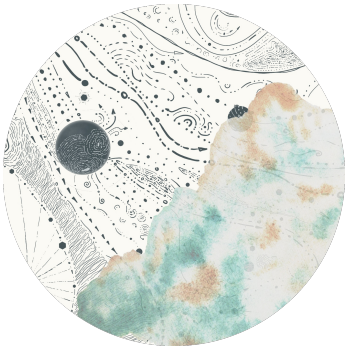

Bulle Nomade 170 : simplicité numérique.

Bonjour bonsoir ! Bienvenue dans les Bulles Nomades, le podcast créatif et slow.

Je m'appelle Florie Vine, artiste plurielle et slow, et aujourd'hui, je reviens pour la première réflexion mensuelle de l'année 2022.

Cette année, je me suis intentionnellement créé un cocon d'hibernation, de réflexion et de remise en question de mes systèmes et mon organisation. Du 15 décembre au 15 janvier, en gros, j'ai ralenti la cadence de travail, pris des congés pendant les fêtes, et pris le temps de tout remettre à plat.

Et ça m'a fait un bien FOU.

Finalement, quand on met en place un système d'organisation, qu'on choisit des habitudes, un magasin où aller faire nos courses, une routine matinale, un logiciel en particulier pour noter les tâches ou gérer les e-mails - on prend une décision sur le moment, on prend de l'énergie à regarder les options et faire un choix pour nous simplifier la vie future.

Ensuite, on peut se reposer sur cette décision passée, sur ce système mis en place, pour

que le quotidien soit plus doux et plus fluide.

Imaginez s'il fallait décider à nouveau où acheter les légumes de la semaine à chaque fois, ce serait énergivore et épuisant.

Cela étant, cette année, j'ai également pris conscience que parfois, on continue à avancer sur des rails posés par notre moi passé, et qui ne nous conviennent plus aujourd'hui, soit parce qu'on a changé, soit parce que nos circonstances de vie ont évolué. Et si on ne prend pas la peine, de temps à autre, de remettre en cause nos décisions passées, on ne peut pas emmener notre vie avec intention vers la personne que l'on veut devenir, pour faire un clin d'œil à l'épisode précédent sur l'identité.

Alors, cet hiver, j'ai passé en revue mes grands systèmes d'organisation personnels, artistiques et professionnels pour voir où des changements seraient nécessaires.

Rassurez-vous, je n'ai pas tout changé. À mon avis, ce serait intenable en termes de charge mentale - ces rails sont là pour une bonne raison.

Je dirais que j'ai à peu près gardé 80% de mon organisation précédente, et fait évoluer 20% de mes systèmes et habitudes. C'est peu, mais ce sont ces 20% qui font que, année après année, je modifie légèrement la trajectoire des rails pour m'emmener vers la vie que j'ai l'intention de mener.

Parmi ces 20% qui ont évolué se situe un sujet qui m'occupe beaucoup l'esprit en ce moment, comme vous l'avez sûrement constaté si vous suivez mes divers contenus : la consommation d'informations et les réseaux commerciaux.

J'ai remis un peu à plat ma simplicité numérique en 2022, et c'est de ça dont je vais vous parler dans la Bulle Nomade d'aujourd'hui.

Concernant la consommation d'informations en ligne — que ce soit de l'actualité, des articles sur des sujets qui m'intéressent personnellement etc. — J'aurais beaucoup de choses à dire sur la manière dont fonctionnent les média et l'actu aujourd'hui.

Personnellement, je préfère l'information de qualité - avec de l'analyse en profondeur et des propos nuancés, plutôt que des articles pondus en vitesse pour créer du clic. Ça, ce n'est pas nouveau. C'est d'ailleurs pour ça que je ne consomme pratiquement pas d'actualités. Je pars du principe que si une info est vraiment importante, je serais au courant : et ça a toujours été le cas jusque là.

Cela dit, je consomme quand même de l'information au sens large sur Internet - que ce soit culturel, des articles autour de sujets qui m'intéressent comme la philosophie, la psychologie ou l'art…

Le changement principal que j'ai choisi de faire en 2022, c'est de ne plus dépendre d'algorithmes pour recevoir ces informations. Jusque là, je comptais un peu sur les réseaux commerciaux, et en partie sur les newsletters mais pas tant que ça en réalité, pour être informée d'un nouvel article ou une nouvelle vidéo d'une personne ou une rédaction dont j'apprécie les contenus.

Aujourd'hui, je veux choisir quelles sources d'informations me nourrissent, quand j'y ai accès et je veux tout voir de manière chronologique pour faire mon choix sur les articles qui m'intéressent.

