



Réseaux Sociaux et Événementiel médiatique

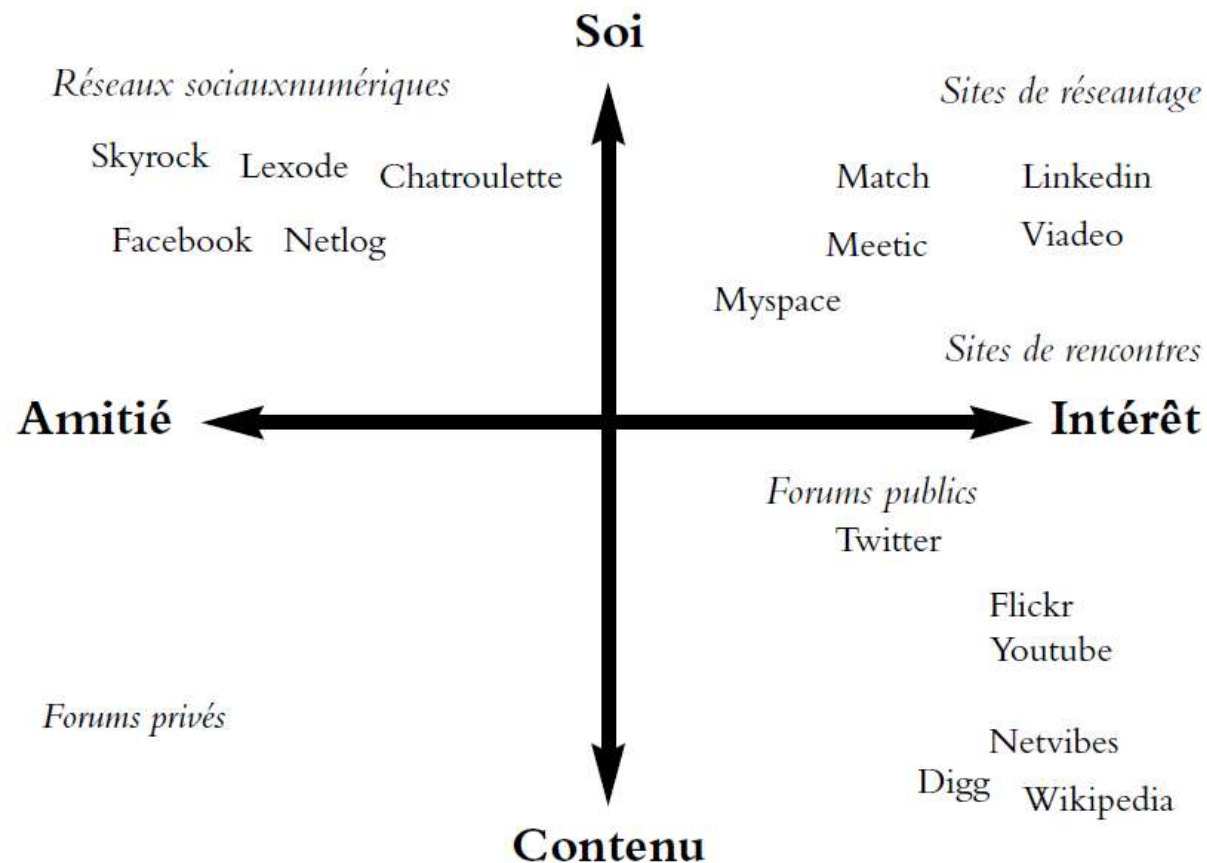
Agorantic - avignon

jeanmarc.francony@umrpacte.fr

Réseaux Sociaux: un concept problématique

- Les services de réseautage numérique (Facebook, LinkedIn,...) comme ceux de partage de contenus (Twitter, Flickr,...) accaparent le concept de "réseaux social".
- Dans une perspective web 2.0, ces services (SRN) se distinguent des réseaux sociaux numériques (RSN) qui permettent d'établir les modes d'interaction.
- Le concept de "média social" : *Dispositif permettant de publier et souscrire aux files de publications d'autres membres (pairs).* est proposé comme cadre générique.

Media Social



Thomas Stenger, Alexandre Coutant, « Web 2.0 et médias sociaux », in Thomas, Stenger, Stéphane Bourlatiaux-Lajoinie, E-marketing et E-commerce. Concepts, Outils, Pratiques. Paris, Dunod, Collection Management Sup, 2011, p. 63-115.

Réseaux Sociaux Numériques (RSN)

- Une stabilisation nécessaire de la définition des RSN (Boyd Ellison 2007):
 - Sites proposant un service web permettant aux individus:
 - de construire profil public ou semi-public au sein d'un système,
 - De gérer une liste des utilisateurs avec lesquels ils partagent un lien,
 - De voir et naviguer sur leur liste de liens et sur ceux établis par les autres au sein du système.
- Définition insuffisante ?
 - ...Et qui fondent leur attractivité essentiellement sur ces 3 points et non sur une activité particulière. (Stenger Coutant 2010)
 - Autre ?

Les réseaux sociaux

en Sciences Humaines et Sociales

- Dans les Sciences Humaines et Sociales, l'apparition du concept de "réseau social" est généralement attribuée (1954) à l'anthropologue John Arundel Barnes.
- Mais des origines plus profondes sont à rechercher dans les débats de la sociologie:
 - Holisme / individualisme
 - Structuralisme ou relationnalisme méthodologique
 - Constructivisme méthodologique
 - Interactionnisme,
 - Rationalisme,
 - ...

Analyse structurale des Réseaux sociaux

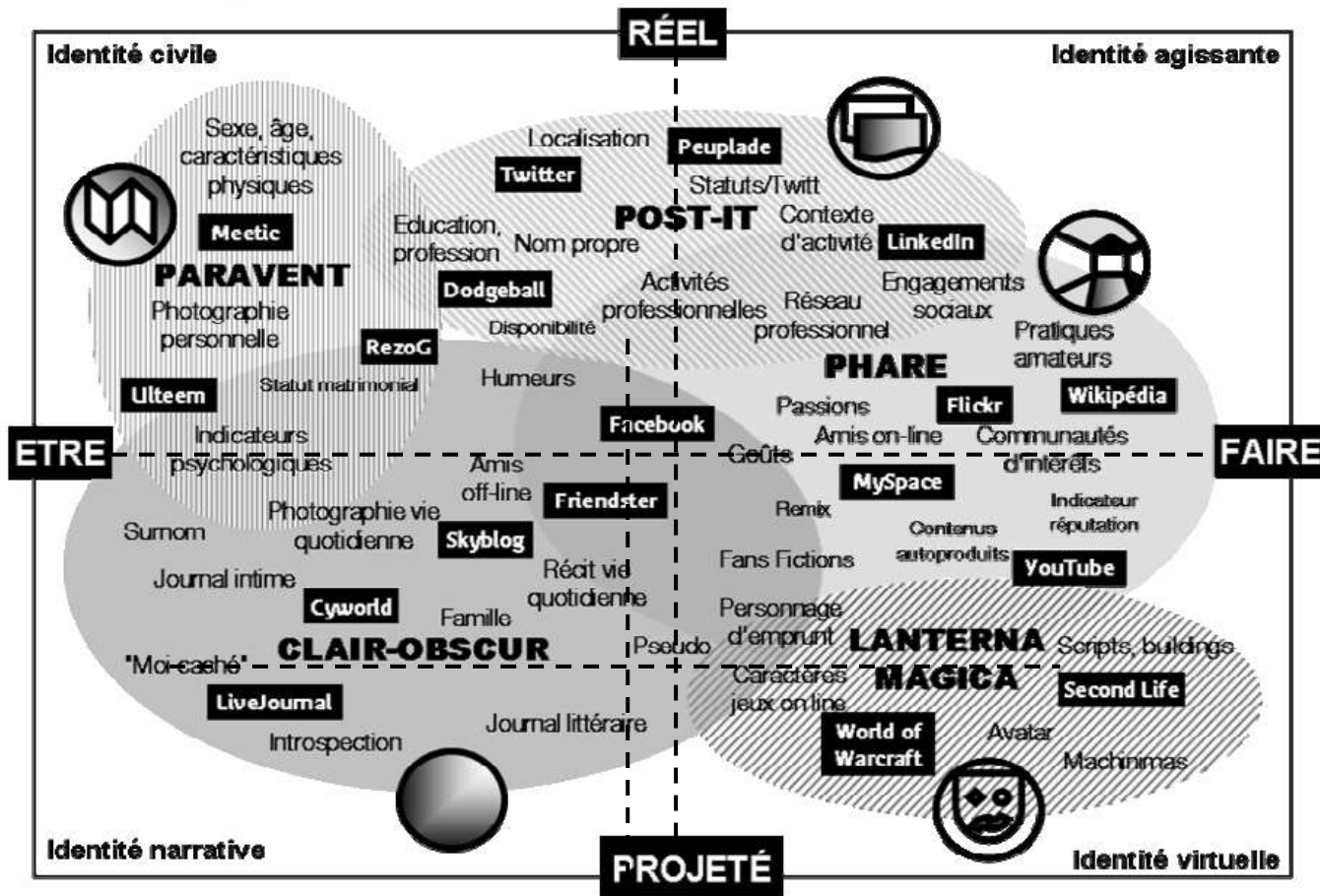
- La sociométrie (Jacob Levy Moreno),
- L'approche anthropologique de la structure sociale :
 - Comme ensemble de relations sociales accessibles empiriquement (Radcliffe-Brown 1940)
 - Comme méthode de connaissance – structuralisme (Levi-Strauss 1952)
- Le Structuralisme de Harvard (White, Granovetter, Burt)
 - Weak ties

