

Bande 2 kons

6 mai 2021

Les graffitis et autres tags nous en apprennent beaucoup sur le monde dans lequel nous vivons. Ils sont en effet un condensé d'expressions, généralement d'expressions refoulées ou ne pouvant aisément trouver un exutoire à la hauteur de leur intensité. Certains peuvent être très artistiques mais, quelle que soit la qualité de la facture, il en est qui nous percutent de manière sensible alors que d'autres nous laisseront indifférent.

Une invective singulière

Figure dans la première catégorie une invective singulière relevée sur la route nationale 63, non loin de Liège, en Belgique. Je ne sais ce qui me frappa le plus en la voyant, en dehors du caractère inévitable de son emplacement, l'énoncé ou la situation du message, ou encore la relation entre les deux. Et voilà que me prend l'envie de décortiquer le phénomène. S'il suscite chez moi des remous un peu confus certes mais que je pressens plutôt féconds, son exploration serait peut-être susceptible de nous en apprendre quelque peu relativement à notre monde d'humains, espèce communicante par excellence.

« Bande 2 kons », peint en lettres capitales grand format, surplombe cet axe routier très fréquenté, à hauteur de deux zones commerciales bien garnies (un hypermarché, deux supermarchés, diverses moyennes surfaces spécialisées, restauration rapide, hôtel, dancing, station service, la totale). C'est d'ailleurs la passerelle piétonne reliant ces deux zones situées de part et d'autre de la nationale qui fut élue par l'auteur (1) pour y apposer son message. Précision intéressante : outre l'accès aux surfaces commerciales, l'axe est principalement parcouru par les banlieusards rejoignant le matin l'agglomération et leur emploi, et retour en fin de journée. Notons que le texte est disposé d'un seul côté,

visible pour le flux quittant la banlieue. Banlieue plutôt verte et cossue d'ailleurs.

Première grille de lecture : émetteur, récepteur, média

Dans toute situation de communication (2), très classiquement, nous pouvons identifier l'émetteur, le récepteur et le média. Commençons donc notre travail de 'décorticage' par cette première approche.

Que nous apprend de **l'émetteur** une étude aussi attentive que possible du message ?



La même logique binaire que dans [le post 'Les papas papous'](#)?

- En premier lieu, à la base de la base, le message constitue une affirmation de son existence par l'auteur. Sans cette production, il n'existe pas, en tout cas dans la spécificité de ce message, aux yeux des récepteurs (3).
- L'auteur prend l'initiative d'engager une relation avec ceux-ci. Son message crée une relation, qui jusque là n'existait pas. Cette démarche fondatrice prend une acuité particulière dans un contexte d'anonymat quasi-total, nous y reviendrons.
- Il est anonyme, quasiment par définition.
- Il est efficace et plutôt téméraire, un tel exercice d'écriture acrobatique n'étant pas à la portée de tout un chacun.
- Il ne s'agit pas d'une adresse individuelle. Le recours au terme collectif de 'bande' est explicite. L'auteur se définit comme hors du troupeau, puisqu'il s'adresse à ses interlocuteurs comme à un agrégat homogène (en tout

cas au regard d'un indicateur de la connerie), depuis l'extérieur de cet ensemble.

- Il se considère comme en capacité (en droit?) de délivrer un jugement (sévère et radical) sur ses semblables, une partie d'entre eux à tout le moins.

Portons maintenant notre regard sur **les récepteurs du message**.

Il est d'emblée remarquable que les récepteurs, institués dans ce rôle par l'initiative de l'auteur, constituent une entité indifférenciée, homogène. On aurait pu imaginer un message de l'ordre, par exemple, de « ceux qui roulent en Mercedes ... », ou « ceux qui vont bosser chaque matin ... », suivi du verdict maintenant bien connu. Le récepteur, l'occupant de l'automobile circulant sur la nationale et interpellé malgré lui par le message, n'a pas la possibilité de se différencier, du moins en termes de communication (4).