En ce qui concerne la consommation de contenus vidéo, que je fais essentiellement sur YouTube, c'est facile : heureusement, il existe encore l'onglet "abonnements" qui permet de voir, dans l'ordre chronologique, ce qu'on publié les chaînes auxquelles j'ai choisi de m'abonner.

Ainsi, quand je décide de regarder quelques vidéos YouTube, je vais sur l'onglet abonnements et je pioche les vidéos que j'ai envie de voir.

Pour les articles écrits, ce n'est rien de révolutionnaire puisque c'est un système que j'utilisais il y a quelques années : j'ai décidé de revenir au flux rss pour rassembler les dernières publications des sites que je choisis de suivre.

J'utilise l'application Feedly, mais il en existe plein d'autres, pour rassembler les listes d'articles, puis lorsque je vois des articles que j'ai envie de lire, je les envoie sur l'application Pocket, qui me permet de lire tous les articles qui m'intéressent l'un après l'autre, sans distraction visuelle, depuis ma tablette ou ma liseuse.

Peu importent les logiciels que j'utilise, qui sont des moyens d'arriver à mes fins. L'important, c'est que je contourne les algorithmes et les réseaux commerciaux, je prends le temps de sélectionner des contenus de qualité qui me plaisent, et je les lis dans un contexte apaisé, lors d'un moment choisi pour le faire : assise confortablement dans mon fauteuil de lecture, avec un thé chaud, sur ma tablette ou ma liseuse, sans distractions.

Quelque part, je retrouve un peu l'expérience de lecture du journal papier qu'avaient les gens par le passé - et qu'ont encore certaines personnes, j'imagine.

Mais le plus gros morceau de la réflexion, c'est mon rapport aux réseaux commerciaux, que ce soit en tant qu'utilisatrice ou créatrice de contenu.

Déjà, qu'est-ce que j'appelle un "réseau commercial"?
Ce sont ces réseaux privés, qui nécessitent de créer un compte pour publier et lire le contenu, et dont les flux sont régis par des algorithmes, c'est-à-dire que vous avez beau suivre des comptes, que ce soient vos amis ou des personnes publiques, des marques etc., c'est une IA qui décide ce que vous voyez, et non pas les publications chronologiques de vos abonnés. Souvent, c'est entrecoupé de publicités. Vous avez bien souvent un système de notifications qui vous incite à continuer à interagir avec le contenu - que ce soit des like ou commentaires sur vos publications, des suggestions d'abonnement, etc.

Le fil des contenus, non content d'être régi par des algorithmes, est aussi en général infini, ce qui fait qu'on peut y passer des heures sans s'en rendre compte. Et ce sont en général des contenus très superficiels, des textes courts, des petites images ou des vidéos courtes. Ce ne sont pas des plateformes où on a le temps d'aller en profondeur, ce qui rend la qualité intrinsèque des contenus assez limitée, même lorsque les créateurices font preuve de beaucoup de créativité et d'inventivité. Il y a une limite inhérente au format court, en gros.

Un réseau commercial est un bout d'Internet privatisé par une entreprise, qui contrôle quels contenus vous voyez, qui récupèrent vos données pour cibler la publicité que vous allez voir au mieux, et qui utilise des techniques de neuro-marketing pour vous inciter à rester dessus le plus longtemps possible.

Et pour les créateurices de contenu, nous dépendons des règles de ce bout d'Internet privé. Même si c'est notre travail et notre régularité qui nous amènent nos abonnés, nous sommes dépendants des algorithmes qui peuvent nous punir, cacher notre contenu à nos propres abonnés et nous empêcher d'être visibles si on ne respecte pas les règles dictées par l'entreprise privée qui possède le réseau commercial.

Par exemple, je qualifie de réseau commercial des plateformes comme Facebook, Twitter, Instagram ou encore TikTok.

YouTube est un cas hybride, puisque le cœur du contenu est la vidéo, et pas forcément courte, du coup j'y trouve du contenu de qualité en choisissant bien les chaînes où s'abonner, et l'onglet abonnements permet de contourner l'algorithme pour voir uniquement les contenus qu'on a choisi de suivre. Cela étant, ça reste un réseau privatisé avec des règles régies par Google, donc je n'aurais pas envie de ne dépendre que de YouTube pour mon contenu, aussi bien en tant que consommatrice que créatrice.

Du coup, maintenant que j'ai défini ce que j'appelle un réseau commercial, comment ai-je choisi de changer les choses en 2022 ?

