

# L'INTIME SPECTACULAIRE

Intimités numériques - Journal de création  
FANIE PELLETIER

En décembre 2018, mon ami Bàlint Demers m'a contacté pour me parler du projet de recherche-crédation « Intimité et Big Data » et m'inviter à réaliser un des courts-métrages du collectif. Comme j'écrivais un mémoire sur la démarche du cinéaste Dominic Gagnon dont le travail repose sur la récupération de vidéos *YouTube* et que je travaillais sur un long métrage documentaire portant sur l'adolescence à l'ère des médias socionumériques, il lui semblait que j'étais une bonne candidate pour réaliser un des films. J'ai alors intégré l'équipe de recherche en janvier 2019 avec l'idée d'approfondir la question de l'intimité à travers le phénomène populaire du « vlogue » (contraction de blogue et vidéo) et plus précisément du point de vue de leurs créateurs-trices, communément appelés-es les « YouTubeurs et Youtubeuses ».

Après d'innombrables heures de visionnement de vlogues sur *YouTube*, je prenais part à ce phénomène où l'exhibitionnisme et le voyeurisme sont à leur paroxysme dans une complète interdépendance. Je constatais que les frontières entre le privé et le public y étaient plus floues que jamais et que le dévoilement de l'intimité y était grandement valorisé. Que ce soit les relations interpersonnelles, le corps, la sexualité, les événements de la vie privée (grossesses, ruptures, maladies...), le cheminement psychologique ou encore le quotidien dans ses plus grandes banalités (ex: « What I eat in a day » ou « My morning routine »): l'intimité devient littéralement une marchandise. En effet, les vidéos les plus populaires étaient certainement celles qui reposent sur des révélations ou des confidences et les YouTubeurs-euses le savent. Plus il y a exposition de l'intime, plus la vidéo compte de « vues » et de « pouces vers le haut » en guise de validation, plus elle est lucrative.

J'ai donc voulu approfondir ma réflexion. Que devient l'intimité à l'ère des médias socionumériques ? Quelles sont les limites de la représentation de soi et de sa vie privée dans la pratique du vlogue ? Est-elle un enjeu pour les YouTubeurs-euses ? Quelle est leur relation face à elle ? Pourquoi l'intime est tant populaire ? C'est ce que j'ai tenté de comprendre via une rencontre avec une de ses personnalités.

J'ai tout d'abord ciblé quatre YouTubeurs-euses au Québec qui avait tous en commun cette hyper transparence envers leurs spectateurs et qui exposaient grandement leur intimité : Lysandre Nadeau, Gabrielle Marion, Jean-Michel Gagné et Élisabeth Rioux.

Lysandre Nadeau, très célèbre YouTubeuse, est l'une des pionnières au Québec. Elle expose depuis plus d'une décennie son intimité, ses opinions, ses états d'âmes et ses relations sans aucun tabou. Sa chaîne compte 429 000 abonnés. Même si elle ne publie que très rarement maintenant, ses abonnés continuent de la suivre religieusement sur son compte *Instagram* qu'elle alimente quotidiennement.

Jean-Michel Gagné alias Jemcee fut connu au départ pour être le copain (maintenant ex-copain) de Lysandre Nadeau. Il a commencé sa propre chaîne *YouTube* aux côtés de Lysandre en exposant son quotidien et sa relation avec elle dans une série de vidéos intitulée Podcast Patate. En janvier 2019, il a fait une vidéo expliquant les raisons de leur rupture puisque les fans soupçonnaient cette dernière et les harcelaient pour savoir ce qu'il en était. Depuis, il a continué de publier des nouvelles vidéos régulièrement et sa chaîne compte maintenant 167.000 abonnés.

Gabrielle Marion est une transgenre qui a vécue et documentée dans les moindres détails sa transformation (sexe, corps, visage...) devant son auditoire. Même si elle alimente sa chaîne *YouTube* depuis huit ans, ce n'est que dans les dernières années qu'elle est devenue réellement populaire. D'ailleurs, au début du projet (il y a deux ans), elle avait 66.000 abonnés et elle en a désormais 92.000.