Considérant les efforts qu'a dû représenter le graffitage qui nous occupe et les caractéristiques marquées de son implantation (voir plus loin), il me semble raisonnable d'estimer que l'auteur voulait s'adresser à un public-cible (homogénéisé par ses soins, ainsi que nous venons de le voir) que l'on pourrait grossièrement définir comme banlieusard, souvent économiquement à l'aise et parfois très aisé, disposant d'un emploi et d'un véhicule, occupé pour une grande majorité à se rendre au travail au moment où le message leur est signifié.

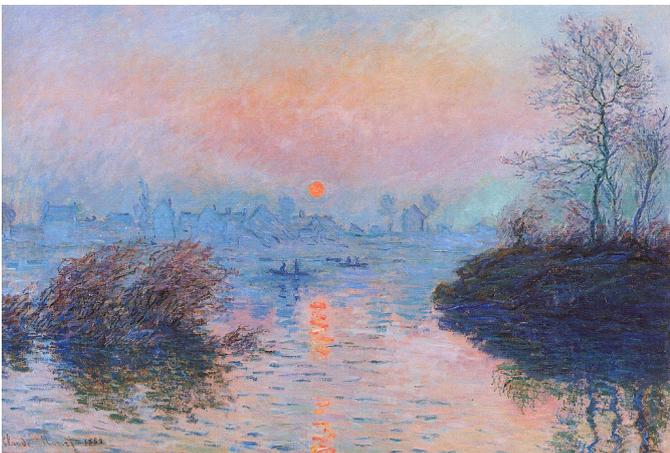
Et enfin, les pauvres récepteurs n'ont pas le choix de recevoir ou non ce message. Celui-ci leur est imposé par le positionnement de celui-ci et l'obligation (5) dans laquelle ils se trouvent d'emprunter quotidiennement cet axe routier.

L'analyse du **média** auquel recourt l'auteur, troisième et dernier item de cette première approche, délivre elle aussi quelques constats intéressants :

- L'emplacement choisi est grandement efficace. Le message

ne peut être ignoré, contrairement par exemple à un message qui serait peint sur le revêtement ou sur un panneau situé en bordure de route. On est loin de l'affichette de format A3 collée parmi cent autres au fond d'une rue peu fréquentée ou du texte hâtivement griffonné sur la cloison des toilettes du lycée.

- Le graffiti, ainsi idéalement situé, s'impose, il est inévitable ; alors que le tract par exemple peut se refuser, la radio peut-être éteinte. En fait nous sommes proches ici de la situation de la publicité dans les espaces publics : elle s'impose à nous.
- Le support et la qualité de réalisation semblent destiner le message à une existence perenne (6), contrairement à de nombreux graffitis dont la durée de vie parfois n'excède pas quelques jours. La difficulté d'accès complique la réalisation mais constitue aussi le gage d'une certaine durée d'existence vu la lourdeur de la démarche que représenterait probablement son effacement.



Monet 'Soleil couchant sur la Seine à Lavacourt'

Il me semble que cette première approche (l'analyse du triptyque émetteur / récepteur / média) nous a permis de faire apparaître, par de multiples petits traits de peinture, comme dans un tableau de Monet, une première image de la relation qui s'est créée entre l'auteur et les usagers de cette route nationale.

Je voudrais compléter celle-ci par une approche en termes d'**axiomatique de la communication** (7).

Que savons-nous de la relation entre l'auteur du graffiti et les récepteurs (obligés) de son message ?

Relation et communication sont indissociables. Comment établir ou entretenir une relation sans communiquer ? Comment concevoir une communication qui se situerait en-dehors de toute forme de relation ? L'axiomatique toute simple proposée par [P. Watzlawick](#) (8) dans une approche pragmatique de la communication me paraît toute indiquée pour approfondir notre compréhension de la relation qui s'est nouée autour de ce « Bande 2 kons ».

