

TWITTER, RÉSEAU SOCIAL ÉLITISTE?

LE 16 AOÛT 2010 CYRILLE FRANK

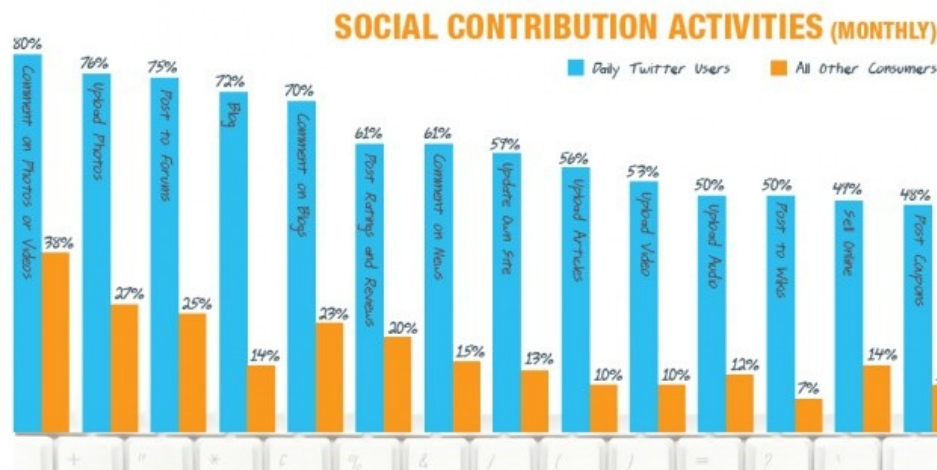
Twitter ne sera jamais grand public, tant son usage semble réservé à une élite. Le réseau de microblogging serait-il trop compliqué à configurer?

La simplicité du principe et son extrême modularité font de Twitter l'outil de communication le plus personnalisable et le réseau social le plus puissant qui soit. C'est précisément pour cela qu'il ne séduira jamais les masses.

Une nouvelle étude d'Exact Target parue le 9 août 2010 montre que les utilisateurs quotidiens de Twitter sont aussi les plus actifs sur Internet.

- 72% publient sur leur blog au moins une fois par mois
- 70% commentent sur d'autres blogs
- 61% écrivent au moins une note produit par mois
- 61% commentent sur des sites d'info
- 56% écrivent des articles pour des sites tiers
- 53% postent des vidéos
- 50% contribuent aux wikis

Ces hyper-actifs ont trois fois plus de chances de charger des photos, quatre fois plus de chances de tenir un blog, et trois fois plus de chances de partager des notes et des critiques que l'utilisateur moyen d'Internet.



Or ces utilisateurs quotidiens sont une minorité, environ 15% si l'on en croît l'étude publiée par la société de conseil Sysomos début 2009. L'analyse qui portait sur l'activité de 11,5 millions de comptes Twitter sur les cinq premiers mois de l'année concluait que :

- 90% des messages sont produits par 10% des utilisateurs
- 93% ont moins de 100 abonnés
- 85% twittent moins de une fois par jour
- 50% n'a pas twitté dans les 7 jours

Donc, si Twitter a dépassé il y a déjà quelques mois les 100 millions d'inscrits, le site de micro-blogging est préempté par une élite sociale, en majorité professionnelle. Cela vaut aussi pour les célébrités qui se servent de l'outil servent à la manière des médias, pour gérer leur popularité et leur capital-image.

Twitter : le lego de l'égo

Twitter est l'Ikea informationnel, le site à monter soi-même, le lego de l'égo. A la base, ce n'est qu'une coquille vide, un réceptacle de flux qu'il faut construire patiemment, abonnement après abonnement, jusqu'à ce que sa time-line soit pleine d'infos pertinentes par rapport à ses goûts et curiosités propres.

Cette ultra-personnalisation de l'outil en fait tout l'intérêt mais également toute la difficulté car le processus de paramétrage de son flux est long et laborieux. Et c'est là que

le bât blesse.

La masse des gens n'a ni le temps ni l'envie de se fader un puzzle de 1000 pièces en revenant du boulot.

D'autant que si l'oiseau bleu semble simplissime dans son principe, il est particulièrement inaccessible dans ses usages pour l'internaute lambda. Interface alambiquée, langage ésotérique (RT, hashtags, @, DM, FF), étiquette précise, besoin d'applications tierces (racourcisseurs d'url, clients...).

