



La Représentation De L'intimité A L'ère Numérique : Cas Des Influenceurs Dans Les Médias Sociaux

Guenauoui Ahmed^{1*}

^{1*}Université Ibn Tofail : Faculté des langues, des lettres et des arts Laboratoire : littérature française, francophone et comparée Ahmed.guenauoui@uit.ac.ma

***Corresponding Author** : Guenaoui Ahmed

*Université Ibn Tofail : Faculté des langues, des lettres et des arts Laboratoire : littérature française, francophone et comparée Ahmed.guenauoui@uit.ac.ma

Résumé :

A vrai dire, de cette étude exploratoire de la représentation de l'intimité sur les RSN tels que YouTube (YT) et Facebook (FB), m'a permis de mettre l'accent sur les différentes acceptions de la représentation du corps dénudé, et surtout d'étudier ses contenus, ses fonctions et ses formes véhiculées à travers le numérique et particulièrement les réseaux sociaux. Pour cette raison, des entretiens individuels ont été adressés à une population d'influenceurs qui confirme que l'aspect relationnel est particulièrement important dans la sphère numérique et qui peut prendre un tournant différent de celui de la vie réelle. Le talent communicationnel sur les RSN demeure, une aptitude intournable pour savoir divulguer suffisamment d'informations intimes, ce qui suscite l'intérêt et attise la curiosité du public. Ce dernier ne cesse de réclamer des informations intimes de leurs influenceurs. Mais que dit la loi sur ce sujet ? Qu'en est-il sur le plan légal ? Nous avons cherché à savoir si les influenceurs, étaient obligés de se divulguer publiquement. A la lumière des réponses fournies, nos influenceurs ne se sont jamais sentis obligés de mettre en exergue leurs intimités. En revanche, ils avouent procéder à une sorte de réciprocité interactive pour témoigner leur soutien social, et par conséquent conserver son public et le fidéliser grâce à l'échange d'informations intimes, et la réception d'appréciations positives caractérisés par les fonctions « j'aime » et les commentaires sur l'ensemble des publications déposées. Dans le cadre de notre recherche, nous avons mis l'accent sur l'opinion des influenceurs en regard de leur usage et de leurs expériences afin de savoir comment ils perçoivent l'expérience de l'intimité sur les RSN. La divulgation de son intimité dépend étroitement aux normes sociales numériques et aux influences du public qui décident du choix de ce qui va être publié ou non. Sine qua non, la généralisation et la disponibilité des outils numériques ont fortement favorisé cette surexposition d'intimité volontairement rendue publique par des divulgations, qui sont difficiles à comptabiliser, et nécessitent un plus grand investissement dans une recherche future. Le concept d'intimité, ne cesse de se développer, ce qui nous pousse à se demander que sera l'avenir face à un numérique qui prend le devant sur le réel ! Est-ce que d'autres notions ou normes vont être y altérées, à leur tour ? L'évolution de l'emploi des outils numériques par une grande majorité des individus, permet à la fois de redéfinir notre rapport aux objets, aux autres et à notre environnement, et aussi de contribuer à la modification de la conscience collective et par conséquent, mène à la généralisation d'une conception actualisée globale et globalisante de « *la conscience de soi, des autres et du monde* »¹. A cet égard, l'accessibilité et la disponibilité inconditionnelle d'Internet a causé une surabondance ou plutôt une surexposition des corps érotisés. Un tel constat nous a poussé à repenser l'impact et le rôle du numérique dans le processus de la représentation ainsi que sa réception. Qu'en est-il de la représentation numérique du corps et sa nudité ? Comment l'ère digitale a-t-elle franchi et dissipé les limites entre le permis et le tabou ? Jusqu'où se mêlera-t-il ce numérique dans notre intimité ?

Mots-clés : Représentation - Intimité - Corps - numérique - Influenceurs

La représentation de l'intimité à l'ère numérique : cas des influenceurs dans les médias sociaux

¹ Guenancia Pierre, *le regard de la pensée. Philosophie de la représentation*, paris, puf, 2015.

INTRODUCTION

La notion de la représentation a déjà fait couler beaucoup d'encre, et elle est encore un sujet d'actualité par excellence. Nul ne peut parler de la représentation en tant que telle, sans pour autant faire appel à un ensemble de prérequis qui questionnent la culture, la tradition et même l'actualité. Parler de la représentation de soi et de son intimité, c'est prendre en considération tous les aspects inhérents à l'existence de l'individu dans son ensemble, puisqu'il s'agit bel et bien de rendre compte de soi, de l'autre et aussi du monde dans lequel on vit. Le numérique quant à lui, demeure un catalyseur favorisant la représentation de l'Homme et de son environnement. Autrement dit, l'accessibilité et la disponibilité inconditionnelles d'Internet ont permis d'une part, de redéfinir notre rapport aux objets numériques, aux autres et à notre environnement, et d'autre part, de contribuer à l'évolution de la conscience de soi et du monde dans lequel on vit. Le numérique demeure, un outil de médiation et de partage, presque de toute l'activité humaine, surtout son intimité au quotidien, transposée virtuellement et divulguée à l'universel, défiant les contraintes du temps et de l'espace. Les risques sont nombreux devant une telle exposition de soi. A vrai dire, on ne peut que se demander si cette volatilité conduit peu à peu à un bouleversement dans la perception de la représentation de l'intimité de ses usagers ? Pour quoi l'utilisation du numérique a causé une surabondance ou plutôt une surexposition de l'intimité ? Quel est l'impact et le rôle du numérique dans le processus de la représentation ainsi que sa réception ? Comment l'ère digitale a-t-elle franchi et dissipé les limites entre ce qui est intime et ce qui ne l'est pas ? Jusqu'où ce numérique se mêlera-t-il dans notre intimité ? Qu'en est-il des influenceurs ?

Pour bien répondre à l'ensemble de ces interrogations, nous avons jugé très utile de faire appel à plusieurs approches psychanalytiques, phénoménologiques et sociologiques pour bien cerner le sujet dans tous aspects et surtout de mettre l'accent sur les différentes acceptions de la représentation de l'intimité tout en étudiant ses contenus, ses fonctions et ses formes, véhiculées à travers le numérique et particulièrement les réseaux sociaux. Donc nous allons mener une enquête qualitative tout en se basant sur, une vingtaine d'entretiens semi-directifs pour approfondir notre analyse sur la représentation de l'intimité produite par des publications des influenceurs des RSN.

I. La problématique :

Le fait de se pencher, tout au long de cet article, sur l'étude de la représentation de l'intimité sur les RSN, nous a permis de formuler deux hypothèses essentielles. D'abord Est-ce que vraiment c'est le numérique qui a encouragé les influenceurs à divulguer leurs intimités ? Ensuite, peut-on aussi incriminer le numérique comme étant le responsable du développement et de la transformation de l'intimité de son aspect intime et caché à son aspect public ? Un certain nombre d'auteurs ont donné un grand intérêt à cette problématique de l'étalement de soi dans l'espace numérique. Cependant, peu de recherches ont étudié le lien entre les RSN et la représentation de l'intimité des influenceurs, notamment dans notre contexte marocain où la littérature sur le sujet est presque introuvable. Dans ce sens, l'intimité sur Internet est, souvent, décrite d'une manière négative, c'est pourquoi nous allons aborder le sujet d'une façon objective, pour y arriver il faut aller au-delà des clichés, tout en donnant la parole aux influenceurs et vlogueurs pour nous expliquer les motifs qui les ont poussés à afficher leurs intimités sur les RSN, à exprimer leurs points de vue ainsi que leurs perceptions sur cette question épineuse. En effet, une recherche plus minutieuse sera sollicitée pour éclaircir à la fois les formes et les acceptions de la représentation de leurs intimités ainsi que les risques qui peuvent en découler. A cet égard, les inquiétudes augmentent face à cette explosion de la présence de la vie privée sur les plateformes numériques. C'est la raison pour laquelle nous avons opté pour l'exploration des rapports des influenceurs avec leur public dans les RSN pour rechercher son impact et son retentissement sur les influenceurs eux-mêmes. Dans notre étude nous allons évaluer la réalité telle qu'elle nous a été divulguée par les influenceurs des RSN.

II. Cadre théorique :

À l'heure actuelle, les relations interpersonnelles sont toutes imprégnées par la digitalisation impactant nos rapports avec nous-même et avec les autres. Nonobstant, la pluralité des craintes et des inquiétudes, L'affichage de son intimité en ligne est devenu une monnaie courante. Quelques auteurs, qui ont étudié le sujet, montrent que c'est l'éclatement des frontières entre les deux sphères (publique et privée) qui a induit à l'envahissement du territoire de l'intimité par

le numérique. Pour bien saisir la complexité du sujet, il faut d'abord commencer par la définition de certains concepts inhérents à l'emploi du numérique et qui conditionnent, en quelque sorte, l'exposition de l'intimité de ses usagers.

