

# LES MÉFAITS D'UNE GRANDE AUDIENCE SUR TWITTER

LE 18 AOÛT 2010 VALENTIN PRINGUAY

Obtenir un nombre important de followers est, avouons-le, un des objectifs dans la twittosphère. Pourtant il existe aussi des désavantages à en avoir trop : la conversation finit par devenir impossible. C'est l'idée émise par le blogueur Clive Thompson.



Parfois, il y a des histoires qui sont tellement intéressantes qu'il faut juste les raconter. Mais écrire un blog, c'est souvent donner son avis. Je suis pourtant également de ceux qui aiment beaucoup écouter les gens parler et apprendre de leurs paroles. L'article qui suit n'est donc pas véritablement de moi. Il a été écrit par **Clive Thompson sur Wired [EN]** et j'avais juste envie de le traduire pour le partager avec une audience francophone. Bien évidemment, je l'ai enrichi et me suis approprié le sujet.

Et, une fois que vous l'aurez lu, j'espère pouvoir m'enrichir de vos paroles et juste vous écouter en commentaire.

Lorsque nous parlons de réseau social, plus c'est grand, mieux c'est. Du moins, c'est ce que de nombreuses personnes pensent. Plus le nombre de personnes qui vous suivent ou sont amis avec vous est grand, plus vous êtes important et génial. C'est pourquoi nous sommes parfois tellement en admiration devant des personnes qui ont plus d'un million de followers sur Twitter.

Mais avoir une énorme audience sur Twitter peut avoir des points négatifs.

Lorsque vous passez de quelques centaines de followers à une dizaine de milliers, quelque chose d'inattendu se produit : **le principe de réseau social vole en éclat.**

Prenons le cas de l'Américaine **Maureen Evans**.

Cette jeune femme utilise Twitter depuis ses tout débuts en 2006, où elle arriva rapidement à une centaine de followers. Comme de nombreux utilisateurs, elle appréciait la nature des conversations que faisait naître ce medium : un follower répondait à l'un de ses messages et d'autres followers allaient venir immiscer dans la conversation pour faire naître une véritable conversation.

Puis, en 2007, elle commença un petit projet sur Twitter : **publier des recettes**, chacune condensées en 140 caractères. Elle amassa très vite 3000 followers, mais sa communauté en ligne ressemblait toujours à une petite ville : parmi ses habitués, les gens se connaissaient et discutaient entre eux.

Mais alors que son audience grandissait encore et encore, dépassant les 13.000, **le sens de communauté s'évapora**. Les personnes arrêtaient de discuter ou de lui adresser la parole.



**C'était devenu totalement silencieux**



s'étonna-t-elle.

Pourquoi ? Parce que la socialisation ne pouvait plus suivre. **Une fois qu'un groupe a atteint une certaine taille, chaque participant commence de nouveau à s'y sentir anonyme.** Les personnes qui semblaient proches, presque comme des amis, semblent soudainement trop importantes, et donc distantes.

"Elles ont l'impression qu'elles ne peuvent plus être celles qui feront la contribution utile", explique Maureen Evans : donc la conversation s'arrête.

## Retour à une diffusion de type radio ou télévision

Mais Evans n'est pas la seule. Cette histoire semble se répéter chez de nombreuses personnes qui ont gagné en popularité sur Twitter. Avec quelques centaines ou milliers de followers, elles s'amuse – mais dès que l'on franchit une certaine limite, le réseau social s'effondre et les médias sociaux ne sont plus sociaux du tout.

**Il ne s'agit plus vraiment de discuter et de partager** puisque nous retournons à quelque chose qui ressemble d'avantage à une diffusion dans le pur style radio ou télévision.

Une personne avec plusieurs dizaines de milliers de followers va diffuser de l'information sans que les interactions soient aussi riches qu'avec 1000 followers.

Les followers vont partager l'information, la "retweeter", simplement parce qu'il s'agit de la seule chose à faire.

Donner son avis ? Pour quoi faire ? Quelqu'un comme Eric Dupin (@**pressecitron**) doit recevoir plus de trente réponses à la moindre question.

Est-ce que vous pensez qu'il est possible ensuite de remercier/discuter/débattre avec chacune d'elle sans que cela devienne un job à plein temps ?

Lorsque vous avez 1000 followers, vous avez tendance à répondre à toutes les personnes qui vous envoient un message, voire à remercier pour chaque retweet.