Avant d'être YouTubeuse, Élisabeth est une célèbre « influenceuse » et propriétaire d'une compagnie de maillot de bain (*Hoaka Swimwear*). Elle crée sporadiquement des vlogues dans lesquels elle expose sa vie privée sur un ton très cru. Elle compte 268.000 abonnés sur *YouTube* et 1.7 millions sur *Instagram*.

J'ai contacté les potentiels sujets via *Instagram* en avril 2019, mais sans surprise, je n'ai pas eu de réponse. Puis je les ai relancé au cours de l'été. Jean-Michel m'a finalement répondu en me disant qu'il était intéressé puis n'a plus donné de nouvelles. Je comprendrai par la suite qu'ils reçoivent plusieurs centaines de messages par semaine qui ne se retrouvent pas dans leur boîte principale s'ils ne sont pas également abonnés au destinataire. Ce paramètre de leur boîte de messagerie *Instagram* s'avère essentiel pour filtrer les messages provenant de leurs réelles connaissances et ceux de leurs abonnés.

J'ai alors décidé de contacter l'agence qui représentait trois de ces influenceurs-euses (Lysandre, Gabrielle et Jean-Michel) : le Sling Shot. On m'a alors référé à leur adresse courriel professionnelle. L'agent de Gabrielle m'a finalement répondu positivement mais à la condition qu'elle puisse prendre connaissance des questions avant l'entrevue. J'ai accepté cette requête en précisant que ce n'était qu'un canevas, donc un guide d'entretien sujet à des variations pour bien l'adapter à notre discussion. Nous avons alors fixé un rendez-vous par vidéo-conférence le 1er novembre 2019. Vu le sujet, il me semblait approprié de faire l'entretien via Skype et de faire un enregistrement vidéo de l'écran.

L'entretien s'est déroulé encore mieux que je pensais : j'ai découvert une jeune femme attachante et réfléchie. J'ai pu constater la forte distinction entre elle et son personnage plus exubérant et approfondir sur la question de l'intimité. Ma sympathie pour elle n'a fait que croître, ce qui m'a grandement aidé pour le montage.

Au montage, le défi était de transposer cette réalité où le spectacle domine tout en évitant le jugement, tenter de transcender le préjugé et susciter une réflexion sur l'intimité dans cet univers prétendant à la transparence la plus totale. Au niveau formel, je cherchais à ce que le spectateur ait une

expérience immersive d'internaute et ainsi qu'il découvre Gabrielle à travers la navigation sur le web.

Suite à différentes versions de montage, j'étais perplexe quant à la fin du film. Je suis alors retournée sur la page *YouTube* de Gabrielle pour prendre de ses nouvelles comme une fidèle abonnée ou simplement comme on le ferait avec un ami. Parce que oui, Gabrielle réussit à travers ses vidéos à nous faire sentir proche d'elle comme si on la connaissait intimement, à nous donner l'impression d'un lien privilégié avec elle comme une réelle amitié, et nous faire oublier l'unilatéralité de cette relation virtuelle. J'ai alors constaté qu'elle avait beaucoup moins publié dans les derniers mois. Lorsque je réfléchissais à la fin du film, elle venait de publier une vidéo avec pour titre " Pourquoi j'ai pris une pause de *YouTube* " en date du 19 avril 2020. Elle expliquait son absence à ses abonnés et semblait mettre dorénavant certaines barrières entre ce qu'elle partage et ce qu'elle ne partage pas au nom de l'intimité. J'ai pensé : « peut-être que notre discussion a eu une certaine résonance? ». Parce que moi aussi, notre discussion m'avait fait cheminer par rapport à mes propres préjugés, mais c'est peut-être aussi simplement de la projection de ma part.

Près d'un an plus tard, alors que j'écris ce journal, je suis retournée "prendre de ses nouvelles" sur *YouTube*. J'ai constaté qu'elle avait repris ses vlogues où l'exposition de l'intime est toujours mise de l'avant. Mais cette fois, je n'étais pas consternée par le phénomène. J'avais une pleine compréhension des raisons qui motivent Gabrielle et de ce que les gens y voient et vont chercher dans ses vidéos. Après tout, c'est ce qui la démarque et la définit sur le web.