Selon les études de Tisseron (Tisseron, 2001, 49), l'intimité est un concept qui englobe plusieurs aspects, l'intimité physique, elle concerne les parties de notre corps et ce que l'on en fait, ensuite l'intimité mentale qui relève de nos projets, nos doutes, nos convictions, nos aspirations religieuses ou politiques. L'intimité sociale, quant à elle, englobe les relations que l'on entretient socialement : le travail, la famille, les relations et les rapports sociaux avec ses pairs, etc. Selon S. Tisseron, l'intimité c'est l'espace qui permet à chacun de se protéger des regards d'autrui. À partir de cette définition on peut déduire que l'intime englobe toutes les informations sensibles qu'il faut protéger contre le regard et la curiosité d'autrui. Autrement dit, la vie privée met en valeur la dimension relationnelle qui relie les individus ayant droit à une intimité. La notion de l'intimité nous semble un concept équivoque ! Comment faire la distinction entre ce qui est intime et ce qui ne l'est pas ? On ne peut pas cerner la problématique de l'intimité sans prendre en considération son rapport avec l'espace dans lequel elle se produit, et puisque nous sommes dans un espace qui est, tout à fait, différent de celui de la réalité, l'espace numérique ou virtuel, nous met face à une question d'une grande importance, l'espace virtuel est-il un espace public ou privé ? Ya-t-il des mesures ou des critères pour les distinguer ? Mehl définit L'espace public et privé comme des endroits de partage, sauf que le premier est accessible à tous et sans aucune distinction ou discrimination En revanche, l'espace privé est réservé à des personnes limitées et bien choisies. Tisseron ajoute un autre espace très restreint, celui de l'intimité, que l'on ne partage pas, sinon qu'avec quelques personnes très sélectionnées et qualifiées de très *proches*. (Tisseron, 2001, p.49), c'est un coin isolé, voire secret, permettant de filtrer et les informations divulguées et les personnes avec qui on les partage. Pour enchaîner avec la question de l'exposition de l'intimité sur les réseaux sociaux, Boyd (2010) pense que nous sommes dans une période de changement, impactant notre intimité. De son côté, Mehl (2008) pense que l'inter-influence des deux espaces était à l'origine du bouleversement de l'intimité. Mehl affirme encore, que la différenciation entre les deux espaces est « *subjectivement définie et non plus socialement prédéterminée* » (Mehl, 2008, p.266). Elle y ajoute que le choix de parler ou de présenter son intimité revient à chaque individu. Pour certains, parler de leurs problèmes familiaux en public est inacceptable, pour d'autres c'est un sujet normal. Plusieurs auteurs affirment alors, que les frontières entre les espaces privés et publics s'effacent de plus en plus, l'éclatement de ces frontières est influencé par le numérique. Dès lors, il est, tout à fait normal, d'envisager une publication excessive et démesurée des contenus à caractère intime dans l'espace numérique. La frontière de la confidentialité semble de plus en plus trouble, avec des influenceurs qui exposent leur intimité et des, spectateurs, qui les observent. Qu'il s'agisse de leurs sentiments ou émotions, leurs relations, leurs corps ou encore leur sexualité, les frontières de l'intimité sont sans cesse repoussées -Pour bien saisir ce passage d'une production traditionnelle de l'intimité, dans son aspect privé à son exploitation moderne dans son apparence de spectacle public- Breton insiste sur le rôle qu'a joué les médias, et tout particulièrement la télévision, sur la surexposition de l'intimité. Pour lui, les téléspectateurs, au début, affichent un certain enthousiasme pour l'intimité accompagné d'une avidité de dévoilement permanent, puisque l'intérêt de l'intimité réside dans une divulgation assurée par un flux persistant d'informations, les médias cherchent à répondre aux désirs et aux besoins de dévoilement perpétuels de l'intimité telle qu'elle a été demandée par les téléspectateurs. L'apparition et le succès de cette nouvelle conduite a induit officiellement à une transformation socioculturelle marquée dans la conception de l'intimité elle-même, puisque on assiste désormais à un envahissement de l'exhibition de certains éléments - jadis classés dans le cadre de l'intime, à l'instar des rapports familiaux, relations de couple, et des rapports au soi et aux autres, etc.- ont peu à peu transformé l'espace public, entraînant une confusion entre l'intime et le public. Breton affirme encore, que ce bouleversement, favorisé par les médias, a des répercussions très dangereuses sur les médias eux-mêmes, car la surexposition de l'intimité a un effet inverse, à trop divulguer, il risque de ne plus rien avoir à montrer. Pour corroborer les propos de Breton, nous faisons appel à certains influenceurs qui se filment à moitié nu sous la douche pour présenter à leur communauté des shampoings, des savons, alors que d'autres exposent des détails de leurs corps pour faire la publicité à certains produits cosmétiques ou la promotion des cliniques là où ils/ elles ont subi des opérations esthétiques, etc. De ce constat, une question s'impose qu'est-ce qui pousse les usagers à dévoiler leurs corps et les

incitent à révéler leurs psychismes considérés comme intimes, et ou à mettre à nu leurs rapports avec les autres ?

1. Pourquoi afficher son intimité dans les réseaux sociaux ?

L'externalisation de l'intimité appelée **Extimité**, est un concept développé par Jacques Lacan qui vise à afficher volontairement des fragments de son intimité « physique, psychique » (Tisseron, 2001, p.52) ou sociale afin d'en vérifier la conformité auprès de ses pairs. D'après **Dagnaud, M.**, il s'agit d'un talent de « *parler de soi tout en maîtrisant ce que l'on souhaite dévoiler* ». (Dagnaud, 2013, p.41) C'est un besoin de communiquer son intimité par l'exposition de certains éléments tels que les traits de personnalité, les valeurs et les relations ; ce besoin trouve sa justification dans le désir de se conformer à sa société grâce aux réactions des gens qui les entourent. Et c'est exactement ça la définition de **l'exhibitionnisme** qui vise à capter l'attention sur soi, et d'en informer les autres pour aboutir, en fin de compte, à une satisfaction personnelle et non relationnelle telle que **l'extimité**, c'est à partir de là qu'on ressent le danger du numérique, puisque l'ensemble de l'activité individuelle doit être affichée publiquement. Selon Aubert et Haroche (2011), afficher son intimité, ce n'est pas tout simplement une affaire pour confirmer son existence, mais aussi un moyen de juger, d'apprécier et de reconnaître l'individu socialement. L'affichage de son intimité peut même prendre une forme de thérapie psychosociale, en remplissant les vides que peuvent vivre certains utilisateurs. Selon Tisseron, S. (2014, p.38), le désir d'extimité « *met en forme l'estime de soi, c'est-à-dire, un jeune ayant une faible estime de lui-même aura tendance à exposer de grandes parties de son intimité afin de capter l'attention d'un grand nombre d'interlocuteurs* ». La séduction est définie par Tordo, F. (2015, p.83) comme « *un procédé visant à susciter délibérément l'admiration, l'attirance, voire l'amour d'un individu* ». La séduction passe par des messages, des images et des vidéos que les internautes s'envoient et qui stimulent les discussions sur l'intimité sexuelle, ce qui crée le débat sur ce qui est de l'ordre de l'acceptable et de l'inacceptable. D'une autre manière cela répond au besoin d'un désir caché de reconnaissance sociale en rapport avec la beauté du corps d'une part et d'autre, il témoigne un désir de plaire où la réciprocité des « *révélation entre les interlocuteurs crée une intimité relationnelle graduellement plus profonde,* » (Brodin et Magnier, 2012, p.148). La révélation mutuelle d'informations personnelle chez l'ensemble des partenaires, est d'une grande importance dans l'établissement des liens relationnels. Elle renforce le sentiment de fiabilité, de loyauté et aide à la création de liens forts d'amitié, de soutien et d'altruisme. Pour comprendre la complexité d'exposition de soi dans le numérique, il faut prendre en considération en quoi il importe de parler de soi, d'afficher ses expériences et d'exhiber ses sentiments en public. L'exposition de soi ou la représentation de soi peut être définie comme une « *mise en visibilité de soi sur Internet* » (**Brodin et Magnier, 2012, p.145**) pour un public qui peut y accéder. De ce fait, on peut déduire que les réseaux sociaux encouragent les échanges et les dialogues interpersonnels et par conséquent influencent l'évolution de l'exposition de l'intimité par la modification de la perception de ce qu'on peut ou ne pas afficher. Comme le mentionne Breton², qui pense que la notion de l'intimité se transforme progressivement avec l'inversion des normes et des valeurs dans l'espace numérique : « *Un nouveau modèle de représentation de l'humain se met en place* » (Breton, 2004, p.21). Ce qui nous met face à des individus qui n'ont rien à cacher. Breton accuse les médias d'avoir sorti l'intimité dans son espace fermé à un espace ouvert. Il explique encore qu'à cause de la généralisation de sa divulgation elle est devenue la norme dans la scène publique numérique. Cependant, l'intimité dans le monde réel garde toujours son aspect privé. Une telle déclaration, nous met face à une contradiction entre l'intimité dans le numérique et l'intimité dans la vie réelle. Le premier donne la possibilité de s'adresser à un public plus large, ce qui influence, le processus d'autoreprésentation de soi face à un public, dont les attentes peuvent pousser l'individu vers une forme d'analogie, de ressemblance et une quête d'acquiescement social. Néanmoins, le fait d'être négligé par son public et son auditoire peut causer des excès de divulgations d'informations intimes. Dans ce sens le numérique demeure un provocateur de la représentation de l'intimité, c'est pourquoi il est important de se demander jusqu'à où le numérique se mêle-t-il dans notre intimité ? Quel rôle le numérique y tient-il ?

² Philippe Breton (2004) dont l'intérêt s'est orienté vers les conséquences d'une excessive représentation médiatique de l'intimité, et plus particulièrement sur la capacité des individus à se former des représentations de leur propre intimité.

2. Le rôle du numérique dans la représentation de l'intimité :

Les réseaux sociaux encouragent et facilitent la présentation de soi grâce aux échanges, qui sont aussi primordiales au bon fonctionnement de ces RSN. Ils influencent la perception de l'exposition de soi, et surtout le jugement de ce qui est possible à y mettre. Dans ce sens, l'échange et la divulgation d'informations se font désormais de manière fluide, audacieuse, beaucoup plus ouverte et désengagée. C'est grâce à cette réciprocité du partage d'informations personnelles de façon public, que le numérique arrive à toucher à un tel succès et une telle popularité à l'échelon universel. C'est exactement le cas pour Snapchat, Instagram, WhatsApp, TikTok ou YouTube, qui laissent projeter ou afficher des renseignements, et des informations (photos, vidéos, statuts, commentaires, orientations sexuelles, fantasmes et refoulements etc.) sur son compte ou sur sa chaîne pour véhiculer un ensemble de fragments de sa vie quotidienne et personnelle, qui étaient jadis invisibles aux yeux de tous : (une relation amoureuse, conjugale, familiale ou professionnelle, etc.).

3. Différentes formes et acceptions de la représentation de l'intimité :

D'après les études qu'on vient de mentionner auparavant, l'individu est estimé, évalué et aussi valorisé à partir de sa production de soi, ses abonnés et ses relations interpersonnelles. Quant aux images et vidéos publiées, elles participent à véhiculer des valeurs et des traits de personnalité et du corps afin d'assurer une image de marque en ligne, influencée par la quantité d'information partagée, dans un but de reconnaissance sociale inhérente aux flux du partage de nouveaux contenus numériques.

Les utilisateurs partagent habituellement de nouvelles informations intimes pour satisfaire la curiosité du public et entretenir leurs liens relationnels. On se trouve donc, face à un besoin permanent de laisser ses marques d'intimité dans RSN, ce qui rend l'information intime consultable et partageable par les pairs, ce qui modifie sa copropriété. Et par conséquent finit par faire engendrer énormément de risques en rapports avec sa transgression.

