

Wasabi

Être élu grâce au nombre de *likes* ?

Dissertation présentée dans le cadre du Concours Philosophe 2020-2021

1977 mots

21 mai 2021

Être élu grâce au nombre de *likes* ?

L'autorité, selon la philosophe Hannah Arendt, nécessite la mise en place d'une hiérarchie « dont chacun reconnaît la justesse et la légitimité »¹. En d'autres mots, l'autorité est une question de perception. Pour qu'elle existe, il faut absolument que tous acceptent consciemment son existence et ses implications. La popularité, quant à elle, est définie par la philosophe Gloria Origgi comme un jugement favorable d'une personne par un grand nombre d'autres personnes. Pour être populaire, il faut qu'une ou plusieurs personnes haut gradées parlent de nous de manière positive. Il faut aussi être aimé du peuple. Par conséquent, une personne populaire est élevée dans la hiérarchie sociale et acquiert une certaine influence. On peut donc observer la présence d'un lien entre l'autorité, qui nécessite l'acceptation et le respect de la hiérarchie, et la popularité, qui permet l'ascension dans la hiérarchie. Cela pose des questions sur l'accès à l'autorité. La popularité est-elle nécessaire pour qu'une personne y accède aujourd'hui ? D'un côté, le système électoral qui régit notre pays fait en sorte que la personne élue doit être jugée favorablement par le peuple, c'est-à-dire populaire, et les réseaux sociaux nous montrent facilement qui est populaire. Cependant, pour obtenir le pouvoir, une personne doit avoir une certaine expérience dans le domaine choisi, même si elle a moins de *likes*.

Pour commencer, lorsqu'on songe aux institutions censées exercer une certaine autorité sur le peuple, la sphère politique nous apparaît rapidement, c'est pourquoi l'entièreté de la présente dissertation sera consacrée à ce thème. Je crois fermement que la sphère politique a subi une transformation qui la rend de plus en plus inopérante, en plus de faire en sorte que la

¹ ARENDT, Hannah. *La crise de la culture*, Éditions Gallimard, Paris, 1972. 386 p.

popularité devienne un élément clé pour obtenir le pouvoir. Laquelle ? Selon Hartmut Rosa, sociologue, philosophe et auteur du livre intitulé *Aliénation et accélération (Vers une théorie critique de la modernité tardive)*, la prise de décisions en politique doit se faire de plus en plus rapidement de nos jours. C'est « à cause de la vitesse élevée de l'innovation technologique, des transactions économiques et de la vie culturelle » que « de plus en plus de décisions doivent être prises dans des laps de temps de plus en plus courts »². En d'autres mots, la grande vitesse avec laquelle la technologie progresse oblige la sphère politique à tenter de s'adapter à ce rythme effréné. Plutôt que d'argumenter longuement, les politiciens se fient au pouvoir des images, et « il semble se produire un “tournant esthétique” dans la politique : les élections sont remportées grâce au côté “cool” des politiciens et des partis »³. On sent le parfum de la popularité...

Hartmut Rosa propose également le concept de « compression du présent » dans son livre. Le présent est cet instant que nous utilisons pour réfléchir au passé et au futur, pour se calmer et faire le point. Puisqu'il se produit de plus en plus de changements en de courts laps de temps au sein de la société, le moment appelé « présent » par Rosa perd de son importance, il est « compressé » entre plusieurs événements. Cette compression du présent vient encore une fois souligner le décalage entre la rapidité de la technologie et l'impression de lenteur qui se dégage de la sphère politique, car celle-ci semble se retrouver davantage dans le « présent ».

La compression du présent a également un autre effet, plus subtil à première vue. Tel qu'énoncé plus haut, les périodes dédiées à la réflexion se font de plus en plus rares. Projetons-nous à présent au XVIIe siècle, à l'époque du philosophe René Descartes. Ce dernier prônait

² ROSA, Hartmut. *Aliénation et accélération (Vers une théorie critique de la modernité tardive)*, Éditions La Découverte, Paris, 2014. 153 p.

