

<https://www.elcorreo.eu.org/INSTAGRAM-A-TUE-LES-INTELLECTUELS>

INSTAGRAM A TUE LES INTELLECTUELS

- Fil rouge -

Date de mise en ligne : mardi 2 septembre 2025

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Comment nous sommes passés de [Pier Paolo Pasolini](#) et [Carla Lonzi](#) aux gourous-influenceurs de l'édition et des médias sociaux - sans même nous en rendre compte.

Avertissement : Ceci est une réflexion entièrement personnelle sur l'édition, le journalisme et le rôle des intellectuels aujourd'hui. Il ne s'agit pas d'attaquer qui que ce soit en particulier, même si certaines personnalités publiques seront citées en exemple. Je ne souhaite pas diaboliser les militants, les communicateurs ou les experts qui utilisent les réseaux sociaux pour diffuser des connaissances, des informations ou des opinions, ni ceux qui en bénéficient. Mon analyse vise à analyser les mécanismes à l'origine de certaines contradictions que nous vivons aujourd'hui et à proposer des pistes de réflexion. L'inspiration pour aborder ce sujet, qui m'a toujours tenu à cœur, vient de cet article, « [The death of the public intellectual](#) » [La Mort de l'intellectuel public], que je vous invite à lire.

Nous connaissons tous – et avons tous fredonné au moins une fois – la célèbre chanson « [Video Killed the Radio Star](#) » des Buggles, sortie en 1979. Ce morceau célèbre raconte l'histoire d'une pop star de la radio supplantée par des artistes qui utilisent les clips vidéo comme nouvelle forme d'expression artistique, révolutionnant ainsi la manière dont la musique et l'art étaient appréciés du grand public et marquant à jamais la primauté de la télévision sur la radio, alors reléguée au second plan. Même Queen, l'un des groupes les plus importants de l'histoire de la musique, a évoqué le déclin de la radio dans la chanson « [Radio Ga Ga](#) ». Freddy Mercury, d'ailleurs, a chanté : « *Somesome still loves you...* », capturant en musique la nostalgie et la profonde mélancolie que la disparition de la radio a provoquées chez ceux qui avaient fait de la radio et de la musique les pierres angulaires de leur art. Ces deux morceaux, d'une simplicité conceptuelle, mettent en musique l'analyse d'un changement qui allait bouleverser à jamais les mécanismes de communication et, par conséquent, la société.

Pourquoi évoquer l'effondrement de la radio dans les années 1970, Queen et l'essor de la télévision dans une newsletter qui traite de géopolitique et de crises internationales ?

En réalité, le lien n'est pas aussi complexe qu'il n'y paraît. C'est précisément en cette période de crise internationale, de conflit et de désorientation généralisée que nous devons répondre à une question fondamentale : qu'est-il arrivé aux intellectuels ? Où sont ces figures marquantes qui ont dominé le paysage socioculturel italien des années 1970 et 1980, qui ont pris position, qui ont proposé des outils pour comprendre la réalité, qui ont manifesté aux côtés des travailleurs et participé avec ferveur au débat public sur les grands enjeux de l'époque ? En bref, où sont ceux qui peuvent aider le public à naviguer dans le chaos d'un monde de plus en plus tendu, qui soulèvent des questions, articulent des enjeux et, surtout, qui prennent position ?

La réponse est simple : « *Instagram a tué les intellectuels* », tout comme « la vidéo a tué la star de la radio ».

Autrefois, l'intellectuel était une figure extrêmement cultivée et faisant autorité, mais souvent aussi rebelle, provocateur, contradictoire, nuancé et parfois controversé. L'intellectuel ne se souciait guère de *plaire* au public, d'adopter des opinions dominantes ou d'exprimer des positions qui lui convenaient. Il ne prétendait pas être apprécié : au contraire, fréquemment impliqué dans la vie politique et le débat public, et impliqué dans des partis et des mouvements, les conflits de positions et d'opinions étaient presque toujours féroces, et les confrontations dialectiques étaient menées sans retenue. Des concepts comme *la neutralité* ou *l'impartialité* n'existaient même pas : ce sont des catégories propres à notre société occidentale contemporaine, profondément dépolitisée et post-historique. Une société où la politique, prenant position publiquement, est conçue comme intrinsèquement négative, plutôt que, comme on l'entendait classiquement, comme une participation active à la vie de la cité – *la polis* – : l'activité qui transforme l'homme en citoyen, en homme qui participe, car [...la libertà è partecipazione...](#) [...la liberté est participation...], comme le chantait [Gaber](#). Participation à la vie sociale, et donc politique : car la politique – y compris la politique internationale – et la société sont inextricablement liées.