4. Risques de la représentation de son intimité sur les Réseaux sociaux

Selon les études effectuées dans le domaine, les influenceurs croient que le fait d'avoir beaucoup d'abonnés sur les RSN constitue un soutien social, émotionnel et affectif avec qui discuter des sujets importants. Néanmoins, le fait de se faire entourer par un grand public peut engendrer énormément de risques, qui pourront avoir lieu lors des ruptures relationnelles, par la vulgarisation des renseignements intimes. Les RSN soulèvent énormément de débats, de craintes sur l'exposition de son intimité dans l'espace public numérique. Une grande partie d'études sur le sujet, a montré que les usagers considèrent les RSN comme un outil qui contribue à fonder des relations sincères et fidèles, ce qui justifie à leurs yeux la projection sur la scène publique d'énormément d'informations autrefois considérées comme étant intimes. Dès lors, La séparation entre tout ce qui est public et privé demeure floue voire, dangereux. Nous nous trouvons en fin de compte, dans une vie privée façonnée par l'influence du numérique et particulièrement les RSN.

III. Méthodologie et Approches :

Notre étude s'intéresse à l'analyse de la représentation de l'intimité sur les RSN. Au Maroc, Selon le dernier rapport de Kepios³, qui s'intitule *Digital 2022 Global Overview Report*, le taux des internautes marocains s'élève à 63.4% de la totalité de la population⁴. Il nous montre que YouTube devient le leader des RSN au Maroc avec 24.40 millions d'utilisateurs, suivi de méta (Facebook), la troisième position a été remportée par Instagram et la quatrième est arrachée par TikTok quant à la cinquième a été réservée à Snapchat en sixième position et finalement Twitter en septième position. Concernant la durée moyenne active des usagers sur les RSN est de 17.5 heures par semaine soit 2.5 par jour⁵ (Kepios, 2022). Se connecter aux RSN est une affaire de tout âge. Le fait de se connecter pour une longue durée aux RS, demeure une des

³ Kepios est un cabinet de conseil international, spécialisé dans l'étude des profils et des comportements détaillés des internautes à l'échelon international.

⁴ Dans cette partie du «Digital 2022 Global Overview Report», marocain, ses habitudes, son comportement, ses préférences et ses choix cybernétiques. Consulté en ligne le 01/03/2022 via le site : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-morocco?rq=morocco>.

coutumes de ces jeunes influenceurs, et par conséquent leur moyen de communication dépend étroitement de cette nouvelle conduite. Le numérique demeure, un moyen pour contacter sa famille, ses proches et son public, et il est le meilleur moyen pour faire une notoriété numérique. D'ailleurs, les contenus échangés et les relations établies via les réseaux sociaux constituent un nouveau phénomène dont nous ignorons l'affluence à long terme. Nous nous attachons à cette exposition de soi sur Facebook et YouTube pour dévoiler les expériences de cet acte de publication de soi et tout particulièrement la représentation de l'intimité.

Notre échantillon se scinde en deux blocs : celui qui soigne et entretient ses images, et celui qui souhaite rester authentique et ne pas se limiter dans sa publication. Dans la première catégorie, les influenceurs préfèrent ne pas trop attirer d'attention, pour éviter des jugements de valeur. Ils diffusent moins et choisissent avec soin la pertinence de leurs publications pour une image salubre de leurs personnalités sans tout exhiber. Dans l'autre catégorie, on y trouve, les participants procèdent à la publication sans faire des contrôles ou des filtres, puisque les personnes à qui ils tiennent vraiment les connaissent bien et ne vont pas les juger sur la base de ces contenus numériques, et c'est ce qui importe à leurs yeux.

Vu que notre objectif vis à explorer en profondeur la perspective des influenceurs pour mieux saisir la représentation de l'intimité. Le choix de l'entretien qualitatif demeure inévitable. En outre, il va nous permettre d'accéder directement à la réalité des expériences spontanées de la divulgation de l'intimité de nos interviewés telle qu'elles ont été vécues sur les RSN. A cet égard, l'entretien semi-directif à destination d'un échantillon d'influenceurs et vlogueurs sur YouTube et Facebook s'avère le plus adéquat, de même le fait de faire appel à d'autres approches psychanalytiques, phénoménologiques et sociologiques vont nous permettre de bien cerner le sujet dans tous aspects et surtout de mettre l'accent sur les différentes acceptions de la représentation de l'intimité tout en étudiant ses contenus, ses fonctions et ses formes, véhiculées à travers le numérique et particulièrement les réseaux sociaux. Cependant, la confidentialité des données fut une condition inéluctablement exigée par l'ensemble des influenceurs pour exprimer avec aisance et sincérité leurs points de vue.

• L'entretien individuel et son déroulement

Le fait d'avoir choisi d'effectuer des entretiens individuels va nous permettre de mieux cerner les expériences, les pratiques sociales et les comportements sociocognitifs en rapport avec la divulgation de son intimité. Plusieurs études ont démontré que les femmes expriment davantage de l'affection et du soutien positif et qu'elles sont plus vulnérables à partager leurs intimes que les hommes. Nous avons supposé que la notion de genre pourrait faire la différence c'est pourquoi elle a été prise en compte dans le choix de notre échantillon qui s'élève à 56%. Pour toucher à une diversité et une pluralité des données Nous avons choisis une grande tranche d'âge variant entre 16 et 67ans, ils appartiennent également à de diverses castes sociales avant de se lancer dans l'aventure d'influenceur, De même nous avons opté pour un effectif de vingt interviewés. Cet échantillon restreint, a été sélectionné selon les critères suivants : D'abord le nombre d'abonnés, la plupart des influenceurs disposent des trophées YouTube en argent en dépassant cent mille abonnés et dont les chaînes sont connues et sollicitées par les médias et deux influenceurs disposent du trophée en or puisqu'ils ont dépassé le seuil d'un million d'abonnés. A titre indicatif, le nombre d'abonnés ne fait pas à lui seul foi du poids de l'influenceur et son chiffre d'affaire ou l'adsense réalisé sur YouTube. La fréquence de publications des vidéos était le deuxième critère, puisque la productivité reste alors une condition inéluctable pour la continuité l'activité numérique. Nous avons donc, abordé le sujet sous trois axes :

Le premier : Est en rapport avec la communication personnelle, et particulièrement la motivation du partage des publications intimes.

Le deuxième axe : Nous permettra de comprendre comment nos influenceurs voient les marques de la représentation de leur intimité sur la plateforme, Dans cet axe on va rechercher le rapport d'influence dans la divulgation d'informations personnelles. Quel rapport entretiennent-ils avec leurs abonnés ? Leurs publications se conforment-elle aux normes de son public ? Nous voulions savoir si les influenceurs pouvaient être forcés de partager leur intimité. Comment le nombre d'abonnés peut-il influencer le partage des informations intimes ?

Quant au **troisième axe**, il s'intéresse à analyser les manières et les façons dont les influenceurs diffusent les informations intimes. Ce qui va nous servir à vérifier comment ils gèrent leur intimité. Est ce qu'ils affichent ouvertement leurs informations intimes ou ils les trient ? Qu'est-ce qu'ils montrent et qu'est-ce qu'ils cachent ?

Répondre à ces questions, c'est, en quelque sorte, avoir des renseignements sur les conditions du partage et de l'échange d'informations tout en prenant en considération la particularité de l'espace numérique intime qui se côtoie facilement lors d'une conversation individuelle. En effet, les entretiens, se sont déroulés dans une période de deux mois vu la difficulté de convaincre les influenceurs de mener ces entretiens en toute transparence et sincérité, ainsi que leur indisponibilité, en raison de leurs multiples engagements professionnels. Pour faciliter et simplifier la tâche, nous avons procédé à des entretiens en ligne par le biais de réunions à distance pour pouvoir maintenir un environnement familier aux influenceurs surtout les vloggers -qui ont une aisance devant la caméra- pour faciliter le déroulement des entretiens.

Avant de procéder aux entretiens, la première prise de contact a porté sur une petite présentation de la présente étude ainsi que l'ensemble de ses objectifs, de la durée de la rencontre, de l'utilisation des données retranscrites et du contenu de sept parties de l'entretien comme cité auparavant afin de trouver un consentement préalable et pour ne pas entraver le bon déroulement des entretiens et qui sont réparties comme suit :

En premier lieu, on s'intéresse aux points de vue des influenceurs sur le processus de publication de l'intimité pour pouvoir comprendre les motifs qui ont été à l'origine de son affichage sur les RSN. **En deuxième lieu**, nous procédons à l'analyse des informations intimes et factuelles qui sont partagées sur les RSN. **En troisième lieu**, nous toucherons à un point très important, relatif à la conception des influenceurs par rapport à la divulgation de soi dans l'espace numérique. **En quatrième lieu**, l'accent sera mis sur l'influence mutuelle entre l'influenceur et son public, tout particulièrement, sa contribution dans la divulgation d'informations personnelles par la construction des relations de fiabilité, de loyauté et de fidélité. **En cinquième lieu**, Aborder le rôle du numérique dans la représentation de l'intimité sur les réseaux sociaux, s'avère incontournable à ce stade. **En sixième lieu**, nous enchaînons avec l'exploration de différentes formes et acceptions de la représentation de l'intimité ce qui va nous permettre de mettre l'accent sur les particularités de la représentation de l'intimité pour relever un paradoxe crucial entre l'intimité au virtuel et celle de la réalité. D'où la représentation d'une nouvelle forme d'intimité qui serait propre aux RSN. **En dernier lieu** notre étude va se terminer sur les risques que peut engendrer la divulgation de son intimité sur les RSN.

La seule condition exigée par les influenceurs fut de ne pas procéder à des enregistrements ou de divulgation d'informations personnelles, ce qui pourra, dans le cas contraire, faire l'objet d'une poursuite judiciaire. En effet, le codage des entretiens fut nécessaire pour préserver l'anonymat des vloggers dont le capital immatériel est tout leur image de marque.

