

NON, LA DISPERSION DES COMMENTAIRES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX NE VA PAS TUER LES BLOGS

LE 5 OCTOBRE 2009 STANISLAS JOURDAN

Le récent débat chez TechToc.tv sur le thème : "Twitter vs FriendFeed/Facebook : les enjeux profonds d'une querelle faussement anecdotique" a soulevé des problématiques intéressantes autour du danger potentiel de certains réseaux sociaux (FriendFeed par exemple) pour le nouvel écosystème de l'information sur internet. Voir les plateaux TV : première partie et seconde partie ainsi que [...]



Le récent débat chez TechToc.tv sur le thème

: "Twitter vs FriendFeed/Facebook : les enjeux profonds d'une querelle faussement anecdotique" a soulevé des problématiques intéressantes autour du danger potentiel de certains réseaux sociaux (FriendFeed par exemple) pour le nouvel écosystème de l'information sur internet.

Voir les plateaux TV : **première partie** et **seconde partie** ainsi que **l'article de Fabrice Epelboin** (ou plutôt la discussion qui suit).

Pour résumer en gros le cœur du débat : les services comme FriendFeed (et bientôt Facebook) qui déportent les commentaires vers eux sont mauvais pour l'écosystème de l'information sur internet. En effet, il est vrai que la valeur intrinsèque des blogs est en grande partie constituée des commentaires accompagnant chaque billet, c'est à dire sur la communauté qui entoure le blogueur (ce que les médias traditionnels n'ont pas su faire). Priver les blogueurs de commentaires est donc un danger important pour les blogueurs et donc le nouvel écosystème de l'information qui est en train de se mettre en place avec internet.

Cette démonstration est certes implacable sur le papier, néanmoins j'y trouve des choses à redire qui (j'estime) méritent un billet. Ces idées ne sont que le prolongement de ce que j'ai (tenté) de dire sur le plateau, mais il est vrai que ce plateau m'a justement permis de mettre un peu d'ordre dans mes pensées. Alors, autant continuer à faire avancer le débat (maintenant que les bases sont bien posées, notamment grâce au travail de Frédéric Bascunana sur TechTocTV ;-).

Peut-on interdire aux gens de discuter au bistrot ?

Mon premier point est aussi simple que cela : quoi qu'on en pense, quelque soit l'utilité de le faire, on ne peut empêcher aux gens de discuter d'un quelconque contenu ailleurs que sur le support initial de sa publication.

Ainsi, de même que les gens passent leur temps à commenter l'actualité au bistrot du coin, on ne peut les empêcher de discuter d'articles de blogs sur d'autres réseaux/médias sociaux que le blog sur lequel il a été publié.

L'éclatement des commentaires est donc inéluctable... d'autant plus que de plus en plus d'outils le proposent. FriendFeed va certes mourir un jour, mais d'autres feront exactement la même chose demain : facebook en premier lieu bien sûr, mais aussi **Sidewiki**, Google Reader, **Twitter** (et oui!) voir même un quelconque site de social-bookmarking comme **diigo**...

C'est certes dommage (notamment dans le cas de FriendFeed, puisque les utilisateurs du site sont plutôt des utilisateurs avertis d'internet – et donc potentiellement des commentateurs intéressants), mais ne voyons pas tout noir : **c'est un moindre mal sur internet que dans les bistros puisque plus on parle d'un article (sur internet), plus celui-ci bénéficie de liens l'y renvoyant.**

Problème de la gestion des commentaires... côté lecteur !

De plus, même si **les solutions de type backtype sont encore imparfaites** (problème de la gestion de plusieurs conversations en parallèles comme l'explique bien Fabrice en les comparant à des salons), j'aurais tendance à renverser le problème en me plaçant du côté lecteur. **Ca fait bien trop longtemps qu'il est bien fastidieux de suivre et participer aux conversations de blogs.** Ca fait longtemps que j'attends un service me permettant de répondre à ce besoin, et je ne suis certainement pas le seul...

La bonne nouvelle viendra peut être de Wave, qui pourra peut être nous permettre de suivre et participer à une discussion de blog sans avoir à se rendre sur le site de l'article (vous me direz, cela va nuire au trafic du site...).

Le revers de la médaille pour les médias sociaux

Ce que je reproche également à la thèse de Fabrice, c'est qu'elle ne se base que sur des hypothèses prises à un instant T, et omet donc (peut être ?) de considérer les évolutions futures d'autres variables. Et je pense bien sûr au nombre d'internautes "actifs" sur le net (entendre par là les internautes qui lisent les blogs, commentent, partagent, bookmarkent etc).

Car après tout, sur les 33 millions d'internautes français (ce qui écarte déjà de nombreuses personnes), combien lisent régulièrement les blogs ? Combien s'informent vraiment via les médias sociaux en général ? Je n'ai malheureusement pas de chiffres sous la main (ceci est un appel public à vos contributions!), mais quand je regarde mon entourage, je me dis que ce ratio ne doit pas être bien élevé... Selon moi la révolution numérique des usages n'est encore qu'au stade de la germination...



