nom ? », *Mediapart*, 24/01/2015.

« transformation d'un tas en tout ». Cette énergie a bien sûr sa part obscure, et l'on sait les dérives toujours possibles d'une foule qui ne pense pas.

Mais les effets de masse sont ici contrecarrés par une dynamique identitaire d'un genre nouveau. L'hypersphère n'est pas la vidéosphère, et l'on aurait tort de confondre l'efficace de *jesuischarlie* avec les logiques de storytelling orchestrées aussi bien par les terroristes que par les chaînes d'information continue qui couvrent leurs exactions. Suspens, voyeurisme, addiction... la captation forcée de l'attention par les preneurs d'otages et par le direct télévisuel prive les sujets de leur identité et de leur liberté, et l'enjeu de ces détournements est d'imposer à tous l'unité de lieu et de temps d'une même terreur. À l'inverse, « la médiation identitaire »⁴ substitue au modèle de la télé réalité un « design de la visibilité »⁵, où l'individu est appelé à paramétrer des rôles, des faces et des liens, par une activité stratégique de réglage des distances. Dans ce régime de présence modelé sur les réseaux numériques et non plus sur le flux audiovisuel, l'individu devient lui-même le média par où passent les courants du collectif. Opérateur de multiplication, de recommandation et de dérivation, l'utilisateur, associé au milieu technique qui le conditionne et qu'il transforme, est un échangeur. La réflexivité qui se manifeste et se construit dans cette plasticité n'est narcissique qu'à la marge. Son régime est celui du partage et de la circulation, chacun n'existant qu'à travers le relais des autres.

On pourra m'objecter que les mêmes réseaux servent de vecteur au processus d'identification exactement inverse, celui qui pousse un nombre croissant de jeunes internautes à se radicaliser et à rejoindre les zones d'entraînement militaire et de combat. Sans développer ce qui nécessiterait une analyse beaucoup plus approfondie, deux remarques peuvent être faites en réponse à cette objection. L'enjeu est bien, dans les deux cas, celui d'une construction identitaire à la fois individuelle et collective, par un tissage de structure conversationnelle et réticulaire, où le messenger sert de médium. En ce sens, *#jesuiskouachi* relève de la même économie informationnelle que *#jesuischarlie* : le conducteur conditionne la physique de coalescence et de propagation, pas le contenu. Ce constat doit cependant être aussitôt nuancé dans la mesure où, du côté des thèses djihadistes, le principe d'automédiation est très largement instrumentalisé et téléguidé par des stratégies de propagande autoritaires beaucoup plus classiques, sur un mode top-down (impliquant notamment la production et la diffusion quasi industrielle de vidéos). Ici, l'organisation matérialisée précède encore l'efficacité de la matière organisée.

De leur côté, ceux qui ont clamé « je suis Charlie » n'ont pas seulement exprimé une empathie facile sur un registre victimaire. Ils se sont fait les vecteurs d'une identité collective qu'on avait cherché en vain à fabriquer d'en haut. Dans la multitude de ses déclinaisons, le motif *jesuischarlie* peut en effet être vu comme une réponse – et un correctif – au débat nauséeux sur l'identité nationale lancé par Sarkozy en 2009. À l'injonction d'une définition de la nationalité imposée de l'extérieur, encourageant clivages et exclusions, une large communauté a opposé le libre jeu des *posts*, des tweets, des pancartes et des dessins humoristiques. Chacun fabriquant son médium et se faisant lui-même médium, chacun s'identifiant à l'autre tout en jouant sa partition. Dans le miroitement des connexions, des

⁴ L. Merzeau, « La médiation identitaire », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 1 | 2012, [En ligne] <http://rfsic.revues.org/193>

⁵ D. Cardon, « Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0 », *Réseaux*, 2008/6, n° 152, p. 93-137.

duplications et des variations, une unité a bien été produite. Ce n'est celle ni du sol, ni du sang, ni de l'héritage, ni de l'appartenance, mais celle du réseau : un système acentré fonctionnant de pair à pair. Tous ne s'y sont bien sûr pas reconnus et le syntagme autorisait d'ailleurs sa version négative jenesuispascharlie, plus fréquemment exprimée qu'on a bien voulu le dire. À travers ces innombrables « je », quelque chose en tout cas d'un *Nous* s'est manifesté.