IV. Les résultats :

Le numérique a facilité la communication, le partage, et l'établissement de nouvelles relations ou maintenir les anciennes. Il permet aussi aux influenceurs de se renseigner sur tous les détails de la vie des autres membres grâce aux nouvelles qui y sont publiées, ce qui explique principalement la popularité des réseaux sociaux et c'est cela la particularité du fonctionnement diversifié de ces plateformes, puisque chacun en fait ce qu'il en veut, et comme bon lui semble. Les publications numériques, servent à planifier et à gérer les activités, les soirées de fête et même les passe-temps pour toucher aux activités les plus banales qu'elles soient, telles que : les exercices sportifs, les tâches ménagères ou tout ce qui relève du quotidien. Devant ce type de surexploitation du site, certains influenceurs, disent qu'ils ne pourraient plus s'en passer, parce que tout le monde est y connecté. Est-ce cela est une obligation implicite de faire comme les autres ? Peu importe les raisons. L'attractivité de ces plateformes réside dans le double avantage qu'elles offrent à leurs utilisateurs. D'abord de la monétisation du contenu par la régie publicitaire, l'Adsense et ensuite l'ouverture sur le monde, grâce à une simple manipulation, on peut créer sa propre communauté. Quant aux youtubeurs, il s'agit des personnalités générées en ligne par l'algorithme du nombre d'abonnés et de vues sur leurs chaînes YouTube, en offrant un produit culturel de prédilection véhiculé par leur e-réputation en ligne. D'ailleurs les interviewés, tous et sans exceptions sont présentés sur l'ensemble des réseaux sociaux à savoir Facebook et Instagram sauf pour les moins jeunes entre 16 et 21 qui sont également présents sur TikTok. Pour ce qui est du niveau d'éducation, nos vloggers, il oscille entre analphabétisme, primaire, niveau brevet, Bac, Deug, licence et Master. En dehors du niveau culturel, certains, considèrent le vlog comme un passe-temps, pour d'autres un métier. Néanmoins, ils ont en fait une source de revenu rentable qui a chamboulé leur mode de vie. Ainsi, le niveau d'éducation n'a pas d'influence sur le contenu du vlog puisqu'il ne reflète certainement pas ce dernier et peut

dans quelques cas être investi dans les techniques de montage, de commercialisation, de marketing, de management. A vrai dire, il n'y a pas vraiment une distinction dans l'utilisation de ces deux plateformes basée sur le sexe des usagers. 56.25 % en faveur des femmes et 43,57 % pour les hommes. La différence est néanmoins visible dans l'utilisation d'autres plateformes numérique comme Instagram et TikTok qui marque une prédominance féminine de 78% pour les femmes et 22% pour les hommes. YouTube et Facebook, sont des plateformes propices à recevoir des posts de nature variée, selon les participants, Elles permettent de mettre n'importe quel contenu ou d'en chercher d'autres informations, il suffit tout simplement de taper quelques mots dans leurs moteurs de recherche pour se trouver face à des posts portant sur la vie intime ou privée, d'où l'importance à se demander, qu'est-ce qui pousse nos influenceurs à publier publiquement leurs intimités sur les RSN ?

1- Pourquoi publier son intimité sur le numérique ?

L'ensemble de nos influenceurs ont confirmé qu'ils utilisent FB et YT pour échanger des informations, organiser leurs passe-temps et pour établir le contact avec les pairs. Le côté relationnel et communicationnel se trouve au centre de leurs motivations. A vrai dire, cette rapidité d'établir de nouveaux contacts et d'attirer plus d'abonnées impacte, d'une manière ou d'une autre, l'image de l'influenceur, sans prendre en considération de la qualité des contenus publiés. Les motifs et les motivations qui ont été derrière ce dévoilement de l'intimité sur les RSN ont été regroupés dans huit points essentiels, répartis comme suit :

• Prendre la parole :

Selon quelques participants, le fait de se trouver tout seul face à l'écran, permet de sentir libre, ce qui retentit sur le contenu à publier, vu que c'est virtuel, On peut se permettre d'oser et d'aller plus loin pour dire des choses sur Facebook ou YouTube qu'on ne pourrait jamais dire en face à face. Cette réalité semble partagée par plusieurs intervenants, par ce qu'il arrive pas mal de fois d'oublier que le contenu publié serait vu de tous, pour eux, les commentaires, les photos et même les vidéos sur les plateformes numériques, on les accepte davantage par ce que tout le monde s'y intéresse. Donc il faut prendre part de ce qui se passe autour, « *le monde évolue et on doit suivre le courant, la tendance et la mode*, ». Prendre la parole, c'est aussi, défendre une cause ou rendre, une idée plus acceptable par la société, changer les mentalités et la façon de penser, etc.

• Exister et se confirmer :

YT et FB deviennent des porte-paroles pour ceux qui les utilisent. Un moyen de dire voilà j'existe. Les réactions des autres témoignent cette existence, et par là, renforce la confiance et l'estime de soi et répond à un désir de reconnaissance sociale. Affirmer sa présence dépend étroitement aux réactions des autres qui servent à consolider l'existence dans la vie des autres et d'en faire des témoins et vice versa.

• Divertir, informer et partager :

Nos influenceurs pensent que les deux sites servent à maintenir la relation grâce au partage de soi, c'est pourquoi, s'ils ne cessent de publier des événements personnels et intimes, c'est à la fois pour divertir et informer leur public, autrement dit, ils affirment pas mal de fois, d'avoir publié juste pour partager et tenir le public au courant de tout ce qui se passe dans la vie de tous les jours. Certains d'entre eux considèrent que les éléments du quotidien, semblent parfois banals, mais en réalité, le public insiste sur le fait qu'ils en publient régulièrement plus. La divulgation de la vie privée chez la grande majorité des youtubeurs « *amène le public à être curieux pour en savoir plus sur leurs vies privées* ». Il s'avère, que ce sont les éléments qui suscitent le plus, la curiosité du public et le laisse constamment accroché. Et c'est exactement cela, l'objectif ultime de toute publication.

Dans ce sens, tout ce qu'on publie doit remplir une mission : informer, divertir, laisser des traces de de son existence. Les abonnées doivent se sentir interpellés par des intérêts semblables, des sujets d'actualité, et tout ce qui les poussent à les consulter, les voir et les partager à leur tour. FB et YT sont vus tel un outil pour garder le contact et d'échanger des informations intimes.

• Se rappeler des souvenirs :

Certaines influenceuses, avouent avoir publié pour eux-mêmes : « *Je mets les choses dont je veux me souvenir. C'est un peu comme un album, ou tout simplement un petit rappel sur les éléments les plus marquants de ma vie. Donc je ne publie pas tout simplement pour les autres* ». Des fois, ils publient pour se souvenir de ce qu'elles ont réalisé, vécus ou même endurés. YouTube ou Facebook deviennent un album de leurs souvenirs : comme un journal intime ou de vie. Ils apprécient bien ce mécanisme qui permet de remémorer des événements et de les voir tout le temps. Est-ce que le fait d'être vues et constamment consultés par un grand public, les rend plus vivants ? Au fil de notre questionnaire, Nous nous sommes rendus comptes que nos influenceurs adorent partager sur eux-mêmes, que ce soit pour leur propre intérêt ou juste pour les faire montrer aux autres.

• Soutenir, encourager et afficher sa solidarité :

En général, les participants pensent que les deux plateformes créent une belle occasion de réciprocité pour afficher de l'intérêt, assurer sa présence et démontrer son soutien aux autres, tout en les encourageant. Idem pour l'influenceur lui-même qui publie son quotidien, ses états d'âme, ses émotions, ses opinions et les nouvelles de sa vie. Conséquemment, les influenceurs se servent des plateformes pour recevoir l'appui et le support de leur réseau. Publier son intimité n'est pas suffisant pour entretenir ses relations numériques et fidéliser son public, mais il faut y consacrer son attention, son soutien. Ce qui justifie le recours des abonnés à réagir et manifester leurs interactivités positives par l'emploi de commentaires, et des « J'aimes » et ou des partages des publications de leurs influenceurs.

• Publier c'est se libérer :

Cet exercice de publication de l'intimité devient rassurantes d'où la notion de se faire exhiber publiquement, cette touche consolant de se faire publier, peut être perçu comme étant un acte salvateur pour la majorité de nos participants, il a même un effet cathartique puisque il satisfait le besoin de raconter ses sentiments, ses malheurs et de partager sa vie. Le fait de s'exprimer, seul devant un écran demeure une délivrance, ce qui justifie cette tolérance à la divulgation de son intimité. 80% des influenceurs affirment qu'ils peuvent facilement se dévoiler sur le numérique que dans la vie réelle. Que ce soit YT ou FB, les deux sites se voient comme une source d'une satisfaction permanente, permettant à la fois de se confier à soi et à l'autre et de recevoir son soutien. La publication de l'intimité, pour une grande partie de nos influenceurs, se vit des fois, comme une thérapie qui comble les lacunes et les vides psychoaffectifs que vivent de temps à autre nos interviewés.

• Chercher une relation amoureuse :

Tous les participants considèrent les RSN comme des dispositifs qui mènent à l'établissement d'une relation amoureuse, sincère, qui finit par le mariage. Déjà il suffit d'avoir cette idée en tête pour devenir vulnérable à projeter dans l'espace public des informations que l'on considérait, autrefois comme privées, voire intimes. De ce fait. Nous nous trouvons en fin de compte dans une vie privée façonnée par les réactions public. Qui les oblige à adapter leurs publications aux échos positives ou négatives de leur entourage. C'est la raison pour laquelle, 75% de nos influenceurs préfèrent refléter une bonne image d'eux-mêmes. Le désir de plaire et d'entrer dans une aventure amoureuse explique l'intérêt que donnent certains influenceurs à faire véhiculer et transmettre au public une bonne image de soi.

• Publier est une source de rémunération :

A l'unanimité, le partage de la vie intime, est essentiellement lié au buzz, l'objectif est de faire augmenter d'une manière vertigineuse le nombre de vues. Ils considèrent que le public est assoiffé des détails les plus intimes. Pour eux, on ne peut pas parler d'un coup médiatique, sans penser à ce qu'on appelle l'adsense, autrement dit, la divulgation publique de l'intimité, en réalité, cache derrière elle un besoin pécuniaire traduit par la monétisation de la chaîne, les collaborations, le parrainage et les give aways

Peu importe leurs motivations, elles sont nombreuses et combinées certes, qui poussent les influenceurs à mettre un tas d'informations intimes sur la plateforme pour augmenter le nombre d'abonnés ce qui va retentir positivement sur la notoriété de l'influenceur et son adsense. Face à ce constat on ne peut que réfléchir sur les limites de ce rapport de cause à effet, et surtout se

demander, jusqu'où le numérique se mêle-t-il à l'intimité de nos youtubeurs ? Se sont-ils fixés des limites dans la divulgation publique de leur intimité ?