Je me propose de faire l'exercice d'appliquer à notre graffiti les cinq axiomes (9) énoncés dans cette approche. Il me faudra bien passer ici par une petite séquence didactique (10), ne pouvant supposer la connaissance de ceux-ci comme acquise par tout lecteur du présent article. Voici donc :

1. L'impossibilité de ne pas communiquer.

On ne peut pas ne pas communiquer. Si, dans une relation (11), je m'efforce d'éviter toute communication verbale, tout mouvement, attitude, mimique susceptible de constituer un message, je communique de facto, sans que je sois en mesure de l'éviter, un (méta)message de l'ordre de « je ne veux pas communiquer ».

2. Toute communication définit la relation.

Non seulement je ne peux éviter de communiquer mais j'é mets également une série d'« indices » communiquant à l'autre partie la manière dont je considère notre relation : posture (soumise, agressive, désinvolte, ...), ton de la voix (obséquieux, cassant, angoissé, ...), vêtements, etc.

3. Ponctuation de la séquence des faits.

Chacune des parties a tendance à considérer la séquence des événements intervenant dans la relation en termes de stimulus / réaction et sous un angle subjectif. Dans ma logique, le message que je communique est une réaction au stimulus que constitue pour moi la communication antérieure émise par l'autre partie. Pour celle-ci, à son tour, mon message constituera un stimulus auquel elle réagira par un nouvel élément de communication

4. Distinction des modes digital et analogique.

L'activité verbale (dite ou écrite) constitue un mode de communication doté d'une logique très complexe et fine. Elle est souvent qualifiée de **digitale** car elle est arbitraire (il n'y a pas de relation entre le nom et la chose nommée (12)) et fonctionne sur le mode tout ou rien (1 ou 0) : le mot ('arpenteur' par exemple) définit un ensemble de choses nommées (les arpenteurs) à l'exclusion de toute autre (les comptables, les crapauds, les équations à deux inconnues ou les moines hindous). Dans cette mesure, ce mode de communication n'est pas le plus approprié à gestion de la relation.

Le mode analogique est constitué de tout le reste, tout ce qui est susceptible d'intervenir dans une communication à l'exclusion du verbe

5. Tout échange peut être symétrique ou complémentaire.

Dans un modèle relationnel basé sur l'égalité (au sens plutôt mathématique qu'éthique du terme), les partenaires ont tendance à adopter un comportement en miroir, qualifié de symétrique. Lorsque les comportements se complètent plutôt que de se ressembler, on parlera d'un échange complémentaire.

J'espère que le lecteur s'accroche toujours là. Je me rassure un peu en me disant qu'il a été dûment averti (voir la colonne

située à gauche de ce texte).

Seconde grille de lecture

Appliquons maintenant cette seconde grille de lecture à l'objet de notre attention.

1. Le message est présent. Mais il n'est pas nécessaire ; il aurait pu ne pas exister et cette modeste passerelle aurait continué à faire passer les piétons, sans plus. **L'absence du message, néanmoins, constituait aussi une communication**, même si un peu confuse. Quelque chose comme (vu du point de vue de l'auteur) « Je n'ai rien à vous dire », voire pire peut-être « Vous n'êtes pas une bande de cons ». Il semblerait que cette communication ait été insupportable pour l'auteur vu la détermination dont il a fait preuve pour dérouler sa prose dans ces conditions.

2. En empoignant pinceau et pot de peinture, l'auteur instaure une différence dans une communauté jusque là indistincte. Pour reprendre la terminologie dont nous avons usé dans la première partie de cette étude, il se pose dans le rôle d'émetteur et institue en tant que récepteur le flot des conducteurs défilant sous sa bannière. Première **définition de la relation** (13). En nous attachant maintenant au contenu du message, nous voyons apparaître de nouveaux éléments de définition de celle-ci. Le texte en effet fait apparaître que l'auteur définit un rapport où il s'arroge le droit de

- considérer le(s) récepteur(s) comme un troupeau (voir ci-dessus)
- porter sur ce collectif un jugement (voir ci-dessus)
- celui-ci étant particulièrement dépréciateur (14).