Évolution de la fréquentation de quelques médias traditionnels. Source : **Google Trends**

Je suis ainsi persuadé que les médias sociaux vont devenir la source d'information numéro 1 de la majorité des gens. Tout d'abord "grâce" à l'échec des médias traditionnels à s'adapter à la nouvelle donne numérique, mais également (et surtout) **grâce aux réseaux sociaux qui vont multiplier les connections entre les internautes et ces nouveaux médias.** D'où le rôle de facebook...

L'impact de facebook sur les usages



Les outils/réseaux sociaux sont en train de

modifier nos usages, et Facebook est à ce titre un exemple frappant. Avec la nouvelle version de Facebook présentée en Avril dernier (apparition d'une timeline à la FriendFeed, les likes et les commentaires en dessous) j'ai pu remarquer que l'usage de mes contacts a énormément changé. Depuis, ma timeline est complètement surchargée de posts en tout genre, ce qui démontre que les gens aiment partager leurs découvertes (et provoquent parfois des discussions...). D'ailleurs, chiffres à l'appui, Facebook serait devenu **le premier site de partage de contenu...**

Alors bien sûr, pour le moment, le niveau est un peu "ras les pâquerettes" comme diraient certains (NB : je parle de mon expérience personnelle de Facebook, il se peut que d'autres puissent en dire tout autrement – ce que je serais d'ailleurs ravi d'apprendre), mais avec le temps, et aussi avec la diminution de l'intimité de son profil, **j'anticipe une augmentation croissante des partages d'articles de blogs ou autres médias internet sur facebook**

(entre autres hein). Je remarque déjà cette tendance parmi mes contacts facebook, il n'y a pas de raison que cela s'arrête comme ça...

Besoin d'agrégateurs sociaux

Alors bien sûr, c'est là que Fabrice tique, puisqu'il se dit : "Arg, les gens vont commenter là bas!" ;-). Et il a raison quand il dit que au moins sur twitter on ne peut pas : c'est du lien et juste du lien. Et de vanter ensuite des agrégateurs "vertueux" comme **aaaliens** par exemple ... Mais à nouveau, je fais appel à un peu de réalisme :

Twitter n'est pas un bon agrégateur : le bruit y est un fléau pour le commun des mortels. **La plupart des utilisateurs ne dépassent pas les 2 twitts...**

Qui connaît aaaliens en dehors de la petite troupe de blogueurs/journalistes qui y contribuent ?

Les internautes sont sur facebook (**12 millions d'utilisateurs en France**)... !

Je comprends donc les craintes que facebook représente, mais **j'y vois également une opportunité énorme pour les nouveaux médias (en terme d'audience)...**

Les internautes ne vont pas seulement sur internet pour s'informer (à l'origine), **ils passent de plus en plus de temps sur les réseaux sociaux**. Mais mon petit doigt me dit que si en plus de se socialiser sur les réseaux sociaux, ils ont également accès à du savoir sélectionné par leurs amis, ça pourrait les intéresser...

En d'autres termes, socialisation et accès à information sont 2 activités qui s'entraînent l'une l'autre. C'est d'ailleurs également valable pour twitter : nous n'y passerions probablement pas autant de temps si ce n'était pas aussi un lieu de conversation (avec ce côté informel assez plaisant)...

Mais revenons un peu au sujet initial...

La fin des commentaires de blog ?

Je n'y crois pas une seconde. Tout d'abord pour une raison simple qui est que commenter sur un blog est un moyen intéressant de faire valoir ses arguments et pourquoi pas se promouvoir. De même le commentaire de blog appelle bien souvent à la réponse de l'auteur. **Beaucoup de commentateurs n'ont pas intérêt à aller planquer leur commentaires sur facebook !**

Les blogs appartiennent à des communautés. **Aussi longtemps que vivront ces communautés, il y aura toujours des conversations** (autrement dit on en a encore pour un bout de temps :).

L'augmentation de l'audience que j'anticipe entrainera mécaniquement l'augmentation du nombre de commentateurs.

Conclusion :

J'arrive à la fin de ce long et fastidieux billet (pas facile de mettre en forme tout ça !). Si vous lisez cette phrase c'est donc que vous avez réussi à le lire jusqu'au bout (bravo!). Pour les autres, résumons un peu le tout :

Je rejoins clairement **le point de vue de Louis Gray : la dispersion des commentaires est inéluctable** (et a d'ailleurs commencé depuis bien longtemps).

Il est donc inutile de vouloir lutter contre, on peut en revanche tenter de **proposer des meilleurs outils** pour les lecteurs afin de "limiter la casse" (je pense bien sûr à un outil de suivi/gestion distribué des commentaires que j'attends depuis bien longtemps).

Avec l'abondance d'information disponible, les internautes ont besoin d'agrégateurs/filtres : **aller là où ils sont déjà me semble la meilleure stratégie...** A condition d'attendre patiemment l'évolution des usages !

Enfin, la dispersion des commentaires c'est aussi un peu le revers de la médaille : **une conséquence subsidiaire d'un intérêt croissant pour les nouveaux médias**.

Et ça c'est bien :

Billet initialement publié sur Tête de Quenelle !

— — —

Crédit photo : **Annie Mole** cc

A lire ailleurs :

Les utilisateurs de Twitter ont du mal à suivre – Ecrans.fr

Comment FriendFeed va changer Facebook – RWW France

Vous utilisez tous les médias sociaux ! – MédiasSociaux.com