



HAL
open science

L'incertitude des usages de Twitter

Jean-Claude Domenget

► **To cite this version:**

Jean-Claude Domenget. L'incertitude des usages de Twitter. XIXème Congrès International des Sociologues de langue française - CR 33 Sociologie de la communication, Jul 2012, Rabat, Maroc. pp.161-169. hal-01513347

HAL Id: hal-01513347

<https://hal.science/hal-01513347v1>

Submitted on 25 Apr 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'incertitude des usages de Twitter

DOMENGET Jean-Claude*

VERSION AUTEUR : Domenget, J.-C. (2012, juillet). L'incertitude au cœur d'un dispositif sociotechnique comme Twitter. Actes du colloque Communiquer dans un monde incertain, XIX^{ème} congrès international des sociologues de langue française (AISLF), Rabat, Disponible sur : http://w3.aislf.univ-tlse2.fr/gtsc/DOCS_SOCIO/2013/Actes_AISLF_CR33_Rabat_2012.pdf

INTRODUCTION

L'incertitude est une dimension caractéristique de l'individu dans les sociétés contemporaines. Plusieurs approches sociologiques en attestent. L'incertitude est facteur de peurs et d'angoisses car « [l'homme] se découvre partiellement *dépaysé* dans un monde dont l'ordre, l'unité et le sens lui paraissent brouillés » (Balandier, 1988). Elle s'inscrit dans l'individualisme (Ehrenberg, 1991, 1995, 2010) comme une exigence sociale pour tous de se comporter en individus amenés à assumer des responsabilités croissantes (qui étaient effectuées avant par des institutions : la famille, l'Etat etc.). Les TIC qui se sont développées autour du couple individualisation/réseau, donnant naissance à un individualisme connecté (Flichy, 2004), suscitent des tensions nouvelles entre pratiques individuelles et pratiques collectives, autonomie et contrôle. Plus récemment, les dispositifs sociotechniques liés au Web social ont donné lieu à des usages, vecteurs de changement, d'une possible mutation de la communication (Millerand, Proulx, Rueff, 2010) marquée, entre autres, par une injonction à la visibilité pour exister (Aubert et Haroche, 2011).

Dans ce contexte, il semble donc nécessaire de proposer des analyses d'usages liés à cet ensemble de configurations sociotechniques (Rebillard, 2007) que sont les médias sociaux pour comprendre les changements en cours. Tel est l'objectif de cet article qui propose une analyse des usages de Twitter à travers l'angle de l'incertitude. L'incertitude est en effet au cœur d'un dispositif sociotechnique comme Twitter et de ses usages, à travers la non-réciprocité possible des abonnements ; la diversité de figures d'usagers mobilisées et donc des formes de visibilité ; un processus long de présence à mettre en place et une reconnaissance incertaine. D'où un angle de lecture et une série de questions visant à interroger l'incertitude des usages de Twitter : que nous révèle une analyse sociologique d'un dispositif comme Twitter en termes d'incertitude ? Quels sont les objectifs, les limites, les suggestions d'amélioration des systèmes et des stratégies pour combattre l'incertitude ? Quelles pistes de recherches pour penser (positivement) l'incertitude des usages de configurations sociotechniques ? Pour répondre à ces questions, la démarche proposée est de nature sociotechnique (Akrich, 2006 ; Flichy, 1995 ; Rebillard, 2007) portant sur des configurations sociotechniques ou agencements sociotechniques afin de rendre compte à la fois des réalités techniques qui les fondent, des pratiques qui s'y investissent et des discours qui les légitiment, tout cela dans une perspective du temps long, de l'épaisseur sociale et temporelle des usages.

La méthodologie suivie est plurielle. Elle consiste en une approche du dispositif sociotechnique de Twitter suivant une grille d'analyse proposée par Serge Proulx (2012), comprenant quatre dimensions : l'architecture technique de la plateforme; la structure des

* Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Université de Franche-Comté, Laboratoire ELLIADD, équipe OUN.

interactions sociales qui s'y déroulent; l'expérience de l'utilisateur du site; la qualité de la contribution de l'utilisateur dans l'univers numérique. Elle est renforcée par l'analyse d'un terrain portant sur les usages de Twitter par des pros du Web (pros du référencement, du webmarketing, entrepreneurs). Une immersion dans ce terrain (présence sur *Twitter* via différents comptes depuis mars 2008) a été complétée par une série d'entretiens individuels (27), au cours du printemps 2011.