3. La **séquence de communication** soumise ici à notre examen critique est réduite au minimum par le format (graffiti) adopté par l'auteur. Nous pouvons néanmoins y distinguer deux points de vue dans la séquence :

- ils défilent (comme des cons), dès lors j'écris mon message [l'auteur]
- il écrit, dès lors ... rien [les usagers de la RN – dans l'impossibilité radicale d'apporter une réaction].

Nous reprendrons au point 5 ci-dessous ce déséquilibre.

4. **Au niveau digital**, le message est extrêmement simple : trois mots, une apostrophe d'où une syntaxe minimaliste. Nous noterons la brutalité des deux substantifs composant l'énoncé :

- « bande » : niant les individualités en les réduisant à la dimension de membre du troupeau
- « con » : qualification méprisante, dépréciatrice.

Nous ne pouvons ignorer l'orthographe particulière adoptée par l'auteur pour deux termes (sur trois!):

- de : écrit '2'
- cons : écrit 'kons'.

Nous y reviendrons plus loin, dans le cours des développements qui suivront l'étude formelle du message.

Sur le plan analogique, nous pouvons d'abord relever l'usage d'une police de caractère très rectiligne, tranchante, ainsi que le recours à la couleur rouge (utilisée en signalisation routière, donc dans un contexte identique, pour des avertissements impérieux ou des interdictions). Ces deux éléments ajoutant un supplément de violence au versant digital du message (ci-dessus).

Le contexte constitue également un élément de communication analogique (voir aussi ci-dessus les éléments d'analyse du média), en particulier le caractère inévitable du graffiti qui communique: « je vous impose cette sentence ».

5. Cette observation nous amène directement à relever le **caractère déséquilibré** et donc **complémentaire de l'échange**.

D'un côté l'auteur imposant un jugement péremptoire. De l'autre les usagers de la nationale placés dans l'impossibilité radicale (15) de se manifester de quelque manière que ce soit (16) par leurs choix antérieurs (trouver un boulot, s'y rendre en voiture, etc).

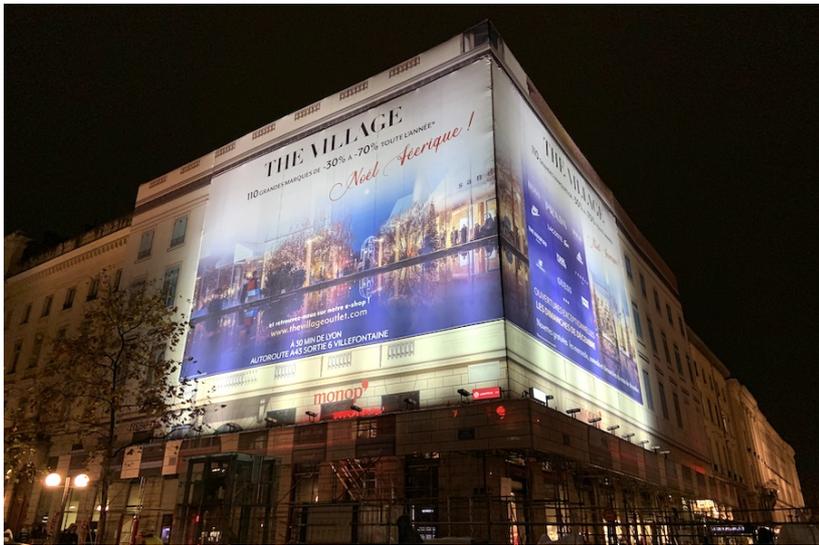
Les deux parties se trouvent coincées dans un échange complémentaire rigide, dont nous percevons de plus en plus la violence :

- je vous vois comme une bande de cons, et je vous le dis
- (je) nous nous soumettons de facto à ce brocard et à l'autorité prise par l'auteur, soit avec mépris (mais dans l'impossibilité de le faire savoir, ni à l'auteur ni même à nos co-victimes (17)), soit en l'acceptant bon gré mal gré, soit en l'ignorant (mais il faut être très fort ... ou très concentré sur son ordiphone).