³ *Idem*

la supériorité de l'entendement et l'importance de la réflexion. Selon lui, il est important d'utiliser notre entendement et de prendre le temps de réfléchir afin de faire de justes choix : « [si on] connaissai[t] toujours clairement ce qui est vrai et ce qui est bon, [on] ne serai[t] jamais en peine de délibérer quel jugement et quel choix [on] devrai[t] faire »⁴. En d'autres mots, comme personne ne sait tout, il faut absolument prendre un moment de réflexion avant de faire des choix. Revenons maintenant à notre monde actuel. Aujourd'hui, selon Rosa, l'accélération fait en sorte que nous nous sentons bousculés, pressés dans le temps, car nous tentons de suivre le rythme de la société. Cela amène une sensation de « famine temporelle » : nous sentons que nous manquons de temps pour faire tout ce qu'il y a à faire et nous cherchons à le maximiser. Comme « réfléchir » et « s'interroger » se retrouvent rarement à notre agenda, le temps qui y est consacré devient de plus en plus négligeable. Ainsi, il devient très difficile de faire un juste choix. En l'absence de périodes de réflexion, on ne peut que se fier à de rapides images attrapées ici et là, de même qu'à l'opinion publique. Il est facile, grâce aux médias sociaux, de déterminer qui est populaire et d'adhérer rapidement à ce courant de pensée.

Toutes ces conditions étant réunies, on peut comprendre pourquoi les politiciens doivent miser sur leur apparence, car les images ont maintenant une grande importance, mais aussi pourquoi des personnalités publiques très populaires tel l'acteur Arnold Schwarzenegger parviennent à remporter les élections contre des candidats plus expérimentés en politique. (Arnold Schwarzenegger a été gouverneur de Californie de 2003 à 2011 ; il a remporté les élections à deux reprises !) Ainsi, l'autorité est désormais accessible aux personnes populaires.

⁴ DESCARTES, René. *Méditations sur la philosophie première*, édition électronique, v.: 1,0 : Les Échos du Maquis (2011), <https://philosophie.cegeptr.qc.ca/wp-content/documents/M%C3%A9ditations-1641-1647.pdf> (Page consultée le 31 mars 2021)

Cependant, certains pourraient dire que la popularité n'est pas la *nouvelle* autorité, puisqu'elle a presque *toujours* été l'autorité. En effet, l'apparition de la démocratie en Grèce antique a été conjointe à celle de la rhétorique, ou l'art du discours. Cette pratique avait pour but de former de bons orateurs, appelés sophistes, pour que ceux-ci aient plus de pouvoir dans les décisions du peuple. Aristote, Protagoras et Gorgias étaient considérés comme d'excellents sophistes. Aristote a d'ailleurs proposé une définition de la rhétorique, qui se divise en trois éléments. Le premier se nomme *ethos* en grec et se traduit par « caractère moral de l'orateur ». Il s'agit de notre perception de lui, à savoir s'il nous inspire ou non la confiance. Ce premier élément n'est pas sans rappeler notre conception de la popularité selon Origgini, qui implique que la personne soit bien jugée, mais aussi celle de l'autorité selon Arendt, qui est une question de perception. Le second élément composant la rhétorique s'appelle *pathos* en grec. On peut le traduire par « émotions ». Autrement dit, la disposition de l'auditoire face au message qui lui est transmis contribue à l'importance qu'il lui accorde. Finalement, le terme *logos*, qui signifie « argument », constitue le dernier élément formant la rhétorique. Par conséquent, à l'époque de la Grèce antique, la perception qu'avait le public de l'orateur était déjà d'une importance aussi majeure que ce qu'il disait. Je souhaite également vous faire part d'une autre conception de l'autorité. Pour le sociologue Max Weber, considéré comme l'un des fondateurs de la sociologie, l'autorité dépend du charisme d'une personne. Pour détenir l'autorité, il faut être charismatique, c'est-à-dire avoir le « don de plaire, de s'imposer, dans la vie publique »⁵. Cela rejoint ce qui a déjà été énoncé concernant les émotions que l'orateur doit susciter à son public (*pathos*). En somme, si l'autorité était déjà détenue par les sophistes à l'époque de la Grèce antique et que ceux-ci étaient appréciés pour leur popularité, cette dernière est une forme d'autorité depuis longtemps connue.