Le mythe de la personnalisation de l'info

Twitter témoigne du décalage entre le discours positiviste sur les technologies de l'info et la réalité des usages. On nous promettait grâce à Internet **l'émergence des fameux contenus « à la carte »**, des informations sur mesure qui s'adapteraient à la personnalité de chacun. Puisque les outils le permettaient, la tendance suivrait.

Même illusion lors du déploiement du **plan « informatique pour tous »** de 1985 par le Premier ministre de l'époque, Laurent Fabius. Souvenez-vous de ces dizaines de milliers d'ordinateurs restés dans leurs cartons ou mal utilisés, faute d'avoir pris le temps de former les enseignants.

Même utopie lors de l'émergence des blogs et du web 2.0, dont certains voyaient le signe d'une nouvelle **démocratie participative numérique**.

Même égarement qu'à l'époque des **promesses de démocratisation culturelle** via les **formidables bibliothèques du savoir** en ligne.

Les technologies ne corrigent pas les inégalités

Toutes ces prédictions optimistes, **portées par des geeks et une élite sociale auto-centrée**, se sont brisées sur le réalisme des différences socio-culturelles. Pour bénéficier culturellement des innovations technologiques, il faut en avoir envie et il faut en avoir les moyens économiques (l'argent pour s'équiper), sociaux (l'entourage pour se faire aider) et intellectuels (la formation et l'éducation pour comprendre).

S'agissant de l'envie, l'appétence pour les nouvelles technologies est très dépendante du milieu socio-culturel d'appartenance. Le goût pour la connaissance s'apprend, la curiosité s'éduque que ce soit en matière alimentaire, en art ou en culture.

Ceci est très bien résumé par Eric Guichard docteur en sciences de l'information à l'Ecole des hautes études en sciences sociales (EHESS) :



« Mais entre ces possibles et la réalité, il y a une marge, voire un fossé. Et c'est là que la notion de literacy, ce mélange de culture et d'alphabétisme, prend son sens. L'activité intellectuelle s'acquiert souvent par apprentissage. Il faut environ 20 ans pour maîtriser l'ensemble des instruments et méthodes liés à l'exercice d'une pensée rationnelle. On voit mal comment la diffusion d'objets matériels permettrait de raccourcir ce délai d'apprentissage, si ces objets sont – comme il semble l'être – plus des objets de consommation pure que des outils qui prolongent effectivement les processus d'écriture : on imagine difficilement savoir chercher un livre dans une bibliothèque si on ne sait pas lire, ou devenir mathématicien du simple fait qu'on s'est fait offrir une télévision numérique. »



Lire **l'article entier** ainsi que **sa thèse**

Facebook: l'anti-personnalisation



Le succès croissant de Facebook auprès du grand public témoigne du succès de la logique inverse : la **fourniture d'un service « clé en mains »**. C'est la logique du "push" qui prédomine. On reçoit des informations et sollicitations diverses plus qu'on ne va les chercher.

Ceci est cohérent avec l'usage récréatif de Facebook. Il s'agit de s'amuser entre amis et non de « se prendre la tête » avec un outil qu'il faut construire soi-même.

Cette anti-personnalisation est également en adéquation avec la fonction première de Facebook : **renforcer la socialisation de ses membres**. Pour se faire, l'outil valorise les comportements et opinions communes et pas celles qui se distinguent. D'où notamment l'apparition du bouton « j'aime » qui va dans le sens de cette cohésion pour ne pas dire uniformité sociale. En ce sens **Facebook favorise davantage le collectif que l'individu, et pour caricaturer un brin, serait davantage de gauche quand Twitter serait de droite.**

Twitter ne percera jamais auprès du grand public

Voilà pourquoi l'oiseau bleu est condamné à **rester dans la sphère du BtoB ou à toucher une cible retreinte ultra-éduquée**. Sauf à changer tellement son principe qu'il y perdrait son âme. Comme par exemple intégrer des éléments multimédia ou ne plus limiter le nombre de caractères.

Je rejoins sur ce point Cédric Deniaud qui nous explique sur son blog **les cinq raisons pour lesquelles Twitter ne deviendra jamais grand public**.

En revanche le principe du fil d'actu personnel a déjà fait tâche d'huile puisqu'on le retrouve maintenant sur Facebook, LinkedIn et autres réseaux sociaux.

Mais la personnalisation poussée dans Twitter ou dans les agrégateurs de flux RSS les condamnent irrémédiablement à une certaine confidentialité d'usage. Du moins tant que les écarts socio-culturels n'auront pas été un tant soit peu limités en amont, par l'école, notamment.