Nous constatons dès lors que le jugement évoqué ci-dessus n'est pas seulement péremptoire, il est également sans appel.

En recourant à ces deux grilles de lecture, il me semble que nous avons pu, par petites touches, élargir le tableau autour de la situation de communication de départ. Dans cette démarche j'ai tenté de conserver une certaine rigueur d'interprétation. Plusieurs développements me paraissent possibles au départ du matériau ainsi rassemblé. Et là je pense que je vais un peu plus me laisser aller ...

Anti-pub ou pub ... ?



source: La Tribune de Lyon

Une telle appropriation brutale de la visibilité dans l'espace public ne peut avoir pour modèle que la publicité. La publicité qui de plus en plus envahit la totalité de l'espace public (18). D'ailleurs l'environnement immédiat du graffiti en est rempli. Avec un hypermarché, deux supermarchés, un bowling, divers supermarchés spécialisés (bricolage, etc), de nombreux restaurants, le lieu est même une véritable pépinière. A de nombreux égards, le dispositif publicitaire est analogue à celui adopté par l'auteur du message étudié : énoncé simple et percutant, aisément lisible en passant en voiture, positionné directement sur l'axe routier, etc. Notre message et le dispositif publicitaire se rapprochent également quant au 'lieu d'où ils parlent'. Dans un cas comme dans l'autre, nous avons affaire en effet à une assertion qui nous explique ce que nous devrions être (moins con, quoi que cela puisse signifier, en l'occurrence mais cela peut aussi être : mieux rasé avec la crème x, meilleur parent – en cuisinant pour mes enfants les pâtes y, plus cool – avec les vacances z, etc, ad libitum).

Et pourtant n'importe qui est capable d'identifier le message que nous étudions comme n'étant pas une pub. Les moyens mis en œuvre, en effet, d'évidence diffèrent amplement tandis que l'énoncé ne se caractérise pas vraiment pas son caractère racoleur (19).

Notre message flirte donc avec les limites de l'exercice publicitaire. Il en épouse le caractère efficace mais ne vise nullement l'agrément, encore moins l'acte d'achat. Dans cette mesure il porte peut-être une contestation de la toute puissance publicitaire absorbée jour après jour par ces mêmes automobilistes.

D-formation langagière

Nous avons noté, un peu plus haut, la transformation du 'de' (devenu '2', à peu près équivalent au niveau sonore) et du 'c' de 'cons', remplacé par un 'k', à laquelle s'ajoute l'écriture en miroir du '2' en question. Ces altérations ne modifient en rien la sémantique du message, ne nuisent nullement à sa compréhension, mais elles ne peuvent être ignorées. Il n'y a pas de hasard ou de fantaisie ici. Ces deux modifications introduisent à mon sens – par la distance prise avec l'orthographe et par une certaine familiarité dans le procédé – un méta-message de l'ordre de : « cet énoncé n'est pas à prendre comme du langage ordinaire ». L'auteur du graffiti prendrait-il soin de signaler au(x) récepteur(s) que son apostrophe n'est pas à considérer comme une insulte, ce qu'elle serait inévitablement dans une communication ordinaire ?

Vitupération vs anesthésie

Si nous ne sommes pas dans un échange ordinaire, peut-être sommes nous dans un autre mode de communication, de l'ordre du pamphlet. Pamphlet réduit au strict minimum certes, vitupération un peu vaine, peut-être, mais prise de position claire et affichée en tout cas, au milieu d'un univers auto / boulot / conso bloqué depuis des lustres en mode 'répétition automatique', liturgie partagée d'une population anesthésiée.