⁵ « Charisme » dans *Le Robert*, <https://www.lerobert.com/google-dictionnaire-fr?param=charisme> (Page consultée le 4 avril 2021)

Certes, le concept de popularité en tant qu'autorité était déjà bien présent en Grèce antique, mais il prend de plus en plus d'importance de nos jours, à cause de l'avènement des réseaux sociaux. Reprenons la pensée de la philosophe Gloria Origgi, auteure du livre intitulé *La réputation, Qui dit quoi de qui*. Aujourd'hui, Mme Origgi constate que la popularité est de plus en plus quantifiable. Elle se mesure par le nombre de *likes*, de vues sur les plateformes de diffusion, de commentaires positifs... À cause des médias sociaux, la notion de popularité se rapporte toujours à des nombres. Selon elle, quand on navigue sur le Web, « on ne regarde plus l'authenticité, on ne regarde que la popularité des choses »⁶. Le nombre de *likes* devient excessivement important, une information rapide à aller chercher. Pourquoi ? Parce que la popularité, « ça nous informe de la qualité »⁷! Puisque, selon Hartmut Rosa, notre monde est accéléré et nous avons le sentiment de manquer de temps, il est important de savoir vite, vite, vite ce qui est bien et ce qui ne l'est pas. Ce contenu est apprécié par des milliers de personnes ? Parfait ! Jetons un coup d'œil et joignons-nous au mouvement !

En terminant, nous avons beaucoup parlé des personnes populaires qui acquièrent l'autorité par la force des choses, mais leurs caractéristiques personnelles nous amènent également à leur confier le pouvoir. Pour Jean-Claude Monod, philosophe et auteur du livre intitulé *Qu'est-ce qu'un chef en démocratie ?*, la proximité des personnalités publiques avec le peuple est leur secret pour triompher. Pour conserver sa popularité, une personne haut gradée doit consentir à « s'approcher du peuple », car « le partage d'une émotion avec le peuple » lui permet de « gagner une certaine sympathie »⁸ de la part de celui-ci. Toujours selon M. Monod,

⁶ VAN REETH, Adèle. *Être ou ne pas être... populaire !* (Épisode 3), France Culture, 2018, 58 min., <https://www.franceculture.fr/emissions/les-chemins-de-la-philosophie/etre-ou-ne-pas-etre-populaire-34-la-mauvaise-reputation> (Page consultée le 14 avril 2021)

⁷ *Idem*

⁸ VAN REETH, Adèle. *Être ou ne pas être... populaire !* (Épisode 1), France Culture, 2018, 59 min., <https://www.franceculture.fr/emissions/les-chemins-de-la-philosophie/etre-ou-ne-pas-etre-populaire-14-faut-il-etre-populaire-pour-gouverner> (Page consultée le 14 avril 2021)

c'est une stratégie qu'employait à l'occasion l'ancien Premier ministre du Royaume-Uni Winston Churchill. En effet, nous avons tendance à nous attacher aux personnes qui emploient un langage familier et nous laissent voir leur véritable identité. Il est possible de nous identifier à elles. Nous les respectons, nous les aimons... Bref, les personnes populaires gagnant l'autorité sont avant tout humaines.

Pour conclure, l'accélération de la technologie fait en sorte que l'autorité, qui devrait être détenue par la sphère politique, se trouve entre les mains des personnes populaires. Cela s'explique par une plus grande utilisation des images plutôt que des longs débats, car c'est bien connu, les images valent mille mots ! Même si la popularité en tant qu'autorité a toujours été présente, elle prend davantage d'espace aujourd'hui à cause des médias sociaux, qui la rendent aisément quantifiable. Toutefois, il pourrait être intéressant de définir un nouveau rôle aux personnes populaires, pour lequel celles-ci seraient peut-être plus qualifiées : agir en tant que porte-paroles des idéaux d'une grande majorité de la population. Parviendrait-on alors à rejoindre le concept de volonté générale énoncé par le philosophe Jean-Jacques Rousseau ?

Bibliographie :

VAN REETH, Adèle. *Être ou ne pas être... populaire !* (Épisode 3), France Culture, 2018, 58 min., <https://www.franceculture.fr/emissions/les-chemins-de-la-philosophie/etre-ou-ne-pas-etre-populaire-34-la-mauvaise-reputation> (Page consultée le 14 avril 2021)

Wikipédia. *Arnold Schwarzenegger*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Arnold_Schwarzenegger
(Page consultée le 17 mars 2021)

ELTCHANINOFF, Michel. « Les huit piliers de l'autorité », *Philosophie Magazine*, n°112
(2017), p.59

MURCIA, J. P. *Aristote : La Rhétorique*, 2008,
https://www.documentacatholicaomnia.eu/03d/-384_-322,_Aristoteles,_Rhetorique,_FR.pdf
(Page consultée le 31 mars 2021)