Aujourd'hui, nous vivons dans une réalité complètement différente. Face au génocide en cours en Palestine, les citoyens sont devenus bien plus capables de prendre position, d'exprimer leur indignation, de s'organiser et de communiquer entre eux que les intellectuels les plus influents de la scène italienne. Je pense à [Roberto Saviano](#) ou, pour reprendre un épisode survenu hier, à l'affaire [Chiara Valerio](#). Après deux ans de massacres aveugles, d'éliminations physiques, principalement de femmes et de jeunes enfants, et face à une famine effroyable, ceux qui étaient censés être les voix les plus fortes pour défendre des valeurs et des principes communs se sont retranchés dans un silence presque gêné.

Comment tout cela a-t-il pu arriver ?

Il est nécessaire de prendre du recul et de comprendre le fonctionnement de l'édition et de la production culturelle dans l'Italie contemporaine. Nous sommes passés d'une culture considérée comme une « vocation » (du latin *vocare*, qui, comme l'allemand *Beruf*, désigne une « vocation » au sens quasi théologique) à une culture de marché, où les contrats d'édition, les maisons d'édition et les « amis d'amis » ont complètement remplacé le rôle de l'intellectuel comme porte-parole de la dissidence, ainsi que celui du journaliste comme « chien de garde du pouvoir ».

Aujourd'hui, pour préserver sa position privilégiée dans le paysage culturel contemporain, l'intellectuel ou le journaliste est contraint de faire exactement le contraire d'un Pasolini ou d'une Carla Lonzi, qui ont même *craché sur Hegel* : être aussi à l'aise que possible, ne marcher sur les pieds de personne, ne pas exprimer de désaccord. Adopter une position critique, par exemple en dénonçant le massacre en cours en Palestine, ou toute autre question d'importance nationale ou internationale, rend automatiquement la figure de l'intellectuel totalement répulsive au système informationnel et culturel contemporain, fondé sur l'uniformité et la dépolitisation totale de la pensée.

L'intellectuel ou le journaliste ne doit pas prendre parti. Or, être *impartial* signifie précisément *ne pas prendre parti*, rendant ainsi neutre tout sujet, discussion ou question. L'intellectuel, qui mettait autrefois son intelligence et son talent au service des autres, les met désormais au service de ses intérêts personnels et professionnels, du maintien de son pouvoir et, par conséquent, de la préservation des choses *telles qu'elles sont*. Ainsi, l'intellectuel, autrefois avant-garde culturelle et politique, a été dépassé par son propre public, devenant une arrière-garde : la condamnation d'Israël par ces personnalités est intervenue *plus de deux ans après* celle des dizaines de milliers de personnes qui ont manifesté à Rome en octobre 2023 pour exiger un cessez-le-feu, parlant ouvertement, même à l'époque, de génocide.

L'effondrement de la fonction publique de l'intellectuel survient, et ce n'est pas un hasard, parallèlement à un déclin culturel général important. Il y a peu, par curiosité, je lisais la liste des livres les plus vendus en Italie : l'un des plus achetés sur Amazon était « *Le régime céto-gène - Ma voie* ». Je me suis posé deux questions. La première : pourquoi est-ce que j'écris si personne ne me lit ? La seconde, et bien plus importante, est : comment en sommes-nous arrivés là ? La réponse, comme votre mère vous l'aura sans doute dit au moins une fois dans sa vie, est toujours là : *ce satané téléphone*. Alors que dans les années 1960, 1970 et 1980, les intellectuels évoluaient dans un paysage médiatique très limité, avec peu de chaînes de télévision, de journaux, de magazines et de maisons d'édition, aujourd'hui, n'importe qui possédant un téléphone peut exprimer son opinion et se faire entendre sur *les réseaux sociaux*.

L'essor des réseaux sociaux a eu des conséquences fondamentales :

- La fin de l'autorité intellectuelle
- La fin de la complexité au profit de la vitesse

Le volume considérable de voix disponibles sur les réseaux sociaux a rendu extrêmement difficile l'attribution et la reconnaissance de l'autorité intellectuelle d'un simple influenceur *d'actualité* ou *de littérature*. Toute personne bénéficiant d'un nombre plus ou moins important d'abonnés devient automatiquement une référence culturelle : si tant de personnes suivent tel ou tel individu, c'est qu'il y a forcément une raison. Alors qu'autrefois, avant de s'imposer comme intellectuel et d'obtenir une tribune et un micro, il fallait publier des livres, participer à des conférences, participer à des débats publics avec d'autres intellectuels, et même participer à la vie politique et sociale, aujourd'hui le processus s'est inversé : *on publie des livres et on s'intègre à la vie publique parce qu'on a déjà un public*.