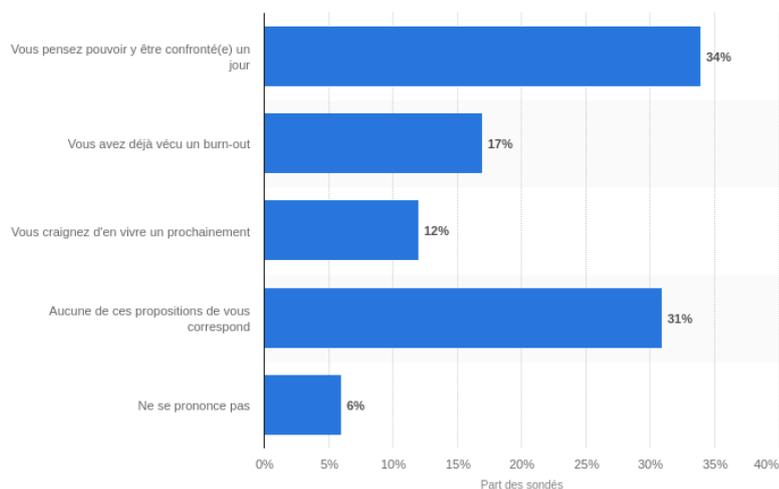
[Michel Foucault](#), à une époque où l'expression publique de la pensée était sans doute moins frileuse et moins contrainte qu'aujourd'hui, intitulait son dernier cours au Collège de France (20) « [Le Courage de la Vérité](#) ». Ne tombons pas ici

dans le piège d'une discussion mesquine des notions de 'courage' et de 'vérité' relativement à l'apostrophe qui nous occupe. Certes un écrit anonyme ne paraît pas trop exemplatif du premier terme et la vérité de l'assertion qui nous occupe serait très difficilement établie. Mais, quelle importance ? Et qui sommes-nous pour porter un jugement ?

L'auteur, un jour, s'est levé et a affirmé sa pensée, c'est cela qui est digne de notre attention. Dans un univers dominé par le consensus mou, où règne un moralisme petit-bourgeois imprégné d'une méchante indigestion de slogans soixante-huitards, érigeant en règle ultime la relativisation de toute opinion, de toute valeur, dans une daube insipide. A défaut de quoi il nous faudrait, ô horreur, réfléchir par nous-même, prendre et tenir des positions, que nous discuterions pied à pied. Dans ce nauséux brouillard que constitue l'arrière-plan conceptuel et éthique de notre époque, et de ce qu'il est convenu d'appeler 'démocratie', il/elle s'est levé(e). Peut-être s'agit-il de la seule observation qu'il faille retenir de cet article volumineux. Et ce mouvement, cette actualisation de la puissance (21) de l'individu, l'aura changé(e), aura radicalement modifié sa position dans le monde.

Le doigt montrant la lune

« Lorsque le sage montre la lune, le fou regarde le doigt » dit le dicton. Et si le message étudié était le doigt qui nous montre la lune ? Vers quoi donc pointe le doigt ? Vers un ensemble de phénomènes qui peut être considéré comme la quintessence d'un échantillon ce que notre monde fait de mieux.



Expérience des Français avec le burnout – source: [Statista](#)

Des flots de véhicules occupés à saper jour après jour le fragile équilibre du seul éco-système dans lequel les êtres humains sont capables de survivre, chaque matin, chaque soir. Emportant leur lot de fatigue, stress, ambitions, dégoût de soi et/ou des autres, craintes du lendemain ou du petit chef mesquin et autres affects plus ou moins tristes. Vers des boulots très bien, peu, ou très mal rémunérés mais qui à coup sûr dévorent l'existence de nombre d'entre eux (22), pour une finalité souvent loin d'être individuellement ou collectivement désirable, voire même perceptible (23).

Des banlieues, ici vertes, privilégiées, dortoirs plus ou moins luxueux conçus pour abriter les fonctions reproductrices de l'existence, en toute ségrégation sociale, d'où chaque matin le travailleur se projette dans un auto / boulot / dodo enduré à grands renforts de chimie (24).