2- Informations intimes (factuelles) partagées :

Avant de parler des informations partagées par nos interviewées, il est congru de mettre l'accent sur la fréquence de publications. Les participants n'arrivent pas à compter le nombre de publications effectuées par semaine. Plusieurs d'entre eux ont confirmé avoir publié beaucoup de posts notamment pour les commentaires, tandis que les photos et les vidéos ils ont tous affirmé de les avoir publiées pour apprécier leur public et par conséquent susciter un plus grand nombre de réactions. Nous classons toutes publications dans la catégorie intime, tout ce qui englobe les commentaires, photos, ou statuts, vidéos et tout ce qui a un caractère contextuel ou familier ayant une charge émotive, référant à la vie intime du diffuseur.

Nos résultats ont démontré qu'il est important pour les influenceurs d'avoir une identité numérique qui les représente véritablement, ils refusent d'afficher de faux renseignements pour se construire une identité fictive. Effectivement, les informations affichés sur les deux sites permettent au public de vérifier l'identité de la personne, et non pas de le duper. L'objectif de l'influenceur est le succès de ses publications, donc il se doit de se distinguer. On se satisfait parfois des critiques parce que ça veut dire qu'au moins, on a d'abord une identité affirmée et ensuite ça aide à faire le buzz et par conséquent fait flamber le nombre de vues. La présence d'information intime sur les RSN est jugée différemment selon qu'elle soit acceptable ou non. Concernant la distinction entre l'information publique et privée, les interviewés se sont mis d'accord sur le fait que l'information publique, peut être accessible à tous, et ne peut en aucun cas nuire à l'intégrité physique ou morale d'autrui. Alors que l'information intime est jugée confidentielle, doit être protégée et à ne pas publier ou divulguer. Mais sur le plan pratique on constate que l'ensemble des informations compilées et partagées : articles, statuts, photo et des vidéos des événements marquants comme l'emploi ou la formation, les relations familiales et amoureuses, les voyages, les expériences personnelles et professionnelles sont toutes accessibles.

Pour eux, ce genre de renseignements représentatifs est sollicité pour créer une image de soi auprès du public. En revanche, les numéros de téléphone et les adresses sont des informations qu'il ne faut pas divulguer publiquement. Nos influenceurs affirment avoir publié des informations relatives aux :

- propriétés de l'influenceur, certains influenceurs ils peuvent montrer leur maison, le lieu de résidence, appartement, pc, smartphome, pour partager avec son public les changements de sa vie
- états émotionnels, c'est-à-dire, les sentiments associés aux impressions et réactions affectives par rapport à un ensemble de situations, de faits ou de personnes, de même pour les déclarations et les manifestations d'amour et ou de haine.
- Intimités de la vie d'un couple, ses querelles, ses caprices, ses fantasmes,
- valeurs morales, le partage de son point de vue peut être associé aux sujets, économiques, politiques, religieux et culturels.
- Corps : les images de corps dévêtus et ses expositions, la santé et le bien-être
- notions sur la sexualité : des comportements et des conduites à adopter ou à éviter lors d'un rapport sexuel, etc.
- éléments évaluatifs : Parcours scolaire, expériences de toutes sortes, etc.
- aléas de la vie quotidienne : problème au travail, famille, deuil, conflit, etc.
- goûts personnels sur la consommation d'un tel ou tel produit.

Nos influenceurs publient leurs opinions dès qu'ils se sentent interpellés, par ce qu'ils pensent qu'il est judicieux de répondre poliment aux demandes et aux questionnements du public, D'ailleurs ils ne pensent qu'il n'y a aucun problème de ce qu'ils affichent sur les RSN.

La fréquence des publications a un grand effet sur la décision de partager son intimité. Par conséquent, les prises de position et les jugements de valeurs de son public sur une publication donnée, peut influencer et la manière et le contenu à publier. La peur de faire une mauvaise publication des fois peut soulever de nombreuses questions ou empêcher l'influenceur à la poster. Les participants craignent de se faire mal comprendre, d'ennuyer le public. En effet, les éléments qui nuisent à leurs images numériques surtout sont à proscrire. C'est pourquoi on insiste sur

l'idée de bien vouloir transmettre une belle image de soi à son public, la perception et la gestion de leurs publications intimes ne sont pas les mêmes chez l'ensemble des participants. Compte tenu de ce constat, nous donne à réfléchir si ce bouleversement peut mener, chez ces influenceurs, à une transformation de la perception de la représentation de l'intimité !

3- La perception des influenceurs sur la représentation de l'intimité :

Les influenceurs déclarent qu'ils mettent en public certains éléments qui relèvent du cadre de l'intime et qui ne causent aucune perturbation et n'offusque personne. A ce stade, on se demande que reste-t-il alors à dissimuler ? Y-t-il des délimitations dans l'espace virtuel ainsi que des frontières liant le visible à l'invisible et l'intime au public ? Est-ce que la vie privée a été convertie dans sa totalité en public ? Nos influenceurs, avouent que la présence de ce genre de publications intimes, au début de leurs carrières, les a choqués davantage et l'ont acerbement critiquée, chez les autres, comme étant de mauvaise valeur morale. Mais aujourd'hui, ils ne sont plus enclins à y émettre des jugements ou des réactions négatives, parce qu'eux aussi, commencent à en publier.

Leurs expériences les ont permis de conclure que, même si le public peut se trouver face à des posts qui suscitent des réactions négatives allant de l'ennui à l'indignation tout en passant par l'inconfort, le malaise, l'agacement, le dégoût et l'irritation, etc. Ils réclament à l'unanimité que chacun est libre ses publications, ils ajoutent, que c'est au public de les juger, si cela lui chante ou pas. Pour la majorité des participants, certains sujets, à l'origine ce sont des événements privés, mais qui deviennent public -Comme le mariage, le divorce, l'échec ou la réussite dans tous les domaines, à savoir le travail, les études et les relations amoureuses- et qui sont jugés au début comme étant inadaptés, et petit à petit on commençait à les supporter, maintenant ils sont sollicités par le public.

Toutefois, les thèmes illustrant des activités physiques et qui font montrer certaines parties du corps d'une personne, tout particulièrement des femmes, de même pour les photos ou les vidéos de vacances à la plage sont perçues comme étant moins choquantes puisqu'il s'agit d'un lieu public. Les influenceurs sont ainsi réparties entre l'accessibilité des lieux publics et la sensualité des photos. Le cas d'un couple réalisant des activités amusantes sont considérés comme étant une bonne chose à montrer même si c'est intime. En revanche, « *Un couple qui s'embrasse est à éviter et à ne pas afficher puisqu'il s'agit de montrer la vie sensuelle d'un couple, même si on peut voir ça dans la rue, surement il finira un jour par devenir normal ou plutôt souhaitable à afficher* » réplique une de nos influenceuse qui s'explique davantage en disant qu'à force de le voir tous les jours il va devenir banal sans aucun effet négatif chez le public. Autrement dit, la sexualité et la sexualité sont vues comme inadaptées sur les deux plates-formes, et le fait de vouloir accrocher l'attention et d'inviter le public surtout les plus curieux à en chercher davantage n'est pas encore acceptable dans la société. D'ailleurs le fait de vouloir créer de la compassion sociale, demeure une monnaie courante chez beaucoup d'influenceurs. Pour la moitié de nos intervenants, ce genre de publication, constituent un moyen infondé pour rechercher de l'attention ou de l'apitoiement sur son propre sort. Ce qui nous met face à la problématique de l'influence puisque certains sont ouverts et publient des vidéos sans discrétion, alors que d'autres préfèrent gérer et partager leur contenu en fonction de la réaction de leur public.

4- Le rapport d'influence entre l'influenceur et son public :

Les interviewés, insistent sur le fait de ne pas publier juste pour publier. C'est pour cette raison, qu'ils se posent énormément de questions sur le contenu de leurs publications avant de les rendre accessibles en ligne : « *Comme il y a tellement de gens qui publient, il est important de ne pas publier simplement pour publier* ». Il faut sortir de la boîte pour choisir des contenus utiles, originaux et attractifs pour capter l'attention de son public et le fidéliser. Lors de cet entretien, nos influenceurs avouent qu'ils ne sont pas en mesure ni de quantifier ni de qualifier la grande responsabilité qu'ils épaulent en diffusant leurs contenus à un large public. Et ça trouve sa justification par le fait que le public reste libre de les suivre ou non. Cependant, ils ont relevé un lien fort entre l'influence sociale et les relations para-sociales renforçant le sentiment de proximité entre l'influenceur et l'utilisateur qui s'identifie généralement à son idole. Tant que le sentiment de proximité est grand, tant que l'influence sociale est propice. Quant à l'influence non marketing incarnant les valeurs et les modes de vie, elle a été légèrement négligée par nos interviewés, d'une manière consciente ou inconsciente, parce qu'en fin de compte, même eux, ne peuvent pas évaluer l'ampleur d'influence qu'ils ont sur le grand public. En revanche, le

nombre d'abonnés peut impacter la perception des influenceurs envers leurs publications. Il peut aussi instaurer une compétition entre les influenceurs, eux même, pour voir qui va avoir le plus d'abonnés ou le plus de vues. De ce fait on peut déduire que le nombre d'abonné peut être un critère pertinent de jugement. En effet, la perception de la publication de l'intimité semble contradictoire, certains se déclarent libres et responsables de leurs choix ayant, à eux seuls, le dernier mot sur le contenu de leurs chaînes en étant soi-même tout au long de l'aventure. Tandis que d'autres se disent à l'écoute du marché, toujours prêt à exaucer les vœux des usagers à n'importe quel volet et sans aucune limite. Pourtant, les deux catégories ont avoué qu'ils peuvent changer leurs contenus ou des éléments majeurs de leurs vlogs sous la demande des utilisateurs, notamment si cette action va contribuer à l'augmentation du nombre des vues et d'abonnés. A ce stade, 90% de nos influenceurs se sont sentis piégés par leurs propres propos et pour se rattraper, ils ont souligné, que la popularité ne change pas la donnée, parce qu'enfin de compte, si on se perd dans le numérique comment pourrait-on se ressaisir dans le monde réel ? A l'exception d'une youtubeuse qui a, en toute sincérité, déclaré avoir perdu son foyer et sa famille à cause du vlog, car toute chose a un prix à payer, elle u ajoute que beaucoup de youtubeurs ne font que des mises en scène où le vrai soi n'existe plus, car il a été corrompu par l'adsense et la popularité. D'ailleurs 40% d'entre eux, ont un suivi psychologique par des médecins spécialistes, la polarité du virtuel et du réel perturbe au quotidien leur vécu. Ne tombe-t-on pas dans la chosification du youtubeur qui se plie aux caprices de ses abonnés ? Les influenceurs qui sont censés influencer les gens se voient eux aussi piégés par le goût et la curiosité de leur public, ce qui nous met face à une relation d'auto-influence ou une influence mutuelle. Comment cela peut-il leur arriver ?