Lorsque vous avez atteint 40.000 followers, le choix des personnes à qui répondre se fait de la même façon que sur le standard d'une radio. Cet "auditeur" a des propos intéressants, répondons-lui, donnons-lui la parole... même si cela signifie laisser l'immense majorité des autres personnes dans le silence.

## Un outil pour anticiper un trop grand cercle social ?

Et si la conversation devient plus difficile lorsque le nombre de followers dépasse un certain seuil, ce n'est pas seulement à cause de cette audience qui se sent intimidée. S'il est plus difficile pour les personnes de ressentir la même proximité avec une personne qui a 50.000 followers qu'avec une personne qui en a 500, **la personne en question a aussi tendance à s'auto-censurer.**

En effet, les personnes qui se retrouvent avec une audience énorme ont tendance à écrire de manière plus prudente, un peu comme un homme politique.

Clive Thompson terminait son article en se faisant la réflexion que, peut-être, fallait-il **créer des outils qui récompenseraient l'anonymat**, qui encourageraient à rester dans l'ombre. Il pense aussi à un service qui préviendrait les utilisateurs lorsque le cercle social devient trop grand pour être viable.

Je ne suis pas totalement convaincu par cette approche qui ne fonctionnera pas auprès du grand public, mais il a raison sur un point : être connecté à moins de personnes a un avantage : nous discutons *avec* eux, contrairement au fait de communiquer *vers* eux.

—

Billet initialement publié sur **Web Tribulation**

Image CC Flickr **Desmond Kavanagh**

**PATRICK B.**

le 18 août 2010 - 9:03 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Merci d'en parler. Il faudrait demander à Éric son avis bien sûr, mais cela*

semble évident.

::

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### MICHAEL BOAMAH

le 18 août 2010 - 9:05 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*La solution est évidente et pourtant très simple : supprimer le compteur de visiteurs. Ca n'apporte rien au débat et ça ne sert qu'à alimenter un jeu débile du type "qui a la plus longue?"*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### KRIISIIS

le 18 août 2010 - 9:18 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Hello,*

*J'avais déjà lu cet article sur Web Tribulation dernièrement, ravi de voir qu'il a été repris par une aussi belle plateforme que la votre.*

*Kriisiis*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### THOMAS KIEFFER

le 18 août 2010 - 9:29 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Cela reflète l'un des concepts de découpage inévitable que l'on retrouve dans toute démocratie.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### GUILLAUME

le 18 août 2010 - 9:44 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Il me semble que la possibilité de créer des listes et de s'abonner à celles qui nous intéressent permet de contourner en grande partie ce problème, non ? Il est vrai que ce procédé n'est pas beaucoup utilisé par les gazouilleurs. Dommage...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### FLESSARD

le 18 août 2010 - 9:49 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Et inversement: suivre trop de personne devient impossible. Après 500 followings on commence déjà à ne plus savoir où se donner de la tête. Trop c'est trop. Et c'est donc aussi vrai sur les médias sociaux.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### MSÉBASTIEN

le 18 août 2010 - 10:24 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Hello*

*Le billet me fait penser aux 7 cercles ou aux 7 poignées de mains.*

Du premier cercle où j'échange socialement au dernier cercle où je suis un influenceur ou un spectateur.

Les listes Twitter de chaque compte permettent automatiquement contributeurs, followers et autres inter-acteurs de connaître leur degré d'appartenance, d'être identifié par l'émetteur principal ou initial.

Une fois que j'ai donné mon opinion, il semble logique qu'elle ne m'appartienne plus pour paraphraser un grand de ce monde.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**TIM**

le 18 août 2010 - 10:31 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Le nombre de Dunbar...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**AXIZEBUSINESS**

le 18 août 2010 - 10:46 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

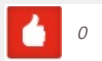


Ou bien c'est tout simplement l'évolution naturelle de Twitter vers un média purement commercial. Où l'objectif serait de réunir le plus de monde intéressé (audience qualifié) qui sont là pour s'informer pour être le premier à bénéficier des scoops.

Connaissez-vous une évolution "naturelle" quelconque arrêtée parce qu'une poignée de gens pensants le voulait ?

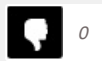
Peut-être que Twitter est l'avenir de l'email marketing, d'émetteur de fil RSS...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**KTORZ**

le 18 août 2010 - 11:19 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

moi j'essaye de régler le problème de façon radicale.

J'ai peu de followers et cela me convient.

Je twitte peu et pour dire des choses qui ne sont pas toujours intéressantes.