Quelques dizaines d'hectares (anciennement pâtures, à l'époque où les animaux se nourrissaient sur ce magnifique dispositif transformant naturellement la lumière solaire en lait ou en steaks) où béton et goudron se font concurrence pour éliminer tout ce qui pourrait ressembler à une vie organique. Couvert de bâtiments industrialo-commerciaux hideux, standardisés, normés, grands consommateurs de ressources pour leur fabrication, leur éclairage, leur refroidissement ou réchauffement, soigneusement camouflés derrière logos, marques

et slogans écœurants, insultant toute forme de beauté de leurs couleurs criardes. A l'intérieur desquels, dans une opulence sordide, sous des éclairages hypocrites, s'accumulent des montagnes de biens frelatés préparés à l'autre bout de la planète, rendus insupportablement désirables à grands coups de pubs débilantes, entre lesquels se croisent sans se voir des zombies décérébrés agripés à des chariots surdimensionnés. Tentant vainement d'apporter une réponse à cette question sans cesse renouvelée, perchée au sommet de nos interrogations existentielles : « avoir ou ne pas avoir ?... ».

Last but not least, l'enfermement de chaque individu dans sa bulle motorisée, dans l'incapacité radicale de communiquer avec ses alter ego circulant à quelques mètres, devant, derrière, troupeau bien dressé reprenant chaque matin le chemin de l'abattoir, sans même qu'il ne soit nécessaire au chien de pincer quelques jarrets ou au berger de lancer ses appels stridulents. Sur le bitume de la nationale, c'est la métaphore de notre non-vivre ensemble, de notre sur-vivre, qui défile sinistrement sous les fourches caudines du cruel graffiti, chacun connecté sans contact, virtualisé.

Quel est donc le sage qui, en écrivant ce message, a si durement pointé du doigt les souffrances de son frère humain, se soumettant à la torture en même tant qu'il détruit autour de lui la vie ? Un graffiti explosant nos mythes, les histoires que nous nous racontons pour éviter de voir que nous sommes aujourd'hui à genoux.

Postface : 4500 !

Quatre mille cinq cent mots pour en commenter trois ! Non il ne s'agissait pas de triompher dans je ne sais quel pari idiot lancé au comptoir du bar du village. Pas plus que de satisfaire une quelconque manie d'intellectuel excessivement porté sur le verbiage. Ce

qui est tenté ici, c'est le dépassement du rire gêné, empreint d'un malaise certain, que suscite généralement la photo en tête d'article. C'est ce rire gêné qui m'a décidé à tenter l'exercice, tant il m'a paru constituer l'indice d'un non-dit partagé, piste idéale pour en apprendre plus sur nous et notre vivre ensemble. Un effort pour lever le couvercle recouvrant nos esprits, lourdement maintenu en place par les gros cailloux du confor(t)-misme posés dessus.

(1) Pour la facilité de la lecture, tout autant que de l'écriture, j'évoque l'auteur du message en recourant au masculin singulier. Ceci ne préjuge en rien du fait que l'ouvrage est éventuellement collectif et peut être le fait d'une ou de plusieurs femmes.

(2) Vaste sujet que la [communication](#), des sophistes de l'antiquité grecque à [Noam Chomsky](#), en passant par [Gregory Bateson](#), [Ferdinand de Saussure](#) ou [Michel Foucault](#). A commencer par la définition du terme, loin de faire unanimité. Ayant en tête plusieurs projets d'articles dans ce champ d'analyse, j'y reviendrai donc certainement plus tard, me dispensant dès lors de discuter le concept aujourd'hui. Et hop, esquivé ! A ce stade, je me permets d'utiliser le terme 'communication' tant comme terme générique (la communication) que dans le sens spécifique (cette communication-ci), le contexte étant suffisant à distinguer les deux usages du terme.

(3) Contrairement à la convention stipulée – à propos de l'auteur du message – en note (1) ci-dessus, j'opte ici pour le pluriel puisque aucun récepteur ne peut être individuellement identifié et que le message, de par son implantation, ne peut manquer d'être perçu par un grand nombre de personnes. Comme dans la note (1), je recours par facilité (shame on me!) au masculin tout en sachant pertinemment que le public concerné est bien évidemment composé d'individus du genre féminin comme du genre masculin (et autres si l'on veut).