A la suite de l'analyse du dispositif sociotechnique de Twitter marqué par l'incertitude, la réflexion portera sur un ensemble de stratégies et de systèmes mis en place pour lutter contre les risques de l'incertitude. Elle permettra d'ouvrir une piste de recherche afin de repenser, de manière positive, l'incertitude des usages de configurations sociotechniques.

L'INCERTITUDE, AU CŒUR DU DISPOSITIF DE TWITTER

Le dispositif sociotechnique de Twitter est loin d'être figé. En mutation régulière, il donne lieu à des usages en cours de stabilisation (Coutant et Domenget, 2012). L'incertitude se situe au niveau de chaque dimension distinguée par Proulx.

Réduire l'incertitude de l'entrée en relation

Une architecture technique intègre une vision de l'utilisateur. L'architecture technique de Twitter intègre une vision unique de l'utilisateur comme abonné, ce qui renvoie à une idée de services, principalement de veille (Domenget, 2012a). L'évolution constante de l'architecture technique de Twitter transforme la plateforme en un vaste système de recommandation (Domenget et Coutant, 2012), destiné à favoriser l'abonnement. Cette évolution s'illustre notamment par la présence de nombreux systèmes de recommandation explicites (emplacement des modules d'abonnement, granularité des informations liées à un compte, affordances de l'interface etc.); l'existence d'interdictions explicites (impossibilité d'échanger en privé sans abonnements réciproques) ou encore l'intégration de systèmes de recommandation émergents des usagers (RT, citation, listes). Dépassant l'abonnement, cet ensemble de systèmes de recommandation vise à réduire l'incertitude de l'entrée en relation, puis de l'échange. Néanmoins, la prescription d'usages, la capacité d'affordance de l'architecture technique, c'est-à-dire à suggérer sa propre utilisation et donc à réduire l'incertitude, reste limitée, en raison notamment d'une faiblesse de la justification dans la recommandation. En effet, recevoir une proposition de s'abonner à un compte « semblable » ou que nous « souhaitons peut-être aussi suivre » n'est pas suffisant pour rassurer l'utilisateur.

L'incertitude derrière l'organisation en communauté d'intérêt

L'organisation des interactions sociales sur Twitter est aujourd'hui bien connue. Il s'agit de « petits mondes » (Thouseau et Pélissier, 2012) marqués par l'homophilie (Pariser, 2011), organisés le plus souvent sous forme de communautés d'intérêt (Proulx, 2012) bien analysés pour la sphère journalistique (Smyrnaiois et Rieder, 2011). Néanmoins, il existe une forte non-réciprocité dans les relations lorsqu'il s'agit d'abonnements avec des comptes experts ou élites. Cette non-réciprocité dans les abonnements explique en grande partie le développement d'une communication privée en public (Cardon, 2010), relevant d'une interdiction explicite de la plateforme concernant l'envoi de message privé (DM). L'analyse des interactions sociales conduit également à s'intéresser à la finalité des activités sur cette plateforme qui se déroulent en fonction d'un public imaginé, celui auquel l'utilisateur souhaite s'adresser, lequel ne correspond pas forcément à celui qui l'écoute (Boyd, 2009). De même, les mécanismes de l'influence et de l'établissement de la confiance restent incertains car ils rassemblent de

nombreux critères (compétences affichées, contenus partagés, échanges directs etc.) et se jouent au sein de communauté d'intérêt pas toujours visibles.

