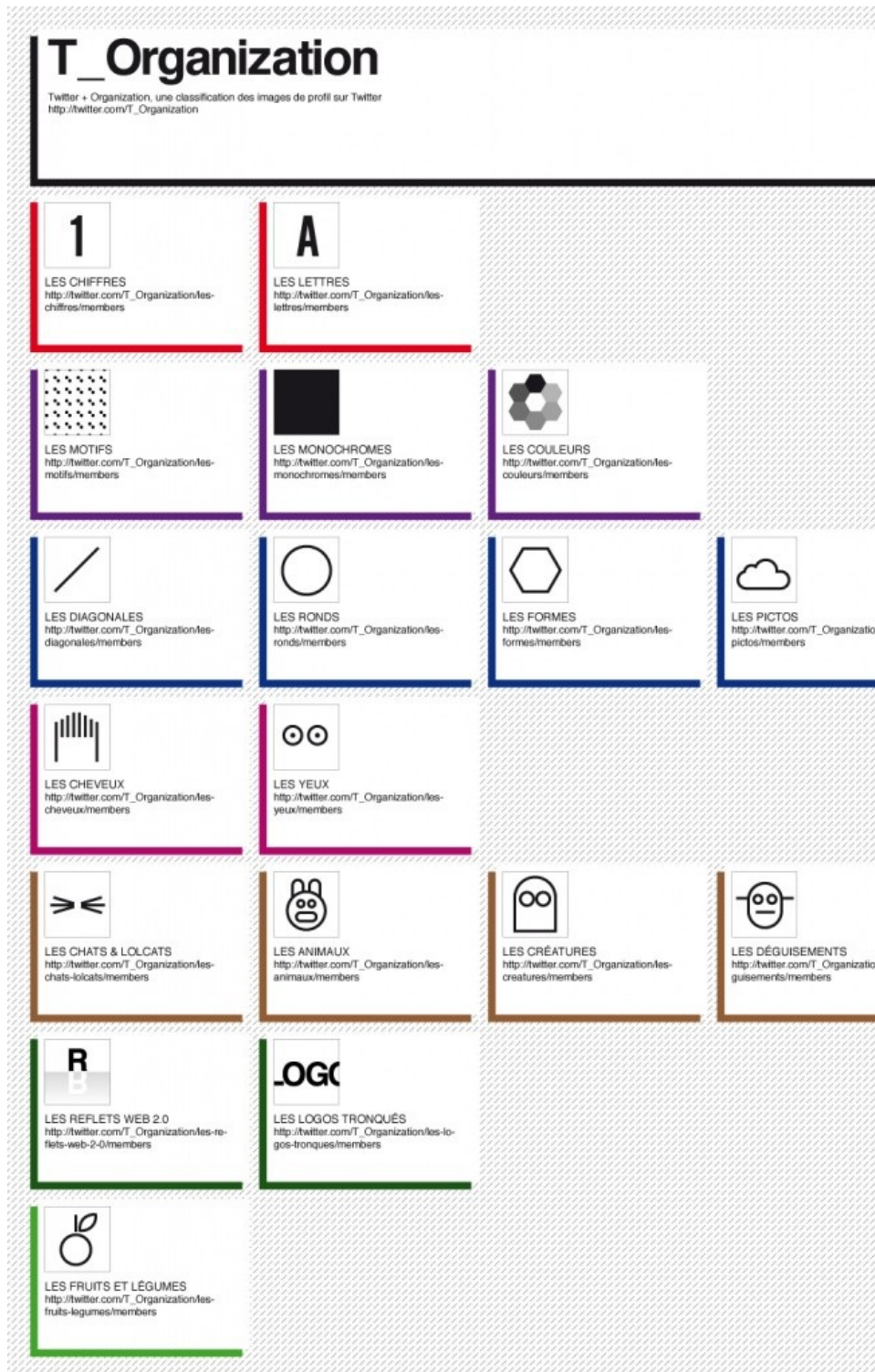


TA (NON) GUEULE SUR TWITTER

LE 21 AVRIL 2010 FLORENT GUERLAIN

Sur Facebook, la plupart des utilisateurs utilisent une photo d'eux-mêmes sur leur profil. Sur Twitter, il semblerait que l'utilisation des avatars soit plus courante. Une petite observation de cet état de fait, avec de jolies images dedans.

Sur Facebook, la plupart des utilisateurs utilisent une photo d'eux-mêmes sur leur profil. Sur Twitter, il semblerait que l'utilisation des avatars soit plus courante. Une petite observation de cet état de fait, avec de jolies images dedans.



Twitter n'est pas Facebook sous bien des aspects. Si la logique veut que sur Facebook

une grande majorité des utilisateurs utilisent comme image de profil une photo d'eux même, sur Twitter la chose est moins évidente.

