



CeReSa
Centre de
Recherches en
Sémiotique
Appliquée



**CENTRE D'ETUDES ET DE RECHERCHE
EN ECONOMIE ET GESTION**
Équipe GRH & Gouvernance



Appel à contribution pour un ouvrage collectif

Titre : Influenceur(-euse) numérique, e-influenceur(euse) : décryptage d'un phénomène socio-numérique polémique

Argumentaire

Avec le développement des médias socio-numériques et la vulgarisation des terminaux téléphoniques de toutes les gammes (android, iPad, smartphone, etc.), désormais accessibles à toutes les tranches d'âges et milieux sociaux, de nouveaux styles de vie sont nés. Les conséquences sur la vie quotidienne et le fonctionnement de la société sont nombreux et commencent à être étudiées par les chercheurs. Cet ouvrage s'intéresse particulièrement au phénomène socio-numérique des influenceurs(-euses) dont il essaie de décrypter la polémique actuelle.

Le phénomène d'influenceur(euse), mieux d'e-influenceur(euse) est l'une des formes visibles de caractérisation polémique et polémiste de l'appropriation contextuelle des médias socio-numériques. Si les plateformes numériques se sont construites en véritables médias, il y a lieu de souligner autant qu'elles sont devenues des espaces publics de marketing et de commerce où la notoriété est mise au service du clientélisme. Au-delà des caractéristiques qui structurent ces lieux numériques/digitaux, les médias socio-numériques sont également devenus des lieux de vie où formes de vie (Wittgenstein : [1953] 2004 ; Bourriaud : 1993 ; Ferrarese & Laugier : 2018) et socio-style (Cathelat : 1994) se pratiquent dans une discursivité interactionnelle qui se modélise en fonction des plateformes et des publics-webinautes présents ou à atteindre.

Ce phénomène a donné lieu à un autre type d'acteurs, qui par des mécanismes et des parcours divers et pluriels, ont réussi à construire des « communautés numériques ». L'influenceur(-euse) ne l'est que par sa position ou son exposition médiatique. Il est en cela suivi, « followed », par une communauté, les « followers ». Parfois aimés, souvent honnis, des interactions complexes naissent de cette relation. Les personnages se mettent en scène, prennent la parole, exposent des styles de vie, partagent des plaisirs et des scènes de vie, entretiennent des modes esthétiques et artistiques divers, se montrent, affichent des contenus nocifs de toutes sortes, etc. Par son statut, sa position ou son exposition médiatique, l'influenceur(-euse) est capable d'être un relai d'opinion influençant les habitudes de consommation dans un but marketing et permettent à leurs propriétaires de tirer des dividendes multiples. Que ce soit Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Tik Tok, Snapchat, Telegram, Weibo, Pinterest, LinkedIn, etc., les nouveaux « influenceurs/influenceuses » digitaux s'y sont installés et dictent leur Etre et leur Moi devant un public-spectateur qu'ils(elles) pensent/semblent influencer, entretenir et manipuler au quotidien.

Il faut noter que des plateformes du web 2.0 sont mises à profit non seulement dans des mises en scène, mais également dans les processus de partage et de *forwarding*. Dans une étude 2022 de We Are Social et Hootsuite, la zone CEMAC accumule 7 009 200 utilisateurs sur les réseaux sociaux, avec le Cameroun qui vient en tête avec 6 406 400 sur Facebook, 1 226 000

sur LinkedIn, 962 200 sur Instagram et 218 050 sur Twitter ; Tik Tok ayant fait une forte pénétration récente chez les femmes « adolescentes » et les plus jeunes. Dès lors, on est forcément inscrit dans une *société complexe* (Morin : 2005) et tout ceci donnant lieu à une course de nombre de « like », de « vue », « transfert », de retweet (RT), de « commentaires » dont le résultat constitue un argument de validation ou d'attestation du niveau de popularité et d'exposition des désormais « influenceur(euses) ». Bien plus, dans cette société de plaisir et de bonheur dont parle Emmanuel Kant ([1781] 1975), une catégorie d'influenceur(euses) inscrit les publics dans une logique de déviances qui cristallisent les regards et les attentions, et affichent de ce fait le vrai niveau d'une société en décrépitude où les anti-modèles dictent leur loi. Autres choses, dans les prises en charge de leurs mises en scène numériques/digitales, on assiste à une multiplicité d'interactions au sens d'Éric Landowski (2005) avec des « sujets éprouvés » qui agissent et sont agis par l'Autre à travers des figures de programmeur, de manipulateur, d'opportuniste et de fataliste.

Le scandale des « Dubaï Party Porta » aux Emirats Arabes Unis a fortement contribué à exacerber la polémique autour des influenceurs.euses. Depuis l'éclatement de l'affaire « Dubaï Party Porta », les internautes ne cessent d'attaquer les influenceuses africaines surtout par lesquelles le scandale est arrivé. La figure du héros-influenceur modèle a été ainsi désacralisée et l'on peut bien se poser dans un tel contexte les interrogations suivantes : Comment les réseaux sociaux affectent-ils (in-)consciemment les éléments culturels ? Qu'est-ce que n'est pas un(e) e-influenceur(euse) ? /représentation de influenceur dans la sphère publique aujourd'hui ? Être « e-fluenceur(euse) » correspond-il réellement à un métier ? S'afficher sur les plateformes numériques ne constitue-t-il pas une forme de « brouillage » sur des pratiques réelles dont les mises en scène en scène numériques ne sont que des représentations voilées ? Entre voyeurisme, monstration, manipulation du soi et de l'Autre, fiction et mensonges sur le Soi, quelles formes de travestissements, de mœurs légères, de déviances, etc. ? Quelle est la responsabilité de la société prise dans son ensemble devant cette pratique ? Quelles aceptions anthropologiques du phénomène ? Quelle(s) responsabilité(s) des internautes ? Quels types de contenus proposent ces « e-fluenceur(euse) » ? Qu'est-ce qui justifierait cette forte attention des webinautes et des utilisateurs des terminaux téléphoniques sur les profils et les pages des « e-fluenceur(euses) » au regard des thématiques qu'ils/elles abordent ainsi que les sujets exposés ?