La dimension incertaine de l'expérience sociale de l'utilisateur

L'expérience de l'utilisateur sur Twitter varie entre différentes logiques d'usage. Parmi les logiques d'action distinguées par Jauréguiberry (une logique d'intégration et de reconnaissance ; une logique utilitaire, de gain et de puissance ; une logique de prise de distance et d'autonomie) (Jauréguiberry, 2003 ; Jauréguiberry et Proulx, 2011), un type est particulièrement repérable dans les usages de Twitter. Il s'agit de la logique d'action utilitaire ou stratégique, en opposition de la préservation d'une dimension d'authenticité ou d'altruisme. Différents usages de Twitter sont à distinguer (veille, réseautage, push d'informations, évocation, conversation etc.) et peuvent être classés selon un axe concernant les activités, oscillant entre authenticité et visée stratégique, et un autre, concernant la mise en visibilité de production de contenu ou de présentation de soi (Domenget, 2012b). Cette expérience des usages de Twitter conduit à interroger une nouvelle forme de présence connectée (Licoppe, 2009), que je qualifierais de publique, en lien avec la dimension de média de ce type de plateforme. Cette forme de présence est liée à la dimension de temps réel du dispositif, de nature asymétrique car sans réciprocité obligatoire et prend forme souvent au sein de collectifs rassemblant des pairs. La nature publique de cette présence modifie le sens du brouillage entre présence et absence, mêlant contacts interpersonnels et visibilité des échanges à une audience massive. Cette présence connectée publique peut donner lieu à une forme de dépendance, relevant d'une intensité en termes de fréquence, de durée de connexion, de nombres de messages etc. laquelle participe de ce que Proulx nomme justement « la force sociale des médias sociaux » (Proulx, 2012) laquelle reste néanmoins difficile à interpréter dans le cadre du développement de la multi-activité.

La variation des formes de la participation

Les formes de la participation varient énormément selon les usagers et les situations. Les contributions peuvent prendre de multiples formes : un post, avec lien, avec image ou vidéo associées, avec citation, avec reprise d'un post précédent (RT), avec proposition de classification (#), avec demande d'échange en privé (DM) et bien sûr en mixant plusieurs de ces caractéristiques. Il peut s'agir d'un partage de veille, d'une réponse à un précédent message ou encore d'un message respectant des normes d'échange de cette plateforme, comme les recommandations d'autres comptes, à travers les Follow Friday (#FF). L'intensité de l'apport personnel à la contribution proposée par l'utilisateur est également un élément de distinction : involontaire quand on est cité par d'autres ; simple partage ; partage avec évaluation ; partage avec apports d'idées etc. L'ensemble de ces éléments de distinction indique la complexité de l'analyse de la qualité de la contribution, d'autant plus que cette dernière dépend sur Twitter à la fois de la fraîcheur de l'information (prime à la nouveauté, à la primeur) et à la validité de l'information (vérification de l'information). Enfin, dans les collectifs de professionnels du Web, différents niveaux de prestation numérique peuvent être distingués : celles clairement à visée professionnelle, marchande, sont généralement proscrites, celles légères sont tolérées mais peuvent agacées, à moins que l'on soit considéré comme expert et que l'on ait une notoriété qui permette de dépasser les codes en place. La plupart des prestations numériques sont d'un niveau intermédiaire ou visent le niveau expert.

La complexité des usages du dispositif sociotechnique de Twitter donne lieu à une incertitude dans l'interprétation de ces situations. Différents systèmes (faisant partie de la

configuration sociotechnique de Twitter) et stratégies ont été mis en place pour lutter contre les risques liés à l'incertitude.

LUTTER CONTRE LES RISQUES LIÉS À L'INCERTITUDE

La lutte contre les risques liés à l'incertitude passe par trois processus en cours : le développement de systèmes de recommandation ; une instrumentalisation et une industrialisation de la présence en ligne et l'essor de temporalités de l'attention (multiples registres travaillés pour maintenir l'attention). Il s'agit de présenter ces trois processus en cours en les caractérisant ; précisant les objectifs suivis, les limites rencontrées et suggérant des pistes de réflexion pour combattre l'incertitude.