L'étude des Réseaux Sociaux Numériques

- **Avant 2010:** les RSN ne suscitent pas un grand intérêt d'étude.
 - Un *individualisme connecté* (flichy 2004).
 - L'économie des réseaux sociaux reste à inventer (2nd bulle)

L'étude des Réseaux Sociaux Numériques

Carte 2. Typologie de la visibilité de l'identité sur les plateformes du web 2.0



L'étude des Réseaux Sociaux Numériques

- **Après 2010:**
 - Le printemps Arabe et l'effet Twitter;
 - Économie des données personnelles;
 - Effet Big Data;

Événement

- Une rupture soudaine, non prévue, dans un ordre des choses "semant" le désordre.
- L'événement diffère des faits qui s'expliquent en rapport à un contexte, et des chaînes de causalités.
- La reconstruction du sens passe par une mise en récit qui inscrit l'ordre résultant dans une continuité de l'ordre ancien.

Événementialisation

- L'événementialisation décrit l'ensemble des mécanismes par lequel un événement s'inscrit dans l'espace médiatique
- l'événementialisation dépend d'un contexte concurrentiel
- l'actualité se réduit désormais à l'événementialisation

Média

- Trois grandes périodes:
 - les années 50-70: journalisme d'enquête,
 - les années 70-90: journalisme d'examen,
 - les années 90-2010: journalisme de direct,

- 2010 et après ?
 - journalisme de curation de contenu.

Twitter et l'information

Arab Spring Timeline @springtimeline · 7 juil.

17 December 2010 Mohammd Bouazzizi Self-Immolation broadcast by Al Jazeera tumblr.co/ZfQHNRp3WpJD



@j_pinet

Jonathan Pinet

un pote aux Etats-Unis vient de me rapporter que #DSK aurait été arrêté par la police dans un hôtel à NYC il y a une



Valerie Trierweiler

@valtrier

Courage à Olivier Falorni qui n'a pas démerité, qui se bat aux côtés des rochelais depuis tant d'années dans un engagement désintéressé.

Événementiel Médiatique et Web

- Aujourd'hui, les événements médiatiques majeurs se préparent, se déroulent et se vivent aussi sur le web:
 - mobilisant des acteurs en dehors des cadres institutionnels classiques,
 - gommant la distinction professionnel/amateur,
 - fondant de nouvelles légitimités d'audience,
 - rétroagissant sur le cours de l'événement lui-même dans un cycle d'information raccourci,

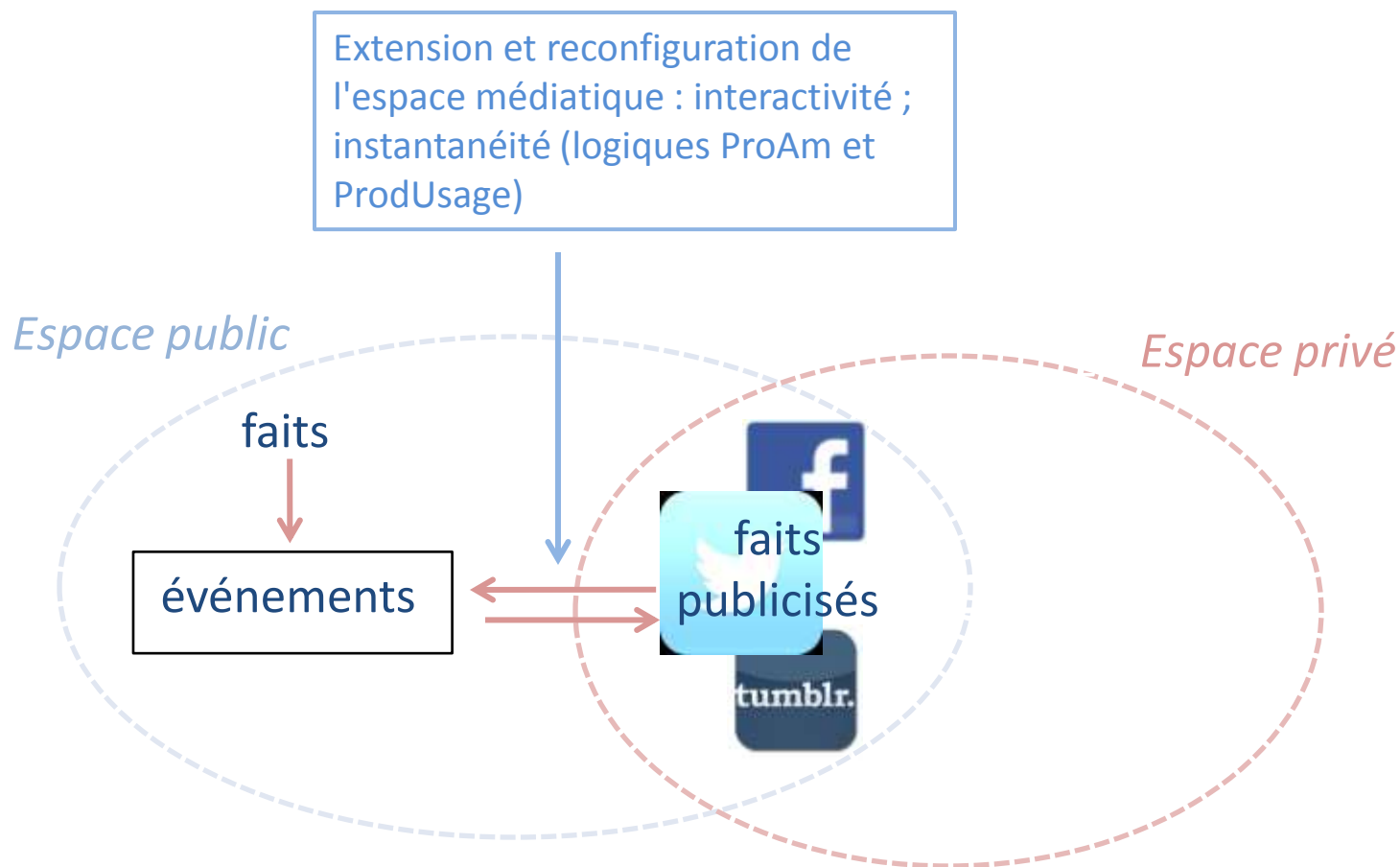
- Il en résulte:
 - un agenda médiatique très évolutif et fluctuant,

- D'où pour les acteurs:
 - des stratégies de captation, d'intervention opportuniste voire de saturation du web
 - la nécessité d'un monitoring stratégique du web.

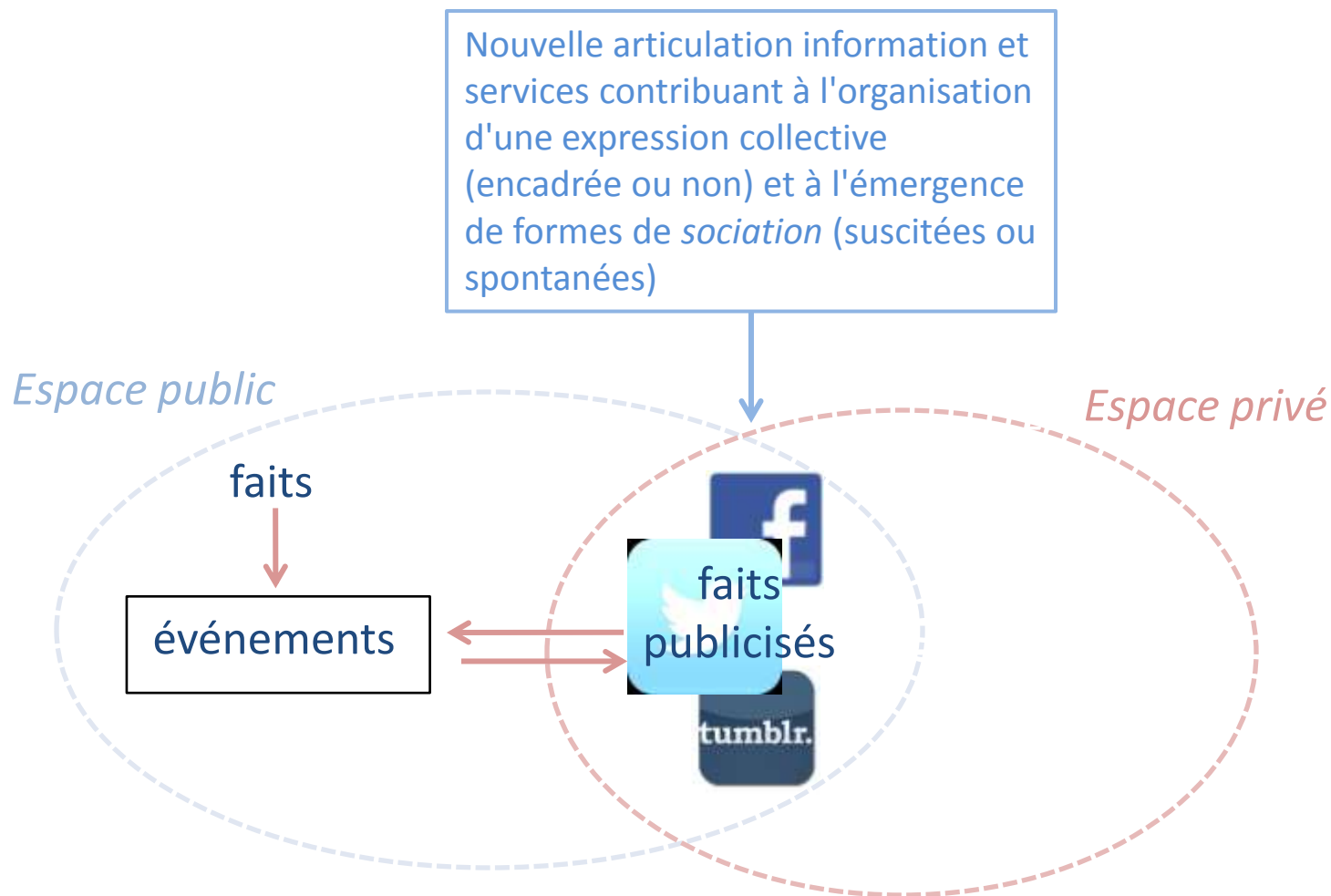
Communication en réseau et espace public