Sur Facebook l'image de profil est souvent directement liée à l'identité civile puisqu'il s'agit en général d'une photo de soi. L'utilisateur utilise son vrai nom et délivre la plupart du temps des informations véridiques sur lui même (sexe, âge, statut matrimonial...). Il s'adresse à une majorité de gens connus "in real life" (famille, amis, collègues), il est donc quasi logique devant tant de transparence d'utiliser une photo de soi comme photo de profil.

Pendant ce temps **les utilisateurs de Twitter** me donnent l'impression qu'ils **fonctionnent plus comme des "marques"**. Souvent, une grande part des tweets émis ne sont pas forcément en relation avec l'utilisateur lui même, il s'agit plus d'une sélection de tweets (et de retweets) en relation avec la profession ou certains thèmes ou intérêts précis. Ces messages sont adressés à des followers qui ne sont justement ni la famille, ni les amis puisque généralement la part de followers "famille-amis" est diluée dans une grande partie de followers inconnus ou peu connus dans la "vraie vie".

Autrement dit, pourquoi utiliser une photo de soi si le contenu que l'on délivre ne nous concerne pas directement ?

Sur Twitter, le mode privé est moins étoffé que sur Facebook, soit tous les tweets sont ouverts à tout le monde et donc lisibles par tous, soit pour les comptes "privés" les followers "acceptés" sont les seuls à pouvoir lire les tweets.



















Pas de possibilité de moduler la visibilité d'un tweet à une certaine catégorie (pas de distinction proches, collègues, etc.). N'importe qui peut donc voir le profil d'un utilisateur et n'importe qui relais un tweet (RT) comme bon lui semble. Peut être que l'association photo de profil / tweets (et commentaires sur le tweet) peut amener à ne pas forcément utiliser une photo de soi sur Twitter ? (C'est une question que je me pose sérieusement).

UNE TENDANCE À LA "LOGOÏSATION" DE SOI

J'observe donc sur Twitter **une tendance à la "logoïsation" de soi** (de son image en tout cas) où l'utilisateur fonctionne un peu comme une marque. Un choix de ligne éditorial, un choix du ton que l'on donne à ses tweets et un travail d'identité (certes limité mais quand même significatif) à travers cette fameuse image de profil et les quelques couleurs que Twitter permet de personnaliser (et mine de rien, cette possibilité de personnalisation ajoute une sacrée différence face à Facebook).

Je remarque aussi un **changement d'image de profil moins fréquent que sur Facebook**. Pourquoi une fois cette image connue un utilisateur la changerait t-il au risque de ne plus être reconnu parmi l'avalanche incessante de tweets ? (Là aussi il y a un petit parallèle à faire avec le fonctionnement d'une marque qui n'a pas d'intérêt particulier à changer son logo/image de marque tout les deux jours).

Tout ça pour vous expliquer ma petite expérience d'observation des images de profil Tweeter sur un petit panel d'un peu plus de 450 profils en piochant dans mes followers et dans les followers de mes followers. Un travail de classification des images de profils fait il y a deux mois (d'après mes constatation à peine une dizaine de personnes ont changés d'avatars depuis et ne correspondent plus à la classification de départ) sur le compte **twitter.com/T_Organization**.

 les-chiffres	Abonnements: 7 Abonnés: 0
 les-motifs	Abonnements: 6 Abonnés: 0
 les-diagonales	Abonnements: 15 Abonnés: 0
 les-cheveux	Abonnements: 2 Abonnés: 0
 les-couleurs	Abonnements: 27 Abonnés: 0
 les-reflets-web-2-0	Abonnements: 42 Abonnés: 0
 les-chats-lolcats	Abonnements: 9 Abonnés: 0
 les-monochromes	Abonnements: 7 Abonnés: 0
 les-logos-tronques	Abonnements: 27 Abonnés: 0
 les-d-guiselements	Abonnements: 7 Abonnés: 1
 les-ronds	Abonnements: 67 Abonnés: 0
 les-fruits-legumes	Abonnements: 4 Abonnés: 0
 les-pictos	Abonnements: 20 Abonnés: 0
 les-yeux	Abonnements: 14 Abonnés: 0
 les-animaux	Abonnements: 34 Abonnés: 1
 les-creatures	Abonnements: 13 Abonnés: 0
 les-formes	Abonnements: 39 Abonnés: 1
 les-lettres	Abonnements: 83 Abonnés: 0

Les monochromes



if_you_could

If You Could

A little too close? If #google could use the same punchline as @if_you_could → <http://www.google.com/doodle4google/index.html> (via @plmd) il y a 2 mois
Your lists: les-monochromes



Clyne

Paris

Your lists: les-monochromes



TBWACorporate

TBWA Corporate | Paris

RT @nicolasbordas: Le débat "'peux t on industrialiser la creativite ?" démarre now Live sur <http://www.semaine-pub.com>
11:40 PM Mar 29th
Your lists: les-monochromes



piratalondon

London

On our way to Revolution Awards. Fingers crossed! 7:20 AM Apr 8th
Your lists: les-monochromes