Développer des systèmes de recommandation

Un véritable arsenal de systèmes de recommandation a été développé afin de réduire les risques de l'incertitude liés à l'abonnement et de réussir à fédérer un réseau d'utilisateurs suffisant pour qu'il y ait de l'activité, de l'échange. Les objectifs de ces systèmes de recommandation sont de faciliter l'essor de communautés (de pratiques, d'intérêt) analysées depuis longtemps par l'analyse structurale des réseaux sociaux en termes d'homophilie (autrement dit, les personnes qui se ressemblent s'assemblent). Il s'agit également de proposer des outils qui facilitent le partage (expérience, compétence, avis) autour d'une thématique précise. Ces systèmes n'en rencontrent pas moins certaines limites. Des dysfonctionnements persistent en raison notamment de la diversité des logiques d'usage (réseautage – curation – push d'informations – présentation de soi – sociabilité etc.) difficilement réductibles à des suggestions précises de comptes à suivre. Pour améliorer ces systèmes de recommandation, il faudrait proposer des recommandations plus pertinentes, selon la finalité précise amenant à filtrer les contenus (curation pour information ; sérendipité ou actualité pour la veille ; reconnaissance pour producteurs-utilisateurs appréciés). Il apparaît clairement qu'une prescription justifiée soit nécessaire quand elle vient de la plateforme. Prenons l'exemple de la rubrique « suggestion » sur Twitter. Pourquoi s'abonner à un compte qualifié de semblable ? Les informations présentées en bio sont-elles suffisantes ? Le processus d'abonnement est souvent plus avancé qu'une simple consultation de la bio.

Industrialiser la présence connectée publique

Pour réduire les risques d'incertitude de l'échange (temps à consacrer, qualité des contributions à fournir, types d'interactions nécessaires etc.), il s'est développé une instrumentalisation poussée des pratiques visant à une industrialisation de la présence connectée publique, dans le but de toucher des audiences massives. Cette instrumentalisation passe par l'utilisation de différents outils, de nature à faciliter l'animation des comptes. Elle poursuit une visée d'industrialisation pour atteindre une présence continue et consiste à mesurer l'audience dans une optique ROIste. Cependant, en y regardant de plus près, ces outils de marketing direct et de communication qui fleurissent régulièrement, de plus en plus sophistiqués, sont autant destinés à construire une croyance d'efficacité qu'à jouer sur l'égo des responsables de la marque. Les ROI sont difficilement mesurables. L'interprétation des critères prête à discussion (diverses significations possibles d'un RT par exemple). Ces données de mesure d'audience participent surtout à construire une figure unique d'un producteur-utilisateur de Twitter qui ne correspond pas à la réalité. La présence étant sujette à dissipation, il s'agit de « donner du corps à sa présence »¹, de « créer une présence durable en

¹ Les phrases entre crochets sont issues des entretiens.

ligne », laquelle ne passe pas seulement par Twitter. L'animation d'un blog comme espace centralisateur des « présences connectées publiques » sur différents médias sociaux peut permettre de mesurer les logiques des actions. Surtout, la principale source d'incertitude aujourd'hui concernant cette forme de « présence connectée » relève de la présence ou de l'absence physique de l'utilisateur. « Je suis là, sans être là ». En effet, l'instrumentalisation de la présence en ligne permet une programmation, une automatisation, une synchronisation des comptes qui conduit à pouvoir interagir sans être physiquement présent. Cette tendance s'illustre notamment dans la phase de prise de contact avec un nouvel abonné. Sur ce point, au cours de l'étude, le lancement en bêta privée au printemps 2011 de *Socialomate*, un service d'aide à l'animation de son compte, cristallisait les avis entre une authenticité de la relation et la nécessité de passer par des outils pour gérer sa présence en ligne, « faute de temps ». En effet, dans une logique de marketing direct, cet outil permet d'« engager une conversation » avec un nouvel abonné, de manière semi-automatique, en personnalisant les messages, dans un objectif réel de massification des envois de messages, par l'intermédiaire d'une gestion de listes de contacts.