- Un changement de paradigme communicationnel ...
 - Hybridation des modèles de communication
 - Développement rapide des usages (auto-publication, micro-blogging...)
 - Élargissement des modalités d'accès aux contenus: mobilité (nomadisme), portabilité
- ...Qui fait naître des interrogations nouvelles sur la circulation et la mise en débat des opinions dans l'espace public
 - L'espace d'expression des opinions déborde l'espace médiatique historiquement construit autour des médias de masse
- Les professionnels, les institutions et les organisations, les groupes sociaux ne peuvent plus ignorer ces modalités de communication

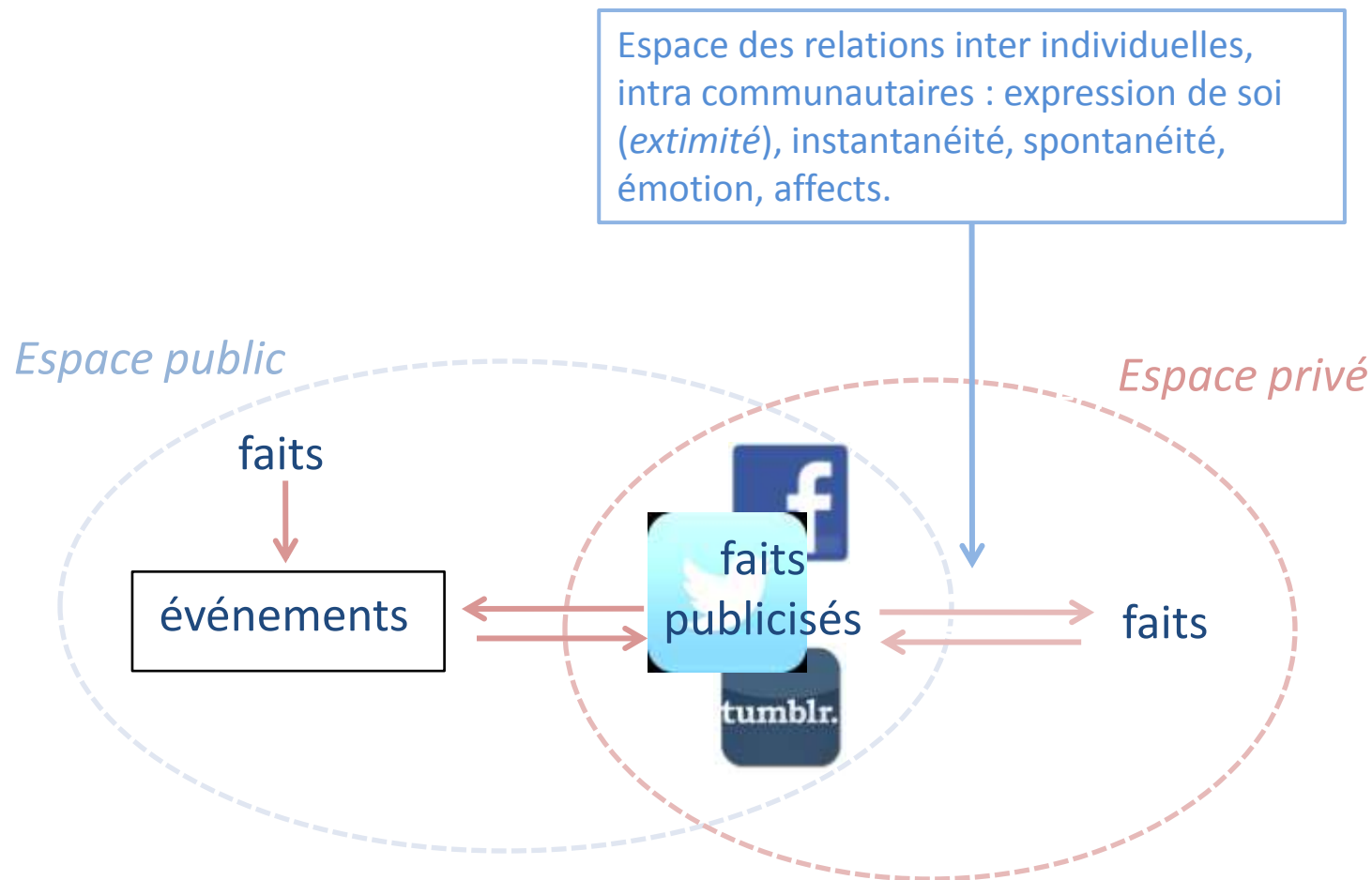
Le Web 2.0: une nouvelle configuration communicationnelle



Le Web 2.0: une nouvelle configuration communicationnelle



Le Web 2.0: une nouvelle configuration communicationnelle



Documenter le réel

- de l'archivage 1.0 (2002, 2007)
 - Mise en place de la méthode,
 - Monitoring d'archivage faible.

- à l'archivage 2.0 (2007, 2012)
 - BnF : collection présidentielle.
 - les limites du web public.
 - limites institutionnelles:
 - L'approche bibliothéconomique,
 - Le cadre légal,

Saisir l'instant

- l'événementiel médiatique engendre des micro-événements qu'il faut pouvoir capter et associer au contexte du macro-événement.
 - dispositif de veille multicanal,
 - Suivre les médiatisations (directs).

#Putin : Un homme de fer, avec un poing de fer ! #Sochi2014 #Gay #LGBT #Russia #Russie #Poutine #OC #Olympics pic.twitter.com/fGz4OzQzJ



Yannick Jadot @yjadot - 23 mai
L'émission #DPDA spéciale européennes d'hier soir est disponible sur le Pluzz pluzz.francetv.fr/videos/des_par... #EE2014

Ouvrir Répondre Retweeter Favori Plus

francetv pluzz



Des paroles et des actes | Le débat des européennes - vidéo en replay...

By francetv pluzz @francetvpluzz

En compagnie des leaders des différents partis politiques français, David Pujadas anime une émission consacrée aux enjeux des élections...

Roland Garros @rolandgarros - 3 h
Anna-Lena Groenefeld est la première à arriver sur le Chatrier pour la finale du double mixte #RG14 pic.twitter.com/Hdqh1TVgTf



Ouvrir Répondre Retweeter Favori Plus

TF1 @TF1 - 3 juin
Exclusivité : Interview exceptionnelle de Vladimir Poutine par Gilles Bouleau et @JP_Elkabbach sur @TF1 et @Europe1. RDV le 4/06 à 20h.

Ouvrir Répondre Retweeter Favori Plus

Une approche empirique et expérimentale:

- Appuyée sur un environnement expérimental permettant:
 - de collecter sur le web les traces d'activités des services et des acteurs les utilisant dans le temps de l'événement,
 - de déployer des modèles d'analyse et de restitution ainsi que des architectures de traitement en vue de les évaluer,
 - de capitaliser et valoriser l'expérience...

L'environnement MediaSwell

Le principe :

des agents autonomes réalisant des tâches spécialisées,
"scraper" de pages web (Facebook, LinkedIn, RSS),
"wrapper" communicationnels (API Twitter, serveur TAL)
"miner" fonctionnels.

un monitoring centralisé contrôlant l'exécution (scripts d'activation),
un bus de données et une gestion de queue(s) pour les workflows,
un archivage systématisé des traces enrichies et métadonnées

En développement:

une interface web de supervision et d'analyse.

Pourquoi Twitter ?

