

Recherche notoriété désespérément

Sur la planète blog, ce nouveau sentier de la gloire, on se met en scène. Bien sûr, beaucoup exposent une démarche artistique ou créative (voir encadré ci-contre) mais la plupart n'exposent qu'eux-mêmes. Une vraie société de « consommation de soi ». Il n'y a qu'à regarder les titres : « Le blog de Moi », « As I am, as I want », « Je, par moi je », « Mon petit nombril », « Ma vie, mon blog et moi »... La démarche est narcissique et l'espoir simple : être remarqué, élu, créer le buzz autour de soi. Mais après quoi courent-ils donc, ces postulants à une microcélébrité qui ne les propulsera nulle part ? « L'amour », « la reconnaissance », « l'ego rasséréiné », répondent en chœur les pys. C'est le besoin d'être regardé et approuvé qui sous-tend ce désir effréné. « Les sites sociaux, les blogs ou même la télé-réalité, ont en commun la recherche quantitative : plus on obtient de réactions, plus on existe, constate Michael Stora, psychologue, auteur de "Les écrans, ça rend accro" (Hachette Littérature). Cette recherche d'audimat de l'intimité rassure les estimes de soi défaillantes. »

Le phénomène touche surtout les moins de 25 ans, plus en demande d'attention que leurs aînés : selon une récente étude, un ado sur six abandonnerait tout pour devenir une star et un sur dix serait prêt à arrêter ses études pour... passer à la télé ! « Les gamins d'aujourd'hui sont filmés dès leur naissance, rappelle le psychanalyste Serge Hefez. Ils se voient grandir à l'écran, leur image ne leur fait pas peur. Il ne faut donc pas s'étonner qu'ils veuillent rester dans le poste. »

Pourtant, dans ce monde d'apparences, notoriété signifie approbation, même sous les moqueries (Xababa, Loana, Cindy Sander, si vous m'entendez...). Ainsi se bousculent les candidats à la « Nouvelle Star », prêts à tout pour se retrouver (dé)classés dans les « Inoubliables », ces prestations distinguées pour leur ridicule. La quête peut avoir un goût amer. Jérémie, 20 ans, aspirant mannequin, a déposé sa photo sur un site à l'intitulé évocateur : CanonOuCageot.com. « La photo est notée

Attention talents !

Pour certains, être connu ne constitue qu'un moyen de montrer son travail, d'en vivre et de pouvoir progresser dans son art. Ainsi, les success stories se multiplient sur la toile et les professionnels y chassent de plus en plus les jeunes talents. Sur son blog, Marie Voyelle* raconte sa vie quotidienne à coup de dessins rigolos et malins. Contactée grâce à son site par les éditions Fleurus, elle vient de publier son premier livre, « 70 jeux et des brouettes pour survivre à la rentrée ». De son côté, Pénélope Bagieu**, repérée de la même façon, planche déjà sur son deuxième ouvrage, « Joséphine » (J.-C. Gawsewitch éditions), toujours à partir du contenu de son blog. Quant à Maloup, elle a intitulé sa page « L'Omelette aux lardons, journal d'une têtardologie »***. Elle y fait le récit quasi quotidien (à peine romancé) des perles de ses deux fils, les ci-devant Têtard (4 ans) et Mini-Troll (au berceau) et de son mec... Papa Crapaud. C'est à se tordre. Là aussi, un éditeur est sur le coup. Mais chuuuut, rien n'est encore fait.

* WWW.ACCROCHE-TOI-A-TON-SLOUP.OVER-BLOG.COM. ** WWW.PENELOPE-JOLICOEUR.COM. *** WWW.TETAROLOGUE.NET.

par les autres internautes, c'est poilant ! » Le but avoué : récolter le plus de notes possibles, pas nécessairement la meilleure. « On s'en fout d'être admiré, ajoute le jeune homme. L'essentiel, c'est de se faire remarquer. » Facile à dire pour Jérémie : sa photo est cotée à 15,3/20 pour le moment, avec un total de 527 votes. Mais qu'arrive-t-il à ceux qui tombent dans la catégorie « cageots » ? « C'est la face noire de cette poursuite de la célébrité pour elle-même : on risque d'être attaqué pour ce qu'on est et pas pour ce qu'on fait, prévient Serge Hefez. Nourris de télé-réalité, où l'on est jugé et éliminé pour sa seule personnalité, les jeunes vivent cet écueil plutôt comme un jeu (avec l'espoir de le gagner, évidemment) ou comme un rite initiatique. Certains ont néanmoins du mal à s'en remettre. »

Parfois, ça fait mal !

C'est vrai. Il arrive que les projecteurs brûlent les ailes des papillons. Cet été, Nathalie et Samantha défrayaient la chronique de « Secret Story ». Ce couple de lesbiennes entre dans la « Maison des secrets » pour porter le message de la communauté gay (et un peu pour leur propre pub, aussi). Nathalie sort très vite du jeu. Sa compagne, restée à l'intérieur, se montre proche d'une autre candidate. Le buzz est fulgurant. La jeune femme encaisse des réflexions atroces sur sa relation avec Samantha, se retrouve harcelée dans la rue et sur son blog. Dépassée par l'emballement des événements, elle se voit contrainte à fermer le blog pour échapper aux commentaires odieux. Bien sûr, la mayonnaise est retom-

bée en même temps que le rideau sur l'émission de TF1. Mais les cicatrices restent. Le couple est réconcilié, certes, mais durablement meurtri.

Parfois aussi, la notoriété s'acquiert sans être recherchée. Par la grâce de personnalités hors du commun qui, à l'instar de certains beaux esprits d'autrefois, méritent d'être connues justement pour ce qu'elles sont. C'est le cas d'Élodie, aux commandes depuis plus de deux ans du Blog de la Méchante (3), une perle au design années 20. Elle y parle d'elle, de fringues, de filles et de l'air du temps avec autodérision et fraîcheur. « Au départ, c'était surtout pour meubler mon ennui au boulot », raconte cette jeune fille de 26 ans aux yeux malicieux. « Aujourd'hui, ça a changé ma vie ! » Une agence l'a contactée pour lui confier le site www.modepass.com qu'elle anime avec brio et bonheur. Quelques magazines (dont BIBA) lui ont consacré des articles, « ma photo dans le journal, ça me fait rire, mais au fond, je m'en fiche un peu », et elle vient de scénographier le lancement du prochain parfum de Lanvin. Cette microcélébrité-là, pourrait bien devenir, à son corps défendant, une macro star ! Comme quoi, dans un domaine où le narcissisme le dispute souvent à l'exhibitionnisme, l'humour et l'intelligence aussi peuvent faire le buzz. Un constat plutôt enthousiasmant. ■

(1) AH ! SON RAP RURAL « MARLY GAUMONT » !

(2) LE PRINCIPE EST SIMPLE : UN CLIP HUMORISTIQUE PAR SEMAINE SUR UN THÈME D'ACTUALITÉ, MIS EN LIGNE LE DIMANCHE. NÉE SUR DAILYMOTION IL Y A 18 MOIS, LA CHANSON DU DIMANCHE SE VEND AUJOURD'HUI EN CD/DVD DANS LES BACS LES PLUS OFFICIELS.

(3) WWW.LEBLOGDELA MECCHANTE.FR.