Les intervenants confirment à l'unanimité qu'ils sont influencés, dans une certaine limite, par les commentaires de leurs abonnés, qui les poussent à façonner, renforcer leurs opinions personnelles, ou les encourager à adapter certains comportements aux normes sociales. Le public, détermine donc, selon le contexte ce qui est approprié d'y mettre : la nature des informations le niveau d'intimité divulgué et la diffusion directe ou indirecte du contenu. Quand et comment ces informations peuvent-elles être publiées ? Quel type d'informations à divulguer ? A quelle fréquence est-il convenable partager ? Quel support doit-on utiliser ?, etc. Les réactions du public leur indiquent le chemin à suivre et les modifications à effectuer, ce qui contribue à la création d'une norme et d'une culture numérique. Selon nos interviewés, celui qui fait fréquemment des publications similaires, ne fait qu'ennuyer son public, c'est pourquoi il faut renouveler et actualiser ses contenus tout en respectant les goûts et les intérêts de leurs abonnés. En effet, les réactions du public ont aussi des conséquences sur la façon dont les influenceurs partagent leurs intimités, que ce soit sur le plan qualitatif que quantitatif. Les critiques et la désapprobation, surtout lorsqu'ils proviennent des ceux qui leur sont chers les faire sentir personnellement offensés. Leurs interventions consistent à calmer le jeu si ça s'enflamme, à s'excuser ou même à supprimer le post s'il le faut. Pour certains de nos influenceurs, les publications choquantes peuvent, dans la majorité des cas, provoquer des réactions acerbes par le public, la même chose, si on critique une personnalité publique ou un autre influenceur. Certains de nos interviewés expliquent que type d'informations peut des fois créer de la polémique et déclencher un débat conflictuel, c'est pourquoi elles ne sont pas toujours mal perçues car elles contribuent à l'augmentation des vues. Si les publications sur un sujet suscitent beaucoup de réactions, les autres influenceurs vont essayer d'en parler ou au moins traiter des thèmes similaires, ce qui nous met face à une concurrence ou à une compétition. Dans le sens inverse, le fait de partager des idées positives et de bonnes valeurs peut influencer favorablement les influenceurs. Vu l'importance de l'influence du public, nos participants déclarent qu'ils utilisent les deux sites pour observer les réactions de leurs fidèles qui les aide d'abord à adapter leurs publications et leurs comportements et s'assurer de leurs décisions. Certains interviewés pensent que ce processus n'est qu'une façon de se vendre sur le numérique tout en assurant sa présence et sa disponibilité, comme sur un site de rencontre, qui vous oblige à partager votre intimité, montrer ton intérêt et chercher celui des autres. Dans l'ensemble, 35% de nos influenceurs spécifient qu'ils ne succombent pas aux caprices de leur public, ne visent pas son approbation à tout prix, et surtout n'adaptent pas leurs comportements à ses recommandations, et ne cherchent pas à s'y conformer à l'aveuglette. Par contre, la totalité des sondés témoigne une satisfaction des réactions vis-à-vis de leur publication. Ils comment à s'habituer à se soucier des goûts et des besoins de leur communauté, ainsi que de l'image qu'ils ont auprès du public et ça s'explique quand un de leurs contenus ne suscite pas de réactions de la part de leur communauté,

ils se sentent déçus, puisque poster, signifie générer des échos. Parce que pour eux publier méritait des réponses, des réactions et des échanges entre les membres de leur communauté numérique.

Par contre, les commentaires positifs et les « J'aime » sont considérés comme des indices qui garantissent la fidélité avec celui qui a publié et l'encouragent à en produire. C'est de ce constat où réside la dangerosité de l'impact de l'influence qu'exerce le public sur l'influenceur, la représentation publique de l'intimité est inhérente à une approbation sociale, consolidée par ce genre de relation. Le public participe consciemment ou inconsciemment à minimiser le sentiment de risque engendré par la peur de publier son intimité, notamment lorsque la youtubeuse se sent appréciée et aimée. Les participantes surtout, dévoilent leur intimité souvent après avoir pris part aux échanges avec leurs abonnées qui les rassurent dans leurs publications, voire les encouragent d'en publier davantage. Ce sentiment d'intimité avec son public évolue avec la fréquence successive du partage de son intimité. Les utilisateurs affirment ainsi obtenir environ 80 % de leur soutien affectif, émotionnel et social à travers le numérique. Le fait de recevoir des conseils, d'être suivi et accompagné dans le moindre détail de sa vie, crée le sentiment de se sentir en sécurité en ligne. Les résultats obtenus nous donnent l'impression que les types de relations entretenues par les influenceurs et leur public ont un effet sur la vie réelle de ce dernier particulièrement la divulgation de l'intimité puisque il s'agit d'une relation d'influence mutuelle. -c'est ce qu'il faut démontrer dans une recherche ultérieure.- Qu'en est-il du numérique ? A vrai dire, ce passage d'une intimité cachée à une intimité publique est au centre de l'intérêt de cette étude pour dévoiler le rôle et l'impact du numérique sur la représentation de l'intimité.

5- Le rôle du numérique dans la représentation de l'intimité :

Le numérique s'ajoute au réel pour développer les liens et les rapports interpersonnels. Il devient un instrument bienveillant à l'organisation de tous les éléments de la vie quotidienne, pour se mettre à jour et suivre « l'actualité » de la vie de tous ceux qui nous entourent. Selon certains influenceurs, l'élaboration d'une vidéo de 15 minutes exige plus de quatre heures de préparation et parfois, certaines vidéos, peuvent prendre des jours de tournage afin de titiller la curiosité des utilisateurs, d'où le recours à l'intimité privée pour les inciter à suivre la vidéo jusqu'à la fin, et pourquoi pas les mettre sous les jugs du suspens pour attendre impatientement les prochaines épisodes. L'enjeu est d'accrocher l'envie et même la passion de son public, grâce à la fabrication des contenus pimentés d'éléments intimes ou des fois vulgaires qui répondent à ses besoins et à ses fantasmes, plusieurs de nos influenceurs se considèrent un livre ouvert et s'estiment prêts à tout exposer pour les beaux yeux du public ou simplement pour l'adsense. En effet, grâce à cette technique plusieurs d'entre eux, reçoivent une multitude d'offres de collaboration et de publicité, d'autres sont allés plus loin dans la création de leurs propres business, comme c'est le cas de la majorité de nos influenceurs qui disposent de leur propre boîte ou comptent bientôt se lancer dans l'entrepreneuriat. Pour cette fin, ils disposent de toute une équipe professionnelle avec un manager qui est omniprésent même dans les vlogs les plus spontanés ; ils ont dépassés le stade amateur, là où on utilise des moyens de bord. Pour eux, il y a une règle très simple pour réussir dans ce domaine, il faut publier des vidéos de 20 à 25 minutes créant du suspense pour être sûr qu'elle sera visualisée par un grand public, et par conséquent le gain va être assuré.

80% des interrogés, disent que la popularité des sites laisse croire que tout le monde y est connecté, ce qui crée une obligation implicite d'y être. En outre, sur le numérique, l'individu se sent plus libre et plus ouvert que dans la réalité. Nos interviewés éprouvent donc, une certaine aisance à afficher leur vie privée et intime. Dans cette logique, ils pensent que le numérique encourage la divulgation de la vie intime. Et c'est grâce à la disponibilité à la fois, des téléphones intelligents constamment connectés, et des usagers qui passent beaucoup de temps sur les deux plateformes qu'auparavant. Cette omniprésence a eu un impact considérable sur les relations interpersonnelles, ce qui crée un état de dépendance, même lors des événements, des soirées en famille ou entre amis, beaucoup d'utilisateurs n'arrivent pas à vivre ces moments spéciaux, ils modifient leurs comportements pour prendre des photos, des selfies, ou faire des vidéos à poster ou à publier, etc. Les intervenants expliquent que ces deux plateformes, laissent croire qu'on est tous des amis, ce qui change la nature des relations en créant de faux sentiments de proximité engendrés par le fait de connaître toutes les détails les plus intimes de la vie quotidienne. Un tel effet a un grand impact sur la vie privée de ces gens et les encourage de partager leur vie privée avec un grand public. C'est pourquoi il faut se demander qu'est-ce qui reste à cacher ? La communication serait plus facile sur le numérique qu'en personne, parce qu'il n'y a pas

d'exigence pour entrer en communication avec les gens. En somme, selon nos enquêtés, le privé ou même l'intime, grâce au numérique, peut devenir public avec le temps, une youtubeuse a confirmé qu'une photo ou une vidéo intime peut heurter le public aujourd'hui, demain elle pourrait être acceptée et entrer dans un cadre public sans aucun problème. Certains sujets sortent de l'intime une fois rendus accessibles et acceptés par un auditoire, même s'il est restreint, il finira par s'élargir elle nous a cité les exemples des : « *vacances à l'étranger, la vie quotidienne d'un couple en lune de miel, racontant les lieux visités, les cadeaux achetés, et même, les romances et les expressions sensuelle et romantiques partagées* ». Une autre nous a cité d'autres sujets intimes et qui sont très demandés par le public comme les fêtes et surtout celles des fiançailles ou du mariage, la maternité, et tout ce qui a trait aux émotions, et activités de tous les jours. Ces démonstrations nous ont facilité la compréhension du rôle que joue le numérique dans l'envahissement de différentes publications intimes sur la scène publique. Néanmoins, nos interrogés, ont affiché une sorte de difficulté à adopter un point de vue convergent sur certains sujets en rapport avec l'intimité de couple. Pour justifier cet écart dans la prise de position, 95% d'entre eux annoncent que c'est « *parce que notre société est encore en mutation, il faut attendre un peu pour que les choses se normalisent encore davantage* ». Le passage de l'inacceptable à l'acceptable est tout à fait possible « *il passe d'abord, comme on l'a déjà vu, par la généralisation -grâce à l'intérêt qu'il suscite- et par la banalisation qui le fait entrer dans la norme* ». Les influenceurs ont mis de l'avant, à plusieurs reprises, des événements qui sortent de l'intime grâce aux partages, ils deviennent publiquement intéressants.