L'édition s'est ainsi transformée en une industrie culturelle : des auteurs talentueux mais inconnus sont publiés avec des avances dérisoires (ou, pour la plupart, pas publiés du tout). Universitaires et chercheurs paient même de leur poche les éditeurs pour que leurs études soient publiées. À l'inverse, les commentateurs en ligne, *les influenceurs d'actualité*, ou simplement ceux qui, pour une raison ou une autre, sont connus sur les réseaux sociaux, signent des contrats d'édition de plusieurs dizaines de milliers d'euros avec de grandes maisons d'édition. C'est parce que l'édition est un marché, et comme tout marché, il s'agit de vendre : si John X ou John X peut compter sur des dizaines ou des centaines de milliers d'abonnés, le livre est assuré d'engranger une marge commerciale assez élevée, sans que la maison d'édition ait à déployer beaucoup d'efforts pour le promouvoir, et avec une marge de risque assez faible pour l'éditeur.

Par conséquent, les livres des influenceurs sont souvent des produits uniques, dont on parle – généralement exclusivement sur les réseaux sociaux – pendant les trois premiers mois, puis disparaissent complètement des *stories* Instagram de l'auteur et des rayons des librairies : c'est parce qu'ils sont des produits, et comme tous les produits, ils ont une date de péremption. Dépourvus de l'ambition – ou de la possibilité – de devenir des textes politiques ou culturels de référence, qui nécessitent étude, recherche, expertise, profondeur analytique, théorique et politico-intellectuelle, les livres deviennent des phénomènes transitoires qui tombent rapidement dans l'oubli comme n'importe quel autre bien de consommation. Ces livres ont le même objectif pour le marché que le t-shirt que vous avez acheté sur Shein l'année dernière en pleine période d'achats compulsifs : alimenter le capitalisme par la promotion de la consommation – dans ce cas, de l'édition.

Et nous en arrivons ici au deuxième point

Les médias sociaux privilégient la rapidité à la complexité. Les influenceurs et commentateurs sociaux sont souvent obsédés par la simplicité. Des questions politiques, sociales ou internationales complexes sont présentées au public comme une cuillère de nourriture pour bébé est offerte à un nouveau-né. Du Covid à la migration, du conflit russo-ukrainien aux modalités de vote, jusqu'à la guerre entre l'Iran et Israël : tout peut se résumer à des infographies ou à une vidéo quotidienne où l'on ne demande pas aux gens de réfléchir, de s'informer ou de lire des livres, mais plutôt de consommer ce contenu spécifique, généralement basé sur la *tendance* du jour ou de la semaine.

Les médias sociaux courent après l'actualité plutôt que l'analyse, dans un mécanisme auto-entretenu qui inonde le public de stimuli incessants et continus, incompatibles par nature avec la pensée critique, qui exige du temps, de l'analyse et la comparaison des sources. Cette simplification extrême est étroitement liée au marché de l'édition. Les *bobines brillantes*, les infographies colorées, le livre flambant neuf qui résume toute la connaissance humaine en deux cents pages, voilà ce qu'il *faut* consommer. C'est ainsi que l'*influenceur* devient auteur et entre dans le débat public et culturel, participant à des présentations, étant invité à des débats publics et à des conférences – presque toujours sans aucune expertise scientifique ou académique sur les sujets qu'il défend. La seule règle à suivre n'est plus *de savoir de quoi* parler, mais de ce dont on parle *actuellement*, des tendances *actuelles*, de ce qui est à la *mode*.

L'avènement des réseaux sociaux a entraîné une autre conséquence importante : la fin du grand public et l'apparition de « bulles ». Le grand public a disparu avec l'intellectuel. Aujourd'hui, avec l'avènement des réseaux sociaux, toute personnalité, plus ou moins connue, fait partie d'une « bulle », généralement isolée. Ces bulles d'audience sont infiniment petites comparées à la taille de la masse : la plus petite *part* d'une émission de télévision reste supérieure à l'audience qui y est intégrée. Il suffit d'écouter les conversations dans la rue, au restaurant, dans les transports en commun : on comprend de quoi les gens parlent réellement. Dans le monde réel, presque rien de ce qui se passe sur les réseaux sociaux n'a d'impact sur la vie quotidienne de dizaines de millions de personnes. Pourtant, chacune de ces personnalités lutte sans relâche pour s'emparer d'une part toujours plus grande de la bulle, au rythme des infographies et des *bandes-annonces*, car une audience plus large signifie plus d'avances pour le prochain livre et plus de chances de *percer*.