Pour moi "social" veut dire partage de l'information mais pas seulement, je fais le ménage une fois par semaine et je regarde qui me follow dans les personnes que je follow:

"I follow U and if some time later U don't follow me: I-> out !"

voilà mon avis.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**VAELENTIN**

le 18 août 2010 - 11:34 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Patrick B. Eric avait répondu à cet article lors de sa publication originale sur mon blog & il était en effet d'accord sur le principe ;)

@Michael Boamah: Je ne pense pas que ce soit aussi simple. Premièrement, Twitter ne retirera jamais ce compteur. Et c'est aussi parce qu'il est devenu nécessaire pour que l'on puisse se faire une idée de qui suivre. Si ce compteur sert à savoir "qui a la plus longue", il sert aussi à reconnaître que la personne qui a 3000 following et 2 followers, ne va être là que pour spammer.

@MSÉBASTIEN: Intéressante comparaison que celle des 7 cercles. Je n'avais jamais fait le rapprochement.

@AXIZEBUSINESS je suis d'accord sur le fait qu'il s'agit d'une évolution naturelle qui, au final, lui donne encore plus d'intérêt pour de nombreuses personnes qui recherche

justement cet aspect "broadcasting" sans avoir besoin d'engager une discussion à chaque fois.

@Guillaume: Je ne suis pas sûr que la création de listes contourne véritablement ce problème. Il rentre dans la même problématique... les listes qui sont suivies sont celle qui ont été créées par des utilisateurs "influents" et les influents sont aussi ceux qui sont à l'intérieur du plus grand nombre de listes. Le serpent se mord un peu la queue.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### PIOUPOL

le 18 août 2010 - 11:46 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je trouve l'article intéressant, bien que les chiffres soient quand même bien peu précis. Ca me rappelle un article qui disait en substance qu'un institut de recherches avait décelé qu'on ne pouvait pas entretenir sérieusement plus de 100 relations, je crois. Mais j'arrive pas à remettre la main dessus.

On observe un peu le phénomène dans les communautés en ligne. Les sites pour adolescents s'auto-détruisent une fois dépassé un certain nombre de membres actifs : les conversations deviennent impersonnelles, il y a plus de sujets à 0 message que de sujets avec réponses, etc. Le but des nouveaux réseaux sociaux est de cloisonner chacune des communautés internes afin de rester dans une taille respectable. A vos papiers !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### DAMIENDOUANI

le 18 août 2010 - 15:47 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

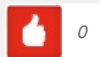


C'est moi ou... ce qui est raconté ici est une évidence absolue ?

La conclusion à y apporter, à mon sens, n'est pas qu'avoir trop de contacts dilue la proximité et la qualité de l'échange, car c'est une évidence logique. En revanche, expliquer aux marques ou aux entreprises "qu'avoir la plus grosse" sur les réseaux sociaux peut être totalement contre-productif, voilà qui serait vraiment disruptif et à contre-courant de la pensée dominante (distillée notamment par les agences) directement liée à la logique d'audience issue des médias "classiques".

Reste ensuite à réfléchir à comment paufiner sa communauté en taille et en influence selon les objectifs à atteindre pour en optimiser la "puissance" d'interaction.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### VAELNTIN

le 19 août 2010 - 11:15 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@DamienDouani : Merci pour ton commentaire. En effet, mon article ne fait qu'enfoncer des portes ouvertes, mais portes ouvertes que de nombreuses personnes (notamment en agence) ont tendance à vouloir refermer. Il est tellement plus facile d'offrir du quantitatif sur Twitter que du qualitatif.

Tu viens en tout cas de me donner une idée pour un autre article ;)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### CENTELM

le 23 novembre 2010 - 23:09 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Il ne faut pas tomber non plus à bras le corps sur les agences dès qu'une utilisation d'un outil ne vous plaît pas. Certaines ont quand même un discours sur la qualité des discussions plutôt que la quantité. Le "qui a la plus grosse" s'appliquera aujourd'hui beaucoup plus à Facebook et ses fans. Je pense que twitter peut, de part son système de conversation et de lecture, miser sur un conversation de qualité bien plus que facebook ne le pourra avec ses murs et ses commentaires. Et j'ai la faiblesse de penser que certaines agences le savent.

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

### 1 ping

Les tweets qui mentionnent Lorsque vous passez de qq centaines de followers à 1 dizaine de millier, le principe de #réseau #social vole en éclat. -- Topsy.com le 18 août 2010 - 9:24

*[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Samuel Dixneuf, delphiki, adilou, agentit, mikaeldorian et des autres. mikaeldorian a dit: Les méfaits d'une grande audience sur #Twitter <http://bit.ly/cuSh5l> [...]*