Maîtriser les différents registres de l'attention

Le troisième processus analysé consiste en l'essor d'une nouvelle culture temporelle caractérisée par des temporalités de l'attention, intégrant les trois régimes constitutifs des industries de l'attention : la fidélisation, l'alerte et l'immersion (Boullier, 2009), afin de combattre l'incertitude liée aux multiples sollicitations offertes aux usagers. L'objectif est de capter l'attention des usagers en jouant sur les registres constitutifs de l'attention : la fidélisation pour développer une relation sur la durée ; l'alerte pour maintenir l'intensité de l'échange et l'immersion pour éviter les autres sollicitations. Les limites de cette approche se rencontrent au niveau de chaque registre de l'attention. Concernant la fidélisation, elle se mesure sur la durée or les désabonnements ou le désintérêt sont réguliers. Pour améliorer la fidélisation, certains usagers ont mis en place une éditorialisation des comptes et le choix de quelques thèmes principalement traités. D'autres peuvent même vouloir créer des habitudes par une programmation voire même une horodiffusion (diffusion à une heure donnée en fonction du public imaginé) des messages. Pour réduire l'incertitude, il s'agit de trouver un juste équilibre entre une présence inactive et une pollution des comptes ; par un travail de filtrage poussé, afin de ne pas renforcer l'infobésité. Concernant l'alerte, elle peut devenir perturbatrice voire conduire à des formes d'addiction, du fait de son caractère ininterrompu. Dans ce registre, il s'agit d'accepter l'événement, l'imprévu caractéristique de l'alerte, le « ça arrive, comme ça », intégré dans une activité en cours ; avoir une attitude « d'attraper des choses au vol » et d'accepter de laisser passer de nombreuses autres. L'acceptation de l'alerte doit s'accompagner de phases de déconnexion pour se concentrer pleinement. Quant à la tactique d'immersion, étant plus complexe, plusieurs formes d'articulation entre activités peuvent se mettre en place dynamiquement à l'instar de ce qui se passait avec la télévision : alternative – concurrence – substitution – association – agglomération (Bertrand, Derèze, Mercier, 1995). Pour réduire l'incertitude, des outils de filtrage doivent être développés au service de l'utilisateur (pas seulement ceux actifs à son insu) pour lui permettre d'articuler ses activités. Ces outils peuvent prendre la forme d'un filtrage de sujet, d'un suivi des listes thématiques pour sortir de l'opposition binaire : immersion vs déconnexion.

Dans cette partie, j'ai voulu analyser un ensemble de systèmes et stratégies développés afin de combattre l'incertitude mais aussi souligner les limites de stratégies visant uniquement à réduire les risques liés à l'incertitude, en négligeant parfois trop les opportunités.

CONCLUSION

De cette analyse de l'incertitude des usages de Twitter, il apparaît une difficulté à penser l'incertitude de manière positive, suivant la démarche proposée par Balandier. Sous un autre angle, l'interrogation vise à questionner ce besoin d'ordre dans notre quotidien. Cette quête d'ordre repose sur la nécessité pour tout être humain d'assurer à ses actions un minimum de « sécurité ontologique » tel que l'a analysée Giddens. Autrement dit, dans un terme suffisant, les choses sur lesquelles repose son rapport au monde ne subiront pas de modifications sensibles. Il s'agit là de la fonction première des rites et rituels (Javeau, 2003). Une piste de recherche possible afin de comprendre cette posture, selon laquelle les chercheurs en sciences humaines et sociales (SHS) ont tendance à analyser l'incertitude dans la société en général, les pratiques d'un dispositif sociotechnique en particulier, en termes de risques, de péril est de l'interroger sous forme d'une question de valeurs. Heinich a analysé ainsi comment la visibilité est devenue une anti-valeur dans le champ de la recherche en SHS (Heinich, 2011). Vis-à-vis d'une approche normative des valeurs, il existe une proposition d'approche pragmatique, à partir des actions en situation concrète. C'est ce type d'approches qui permettrait d'analyser positivement l'incertitude.