- Un medium privilégié pour témoigner et commenter au fil de l'événement;
- Une logique d'usage très prégnante conduisant à des modalités de publication codifiées;
- Une auto indexation des contenus et une folksonomie thématique, événementielle et affective;
- Une fonction référentielle (indexicalité) et temporalisée du web;

Questionnements initiaux

- Quels ***phénomènes éditoriaux***, individuels et collectifs observe-t-on sur Twitter au cours d'une campagne électorale ?
- Peut-on fonder une analyse des ***configurations d'acteurs*** dans le champ politique à partir de ***l'activité éditoriale*** dans Twitter, centrée sur les leaders lors d'une échéance électorale ?

principaux résultats

- Twitter est un média de réaction
 - Twitter s'inscrit dans le cycle de l'information,
 - Twitter est un espace connecté aux autres espaces médiatiques,
 - Twitter est une plaque sensible.
- La Twittosphère politique est un espace polarisé
 - Des configurations de communication et de réseau différenciées selon les acteurs politiques,
 - Une asymétrie informationnelle

principaux résultats

- Une expression et une activité structurées
 - des types d'activité, des formes d'échange d'expression spécifiques et non conventionnelles
 - Twitter est un espace structuré par les interventions militantes
- Un espace structurant
 - Structuration de communautés affinitaires « anti »

principaux résultats

- Une expression et une activité structurées
 - des types d'activité, des formes d'échange d'expression spécifiques et non conventionnelles
 - Twitter est un espace structuré par les interventions militantes
- Un espace structurant
 - Structuration de communautés affinitaires « anti »

Enjeux méthodologiques : le *monitoring* de campagne

- la pression du temps:
 - l'instantanéité des réactions de l'audience sur les réseaux,
 - La nécessité d'un commentaire « à chaud » (Média).
 - L'action partisane continue (partis)

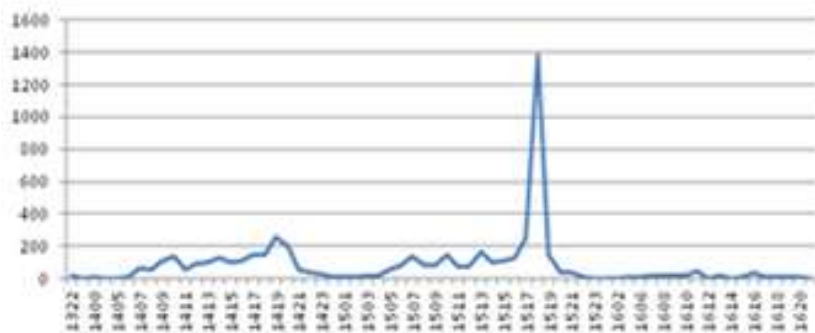
- la captation des signaux faibles:
 - Profiler l'individu, identifier des profils et des communautés.
 - Saisir l'expression libre d'humeur et d'opinion.

- Perspectives :
 - la prédictibilité (?) des intentions de vote,
 - le ciblage comportemental

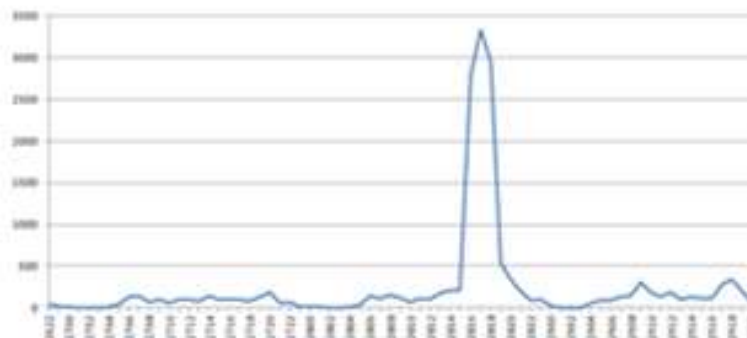
Synchronicité événementielle

- Le déroulement de la séquence médiatique est ponctuée par des micro-événements qui percolent la Twittosphère.
- Cette percolation se traduit par des Tweets qui importent des éléments de la situation ou des propos échangés qui sont retranscrits ou commentés dans la Twittosphère.
- Ces Tweets deviennent à leur tour de micro événements éditoriaux qui s'inscrivent dans une dynamique événementielle interne à la Twittosphère.

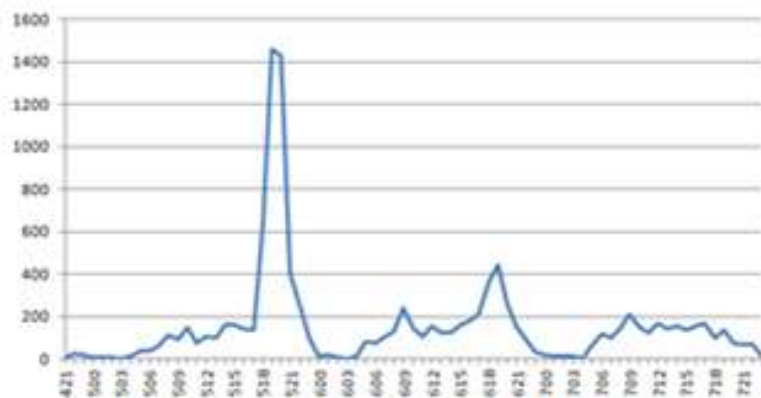
Événement médiatique et Twitter



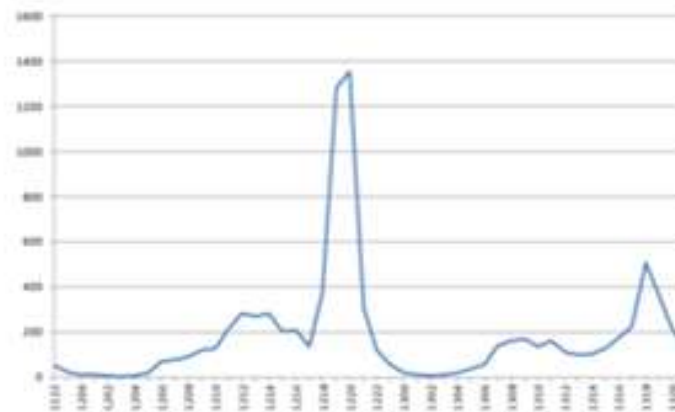
Premier débat. 15 sept. 18h30 GMT. France 2