—

Article initialement publié sur **mediaculture**

Illustration CC FlickrR **huangjiahui** , **ul_Marga**

MAG

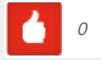
le 16 août 2010 - 15:50 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Merci pour cet article. J'ajouterai qu'en plus de l'élitisme culturel quant à la capacité d'appréhender l'outil et de le configurer, s'ajoute un élitisme thématique. On voit – en France tout du moins – beaucoup de "Twittonautes" échangeant sur les sites web,

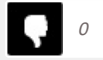
les nouvelles technos, les actualités alors qu'aux Etats-Unis, c'est un outil utilisé beaucoup plus largement. Par exemple, lorsque j'ai fait une recherche sur les hashtag couture et cuisine, j'ai trouvé des échanges en anglais et en espagnol, et ils semblent assez nombreux, et presque pas en français. On peut penser en effet que ces communautés n'ont pas besoin de Twitter (il existe de très nombreux forums, blogs et sites pour échanger des recettes et des informations à long terme) alors qu'au niveau des autres sujets, l'actualité évolue en effet très vite et Twitter se révèle un outil très bien pensé pour échanger en temps réel.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

NOIPROX

le 16 août 2010 - 18:49 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

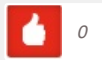


Article très intéressant.

Malgré une poussée médiatique début 2010, Twitter n'a pas convaincu.

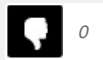
En plus du langage particulier, il faut dire que l'interface du site officiel n'est pas forcément optimisée pour le grand public et qu'il faut donc télécharger (et donc avoir connaissance) des logiciels dédiés pour profiter pleinement de l'outil !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

TEDCARTER

le 17 août 2010 - 20:36 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"Facebook favorise davantage le collectif que l'individu, et pour caricaturer un brin, serait davantage de gauche quand Twitter serait de droite."

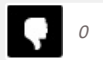
On caricature pas, là c'est n'importe quoi...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

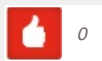
NATH

le 18 août 2010 - 0:51 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



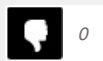
Quel article insipide! Traiter les non-utilisateurs de Twitter de sous-éduqués adeptes de leurs fade quotidien ("La masse des gens n'a ni le temps ni l'envie de se fader un puzzle de 1000 pièces en revenant du boulot"), et finir en balançant une citation complètement dé-contextualisée et qui ne soutient en rien le thèse avancée... La réponse est peut-être beaucoup plus simple : Twitter n'a aucune utilité réelle, c'est pourquoi la populace zombie l'utilise à la marge.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

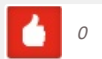
LECTEUR

le 18 août 2010 - 13:38 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



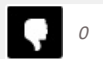
TL;DR: Si Twitter n'est pas mainstream, c'est parce que les gens sont des cons.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

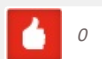
MAXR DE MAXADI

le 19 août 2010 - 7:28 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Twitter n'est pas comparable à Facebook. Ces deux plateformes ont des buts différents. Il est donc normal qu'ils n'aient pas les cibles similaires.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CHOFTY

le 19 août 2010 - 16:50 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



tres bon article et analyse très juste je pense: le progrès technique creuse plus l'écart entre les individus qu'il ne le réduit, même s'il est bon pour tous in fine.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CYCERON

le 23 août 2010 - 17:25 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@ Mag Intéressante réflexion que vous avez sur la spécialisation HT plus forte en France... J'en prends bonne note merci :)

@ Noixprox oui c'est exactement cela, j'ai peur cependant qu'avec l'irri-uption toute récente des fonctionnalités de recommandation d'amis, Twitter cherche à imiter Facebook et perde justement son âme et sa spécificité...

@nath je pense que vous n'avez pas utilisé l'outil pour dire qu'il n'a aucune utilité. Et je pense que vous n'avez pas compris mon propos, il n'y a aucun mépris, bien au contraire.

@Tedcarter : j'ai forcé le trait pour interpeler, mais individualisme versus collectif sont bien des valeurs qui fondent la droite et la gauche, entre autres valeurs, c'est là où le propos ne se résume pas à dire Facebook c'est pour les gauchistes, Twitter pour les gens de droite...

@MaxR de Maxadi : Certes, mais en quoi cela m'empêche-t-il de les comparer ?

@chofty : je vois que nous sommes complètement d'accord:)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

LA MACHINE A ECRIRE

le 6 septembre 2010 - 21:08 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Encore, une fois, je suis heureux de me sentir en communion avec votre pensée. Le distinguo que vous faites entre Facebook et Twitter me semble parfaitement juste : il m'est toujours aussi difficile d'expliquer quel intérêt peut avoir Twitter. L'interface demeure hermétique à l'internaute moyen.