Axes des contributions

Axe 1 : sciences du langage (linguistique/analyse du discours et sémiotique, etc.).

Axe 2 : histoire, sociologie, psychologie, anthropologie, philosophie, etc.

Axe 3 : sciences de l'information et de la communication/cybernétique.

Axe 4 : sciences politiques et juridiques, criminologie, etc.

Axe 5 : sciences économique et de gestion.

Calendrier

- **30 août 2022** : date butoir de réception des propositions (résumés) des articles ;
- **10 septembre 2022** : information des contributeurs retenus ;
- **10 décembre 2022** : date butoir de réception des articles complets des contributeurs ;
- **15 décembre 2022** : envoi des articles à l'expertise ;
- **31 décembre 2022** : retour des expertises et information des contributions pour corrections éventuelles ;
- **15 janvier 2023** : retour des articles corrigés et définitifs ;
- **Avant le 10 février 2023** : vérifications par le comité éditorial et relectures ;

- **28 février 2023** : fin des travaux de fabrication.
- **21 mars 2023** : présentation officielle de l'ouvrage.

Soumission des articles

Les contributions complètes en français ou en anglais, qui n'excéderont pas 15 pages Word (marges : 2, 5 ; police : Time New Roman ; taille : 12 et interligne : 1, 15), seront envoyées à l'adresse électronique unique : ouvrage.collectif.influence@gmail.com. Chaque contributeur/rice, dans sa proposition, devra mentionner ses noms et prénoms, son intuition ou laboratoire d'attache, son adresse électronique, etc. Les normes bibliographiques à respecter sont celles de l'APA.

Comité scientifique

Pr Abe Claude (Université de Douala) ;
 Pr Abolo Mbita Christian (Université de Yaoundé II-ESSTIC)
 Pr Amabiamina Flora (Université de Douala);
 Pr Assanvo Amoikon Dihye (Université Félix Houphouet-Boigny, Côte d'Ivoire);
 Pr Atenga Thomas (Université de Douala) ;
 Pr Awah Pascal Kum (Université de Yaoundé I) ;
 Pr Azerad Hugo (Madeleine College, UK)
 Pr Balga Jean (Université de Maroua);
 Pr Batibonak Sariette (Université Évangélique du Cameroun) ;
 Pr Bokagne Betobo Edouard (Université de Bamenda) ;
 Pr Boyomo Assala Laurent-Charles (Université de Yaoundé II - ESSTIC) ;
 Pr Djimeli T. Alexandre (Université de Dschang) ;
 Pr Doğan Günay (Université Dokuz Eylul-Turquie) ;
 Pr Ekongolo Makake Narcisse (Université de Yaoundé II - ESSTIC) ;
 Pr Eloundou Eloundou Venant (Université de Yaoundé I) ;
 Pr Essiene Jean-Marcel (Université de Douala);
 Pr Ewane Christiane Félicité (Université de Yaoundé I) ;
 Pr Fandio Ndawouo Martine (Université de Buea) ;
 Pr Fotsing Mangoua Robert (Université de Dschang);
 Pr Gbaguidi Koffi Julien (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)
 Pr Ghada Saber (Université d'Ain Chams-Égypte) ;
 Pr Halidou Mamoudou (Université de Garoua) ;
 Pr Hassnaa Ismaili Alaoui (Université Moulay Ismail-Maroc) ;
 Pr Keutcheu Joseph (Université de Dschang) ;
 Pr Kharroubi Sihame (Université Ibn Khaldoun de Tiaret, Algérie) ;
 Pr Kone Drissa (Université Félix Houphouet-Boigny, Côte d'Ivoire) ;
 Pr Leka Essomba Dieudonné Armand (Université de Yaoundé I) ;
 Pr Lemos Lindenbergh Carolina (Universidade Federal do Ceará-Brésil) ;
 Pr Lissou Moussa II (Université de Yaoundé I)
 Pr Loum Daouda (Université Cheikh Anta Diop-Sénégal) ;
 Pr Luca De Valeria (Université de Limoges-France) ;
 Pr Madiba Georges (Université de Douala) ;
 Pr Mbia Augustin Charles (Université de Yaoundé II-ESSTIC)
 Pr Mbia Jean Paul (Université de Yaoundé II) ;
 Pr Missè Missè (Université de Douala) ;
 Pr Nga Minkala Alice (Université de Yaoundé II-ESSTIC)

Pr Njoh Komè Ferdinand (Université de Douala) ;
Pr Noah Mbede Daniel Anicet (Université de Yaoundé II - ESSTIC) ;
Pr Ondo Biwolé Viviane (Université de Yaoundé II) ;
Pr Rakotomala Jean-Robert (Université de Toliara, Madagascar) ;
Pr Razamany Guy (Université de Toliara, Madagascar);
Pr Rinn Michael (Université de Bretagne Occidentale-France) ;
Pr Tandia Mouaffou Jean-Jacques Rousseau (Université de Dschang) ;
Pr Tassou André (Université de Yaoundé I) :
Pr Tonyè Alphonse Joseph (Université de Yaoundé I).
Pr Ubanako Njende Valentine (Université de Yaoundé I).

Coordination

Pr Alphonse Joseph Tonyè
Pr Viviane Ondo Biwolé
Dr Léopold Ngodji
Dr Faty-Myriam Mandou Ayiwouo