BIBLIOGRAPHIE

- AKRICH M. CALLON M. et LATOUR B. (2006), *Sociologie de la traduction : textes fondateurs*, Paris, Ecole des Mines
- AUBERT N. et HAROCHE C. dir. (2011), *Les tyrannies de la visibilité. Etre visible pour exister ?*, Toulouse, Editions Erès
- BALANDIER G. (1988), *Le Désordre, éloge du mouvement*, Paris, Fayard
- BERTRAND G. DEREZE G. et MERCIER P-A. (1995), « De quelques temporalités de la réception télévisuelle », *Recherches en Communication*, n° 3, pp. 137-171
- BOULLIER D. (2009), « Les industries de l'attention : fidélisation, alerte ou immersion », *Réseaux*, 2009/2, n° 154, pp. 231-246
- BOYD D. (2009), « Voyez-vous ce que je vois ? Visibilité des pratiques à travers les réseaux sociaux en ligne », *Conférences Supernova et Le Web*. San Francisco et Paris, 1 et 10 décembre 2009 [En ligne] <http://www.danah.org/papers/talks/2009/SupernovaLeWeb-French.html>
- CARDON D. (2010), « Confiner le clair-obscur : réflexions sur la protection de la vie personnelle sur le web 2.0 », in Millerand Florence, Proulx Serge et Rueff Julien (dir.), *Web social. Mutation de la communication*, Québec, PUQ, pp. 315-328
- COUTANT A. et DOMENGET J-C. (2012), « Une sociologie critique des usages est-elle possible ? Réflexions sur la conciliation d'une posture critique et d'une démarche empirique », in Thomas Heller, Huet Romain et Vidaillet Bénédicte (dir.), *Communications-organisations et pensées critiques*, Lille, PUL Septentrion (à paraître)
- DOMENGET J-C. (2012a), « Construire l'utilisateur de Twitter : producteur-utilisateur, abonné, expert ? », actes du colloque *Publics et pratiques médiatiques EUTIC 2012*, Université de Lorraine, Metz, 17-19 octobre 2012
- DOMENGET J-C, (2012b), « De l'impératif de visibilité aux enjeux éthiques. Les usages de Twitter par des professionnels du Web », in Proulx serge, Millette Mélanie, Heaton Lorna (dir.), *Médias sociaux : enjeux pour la communication*, Québec, PUQ, pp. 217-232
- DOMENGET J-C et COUTANT A. (2012), *Partir des usages pour analyser les systèmes sociotechniques de recommandation*, Journée d'étude « systèmes de recommandation », Paris, CNAM, 11 juin 2012
- ERHENBERG A. (1991), *Le culte de la performance*, Paris, Calmann-Levy

- ERHENBERG A. (1995), *L'individualisme incertain*, Paris, Calmann-Levy
- ERHENBERG A. (2010), *La société du malaise*, Paris, Odile Jacob
- FLICHY P. (1995), *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, La Découverte
- FLICHY P. (2004), « L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société », *Réseaux*, 2004/2, n° 124, pp. 17-51
- HEINICH N. (2011), « Une valeur controversée : les critiques savantes de la visibilité », in Aubert Nicole et Haroche Claudine (coord.), *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister?*, Paris, Éditions Érès, pp. 305-321
- JAUREGUIBERRY F. (2003), *Les branchés du portable. Sociologie des usage*, Paris, PUF
- JAUREGUIBERRY F. et PROULX S. (2011), *Usages et enjeux des technologies de communication*, Toulouse, Eres.
- JAVEAU C. (2003), *Sociologie de la vie quotidienne*, Paris, PUF
- LICOPPE C. (dir.) (2009), *L'évolution des cultures numériques : de la mutation du lien social à l'organisation du travail*, Paris, Fyp Editions
- MILLERAND F. PROULX S. et RUEFF J. (2010), *Web social : mutation de la communication*, Québec, PUQ
- PARISER E. (2011), *The Filter Bubble : What the Internet is Hiding from You*, New-York, Penguin Press
- PROULX S. (2012), « L'irruption des médias sociaux : enjeux éthiques et politiques », in Proulx Serge, Millette Mélanie et Heaton Lorna (dir.), *Médias sociaux : enjeux pour la communication*, Québec, PUQ, pp. 9-31
- REBILLARD F. (2007), *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*, Paris, L'Harmattan.
- SMYRNAIOS N. et RIEDER B. (2011), « Les journalistes français sur Twitter : une étude exploratoire », Communication lors de la Journée d'étude « Sources et flux des news/nouvelles », Université Sorbonne Nouvelle, Paris 3, 12 septembre 2011
- THOUSEAU G. et PELISSIER N. (2012), « De la trace à l'identité numérique : le petit monde de Twitter », in Coutant Alexandre et Stenger Thomas, (dir.), *Identités numériques*, Paris, L'Harmattan, (à paraître)