(4) Il est évident qu'il en a par contre la possibilité 'in petto' ou en s'adressant à son ou ses co-voitureur(s) éventuel(s), mais nous sortons de la structure de communication mise en place par l'auteur.

(5) Il reste vrai bien souvent qu'une marge de choix étroite aujourd'hui résulte de choix posés (consciemment ou non) antérieurement.

(6) Question à suivre évidemment. Au moment où s'écrit ce texte, le message étudié est en place depuis deux années au moins.

(7) Développée au départ des travaux de l'[école de Palo Alto](#), croisant – dès les

années soixante – des approches cybernétique, anthropologique et psychiatrique de la communication.

(8) Paul Watzlawick, Janet Helmick Beavin, Don D. Jackson, *Une logique de la communication*, Seuil, 1972.

(9) Terme à comprendre ici comme « élément d'une [axiomatique](#) ».

(10) Cette très brève présentation de l'axiomatique de Palo Alto est à considérer comme minimaliste. Pour une compréhension plus fine de celle-ci, le présent blog ne me paraissant pas avoir vocation à ce type de présentation, je ne peux que renvoyer le lecteur à l'ouvrage cité en note (8) ci-dessus.

(11) Je recours ici au terme de [relation](#) dans son acception la plus ordinaire de rapport, liaison entre deux individus ou groupes d'individus (et non tel qu'il a été défini par tel ou tel autre système philosophique).

(13) Notons qu'une telle définition de la relation se caractérise par sa rigidité puisque le conducteur est dans l'incapacité pratique d'y répondre et donc éventuellement d'apporter sa réponse à la définition de la relation (voir le point 5 de la même liste).

(14) Voir [ici](#) et [ici](#). Il semblerait que le terme devenu insulte, désignant originellement le sexe féminin, se réfère à celui-ci comme symbole de l'impuissance et de la passivité. Voir plus loin dans le texte de cet article le développement auquel je me livre sur cet aspect.

(15) Une « impotentia multitudinis » en quelque sorte, comme en miroir au concept [spinoziste](#) de « potentia multitudinis ».

16) Quoi que ... ?! On pourrait très bien imaginer un commando rassemblé sur une page Facebook ou un hashtag sur Twitter (#Bande2konsToimeme), prenant d'assaut la passerelle lors d'une nuit de pleine lune et éliminant le message, voire le remplaçant par un autre, ce qui nous enverrait directement dans une séquence symétrique. Mais un tel développement, hautement intéressant, n'a pas (encore) eu lieu.

(17) Point crucial dans notre avancée : les bulles qui empêchent les individus de communiquer entre eux constituent le 'détail' qui rend la situation si dure

(18) L'auteur de cet article est bien placé pour le savoir. Vivant dans un territoire 'zéro pub' (parc national), il se trouve littéralement agressé par les écrans publicitaires une fois que lui prend l'idée saugrenue de [s'éloigner de son arbre](#).

(19) Si la pub constitue bien souvent un condensé écœurant de nos consensus, elle ne se refuse pas de temps à autre une petite incursion (toute aussi révélatrice des normes d'ailleurs) du côté des interdits. Le délicieux petit frisson provoqué par ceux-ci fait vendre, les indignations des réseaux sociaux (leur grande spécialité!) assurent la renommée (un 'bad buzz' c'est du 'buzz')

quand même).

(20) Il décèdera quelques mois plus tard.

(21) Au sens où l'entend [Baruch Spinoza](#).

(22) Le phénomène du [burnout](#) comme indice, ou le [suicide](#).

(23) Le concept '[bullshit jobs](#)' du sociologue britannique David Graeber traduit en français par 'boulots à la con' (tiens donc, qui revoilà!) ou plus littéralement 'boulots de merde', définis par celui-ci comme un emploi dont le salarié lui-même ne perçoit pas l'utilité (40% des salariés selon Graeber, [un français sur cinq selon 'Le Figaro'](#), ce qui représente encore beaucoup de monde !).

(24) Les chiffres impressionnants de la consommation d'[anxiolytiques](#) et d'[antidépresseurs](#) comme indicateurs: