

La notoriété plus forte que la raison

Posted on 30 décembre 2025 by Patrick Rouillier

En 640 AV-JC Le grec Démocrite avait théorisé la matière sous forme corpusculaire et formée d'éléments insécables qu'il avait appelé atomes. A l'époque le grand savant, en vogue, était Aristote qui fort de sa notoriété et avec le support de Platon avait rejeté l'hypothèse « atomiste ». Il fallut attendre Sir John Dalton en 1805 pour voir renaître la théorie atomiste et la nature granulaire de la matière (base de toute la physique moderne)

On voit dans cette anecdote comment la force d'une notoriété à fait perdre 2.400 ans à la science.

Dans tous les domaines la notoriété fait autorité dans nos choix. Les publicistes l'ont bien compris qì nous abreuve de « spots publicitaires » apparemment dénués de sens réel pour créer, pour une marque, la notoriété qui orientera nos choix. L'acheteur se dirige plus facilement, c'est plus sécurisant., vers une marque connue que vers une marque dont il n'a jamais entendu parler. Dans une élection les candidats connus ont toujours un avantage certain sur les nouveaux venus ... c'est comme cela qu'on se retrouve toujours à élire les mêmes « vieux chevaux de retour »

Sur internet c'est le fameux « nombre de follower » qui est mis en avant : « untel à 2 millions de follower » la belle affaire ! Qu'importe s'il s'agit de 2 million de crétins, de racistes, d'analphabètes sans aucun esprit critique, qu'importe si ces même follower suivent aussi d'autres influenceurs avec des propos antinomiques. Ce qui compte c'est le nombre.

Comment ça marche ces followers. Une petite partie est intéressé par le contenu proposé. D'où l'intéêt de proposer un contenu siffisamment polémique pour retenir l'attention (l'accroche) mais pas suffisant pour provoquer de rejet. Dans une bonne soupe il faut savamment doser les ingrédients pour exciter les papilles sans générer de dégout. Après, c'est plus étonnant. Chacun voit le succès, l'intérêt, que portent les autres à cet événement et se dit . « Puisque tout le monde trouve cela bien, ça doit être bien, alors j'y vais ». Comme chacun se dit cela on assiste à une sorte de cooptation passive. Chacun se réfère au choix des autres qui en fait se réfèrent à son choix à lui !

Dans un troupeau, dans une foule, on croit toujours que chacun suit le leader. C'est loin d'être vrai. En fait chaque mouton suit le mouton qui le précède, qui lui même suit celui qui le précède ... et ce jusqu'au leader que chacun a l'illusion de suivre.

Dans une foule, un troupeau, , la relation d'un individu avec son leader et plus faible que la relation de chacun avec ses voisins immédiats. C'est ce qui différencie un groupe d'individus, qui en réfèrent directement à leur leader, d'un troupeau où chacun agit par procuration.

C'est ainsi que se construisent les notoriétés. Qu'importe le nombre de vos followers si la plus part d'entre eux sont des gens que vous n'aimeriez pas fréquenter. La notoriété est un leurre, car dès qu'elle baisse vos followers vous lâchent ... ce n'est pas vous qu'ils adulent mais votre notoriété qu'ils essayent de partager.

P .S. Personnellement, sur mon petit blog j'ai une petite vingtaine de followers. Des proches, des amis d'enfance. Ils suivent un peu mes posts, non pas qu'ils soient fans de mes propos, loin s'en faut, mais plus par amitié, bienveillance ... c'est peu, mais c'est beaucoup, au moins, c'est sincère et je les en remercie.

Être adulé par des gens qui n'ont manifestement rien compris à ce que vous avez dit « Non merci ! »

La notoriété plus forte que la raison

En 640 AV-JC Le grec Démocrite avait théorisé la matière sous forme corpusculaire et formée d'éléments insécables qu'il avait appelé atomes. A l'époque le grand savant, en vogue, était Aristote qui fort de sa notoriété et avec le support de Platon avait rejeté l'hypothèse « atomiste ». Il fallut attendre Sir John Dalton en 1805 pour voir renaître la théorie atomiste et la nature granulaire de la matière (base de toute la physique moderne)

On voit dans cette anecdote comment la force d'une notoriété a fait perdre 2.400 ans à la science.

Dans tous les domaines la notoriété fait autorité dans nos choix. Les publicistes l'ont bien compris q' nous abreuve de « spots publicitaires » apparemment dénués de sens réel pour créer, pour une marque, la notoriété qui orientera nos choix. L'acheteur se dirige plus facilement, c'est plus sécurisant., vers une marque connue que vers une marque dont il n'a jamais entendu parler. Dans une élection les candidats connus ont toujours un avantage certain sur les nouveaux venus ... c'est comme cela qu'on se retrouve toujours à élire les mêmes « vieux chevaux de retour »

Sur internet c'est le fameux « nombre de follower » qui est mis en avant : « untel à 2 millions de follower » la belle affaire ! Qu'importe s'il s'agit de 2 million de crétins, de racistes, d'analphabètes sans aucun esprit critique, qu'importe si ces même



followers suivent aussi d'autres influenceurs avec des propos antinomiques. Ce qui compte c'est le nombre.

Comment ça marche ces followers. Une petite partie est intéressée par le contenu proposé. D'où l'intérêt de proposer un contenu suffisamment polémique pour retenir l'attention (l'accroche) mais pas suffisant pour provoquer de rejet. Dans une bonne soupe il faut savamment doser les ingrédients pour exciter les papilles sans générer de dégoût. Après, c'est plus étonnant. Chacun voit le succès, l'intérêt, que portent les autres à cet événement et se dit . « Puisque tout le monde trouve cela bien, ça doit être bien, alors j'y vais ». Comme chacun se dit cela on assiste à une sorte de cooptation passive. Chacun se réfère au choix des autres qui en fait se réfèrent à son choix à lui !

Dans un troupeau, dans une foule, on croit toujours que chacun suit le leader. C'est loin d'être vrai. En fait chaque mouton suit le mouton qui le précède, qui lui même suit celui qui le précède ... et ce jusqu'au leader que chacun a l'illusion de suivre. Dans une foule, un troupeau, , la relation d'un individu avec son leader est plus faible que la relation de chacun avec ses voisins immédiats. C'est ce qui différencie un groupe d'individus, qui en réfèrent directement à leur leader, d'un troupeau où chacun agit par procuration.

C'est ainsi que se construisent les notoriétés. Qu'importe le nombre de vos followers si la plus part d'entre eux sont des gens que vous n'aimeriez pas fréquenter. La notoriété est un leurre, car dès qu'elle baisse vos followers vous lâchent ... ce n'est pas vous qu'ils adulent mais votre notoriété qu'ils essayent de partager.

P .S. Personnellement, sur mon petit blog j'ai une petite vingtaine de followers. Des proches, des amis d'enfance. Ils suivent un peu mes posts, non pas qu'ils soient fans de mes propos, loin s'en faut, mais plus par amitié, bienveillance ... c'est peu, mais c'est beaucoup, au moins, c'est sincère et je les en remercie.

Être adulé par des gens qui n'ont manifestement rien compris à ce que vous avez dit « Non merci ! »