

INFLUENCER, mot anglais pour *influenceur/influenceuse* (Soc.). Personne qui, grâce à sa popularité sur les réseaux sociaux, influence les opinions, les habitudes et les choix du public. Étant devenu de nos jours un véritable métier, il est important de comprendre quel en est le rôle véritable dans nos sociétés et s'il s'agit d'une expression spécifique du monde contemporain.

D'abord, le phénomène des *influenceurs* est apparu avec la naissance d'Internet et des plateformes comme TikTok, Instagram et Youtube, en ce sens-là on peut donc le considérer comme un phénomène moderne. De la modernité il a aussi la rapidité de l'essor : à l'origine, les premiers influenceurs étaient surtout des gens qui partageaient leurs intérêts avec un petit public, tandis qu'aujourd'hui, grâce à l'évolution des réseaux sociaux, ils ont construit une véritable industrie du marketing digital.

Il faut remarquer ensuite qu'être influenceur est devenu un travail à proprement parler, car nombreux sont ceux qui gagnent leur vie grâce aux publicités et en collaborant avec les marques pour créer des contenus sponsorisés. Il s'agit donc d'une profession qui se lie strictement à notre époque.

Enfin, ce phénomène a non seulement révolutionné l'industrie de la publicité traditionnelle, mais il a également modifié la manière dont les produits et services sont promus, avec des stratégies de marketing de plus en plus concentrées sur les réseaux sociaux et sur l'engagement des personnes en ligne, celle-ci étant également une modalité tout à fait moderne.

Or, malgré cet ancrage évident dans nos sociétés modernes, on doit cependant observer que ce phénomène n'est pas totalement nouveau.

En effet, dans les cafés du XVIII^e siècle les Philosophes des Lumières partageaient déjà leurs idées ou ils débattaient les thèmes le plus brûlants de la période, influençant les masses et transformant profondément la société.

Finalement, aujourd'hui, les *influenceurs* agissent de la même manière à travers les réseaux sociaux qui ont remplacé ces lieux, et ils ont ainsi succédé à Voltaire et à Rousseau dans leur rôle de penseurs publics, mais implémentant une approche différente.

En effet, grâce à leur présence constante en ligne, ils créent de nouvelles tendances, suscitent des débats et inspirent l'opinion collective, non plus à travers des manifestes philosophiques, mais par des vidéos, des posts et des interactions avec leur audience. Ce qui a changé alors, serait-ce la simple modalité de transmission ?

On dirait que non. En effet, si d'un côté les influenceurs comme les philosophes des Lumières s'inscrivent dans cette revendication de la liberté d'expression, droit contemplé par l'art. 11 de la **Déclaration Universelle des Droits Humains** de 1948 et déjà présent dans la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789, de l'autre les finalités des uns ne correspondent pas à celles des autres. Étant devenu aujourd'hui un métier, les influenceurs sont sûrement souvent plus attirés par le profit économique que par les mêmes raisons révolutionnaires qui poussaient les philosophes du passé. Ainsi, on peut se demander si ce qui est important dans nos sociétés est resté

le savoir, la construction d'un patrimoine culturel commun, ou si ce n'est plutôt la visibilité et la popularité auprès des masses.