Deuxième débat. 28 sept. 16h00 GMT LCP

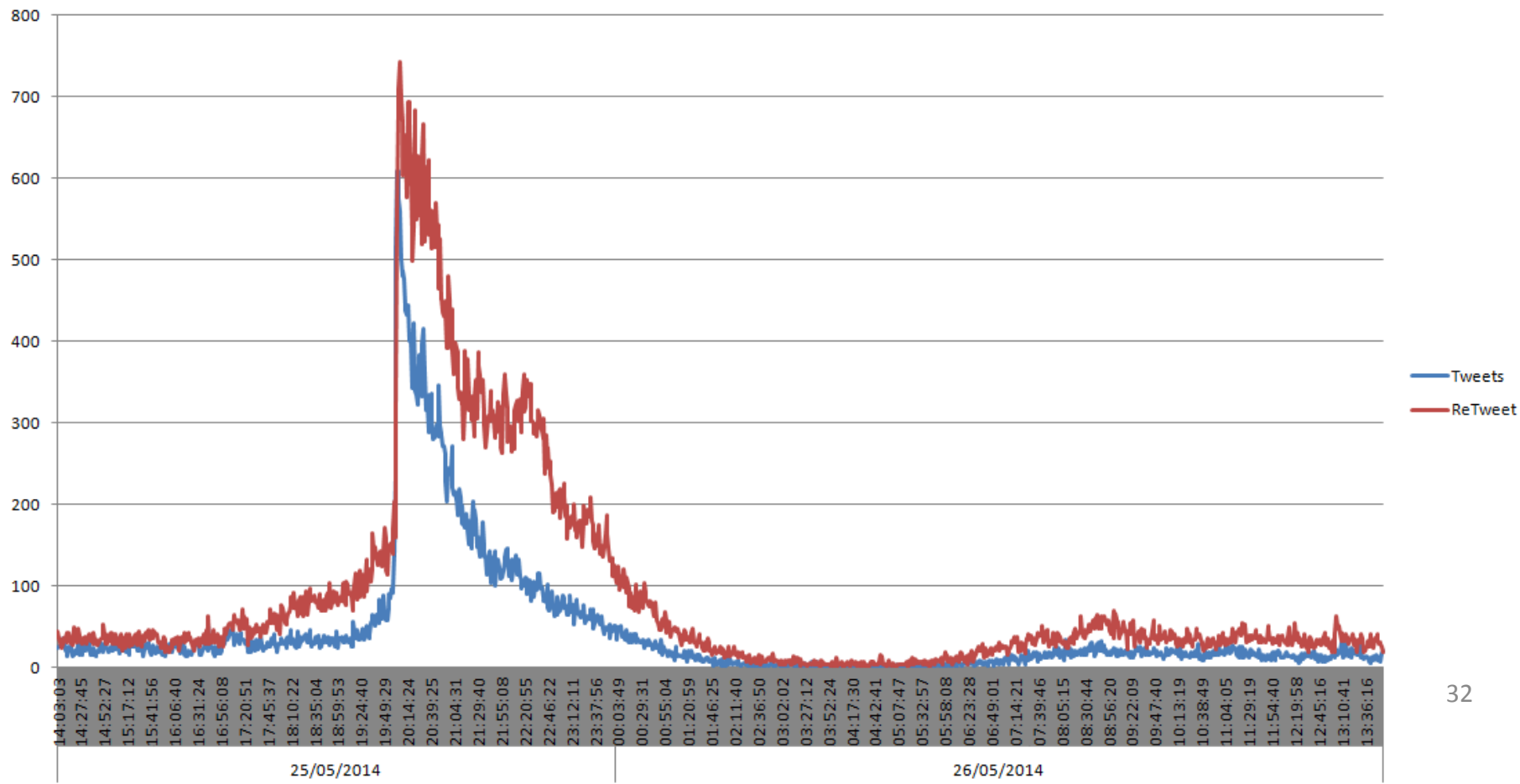


Troisième débat. 5 oct. 18h30 GMT LCP



Quatrième débat. 12 oct. 18h40 GMT

Événement médiatique et Twitter

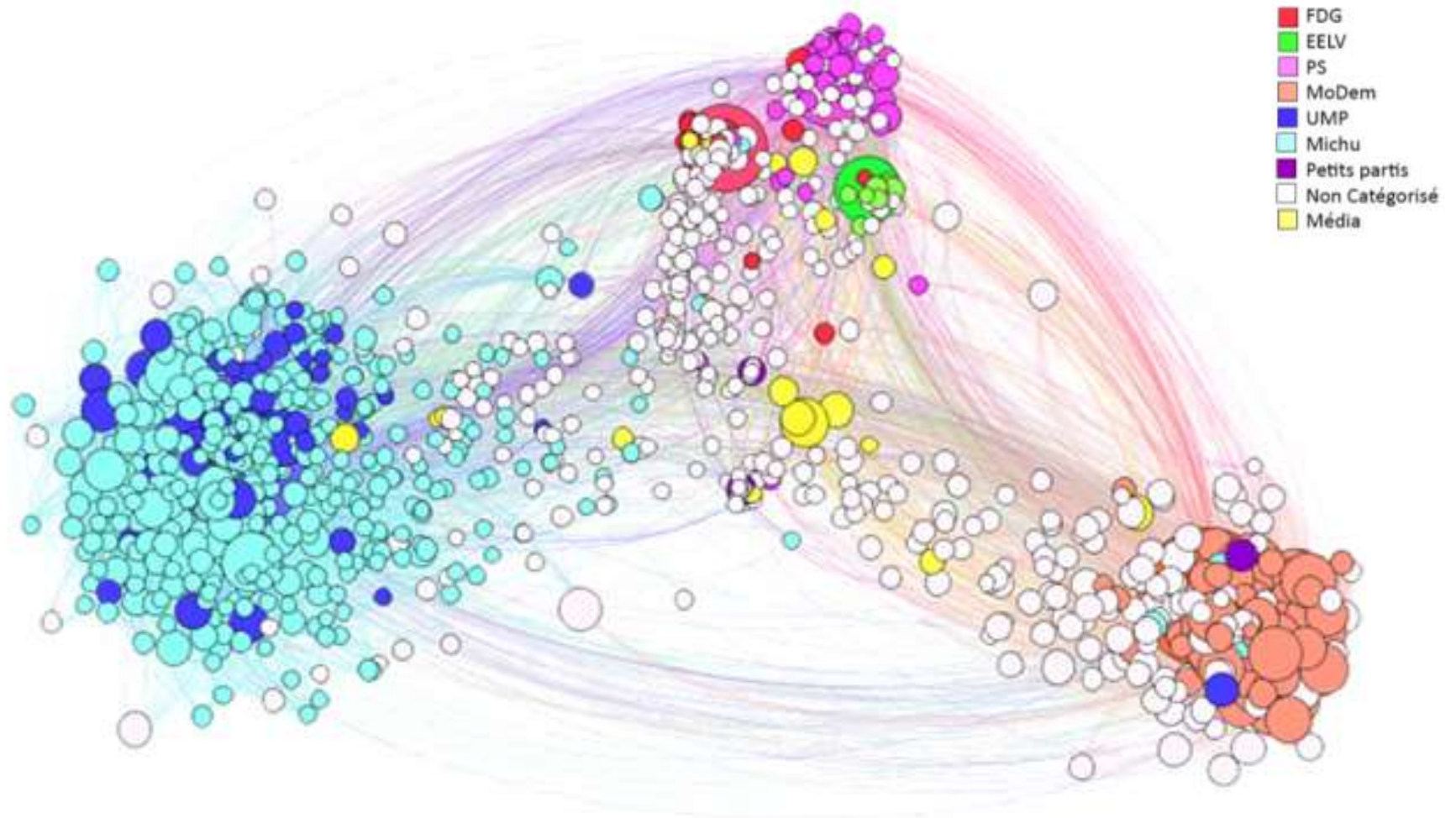


Réactivité et segmentation

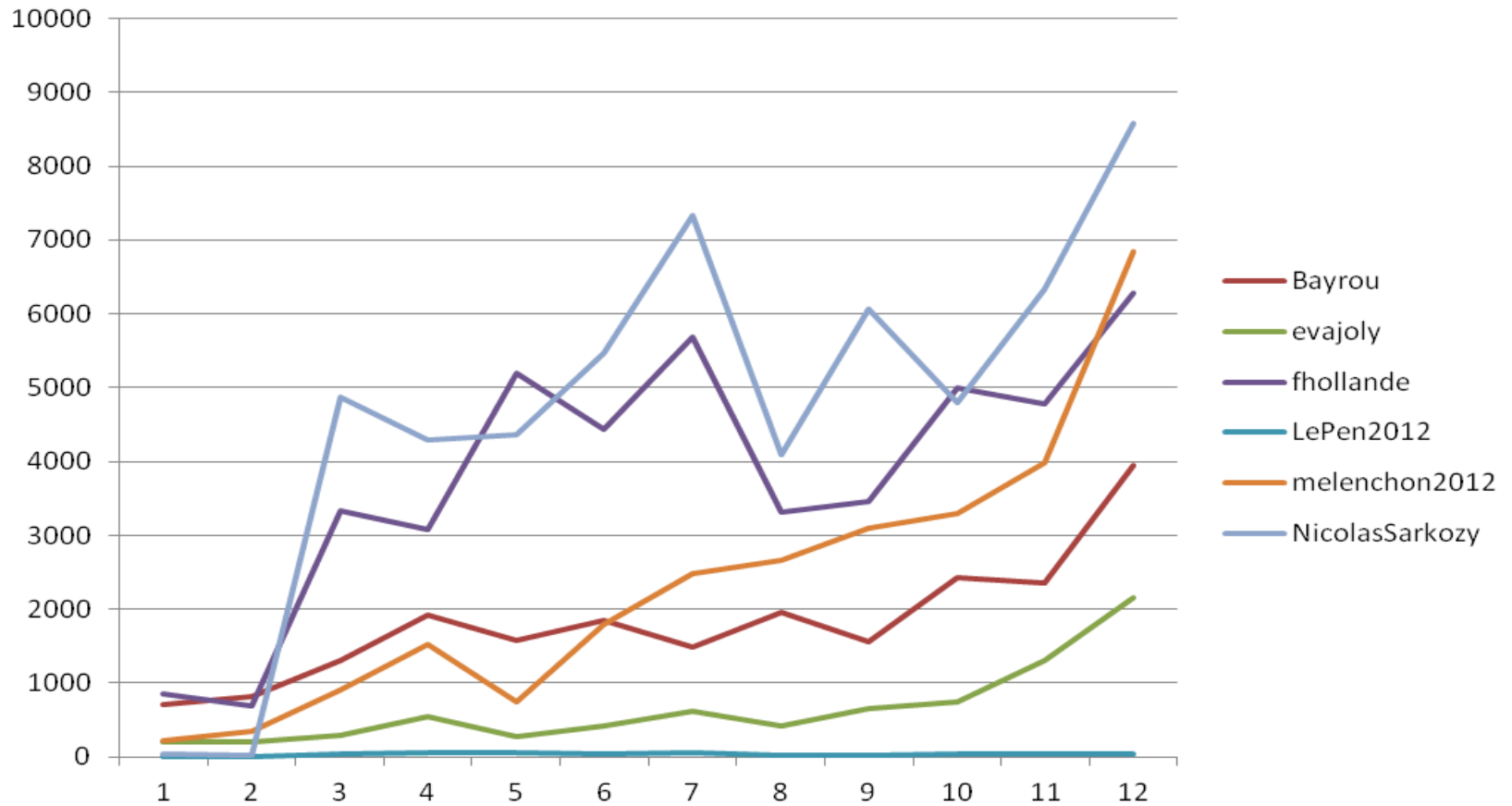


Présidentielles 2012

dernier mois de campagne

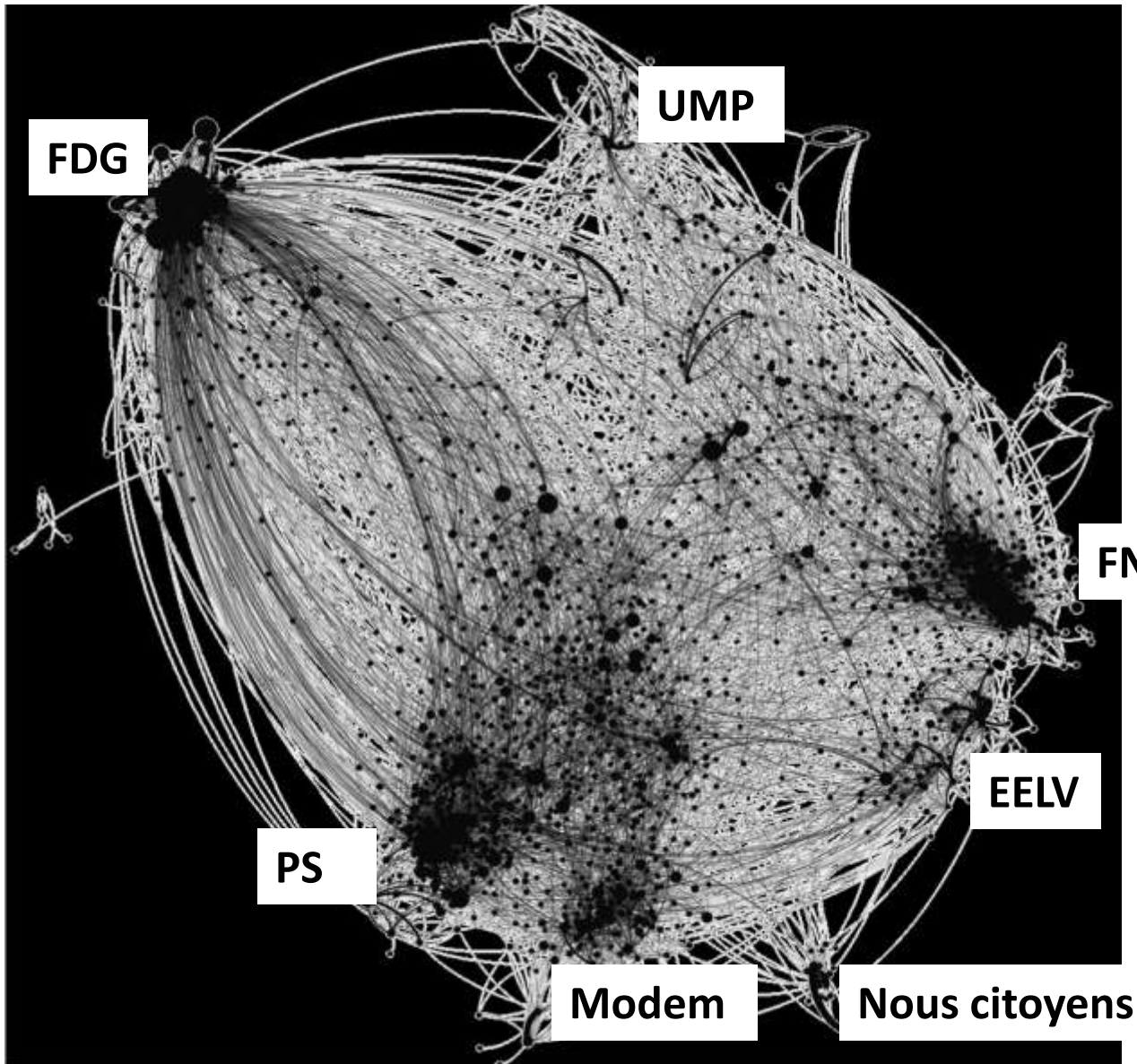


Asymétrie informationnelle

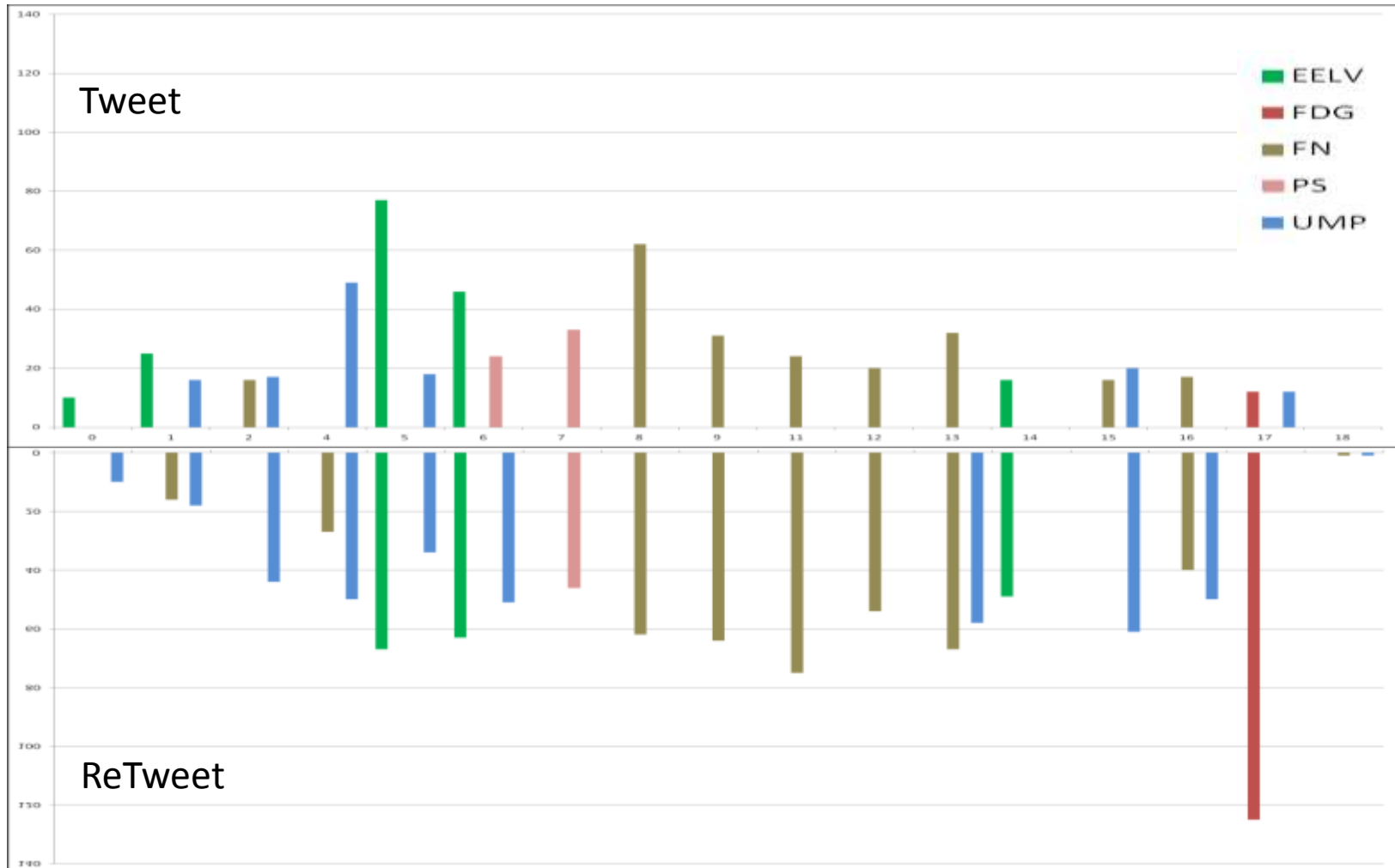


#DPDA EU2014

22 mai 20h30 – 23h30



#parti DPDA 10mn



Les types d'activité éditoriale

- Retweets: accord sur le contenu du message (hypothèse)
- Commentaires: expression personnelle
- Citations: cadrage du débat
- Hashtags: énoncés performatifs (soutien / incitation)
- URL: argumentaires

L'exemple d'un débat télévisé

- Régularité de la structure des échanges
- Twitter un espace structuré par les interventions militantes
 - L'organisation de ripostes
 - Des stratégies de « push »
 - Des effets de cadrage des échanges
 - Un surlignage des positions des candidats

Effet de surlignage

Je serai le président qui refuse que l'Etat entasse la dette sur le dos de ses enfants
<http://t.co/WmFacIiV> #DPDA

RT @bayrou : Je serai le président qui refuse que l'Etat entasse la dette sur le dos de ses enfants
<http://t.co/WmFacIiV> #DPDA

⋮

Bayrou 2012 - "Je serai le président qui refuse que l'Etat entasse la dette sur le dos de ses enfants"
" <http://t.co/WmFacIiV> #DPDA via @bayrou

⋮

#Bayrou : "Je serai le président qui refuse que l'Etat entasse la dette sur le dos de ses enfants"
" <http://t.co/WmFacIiV> #DPDA via @bayrou

Incitations à voter

- le poids de l'appareil militant dans l'activité sur le réseau
- Une influence à relativiser

#VoteX, #pourX, #avecX...

Expression d'intentions ou consignes de vote ?

- Corrélations:
 - Forte corrélation entre incitation et citation des candidats
 - Forte corrélation entre incitation et retweets
 - Aucune corrélation entre incitation et URL tweetées.