6- Différentes formes et acceptions de la représentation de l'intimité :

Au niveau de cette partie de l'entretien, les influenceurs ont permis de relever un paradoxe crucial entre le virtuel et la réalité, ils déclarent qu'ils préfèrent avoir une image qui les reflète réellement et qui va en parallèle avec les bonnes valeurs, suivant un mode de vie qui respecte les adeptes religieuses, sociales et culturelles de la société marocaine. A vrai dire, la plupart des influenceurs semblent se contrarier dans leurs réponses, d'autres sont allés plus loin dans leur réflexion en parlant des différentes formes d'intimité. Ces différentes lectures nous mettent face à deux sortes d'intimités, une intimité secrète et cachée et une intimité exprimée qu'on peut d'afficher publiquement. Selon ces intervenants, il n'est pas question de l'intimité dans son intégralité, et tout ce qui est publié sur les deux plateformes n'est qu'une mise en scène, une application qui est différente de ce qu'est réellement l'intimité. Cependant, les limites entre les deux formes d'intimité deviennent de plus en plus floues, dans ce sens, et à défaut de vouloir transmettre une image de soi socialement désirable, complique la tâche de vraiment publier la vie telle qu'elle est en réalité. La plupart de nos youtubeurs ont affirmé qu'il y a bien évidemment des limites fixées préalablement en accord avec leurs parents pour les plus jeunes et avec leurs conjoints. Certains ont même déclaré avoir fait visualiser la vidéo à leurs familles et procéder aux modifications et au montage bien avant de la lancer sur le net. Néanmoins, en se référant aux vidéos de ces derniers, on relève plusieurs contradictions dans leurs dires, on retrouve d'ailleurs que tout est partagé depuis, la naissance, les fiançailles, le mariage, le divorce et même les conflits interpersonnels ou interfamiliaux. D'autres sont allés plus loin en se filmant sous la douche. Pour eux tout ce qui est divulgué doit impérativement aider à fidéliser son public et augmenter le nombre d'abonnés et de vues. Et pour ce faire il faut de temps en temps sortir de la boîte et heurter la conscience publique par la création de certains contenus, des fois, inadaptés à la communauté. Et cela ne veut pas dire qu'ils sous estiment leurs auditoires ou tous ceux qui les suivent, mais ils visent monter un coup médiatique, à faire le succès. Une telle initiative peut ne pas passer sous silence et pourrait leur être fatale. Ainsi, les normes de publications sur les RSN permettent à nos influenceurs d'afficher une vie qui semble meilleure qu'elle ne l'est réellement. En effet, le fait d'être constamment imprégné par des moments agréables peut conduire à une représentation idéalisée voire erronée de soi, et/ou à une conception déformée de la vie réelle de l'utilisateur. Le numérique laisse croire à une vie parfaite, fluide et sans peine. Or, comment en mode digital, l'influenceur peut dissimuler une partie de soi ou en inventer d'autre pour plaire ? Quel gap peut-il exister entre les expériences vécues lors de la réinvention la réalité alors que le processus de numérisation personnelle s'étend à toutes les activités humaines ? Comment l'influenceur arrive-t-il à modifier ses visions et ses façons d'être au monde, tout en créant de nouvelles vulnérabilités ?

Bien que ce soit leur désir de façonner leurs images à leur avantage, nous avons pu remarquer que les enquêtés cherchent à nous faire croire qu'ils veulent toujours être authentiques, ils

annoncent à maintes reprises qu'ils partagent en toute spontanéité leur quotidien, ce qui renvoie à une contradiction. D'autant plus, la création des contenus se fait, grâce à leurs équipes de travail. Donc, l'ensemble des gestes sont méticuleusement calculés, contrôlés et vérifiés avant la diffusion des vlogs et parfois même, avant le tournage afin de préserver son image de marque. Dans ce sens, la spontanéité n'a plus de légitimité. L'intimité est scrupuleusement travaillée, voire embellie, ce qui nous pousse à se demander face à quelle intimité nous y sommes ? Peut-on parler d'une intimité fictive ? Publier son intimité publiquement ne laisse pas les gens indifférents et peut causer énormément de dégâts. D'où l'importance à se demander quels sont les risques de la représentation de son intimités sur les RSN ? Quels risques liés à cette conversion d'intimité ?

7- Les risques de la représentation de son intimité sur les RSN :

Par l'intermédiaire de cette petite recherche, nous avons eu la possibilité de nous rendre compte de certains dangers que peut engendrer l'affichage public de l'intimité, on en cite :

• Confusion entre le réel et le virtuel :

FB et YT ce sont des sites qui permettent de tisser des liens relationnels à l'échelon planétaire, les youtubeurs dévoilent des fois leurs intimités de manière synchrone. Ce qui crée une sorte de communication collective d'interactivité, l'accès à l'information est immédiat, directe ce qui permet de générer un sentiment commun d'appartenance à une communauté liée par une relation de confiance. Les RSN génèrent aussi des risques et des inconvénients en relation avec la concurrence de la surexposition de l'intimité qui finira par la généralisation d'une beauté faussée. La possibilité de modifier son apparence et son identité afin de correspondre aux normes de beauté et de corps aideraient à mettre en scène l'intimité sexuelle comme moyen de séduction dans une relation à la fois fictive et affective. Ces images comme étant une représentation réelle des relations intimes, pourraient avoir un impact sur leurs représentations sexuelles et/ou leurs rapports à leurs corps et à ceux des autres. Les RSN permettent de diffuser des images des corps qualifiés d'artefacts, c'est-à-dire des corps sublimes recomposés par l'informatique ou la chirurgie pouvant à la fois perturber le bon développement de l'adolescent et aussi altérer l'image et l'estime qu'il a de lui-même. L'utilisation excessive de ces outils permet, dans un processus d'individualisation à l'instauration consciemment ou inconsciemment d'une identité numérique différente. Donc à force d'y passer énormément de temps on risque de rompre avec la vie réelle, puisque le monde virtuel, laisse croire à une vie parfaite et sans obstacle, ce qui retentit sur la conception de son environnement. D'ailleurs plusieurs expositions n'affichent que des moments positifs, ce qui laisse imaginer une version idéalisée de l'être, menant à une vision déformée de la réalité de l'utilisateur, ce qui le pousse à se plonger davantage dans les gouffres de ses deux plateformes au détriment de sa vie réelle, ce qui justifie l'installation de l'addiction.

• Obsession et addiction :

Notre étude nous a été d'une grande occasion pour montrer à quel point le numérique, et tout particulièrement les RS, à l'instar de FB et YT, peut mener à l'obsession et l'addiction. D'abord, toutes ces applications se servent des notifications pour permettre de capter l'attention de l'utilisateur qui se voit obligé consciemment ou non de les consulter pour voir les actualités ; c'est de cet acte répétitif et envahissant de la vie l'individu que naît ces deux concepts qui ne font que nuire aux différentes sphères de la vie réelle. YouTube et FB sont devenus une source d'addiction.

• Altération de la vie familiale et conjugale :

Cette dépendance engendre des réactions et des comportements nuisibles, voire néfastes, à la vie quotidienne, elle peut même causer des différents de toutes sortes : des ruptures des liens relationnels, familiaux et conjugaux, ce qui fait coûter cher, non seulement à la famille et ses membres, mais aussi à l'ensemble de la société. C'est exactement le cas d'une famille de notre échantillon. Les parents ont divorcé, selon les dires de leur fille, à cause de certains malentendus en rapport avec YouTube, malgré le divorce les conflits s'élargissent pour affecter le rapport entre d'autres membres de la famille à savoir l'ex-épouse (la mère), la grand-mère paternelle et sa petite-fille (la fille).

• La dépression et au suicide :

Face à cet envahissement des Réseaux sociaux par la divulgation de l'intimité, les risques ne font qu'augmenter et se diversifier. Comme on l'a déjà vu dans le cadre théorique, les jeunes qui ont une faible estime de soi auront tendance à exposer de grandes parties de leurs intimités afin d'attirer l'attention d'un grand public. Ce qui fait, la personne en question se transforme en une grande séductrice sans qu'elle le sache vraiment, ce qui laisse la voie libre à des messages qui stimulent la vie affective et sexuelle provoquant un besoin incessant de découverte de soi-même et de l'autre par le désir de tout partager, d'où la diffusion d'images et des vidéos intimes à caractère sexuel. La divulgation de ce genre de publications peut induire à des conséquences très graves en lien, d'un côté avec les autres, comme : Le harcèlement qui peut être verbale, physique ou psychologique, l'intimidation, les insultes, sans oublier les menaces et les chantages. De l'autre, avec soi-même telle que la dépression, la mélancolie et la perte de l'estime de soi, ce qui peut engendrer le suicide (pour sortir de l'impasse).

• Perte de contrôle de ses propres valeurs morales :

Le fait de s'ouvrir sur tout le monde et se laisser influencer par un public, qui cherche à s'infiltrer par sa curiosité dans tous les détails les plus intimes de la vie de son influenceur, en l'encourageant à adopter certains comportements qui le font perdre son autonomie et ses propres valeurs. A l'instar de la diffusion des informations intimes et le changement de croyances, d'attitudes et d'opinions vis-à-vis de ce qui concerne le politique, le socioculturel et l'économique, puisque la raison d'être de l'influenceur tourne autour de la satisfaction d'un public implacablement insatisfait. Les frontières entre la sphère économique et la sphère intime deviennent troubles et perdent de netteté pour estomper le système relationnel dont les codes, furent bouleversés par de nouvelles délimitations éthiques et idéologiques. YouTube, et FB par leur interactivité ont permis la socialisation du numérique ainsi que la « datafication » de la culture vers une industrialisation du contenu culturel d'une part, et une inversion de la chaîne de la valeur et de la culture causée par la performance médiatique des influenceurs qui partagent leurs expériences personnelles en exerçant une influence sociale d'autre part.