Dans les quelques fragments qui suivent, c'est un peu de cette identité que j'aimerais faire entendre. Ce sont des paroles d'étudiants à qui j'avais proposé de décrire leur perception des événements et du traitement médiatique qui en a été fait. Ces extraits ne prétendent pas constituer un échantillon représentatif, mais ils donnent, je crois, le ton d'une relation à l'actualité moins primaire et moins consensuelle que l'image qu'on en a donné – pour la célébrer ou la disqualifier...

« À la colère, l'effroi et les larmes a succédé bien heureusement la réflexion, la mesure et la raison. Face à cette barbarie sans nom, il est à mes yeux clair qu'il ne faut céder ni à la psychose ou la morosité, ni à des solutions comme un Patriot act ou autres tentations bellicistes. La France des droits de l'Homme et des Lumières a été blessée, mais elle doit se défendre avec les armes qui font d'elle ce pays de paix et de Culture. Je crois que depuis 15 ans, un fossé s'est créé entre l'école et la société. [...] Je pense qu'il serait important qu'il y ait des modules dès le plus jeune âge, autour de la lecture de l'image et de l'utilisation d'Internet et des réseaux sociaux. [...] Il faut renouer le dialogue avec tous les acteurs. Renforcer les forces de l'ordre ne peut suffire si à l'origine les rôles des différentes parties – les familles, la police, les enfants, les médias – ne sont pas clairement établis et compris par tous. » (R. étudiante en 2^e année de master)

« C'est dur de l'avouer mais le drame qui s'est abattu sur Charlie Hebdo n'a été qu'un buzz médiatique qui va petit à petit s'effacer au détriment d'une information plus croustillante. [...] Les réseaux sociaux ont permis de créer ce mouvement de soutien en France en disant "NON" au terrorisme. Malheureusement, les événements n'ont rien changé dans l'esprit. La peur a pris le dessus mais la cohésion, je ne la vois que trop rarement. » (J. étudiant en 2^e année de master)

Je pense tout d'abord avoir réagi aux événements en tant qu'être humain puis en tant que citoyenne [...], tenant dans un second temps à défendre la liberté d'expression et en ressentant comme un devoir le fait de me déplacer à la marche républicaine du 11 janvier. Selon moi la télévision et les médias sociaux ont relayé l'information avec tact en couvrant l'ensemble des débats autour de ces événements. Cependant certains d'entre eux (BFM TV par exemple) ont, à mon avis, trop couvert ces événements sur plusieurs jours en négligeant le reste des informations mais surtout en portant préjudice au bon déroulement des enquêtes parallèles aux attentats. Quant aux réseaux sociaux, ils ont selon moi participé à cet élan de solidarité et de soutien aux victimes, à cette union française et à l'apparition du "Je suis Charlie". Mais de nombreuses publications/commentaires infondées et déplacées aux vues du contexte de deuil national sont malheureusement vite apparues. » (M. étudiante en 1^{re} année de master)

« J'ai réagi aux événements en tant qu'être humain, en tant que jeune, en tant que citoyenne et en tant qu'étudiante en journalisme. [...] J'ai trouvé que le traitement des événements par la TV a été trop sensationnaliste : elle nous faisait avoir peur même pour sortir dans la rue... Sur les réseaux sociaux, on pouvait trouver des réflexions plus méditées qu'à la télé. Les événements m'ont conduite à faire des recherches pour me documenter sur les relations entre les pays occidentaux et arabes. [...] Il faut sélectionner l'info et savoir où chercher... » (A. étudiante Erasmus en 3^e année de licence)