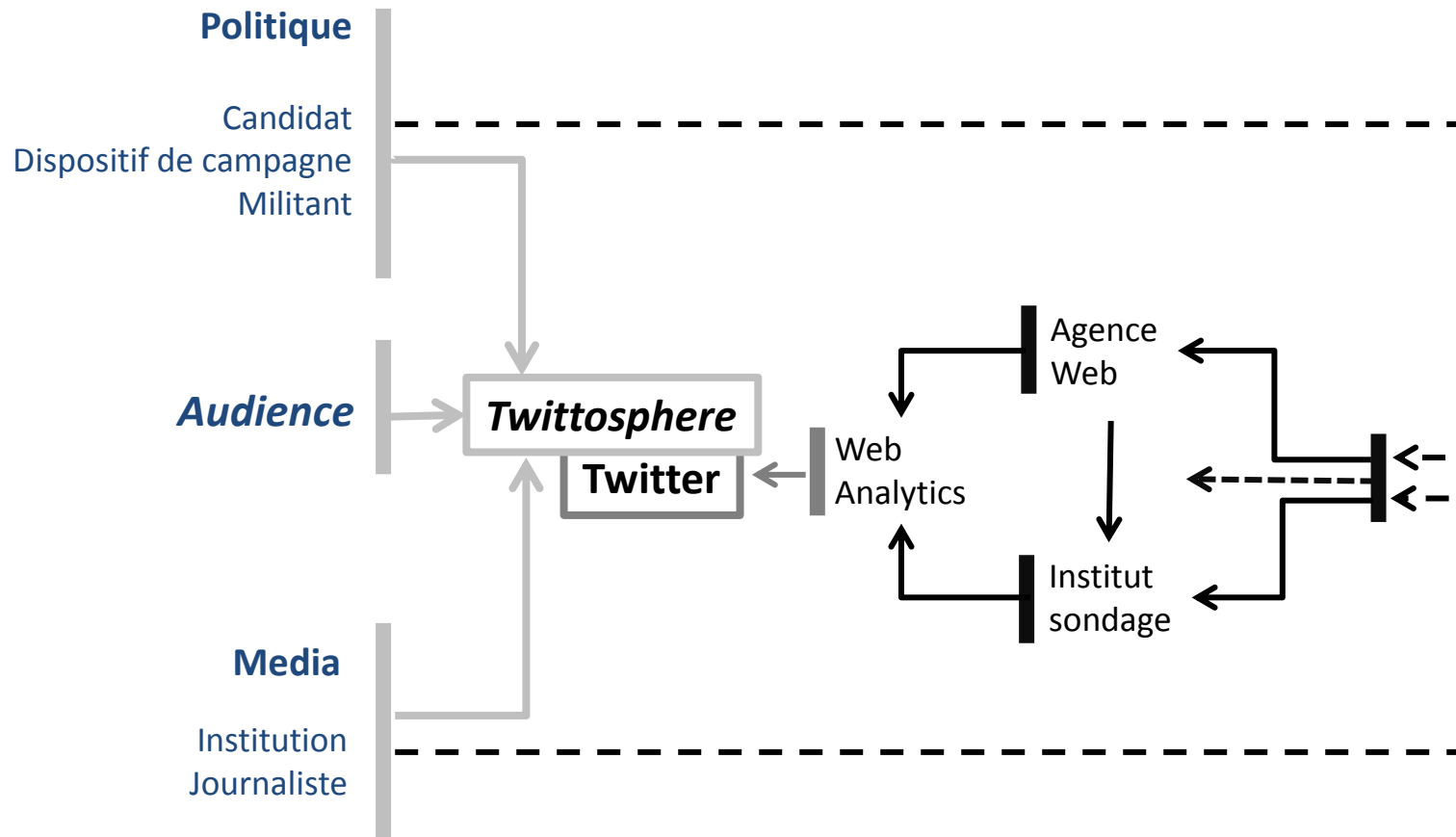
- Chaines :
 - Les chaines de retweets incitatifs sont plus longues que les autres chaines de retweets (> 2fois)

- Contenus:
 - Les contenus incitatifs sont plus proche d'arguments de différenciation des programmes politiques
 - Les contenus non incitatifs sont :
 - plus éloignés du discours de candidats,
 - Utilisent un lexique plus étendu et des registres du discours plus vastes



**L'opinion
telle qu'elle fut saisie
sur les réseaux sociaux au cours de la présidentielle 2012**

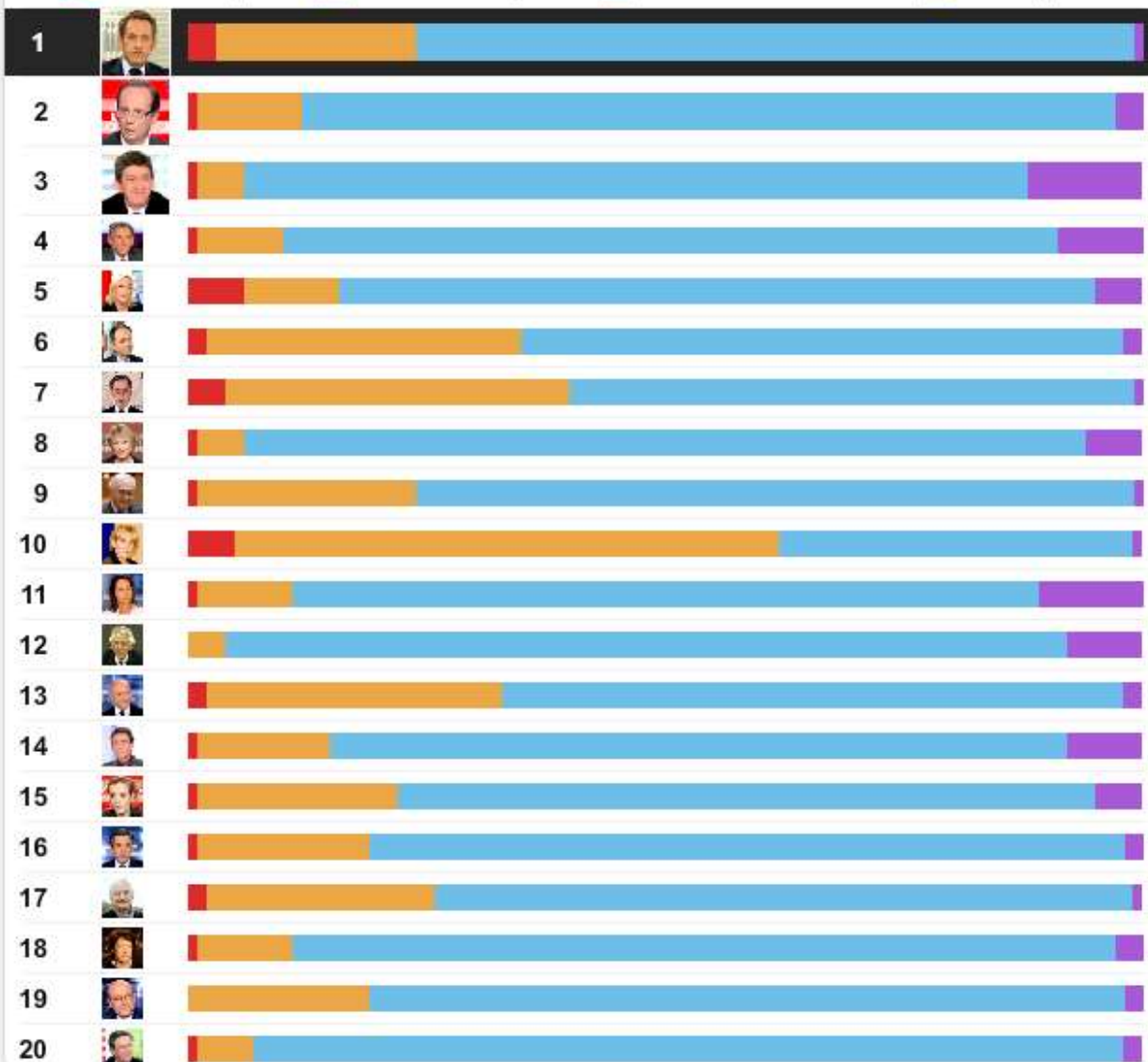
Création et valorisation du flux politique



Le Top 20 Le Palmarès Le Mood

Comment ça marche ?