Il me semble pourtant que Facebook n'est pas si "gauchisant" qu'il en a l'air a priori. Twitter, par l'économie de moyen mis en oeuvre, par son minimalisme est assez proche de l'internet dès début, lorsqu'entre scientifiques on s'échangeait des infos, des idées à travers un web pour universitaires ! Twitter offre une communion d'idées et d'infos, là où Facebook est une "orgie" de consommation, d'identification à des marques ou des comportements sociaux.

On pourrait à la rigueur fomenter une révolution sur Twitter, sur Facebook on se contenterait de faire des achats groupés !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CYRILLE FRANK

le 6 septembre 2010 - 21:48 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@ LA MACHINE A ECRIRE,

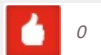
Heureux de trouver quelque écho à ma réflexion :)

Ne vous y trompez pas, je ne réduis pas Facebook à un repaire de gauchistes. Il y a naturellement de tout, mais disons que son principe de fonctionnement est plus communautariste que celui de Twitter. J'ai volontairement forcé le trait pour interpeler. Sartre ne faisait pas autrement lorsqu'il provoquait avec un "l'existence précède l'essence", (sans prétendre me comparer au brillant philosophe)

Un autre article paru sur mon blog <http://www.mediaculture.fr> s'intitule "réseaux sociaux : bienvenue dans la matrice", voyez que je pense exactement comme vous. Une confortable et assoupissante fusion sociale, négation lente des particularismes et de l'individu.

A bientôt :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

LENOU

le 4 janvier 2011 - 14:27 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Petite faute de frappe à trouver dans cette phrase ;) : " rester dans la sphère du BtoB ou à toucher une cible retreinte ultra-éduquée. "

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

MARTIN

le 14 juillet 2011 - 0:20 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



le rapport de ces faits arrive en deuxième position sur la liste des liens répertoriés sur google..

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

8 pings

Les tweets qui mentionnent Twitter, réseau social élitiste? » Article » OWNI, Digital Journalism -- Topsy.com le 16 août 2010 - 12:33

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par damien douani et c.m., Valentin Squirelo. Valentin Squirelo a dit: Twitter, réseau social élitiste? » Article » OWNI, Digital Journalism <http://bit.ly/aNrGOP> [...]

Les tweets qui mentionnent Twitter, réseau social élitiste? » Article » OWNI, Digital Journalism -- Topsy.com le 16 août 2010 - 17:25

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par J-Philippe MATHIEU et Dorian Van Bever, Christian Amauger. Christian Amauger a dit: Twitter, réseau social élitiste? #OWNI <http://ow.ly/2qaoc> [...]

A lire ailleurs du 16/08/2010 au 23/08/2010 | trafic-internet.net le 23 août 2010 - 5:01

[...] Twitter, réseau social élitiste ?- Owni [...]

Carte d'identité numérique, usurpation, géolocalisation, référencement... » Le Blog du Personal Branding le 15 septembre 2010 - 12:39

[...] actuellement 145 millions d'inscrits et 300 applications mais il serait considéré comme un réseau social élitiste selon [...]

Twitter, sexe et love stories | Locita le 30 septembre 2010 - 17:16

[...] des ressources journalistiques et politiques et une grosse culture Geek. Comme le signale Cyrille Frank, dans son article sur Owni, l'oiseau bleu made in France est réservé au B to B et à une population restreinte et ultra [...]

Twitter, carré VIP élitiste ou véritable outil d'information ? | Geeko le 20 novembre 2010 - 15:57

[...] est plus influent, le passionné qu'il est plus passionné, le râleur qui râle plus, etc. «

Twitter est le légo de l'ego », écrivait joliment Cyrille Franck sur [...]

TV augmentée, l'âge de raison | PR2Peer le 18 décembre 2010 - 14:51

[...] – avec leurs communautés respectives sur Facebook. Ce sont quelques dizaines de milliers de « leaders d'opinion » et autres trendsetters français (plus de 100 millions dans le monde apparemment) qui peuvent échanger de manière encore [...]

Bilan des 1 an de Twun.ch « Twunch Blog le 18 janvier 2011 - 23:39

[...] qui ne me surprend pas trop compte tenu du profil des utilisateurs Twitter. Voir l'article d'OWNI : Le site de micro-blogging est préempté par une élite sociale, en majorité professionnelle. [...]