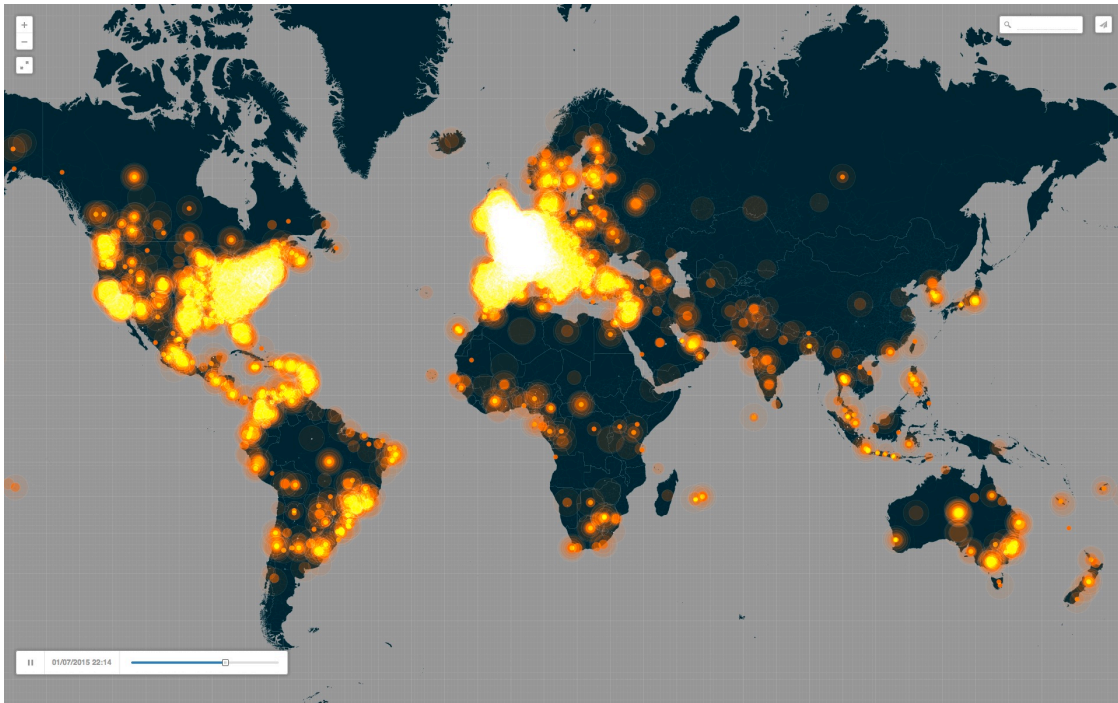
« J'ai personnellement réagi comme une ex abonnée à Charlie Hebdo. [...] J'étais d'abord "contre" le fait d'aller marcher dans la rue (car comme Luz le rappelle si bien, les gars de Charlie rigolent

doucement de ces élans de solidarité) mais j'y suis tout de même allée. Comme on va voir un corps avant que celui-ci ne disparaisse (pour ne pas regretter, sans doute). » (A. étudiante en 2^e année de master)

« A l'annonce de la nouvelle, j'ai d'abord réagi en tant qu'être humain. Mes premières réactions et émotions étaient animées par des sentiments de peur, d'injustice, d'incompréhension face à cette violence. Puis comme une deuxième lame de fond c'est en tant que citoyenne que je me suis sentie atteinte. Ils n'avaient pas simplement tué des êtres humains faits de chair et de sang, mais des artistes, des hommes qui portaient sur leurs épaules le symbole de la liberté d'expression, valeur si chère à notre pays. [...] Ces événements m'ont fait réaliser que le monde a changé. [...] Je viens de parents qui se sont construits avec Mai 68, Gainsbourg, Higelin, Hara-Kiri, puis Charlie Hebdo... Des hommes qui utilisaient la satire, la langue française, le dessin et bien d'autres outils pour dénoncer, bousculer les consciences, les idées. Mes parents m'ont transmis tout cela. En mon for intérieur je réalisais la chance d'être dans un pays dans lequel la liberté d'expression est protégée autant par la loi que par le symbolique. Avec ces événements, des repères que je pensais immuables se sont effondrés. Néanmoins bien qu'on vive une crise de la citoyenneté j'ai été fier de voir autant de monde se mobiliser. Que les gens soit sympathisant ou pas de Charlie Hebdo, ils ont condamné l'acte, l'atteinte à la liberté d'expression. [...] C'est un événement national, qui m'a touché personnellement en tant que personne appartenant à un pays, une unité. » (M. étudiante en 1^{re} année de master)



Le tweet d'origine posté le 7/01/2015 à 12h52 par @joachimroncin



Cartographie dynamique des tweets comportant le hashtag #jesuischarlie le 7/01/2015