Déjà, j'ai choisi de revenir à moi - en tant qu'utilisatrice et créatrice : quels sont mes véritables besoins, que j'espère combler avec ces réseaux ? Qu'est-ce que j'en attends réellement et est-ce qu'ils répondent encore à ces attentes ou pas ?

Ma réponse ne sera peut-être pas la même que la vôtre mais ce que j'encourage, c'est de remettre de l'intention dedans, se poser consciemment la question.

Pour m'aider à répondre à ces questions, j'ai effectué une petite expérimentation avec

Instagram : j'ai arrêté d'utiliser la plateforme pendant un petit mois de mi-décembre à mi-janvier en gros. J'avais planifié des posts jusqu'au 24 décembre et je me suis connectée en personne pour la dernière fois le 17 je crois.

C'était pas tellement prévu pour être honnête. Simplement, je n'ai pas eu envie de m'y connecter pendant les fêtes et ça ne m'a pas manqué, et quand j'ai repris le travail le 4 janvier je n'ai pas eu envie de retourner sur Instagram.

Ça a été hyper intéressant de constater ce que ça a changé dans mon quotidien de ne plus aller sur Insta plusieurs fois par jour : peu à peu, l'automatisme de cliquer sur l'icône Instagram en débloquant mon téléphone a disparu. J'y ai pensé de moins en moins.

Mais surtout, le bénéfice principal, c'est dans mon ressenti : je me suis rendu compte à quel point je me sens agitée, stimulée, à chaque fois que je me connecte à Instagram. Comme si mon cerveau était activé à un niveau presque inconscient, et je m'agite, je me demande ce qui se passe sur la plateforme quand je ne suis pas connectée, si j'ai eu des messages ou des réponses, des likes. C'est assez effrayant quand j'y pense, parce qu'il y a un vrai côté addictif, comme une sorte d'acouphène mental permanent qui ramène mon attention vers le téléphone posé à côté de moi, comme s'il me disait "va voir Instagram, tu rates peut-être un truc".

Ce qui crée un état d'agitation, d'insatisfaction diffuse, comme vous savez cette impression que vous êtes venus dans une pièce pour faire quelque chose mais que vous avez oublié quoi. Ce sentiment d'inachevé.

Je n'en avais pas conscience jusqu'à ce que ce sentiment disparaisse, et que je me sente beaucoup plus calme, sereine, apaisée et tranquille.

Maintenant, mon téléphone peut être posé à côté de moi, je n'ai pas cette envie diffuse et permanente de le déverrouiller pour regarder des apps. Cet acouphène qui pesait sur ma charge mentale a disparu.

C'est même devenu l'inverse, je me sens tellement mieux sans Instagram que je n'avais

aucune envie d'y retourner.

J'ai eu la sensation d'avoir des journées - et surtout des soirées - plus longues, d'avoir davantage d'attention à consacrer à mon mari, mes proches, ma série télévisée ou mon livre. Je me suis sentie plus libre mentalement. C'est assez hallucinant pour être honnête.

Au final, vers la mi-janvier, j'ai cliqué sur le lien d'un profil Instagram de cosplayeuse pour mon travail de communication, depuis mon navigateur internet sur l'ordinateur. Or mon compte d'artiste était connecté à mon navigateur internet, ce que j'ignorais, et du coup j'ai vu les notifications de likes, de commentaires et de messages privés.

Du coup ça m'a travaillée et ça m'a poussée à me reconnecter. C'et comme si instantanément, l'acouphène mental était revenu. Beaucoup faible qu'avant, mais revenu quand même. J'ai tenu une après-midi, et puis ce soir-là je me suis reconnectée pour répondre aux messages et commentaires, et calmer cette sorte de démangeaison diffuse.

L'expérience a vraiment été intéressante sur plusieurs points que je souhaite partager avec vous aujourd'hui.

Avant d'aller plus loin, un petit rappel : je produis ce podcast sur mon temps et mes deniers personnels, et je tiens à ce qu'il reste sans pub. Vous pouvez me soutenir pour le prix d'un café sur Patreon.com/florieteller. Je remercie du fond du cœur celles et ceux qui me soutiennent déjà.

Pour info, les paliers changent à partir de février 2022 ! Je vous invite à découvrir la vidéo publique que j'ai partagée sur la plateforme Patreon pour vous présenter mon pourquoi et mes valeurs ainsi que les contreparties de chaque palier. Le lien vers la vidéo est dans les notes de l'émission. Notez aussi qu'à partir de maintenant, dans un souci d'accessibilité, les scripts des Bulles Nomades seront disponibles gratuitement dans l'article des notes sur florieteller.com.

Petit un, je me suis reconnectée par pression après avoir vu les notifications, sinon, je pense que je n'en aurais toujours pas eu envie. On voit déjà la manipulation dans la manière de concevoir l'outil.