• Perte de sa réputation d'influenceurs :

A force de vouloir récolter plus de vues tout en faisant monter un coup médiatique, on risque de sortir du cadre du permis, ce qui peut avoir des conséquences néfastes, et c'est exactement le cas de plusieurs youtubeurs qui ont fini par choisir de désactiver leurs chaînes momentanément, le temps que la vague de critique et signal passe en comptant sur le lobbying de son réseau d'influenceur pour prendre sa défense en argumentant pour sa bonne foi, tout en se détachant de la société. Encore plus, d'autres ont été obligés de changer leurs chaînes et de créer d'autres sous un pseudonyme différent.

• Poursuite judiciaire :

Comme nous l'avons bien détaillé auparavant, le privé peut se convertir en public, et à force de vouloir publier pour tout simplement être vu, le vlogueur peut tomber dans l'erreur de tout partager, des fois on se trouve face à un contenu défiant les valeurs de la société ce qui peut engendrer des réactions catastrophiques, tout en partageant l'intimité d'autrui sans avoir son accord ou sa permission, et c'est le cas de certains de nos Youtubers qui se trouvaient obligés de supprimer des vidéos et de sortir avec d'autres pour s'excuser publiquement et demander pardon. Encore plus, certains youtubeurs, -ne faisant pas partie de l'échantillon- ont été condamnés à une peine de prison, l'exemple d'une youtubeuse marocaine qui a été condamnée à une année de prison pour refus de se confiner lors de la pandémie covid-19. Cette fois encore, un autre couple égyptien, a été condamné pour avoir abusé de son bébé de deux ans en l'effrayant pour voir sa réaction, l'objectif est de divertir le public au détriment de son bébé.

• Dépendance matériel et financière :

Nonobstant, les dégâts dont souffrent certains youtubeurs à cause de la divulgation de leurs intimités, ils n'ont été en mesure de pouvoir quitter YouTube. Encore pire, ils se sont déclarés reconnaissant envers leur large publique qui les a soutenus et qui continue à le faire, ils se sentent chanceux d'y rester pour relever de nouveaux défis. Désormais on se rend compte que plusieurs familles ont divorcé à cause du numérique et pourtant ils continuent, chacun à sa façon de se servir des deux plateformes pour générer de l'argent fonder son propre business au

détriment de la réputation de son ex-partenaire. Une seule femme nous a été sincère et a déclaré avoir été piégée par YouTube, elle ne peut plus s'en passer, car il faut honorer des engagements financiers. Les influenceurs d'une manière générale, se sont fixés des objectifs et des buts à atteindre d'ordre socio-économique et par conséquent vouer à la dépendance totale notamment sur le plan économique, et puisqu'il y a une relation de cause à effet évidente entre la vue d'une publicité d'un produit faite par un influenceur et son achat.

• La cupidité :

90% de nos vlogueurs ont déclaré que leur vie a chamboulée par les réseaux sociaux, pour eux, c'est un vrai conte de fée et plusieurs personnes de leur public rêvent d'être à leur place en récoltant « l'amour des gens » qui n'a pas de prix ! Afin de vérifier ces dires, il a été nécessaire de reformuler les questionnements et on leur a demandé si YouTube n'octroie pas l'adsense ou la contrepartie pécuniaire seriez-vous toujours présents à ses rouages pour continuer l'aventure ? N'est-il pas nécessaire de procéder à la révision et à l'autocensure lors la création du contenu à partager ? La réponse était claire et nette, pour nos vlogueurs, la monétisation de ces deux plateformes est nécessaire pour encourager la production du contenu, d'ailleurs, ces deux sites encouragent le relationnel gratuitement pour en tirer profit de la publicité et des services par le biais du contenu généré. La totalité de nos influenceurs déclare que FB et YT leur ouvrent les portes vers des investisseurs de marques et des entreprises pour recevoir des bénéfices publicitaires supplémentaires, qu'ils soient directement, en testant des produits sur la vidéo ou indirectement, à partir des publicités qui passent en cours de la vidéo, ce qui les pousse à monétiser davantage leurs prestations au détriment de leurs vie familiale. 80% d'entre eux ont déclaré qu'ils ont fait de leur métier une passion pour continuer leur carrière sans répit et ils ont d'ailleurs énormément investi par l'auto-formation et l'auto-apprentissage comme il n'y a pas de formation spécifique relevant du domaine.

Vers la fin des entretiens, tous les enquêtés nous ont mentionnés que le numérique a des avantages et des inconvénients, l'enjeu demeure donc de savoir comment s'en servir, et si jamais il est mal exploité on risque de se perdre une fois pour toute, par ce que « *une fois impliqué, on ne peut revenir en arrière, c'est le même principe avec les drogues* ».

V. Les limites et études futures

Cette étude s'est déroulée sur un petit échantillon, ce qui permet de supposer qu'on ne peut pas généraliser les résultats obtenus sur l'ensemble des influenceurs. A cet égard, il est souhaitable, d'une part, d'élargir le cercle d'influenceurs pour toucher l'ensemble des plateformes existantes et d'autre, d'approfondir le sujet, tout en combinant l'entretien individuel à l'analyse par observation des profils, des chaînes et des publications des influenceurs. Une telle action aurait pu participer à une collecte de données plus fiables et exactes. En dépit du bon déroulement de ce présent travail, il faut quand même mentionner qu'on a rencontré certaines limites. Tout d'abord, nous avons fait le choix de plusieurs réseaux sociaux, mais les utilisateurs ont donné beaucoup d'importance à YouTube et Facebook au détriment des autres plateformes numériques telles que, Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok, etc., qui peuvent à leur tour offrir d'autres manières de se divulguer. A titre d'exemple, l'aspect éphémère qu'offre Snapchat aura sans aucun nul doute a un grand effet sur le type de contenu partagé, de même la conception et la représentation de l'intimité reste encore une notion taboue dans notre société, c'est pourquoi de nouvelles études s'imposent pour mettre l'accent sur cette ambivalence entre l'intimité dans la vie réelle et celle des RSN pour en dévoiler les enjeux et les perspectives. En outre, le site Facebook qui a changé en Méta, va bientôt modifier ses paramètres qui vont affecter les types d'affichages et de partages pour répondre aux besoins de ses utilisateurs, de futures recherches pourront mesurer l'ampleur de ces changements ainsi que leur influence sur la conception de l'intimité et les rapports interpersonnels.

Conclusion

Cette étude exploratoire a eu pour objectif la représentation de l'intimité sur les RSN, tels que YT et FB, Pour cette raison faire, des entretiens individuels ont été adressés à une population d'influenceurs qui confirme que l'aspect relationnel est particulièrement important dans la sphère numérique. Le talent communicationnel sur les RSN demeure, une aptitude intournable pour savoir divulguer suffisamment d'informations intimes, ce qui suscite l'intérêt et attise la curiosité du public. Ce dernier ne cesse de réclamer des informations intimes de leurs influenceurs. Mais

que dit la loi sur ce sujet ? Qu'en est-il sur le plan légal ? Nous avons cherché à savoir si les influenceurs, étaient obligés de se divulguer publiquement. A la lumière des réponses fournies, nos influenceurs ne se sont jamais sentis obligés de mettre en exergue leurs intimités. En revanche, ils avouent procéder à une sorte de réciprocité interactive pour témoigner leur soutien social, et par conséquent conserver son public et le fidéliser grâce à l'échange d'informations intimes, et la réception d'appréciations positives caractérisés par les fonctions « j'aime » et les commentaires sur l'ensemble des publications déposées. Dans le cadre de notre recherche, nous avons mis l'accent sur l'opinion des influenceurs en regard de leur usage et de leurs expériences afin de savoir comment ils perçoivent l'expérience de l'intimité sur les RSN. Leurs réponses explicitent que peu importe le type de publication, l'essentiel c'est de savoir adapter ses comportements aux normes sociales numériques et aux influences du public qui décident du choix de ce qui va être publié ou non. En outre ils n'ont pas cachée que les RSN génèrent aussi des risques et des inconvénients qui peuvent être fatals à l'influenceur lui-même. D'ailleurs, la généralisation et la disponibilité des outils numériques ont fortement favorisé cette part d'intimité volontairement rendue publique par des divulgations, qui sont difficiles à comptabiliser, et nécessitent un plus grand investissement dans une recherche future. D'après notre recherche, on peut conclure que les RSN sont considérés pour nos influenceurs comme étant une sphère publique numérisée similaire à celle de la réalité, mais avec des caractéristiques qui lui sont propres, dans ce cas, peut-on parler d'une intimité publique et d'une intimité personnelle et privée ? Nous commençons, à entendre parler de la notion de l'infidélité relationnelle, et conjugale en rapport avec les RSN. Peut-on aussi incriminer les RSN ? Il semblerait alors que le concept d'intimité, ne cesse de se développer, ce qui nous pousse à se demander que sera l'avenir face à un numérique qui prend le devant sur le réel de jour à l'autre ? Qu'en est-il de la polémique de la disparition de l'intimité à l'ère numérique ? Quel rôle la métaverse peut-elle jouer dans ce sens ? Y aura-t-il une rupture avec l'héritage numérique actuel ? Comment certaines normes et valeurs peuvent être y appliquer ? Est-ce que d'autres notions ou normes vont être y altérées, à leur tour ?

Bibliographie :

- BOYD, Danah (2010). « Réseaux sociaux : privés, public, ou quoi ? », *Sciences de l'information*, vol. 47, n° 1, pp. 48-49.
- BRODIN, Oliviane et Lise MAGNIER. (2012). « Le développement d'un index d'exposition de soi dans les médias sociaux : phase exploratoire d'identification des indicateurs constitutifs », *Management & Avenir*, vol. 8 n° 58, pp. 39-52.
- Dagnaud, M. (2013). Génération « je m'exprime par l'image ». Dans : , M. Dagnaud, *Génération Y: Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion* (pp. 17-72). Paris: Presses de Sciences Po [En ligne], <https://doi.org/10.3917/scpo.dagna.2013.01>
- MELH, Dominique. (2008). « La télévision de l'intimité », *Le temps des médias*, n° 10, printemps pp. 265-279.
- Kepios, Digital 2022 *Global Overview Report* [En ligne], <https://datareportal.com/reports/digital-2022-morocco?rq=morocco>
- TISSERON, Serge. (2001). *L'intimité surexposée*, Paris, Édition Ramsay, 179 p