Cela dit, il ne faut pas tomber dans le piège de la diabolisation *pure et simple* des réseaux sociaux, qui ont pourtant donné la parole à des universitaires, des militants, des journalistes et des écrivains qui auraient autrement été ignorés dans le débat public. Et, en particulier pendant le massacre en Palestine, les réseaux sociaux ont été et restent le principal outil de diffusion d'images et d'informations autrement censurées, ainsi que de canalisation et d'organisation de la contestation publique. Il ne s'agit pas d'« abandonner les réseaux sociaux », ce qui serait une forme inutile et régressive de *luddisme*, mais d'« habiter la contradiction », en utilisant ce *média* comme un simple outil et jamais comme une fin.

Moi aussi, ayant commencé mon travail de diffusion de la politique internationale – un sujet que j'étudie depuis des années – sur les réseaux sociaux, je ne les utilise désormais que lorsque j'ai le sentiment d'avoir quelque chose d'authentique à dire et pour indiquer des espaces de rencontre en dehors des réseaux sociaux.

Car c'est précisément dans ce climat de crise internationale qu'il est aujourd'hui plus que jamais nécessaire de redécouvrir la critique, l'analyse et la compréhension des choses – et de leurs causes. Il est crucial de ne pas céder à cette *marchandisation de la culture* : *déléguer à tel ou tel commentateur social la tâche de nous expliquer chaque événement dans une bobine* commode de trente secondes, en quatre diapositives sur Instagram, ou en quelques pages d'un livre, qui n'est souvent qu'un recueil d' *histoires* ou de *publications déjà publiées*. De même, il est absolument nécessaire de comprendre et de décrypter les mécanismes qui sous-tendent le marché éditorial et culturel italien, et de confronter les intellectuels à leur propre silence. Il s'agit d'aller chercher les intellectuels là où ils se trouvent : dans les mouvements politiques, dans les académies, voire dans les partis politiques tant *détestés*, et surtout dans les classiques traditionnels, qui, par nature, aussi lus et étudiés soient-ils, restent inconsommables.

Et enfin, il s'agit de dépouiller du sceptre *intellectuel* ceux qui, aujourd'hui, sont incapables de prendre position : parce qu'ils trahissent ce qui devrait être l'essence même, la fonction publique, et le trait essentiel de l'intellectuel. Aujourd'hui comme hier.

Beata Sabene* our son blog [L'Insalata politica](#)

Beata Sabene* para su página [L'Insalata politica](#)

[L'Insalata politica](#). Italie, le 2 août 2025.

***Benedetta Sabene** es journaliste et auteur. Son blog personnel : [Beata Sabene](#)

Original : « [INSTAGRAM HA UCCISO GLI INTELLETTUALI](#) » di Benedetta Sabene, 2 agosto de 2025

En anglais : « [Instagram has killed the intellectual](#) » traduit de l'italien par [Thomas Fazi](#)

Traduit de l'espagnol depuis et pour [El Correo de la Diáspora](#) par : Estelle et Carlos Debiasi.

Cette newsletter est le fruit de nombreuses heures de travail et de recherche, mais je souhaite la rendre accessible à tous. C'est pourquoi elle est gratuite, mais elle ne peut perdurer que grâce à votre soutien. Si vous le souhaitez, vous pouvez [m'offrir un café par mois](#) ou [faire un don via HYPERLINK "https://www.paypal.com/donate/?hosted_button_id=Y7PPGBC25QF54"PayPal](#) . Merci pour votre soutien !

L'Insalata politica es el resultado de muchas horas de trabajo e investigación, pero quiero que sea accesible para todos. Por eso es gratuito, pero solo puede continuar con tu apoyo. Si quieres, [invítame a un café al mes](#) o [haz una donación por HYPERLINK](#). ¡Gracias por tu apoyo !

ABONNEZ-VOUS A LA SALADE GEOPOLITIQUE

[El Correo de la Diaspora](#). Paris, le 25 août 2025.

Cette création par <http://www.elcorreo.eu.org> est mise à disposition selon les termes de la [licence Creative Commons Paternité - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0 Unported](#). Basée sur une œuvre de www.elcorreo.eu.org