Petit deux, quand je me suis reconnectée, certaines choses m'ont tout de suite gonflée : les publications de marques qui me montrent leurs produits qui donnent envie d'acheter, les pubs partout et les notifications qui n'en sont pas, à savoir "machin suit bidule, peut-être que vous pourriez le suivre aussi", le genre de trucs que je détestais sur facebook et qu'ils sont venus polluer instagram avec.

Les stories m'ont gavée dès la première que j'ai voulu regarder, ce n'est vraiment pas pour moi ce truc. Et je n'aime pas cette idée qu'elles disparaissent au bout de 24 heures, encore une technique pour nous pousser à se connecter tous les jours pour "ne rien rater".

Petit trois, le fil de publications m'a intéressée concernant les artistes qui m'inspirent et le hashtag d'aquarelle, qui me permet de voir des œuvres que je n'aurais pas découvertes autrement - quand je cherche une inspiration précise pour une peinture, je tape un sujet en particulier sur google images ou Pinterest, alors que là, je peux voir des idées de peinture auxquelles je n'aurais pas pensé, et ça c'est plutôt cool.

Petit quatre, ça m'a fait super plaisir de lire les petits commentaires et les messages des abonnés, des êtres humains en fait. On en revient à ça : aujourd'hui, c'est le lien humain qui m'intéresse plus que tout le reste - je veux parler à des êtres vivants et pas à des algorithmes, des recommandations de robots ou des chiffres d'audience.

Du coup, cette petite expérience m'a donné envie de remettre de l'intention dans tout ça et de décider consciemment en 2022 quels outils je veux utiliser pour répondre à mes besoins, à savoir m'informer, m'inspirer et me connecter à d'autres personnes, comment je veux aborder les réseaux commerciaux selon mes critères et dans quelle mesure je m'y retrouve personnellement, au lieu d'être poussée par la pression des chiffres, des notifications et des algorithmes.

Cette réflexion me rappelle un passage du livre Deep Work, par Cal Newport, qui existe en français sous le même titre. Dans ce livre, Cal Newport avance qu'il ne suffit pas d'y trouver un avantage pour s'abonner à un service - ici, l'avantage que ce soit gratuit, par exemple. C'est gratuit, alors qu'est-ce que ça me coûte ?

Et bien justement, il propose de réellement évaluer ce que ça coûte, et de décider d'utiliser le service uniquement si les bénéfices dépassent les inconvénients. Parce qu'avoir un avantage, c'est bien, mais si ledit avantage vient avec 10 inconvénients, peut-être vaut-il mieux s'abstenir.

Pour le coup, les inconvénients, j'en ai bien pris conscience grâce à mon mois sans Instagram : cette agitation mentale permanente, cette perte de temps, par grappes de 5-10 minutes disséminées tout au long de ma journée qui nuit à ma capacité de présence à l'instant et de concentration, etc.

Et je pense que je ne fais qu'effleurer la surface des inconvénients potentiels des réseaux commerciaux. Une autre conversation m'a incitée à réfléchir à tout ça cet hiver : dans le podcast en anglais Unpublished, animé par Amie McNee et son compagnon James, elle a invité une autre artiste, dont le pseudo est London Artist sur Instagram je crois, où elles ont parlé de divers sujets, dont Instagram.

Et en fait, j'ai halluciné en écoutant leur conversation. Elles ont toutes les deux plusieurs dizaines de milliers d'abonnés sur Instagram.

Elles parlaient de l'impact d'Instagram sur leur santé mentale, qui a l'air en fait encore plus grand justement parce qu'elles ont une grosse visibilité : regarder les chiffres tout le temps, la peur de perdre en visibilité, effacer un post s'il ne fait pas tout de suite beaucoup de vues et d'engagement…

Moi qui m'étais dit que d'avoir plus d'abonnés serait une solution miracle (c'est un peu la promesse des réseaux pour les créateurices de contenu, les artistes, les entrepreneurs…) parce que ça me donnerait plus d'audience pour venir soutenir ensuite mon art. Mais si la

réalité c'est que tout le côté émotionnellement toxique des réseaux commerciaux - les chiffres, la comparaison, la peur de perdre en visibilité, la pression de suivre l'algorithme encore et toujours - est encore plus intense quand on a beaucoup d'abonnés, franchement, je ne veux pas de ça dans ma vie.

Du coup, en tant que créatrice de contenu, deux déductions se sont imposées à moi lors de ma réflexion annuelle :

Petit 1 : Je refuse de dépendre des réseaux commerciaux pour ma visibilité et, par extension, mon chiffre d'affaires, surtout avec la maison d'édition que je suis en train de créer et qui va devoir avoir une viabilité économique pour continuer à exister.