■ Tweets de rejet
 ■ Tweets de critique
 ■ Tweets d'informations
 ■ Tweets positifs



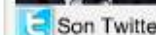
Nicolas Sarkozy

Masquer



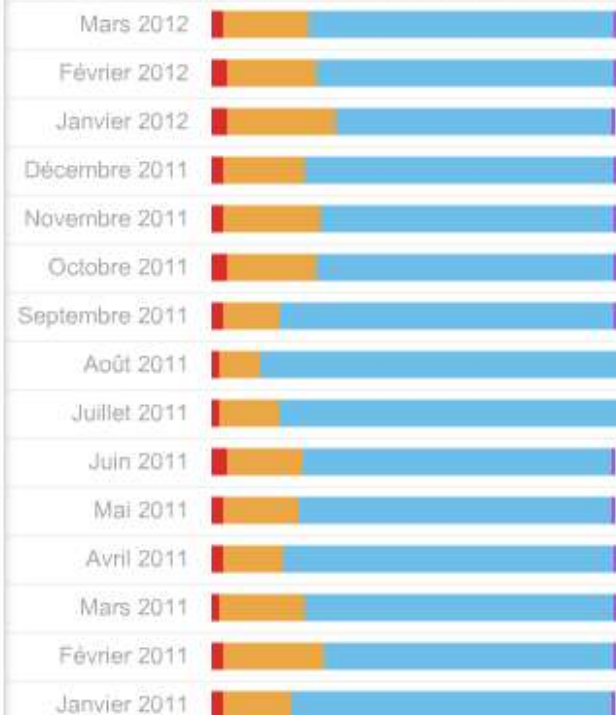
Président de la République

Tweets positifs : 1%
 Tweets d'informations : 75%
 Tweets critiques : 21%
 Tweets de rejet : 3%



Son Twitter

Évolution mois par mois de ses scores dans le Mood



Voir sa fiche biographique

François Hollande sur Twitter



François Hollande se positionne également en tête sur Twitter

Avec un nouveau record pour une personnalité politique française à un peu moins de 2 millions de tweets en un mois, François Hollande s'empare de la première place de notre baromètre politique au détriment de Nicolas Sarkozy.

Les principaux événements du mois de mai sont naturellement :

- le débat avec Nicolas Sarkozy (buzz du 2 mai)
- l'annonce des résultats (buzz du 6 mai)
- la passation de pouvoir (buzz du 15 mai)

À lire aussi au sujet de François Hollande :

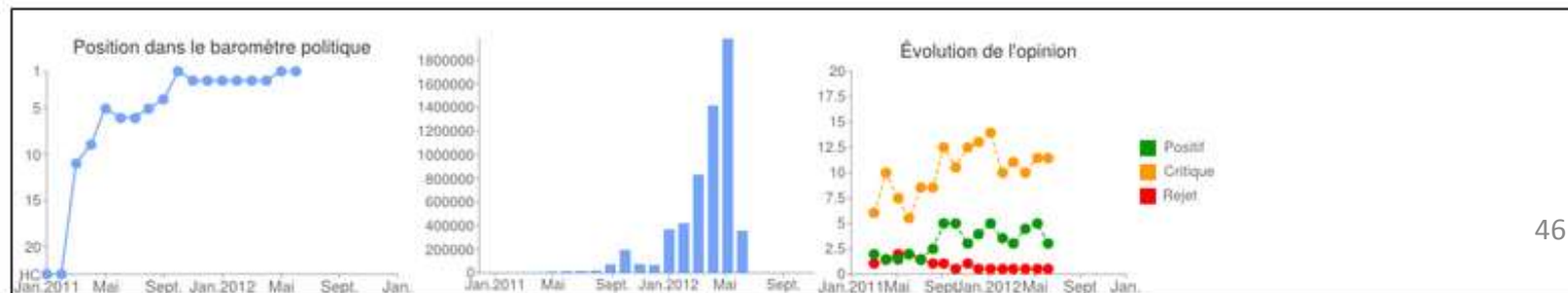
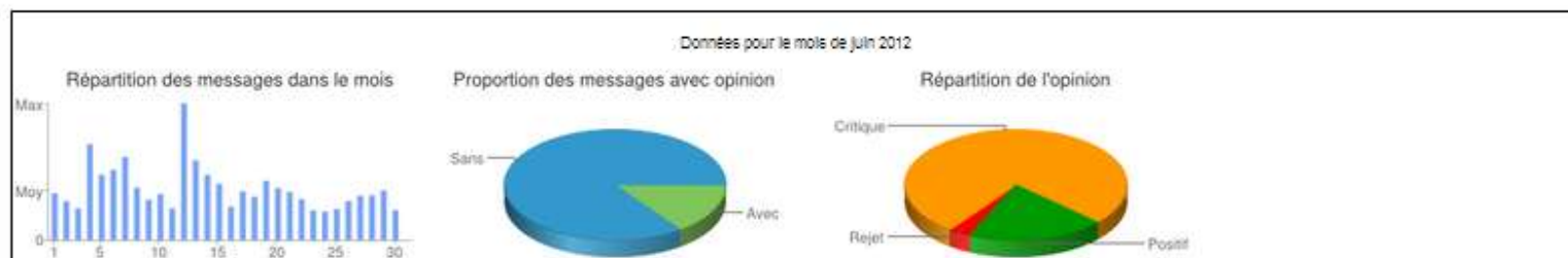
- Primaire socialiste 2011 — Dernier débat TV
- Second débat des primaires citoyennes — les réactions sur Twitter
- Primaire socialiste 2011 — Premier débat TV
- Qui l'emportera sur la toile ? — Retrouvez l'analyse des tweets de SemioCast sur Le Nouvel Observateur et Rue89

Vous souhaitez en savoir plus sur l'image de François Hollande sur Twitter ? Contactez-nous.

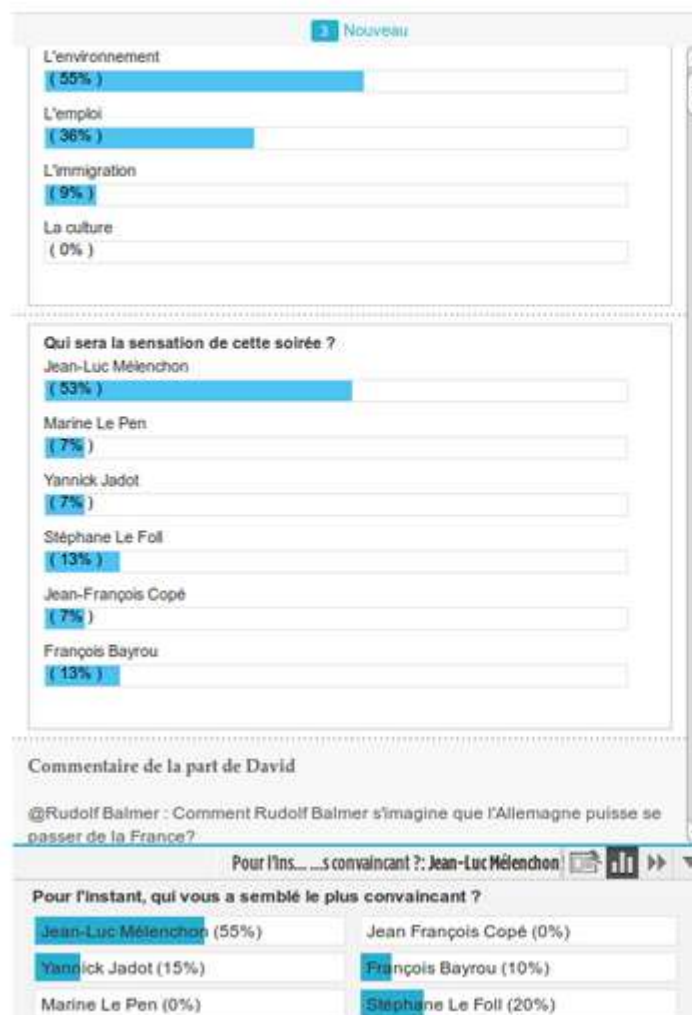
1^{er} en Juin 2012 (↔) >



Photo: Marie-Lan Nguyen
[Voir son compte Twitter](#)



Suivez en direct l'émission avec la rédaction de Libération et nos invités, Christian Delporte, historien, spécialiste des médias et de la communication politique, et Rudolf Balmer, correspondant à Paris pour la Tageszeitung (Berlin). N'hésitez pas à réagir en direct et à poser vos questions.



De l'audience à l'opinion

- Ce que nous sommes capables d'appréhender et de mesurer
 - La présence et l'activité des partis politiques des militants et des individus
 - Les niveaux d'activité par type de publication (RT, commentaires, etc.)
 - Le périmètre de l'audience
 - La structure des réseaux de relations
 - Les sujets de conversation

- Ce que nous ne pouvons pas encore mesurer en temps réel
 - L'état de l'opinion
 - L'influence

- Question : les conversations sur Twitter sont-elles représentatives de l'opinion publique ?
 - La définition de l'opinion publique ne résulte pas de l'agrégation mécanique d'expressions individuelles capturées à partir de messages successifs au sein de l'audience de Twitter.

La Fabrique de l'opinion en temps réel

- De quelle opinion parle-t-on?
 - Types de contenus?
 - Modes d'expression: est-ce que l'opinion est portée par les sentiments?
 - Le challenge de la causalité : des conversations sur le web aux décision de vote.
- Quelle audience mesure-t-on?
 - Faut-il abandonner les catégories usuelles?
 - Quelle identité, déclarée, sociale ?
 - Quelle articulation entre activité éditoriale et expression d'opinion?
- Est-Il possible de distinguer ce qui relève d'interventions stratégiques des acteurs politiques impliqués dans la campagne des réactions spontanées d'une audience.

En guise de conclusion.

- Le juste à temps,
- La composante média (images, etc.),
- Un espace public des données,
- Une nouvelle manière de pratiquer la recherche en Sciences Humaines et Sociales,