

Sociétés invisibles

Chiara Piazzesi

Number 1, Fall 2020

Les sociétés invisibles

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/98247ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue L'Esprit libre

ISSN

2563-5425 (print)

2564-1824 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Piazzesi, C. (2020). Sociétés invisibles. *Siggi*, (1), 8–9.

#sociétés invisibles

CHIARA PIAZZESI, Montréal

Même après huit ans, les hivers montréalais sont encore pleins de découvertes pour moi. Il faut observer des régularités sociales pendant un certain temps pour pouvoir s'apercevoir qu'il s'agit bien d'une régularité sociale. En hiver, en se promenant dans la neige, les Montréalais et Montréalaises perdent des gants et des mitaines. Il y en a des dizaines, partout dans la ville, de toutes les formes, tailles et couleurs; qu'il s'agisse de gants ou de mitaines, on parle quand même d'un morceau d'équipement indispensable pour faire face aux remarquables températures de la ville. Tout le monde essaie de garder ses mains au chaud, et plusieurs échouent, du moins à 50 %. Pour la précision, en effet, les gens perdent *un* gant ou *une* mitaine de leur paire. Le gant égaré, privé de sa moitié comme les hermaphrodites d'Aristophane, reste posé sur la neige, incrédule, solitaire, triste; le remarquer, au coin de la rue ou sur un buisson sur lequel une âme gentille l'a déposé pour le sauver des bottes des passant·e·s, c'est être renvoyé·e à son égal symétrique, et en ressentir l'absence écrasante. Que fait-on d'un seul gant, en fait? Fascinée, émue, maternelle, j'ai rêvé de créer un site Web où les gens pourraient retrouver leur gant perdu, et le couple d'identiques pourrait être réuni. Finalement, l'esprit sociologique l'a emporté sur les élans maternels : j'ai décidé de prendre des photos pour un projet de longue haleine et de les diffuser sur la plateforme de réseautage Instagram. La question était la suivante : comment rendre mon projet visible, accessible, comment le



faire connaître (je passe sur le délire de grandeur artistique qui m'a saisie par moments)? La réponse est évidente pour quiconque de familier avec les réseaux sociaux numériques : aux photos a été associé un *hashtag* (notamment #montreallonlywinterglove).

En associant un *hashtag* (prière de tolérer l'utilisation du mot anglais, restez assuré·e que je connais l'équivalent francophone *mot-clic*) aux photos, j'imaginais que cela aurait pu attirer un intérêt collectif. Sans doute d'autres gens, en voyant des gants solitaires, auraient remarqué ce détail anodin du quotidien hivernal montréalais, l'auraient élevé au rang d'objet artistique, auraient photographié l'objet, auraient partagé les photos sur Instagram – et auraient utilisé le même *hashtag*, créant ainsi une chaîne, une communauté, un réseau d'entraide. Une société. J'anticipais l'émergence d'une complicité entre inconnu·e·s, un clin d'œil mutuel qui passerait par l'utilisation de la même étiquette sémantique. J'anticipais l'émergence d'une société invisible axée sur l'art, la compassion et la flânerie.

Si les groupes officiels sur les réseaux sociaux numériques, groupes qui se veulent structurés et transparents par rapport à leurs

membres, ressemblent aux organisations qu'on trouve dans la société, les *hashtags* créent des rassemblements plus ou moins éphémères, aux contours imprécis, qu'on peut qualifier de sociétés invisibles. Un *hashtag* n'est ni plus ni moins qu'une étiquette qui signale de quoi on parle dans un message ou une publication (par exemple #quarantine, #coronavirus, #love, #selfie). Il rattache le message publié ici et maintenant à une conversation, un mouvement, une mode, une « tendance », un thème (#blacklivesmatter, #breadmaking, #incometax, #genderreveal) – donc opère une montée en généralité par rapport au message lui-même. Cet élargissement du discours, du message au thème général, est un premier geste rassembleur : les autres utilisatrices et utilisateurs peuvent trouver un intérêt personnel supplémentaire dans une publication si celle-ci se rattache à un thème d'intérêt collectif, ce qui peut les motiver à l'approuver (#like) ou à la partager (#share).

Puisqu'il se rattache à un thème, à une conversation déjà en cours, le *hashtag* est un clair geste de sociabilité, reconnu comme tel par les autres, et qui permet à la conversation, à l'interaction, de continuer. Une telle interaction peut rester tout à fait contingente, ou ne même pas décoller, comme dans le cas des *hashtags* les plus improvisés ou trop spécifiques (#onnemevoitpas). Mais elle peut aussi s'inscrire dans la durée, grâce aux propriétés que les hashtags partagent avec d'autres gestes de sociabilité dans l'espace non virtuel. Par exemple, les adeptes d'un certain programme d'entraînement commercialisé sur Instagram peuvent non seulement déclarer leur appartenance au groupe par l'usage du hashtag principal (par exemple : #fitpourlaplageentroismois), enregistré par une entreprise, ainsi que se tenir au courant des dernières nouvelles liées à cette marque de commerce. Mais elles et ils peuvent

également préciser le hashtag pour créer une communauté locale (#fitpourlaplageentroismoisbrossard), où le *hashtag* sert maintenant à identifier des membres d'une plus petite société invisible, plus clairement située, qui peuvent interagir fréquemment et régulièrement. Même sans jamais se rencontrer (à Brossard, par exemple), ces personnes peuvent échanger sur leurs vécus (« j'ai réussi à faire le programme aujourd'hui! »), exprimer leurs émotions (« triste, trop dur de faire les burpees »), se soutenir (« ah oui les filles!! »), développer des rituels (un coucou-vidéo à tous les jours avant le premier café), créer un « code » avec des symboles et des histoires caractéristiques (« vous vous rappelez de.... ») et ainsi de suite.

Les *hashtags* sont alors les facilitateurs d'une sociabilité multiple, à différentes vitesses et aux différentes temporalités, dont les frontières sont toujours poreuses dans la mesure où leur utilisation peut être difficilement limitée (sauf peut-être par d'autres hashtags). En effet, les *hashtags* sont toujours disponibles pour une appropriation et une réappropriation qui modifient les contours de la société invisible tout en y opérant un léger glissement de sens. Comme plein d'autres sociétés invisibles, celles qui émergent grâce aux *hashtags* sont imprévisibles, ont des trajectoires surprenantes.

Vous voulez sans doute connaître la fin de l'histoire du gant solitaire. Hélas, mon *hashtag* est resté aussi solitaire que les gants auxquels il fait référence : pour des raisons que je n'arrive pas encore à comprendre, Instagram trouve que mes photos vont à l'encontre des lignes directrices de la communauté de la plateforme. Elles sont, pour cette raison, invisibles aux autres, introuvables par le *hashtag*. Voilà pour l'éphémère.