Je ne veux pas que les ventes de la future boutique de Café aux étoiles dépendent du bon vouloir des algorithmes des réseaux commerciaux.

Ça engendre beaucoup trop de dépendance à un réseau dont les règles m'échappent et changent constamment, ça génèrerait trop de pression et trop d'inconvénients pour ma santé mentale et émotionnelle.

La solution ? Ce sont des éléments que je devrai expérimenter avec Café aux étoiles au moment de la sortie des premières collections - je peux aller voir des formations marketing sans réseaux sociaux, ça existe, consacrer mon temps de communication plutôt à des contenus en profondeur comme le podcast et YouTube, créer du lien avec vous autrement, par exemple via des lettres e-mail et le serveur Discord…

Multiplier les canaux de communication et les sources de visibilité pour éviter de dépendre des réseaux commerciaux, en gros.

Petit 2 : Je veux passer le moins de temps possible directement sur la plateforme, où s'affichent les chiffres, les pubs et toutes ces choses qui ont été conçues pour créer de la dopamine et influer sur mon comportement.

Je n'aime pas l'état d'agitation et d'insatisfaction dans lequel les réseaux me mettent en

tant qu'utilisatrice, sans compter la pression des chiffres en tant que créatrice. Donc mois j'y suis directement soumise, mieux c'est.

La solution ? Pour l'instant je reste sur les réseaux et de janvier à mars je teste voir si ça me plaît de créer des contenus courts et si les bénéfices sont supérieurs aux coûts.

J'utilise la plateforme Later pour programmer les posts Instagram et Pinterest, de manière à n'avoir à aller directement sur la plateforme que ponctuellement - une fois par semaine par exemple pour mettre une épingle-idée sur Pinterest si j'ai du contenu pour, pour répondre aux messages et commentaires Instagram, etc.

Ensuite, je ferai un point à fin mars pour voir si les efforts fournis pour maintenir ces réseaux apportent vraiment de la valeur ou si j'arrête totalement de les alimenter en tant que créatrice.

Je pense que ces questionnements n'en sont qu'à leurs débuts - je vais expérimenter beaucoup de choses en 2022.

Mais ce qui est important, c'est que j'ai choisi de mettre de l'intention autour de tout ça, d'interroger ma vie intérieur, et de prioriser, toujours, la qualité de mon attention, le moment présent ainsi que ma santé mentale et émotionnelle.

Voilà, j'espère que ces réflexions de simplicité numérique vous ont été utiles pour votre propre rapport à la consommation d'informations et aux réseaux commerciaux.

Si vous avez des questions, remarques, commentaires ou idées autour de ce sujet, vous pouvez les partager en commentaire sous les notes de l'émission sur florieteller.com/bn170 ou en me contactant via florieteller.com/contact. Pour des réflexions écrites autour de la créativité, la simplicité et le slow, j'envoie une lettre électronique tous les dimanche matin, que vous pouvez recevoir en vous inscrivant sur florieteller.com/lettre.

En attendant, je vous remercie infiniment d'avoir écouté ce podcast jusqu'au bout, je vous souhaite une belle journée, une excellente soirée, et à la prochaine !

Merci d'avoir lu ce script !

Vous pouvez retrouver le podcast associé au format audio sur votre app de podcast ou sur le site florieteller. Plus d'infos sur : https://florieteller.com/podcast/

Pour rester en contact, être au courant de ce que je propose sans le filtre des algorithmes et recevoir des idées créatives, optimistes et slow chaque semaine :
https://florieteller.com/lettre/

Pour des ressources gratuites : https://florieteller.com/ressources/
Pour soutenir mon art et les contenus gratuits : https://www.patreon.com/florieteller

Pour suivre les contenus que je propose :
Articles - https://florieteller.com/blog/
Podcast - https://florieteller.com/podcast/
Vidéos - https://www.youtube.com/c/florieteller

Florie is a storyteller...
Florie Vine est une artiste plurielle et slow. Elle écrit de la fiction cosy et des poèmes sur les joies minuscules de la vie. Elle peint des aquarelles inspirées par les planètes et la géométrie organique de la nature et partage ses réflexions autour d'une vie simple et sereine dans le monde moderne. Florie est également fondatrice de Café aux étoiles, maison d'édition sereine et onirique.

Vous pouvez retrouver ces ressources slow et créatives sur son blog, en podcast et en vidéo.

https://florieteller.com/

https://florieteller.com/contact

@florieteller