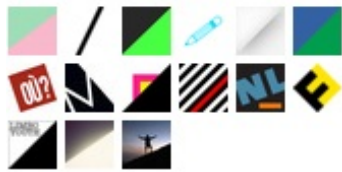


mlemme

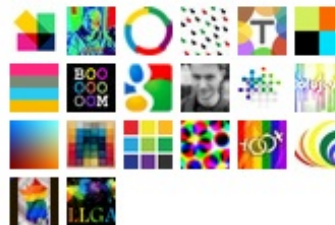
Michael Lemme

#ff #followfriday @HardRockMemo I'm tellin' you. 9:02 AM Apr 16th
Your lists: les-monochromes

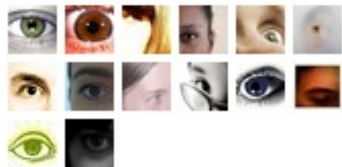
Les diagonales



Les couleurs



Les yeux



Les lettres



Les ronds



Les formes



Les reflets web 2.0



Les logos tronqués



ALORS, QUE PEUT-ON OBSERVER ?

- Que la mode du **logo reflet web 2.0** est (malheureusement) toujours en vogue. C'est violemment vilain, mais ça n'empêche pas des entreprises ou des utilisateurs de Twitter tout à fait respectables de se servir ce petit effet à deux balles (il faudra leur dire que c'est moche et inutile un jour).

- Que **l'image est affichée dans un format de 73x73 pixels. Ce format est petit.** Beaucoup ont compris que ce n'était pas un 4x3 qui permettait d'afficher une belle grosse masse d'informations et qu'il était plus judicieux d'utiliser un logo ou juste une **lettre** ou un **chiffre**.

- Que **l'image est affichée dans un format de 73x73 pixels. Ce format est petit.** Beaucoup n'ont pas encore compris que ce n'était pas un 4x3 qui permettait d'afficher une belle grosse masse d'informations et qu'il était plus judicieux d'utiliser un logo, une lettre ou un chiffre et s'obstinent donc à vouloir afficher le nom de leur entreprise ou de leur site en entier qui est retaillé automatiquement dans le bon format... et donc tronqué. Une belle collection de **logos tronqués** donc...

- Que **l'image est affichée dans un format de 73x73 pixels. Ce format est petit.** Un nombre significatifs de profils optent pour la solution du zoom sur une partie du visage (**les yeux** par exemple).

- Que le **lolcat** et les **animaux** en général sont toujours en bonne position sur l'Internet ... et

sur Twitter donc.

- Que **les formes géométriques** (beaucoup de **ronds**), **les motifs**, **les pictos**, et les choses simples sont présentes en masse. Et dans une moindre mesure on trouve aussi quelques **fruits et légumes**, **des déguisements** et des petites **créatures**.

(Il y a forcément d'autres catégories à établir, mais je n'avais pas la prétention d'établir un compte-rendu exhaustif).

> Article initialement publié sur Zukunft

N_AYA

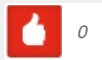
le 21 avril 2010 - 16:18 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Le fait que les avatars animés (ex : <http://twitter.com/PierreTran/anime>) ne soit pas mentionné m'outre au plus haut point! mais bon beau boulot quand même ;)

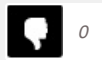
[WORDPRESS HASHCASH] The poster sent us '0 which is not a hashcash value.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

N_AYA

le 21 avril 2010 - 16:21 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Si vous pouviez installer sur owni le plugin qui permet de modifier son commentaire dans les 30 s qui suivent le clic sur -ENVOYER- ça me permettrait de rejoutés "-ent" à "soit" (et un " s " à "mentionné"). Bon ok la prochaine fois je me relis...

[WORDPRESS HASHCASH] The poster sent us '0 which is not a hashcash value.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ADMIN

le 21 avril 2010 - 16:32 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@n_aya: on y pensera :)

[WORDPRESS HASHCASH] The poster sent us '0 which is not a hashcash value.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

2 pings

[uberVU - social comments](#) le 21 avril 2010 - 17:12

Social comments and analytics for this post...

This post was mentioned on Twitter by mathemagie: [#owni] Ta (non) gueule sur Twitter <http://goo.gl/fb/QYS2D...>

Ta (non) gueule sur Twitter | Celebs in the City ! Fashion le 21 avril 2010 - 18:46

[...] post: Ta (non) gueule sur Twitter AKPC_IDS += "3605,";Popularity: unranked [?] April 21, 2010 // [...]

Ta (non) gueule sur Twitter | Geek-Commerce le 31 janvier 2012 - 8:52

[...] soit plus courante. Une petite observation de cet état de fait, avec de jolies images dedans. Via owni.fr Claire GUILLON 31/01/2012 Non classé Facebookfacebook TwitterTwitter [...]

