

Analyser les réseaux socio-numériques : questionner les méthodes

Université de Toulouse Jean Jaurès

28 et 29 mars 2024



Apparus dans le paysage médiatique et numérique au milieu des années 2000, les réseaux socio-numériques ont profondément modifié les communications interpersonnelles en ligne, puis la communication des organisations. Ils ont ainsi réduit tendanciellement la dimension documentaire du *world wide web* de Tim Berners Lee, bien au-delà de ce que permettaient jusqu'alors le courrier électronique, les forums et les blogs, utilisant le caractère hypertextuel du *medium* pour introduire des fonctionnalités conversationnelles de surface, s'appuyant sur l'idéologie participative du web 2.0 (Rebillard, 2011) pour augmenter l'engagement de l'utilisateur et mieux en aspirer les données d'usage :

- fonctionnalités textuelles d'abord : fil d'actualité (2006), page, réponse (*reply*), *hashtag* (2007), *like*, *retweet* (2009), *timeline* (2011) etc... ;
- puis graphiques et audiovisuelles : *Stories* sur Snapchat (2012), *Vine* (2013) puis *Moments* (2015) sur Twitter, *Reactions* (2015) puis *Live* (2016) sur Facebook, pour ne citer que les principales.

Dans le même temps, la communication numérique s'est structurée, professionnalisée et institutionnalisée : les organisations ont investi le web en développant leurs sites, progressivement devenus espaces de communication externe, de représentation identitaire, de valorisation du discours et des valeurs de l'organisation (Le Deuff, 2013 ; Andonova et Vacher, 2013). D'abord rétives à une certaine horizontalité de la prise de parole des premiers usages inter-individuels des réseaux sociaux numériques, qui malmenaient les habituelles autorités médiatiques, les organisations ont dans un second temps intégré ces nouvelles modalités à leurs stratégies de communication, étendues à la dimension communautaire, en phase avec leur adoption d'un discours de marque. Pour accompagner ce changement de cap, de nouvelles compétences et catégories professionnelles apparaissent : *community manager*, *social media manager*, recrutés dans un premier temps parmi les internautes les plus diserts et les plus compétents, amateurs dans leur statut, mais influents par leurs publications, tandis que se développe le webmarketing et ses nouvelles techniques de prospection. Aujourd'hui entrée dans les usages, faisant partie de la panoplie des outils des organisations formelles ou informelles, la communication numérique passe nécessairement par un usage au moins tactique, sinon stratégique des réseaux sociaux numériques.

Les sciences humaines et sociales n'ont pas manqué d'étudier ces phénomènes, en focalisant leurs investigations sur quatre axes principaux :

- l'axe ethno-sociologique, selon lequel elles ont cherché à repérer quels étaient les acteurs sociaux praticiens des plateformes, quelles modifications ces nouvelles pratiques socio-communicationnelles ont introduit au sein des organisations (Pinède, 2019), ou encore comment l'avènement des réseaux sociaux numériques a bousculé les institutions et les organisations, économiques ou politiques (Cardon et Granjon, 2013 ; Mercier, 2018 ; Tufekci, 2019). D'un autre côté, de nombreux travaux se sont penchés sur l'influence des plateformes sociales numériques sur les rapports intra- et inter-individuels (Cardon 2008 ; Cardon, Fouétilou et Roth 2014 ; Georges 2009, 2011 ; Rallet et Rochelandet 2013 ; Rey 2014, Martin et Dagiral, 2021) et des groupes sociaux (Casilli, 2010 ; Martin et Dagiral, 2016 ; Liénard, 2018);
- l'axe socio-technique, qui tente de mettre en relation les usages et leurs conditions techniques d'avènement, en s'interrogeant sur l'incidence des technologies sur les productions, ou, en reprenant la terminologie de Mc Luhan, sur l'influence du médium sur le message : les réflexions portent alors sur la dimension programmatique, voire algorithmique de l'organisation des plateformes sociales numériques (Cardon, 2015) et sur la part du dispositif socio-technique dans la production des échanges (Martin et Dagiral, 2016, 2017) ;
- l'axe socio-discursif, qui vise à repérer les expressions des modèles sociaux au travers des expressions langagières manifestées sur les plateformes, majoritairement à l'aide d'outils textométriques permettant de constituer de vastes

corpus d'échanges sur les plateformes, et de repérer des lignes de forces socio-politiques dans les échanges parfois virulents autour des questions sociales vives (Smyrnaiois, Sebbah, 2019) ;

- l'axe sémio-discursif, attaché à décrire la circulation des discours sous leurs diverses formes : textes, images, audiovisuels (Gunthert, 2016).

Toutefois, ces quatre entrées principales n'épuisent pas l'immensité des données échangées sur les plateformes socionumériques, ni la diversité de leurs approches. En effet, les questions méthodologiques restent ouvertes, principalement dans la manière d'articuler la dimension quantitative, qui se massifie grâce à la collecte systématique et exponentielle des données d'usage, et la dimension qualitative, qui, corrélativement, peut apparaître diluée, sans représentativité eu égard aux milliards d'utilisateurs et au Big Data que représentent leurs données. Enfin, l'approche technique se heurte aux compétences nécessaires pour accéder à la dimension informatique des dispositifs, d'autant plus prégnante que contrairement aux sites web, l'ensemble des interactions avec les interfaces se joue du côté des serveurs propriétaires des plateformes, qui entretiennent un secret sourcilieux sur les données qu'elles monétisent, et ne donnent qu'un accès de plus en plus limité aux investigations des chercheurs-e-s. D'autres approches, plus rares, tentent de s'appuyer sur le discours des développeurs, voire leur observation participante, pour comprendre ce qui se joue derrière les interfaces. Et parfois, c'est l'entrée économique qui permet de lever un peu le voile sur les agissements programmés des plateformes et leur implémentation au sein des interfaces des applications, en s'appuyant sur les éléments de monétisation de ces dernières, qu'elles dévoilent en partie dans leur discours commercial auprès de leurs clients professionnels : les promesses de service permettent alors d'entrevoir des choix de programmation orientés.

Malgré les synthèses méthodologiques déjà publiées, et parfois conséquentes (Sloan et Quan-Haase, 2022 ; Venturini *et al.*, 2014), l'objet *réseau socionumérique* est loin d'avoir été épuisé : réseau, puis média, puis plateforme, il a également progressivement changé de dénomination sans qu'il y ait de stabilisation : réseau dans l'usage populaire, média dans le champ communicationnel, qui y retrouve mieux ses marques et ses enjeux, plateforme dans une prise en compte du couplage entre modèle économique et modèle social (Bigot *et al.*, 2021 ; Rees-Roberts et Rochelandet, 2022 ; Greffet, 2022), c'est un objet protéiforme, pluridimensionnel et multimodal, qui est un défi permanent et sans cesse renouvelé à qui veut tenter d'en mettre à jour l'intelligibilité.

Après nous être penchés sur les questions méthodologiques et épistémologiques de l'analyse des sites web (Rouquette, 2017 ; Massou, Mpondo-Dicka et Pinède, 2022 ; Pinède, Massou et Mpondo-Dicka, 2023), c'est à ce défi que nous vous invitons : se pencher sur les réseaux socionumériques pour offrir à la communauté des sciences humaines et sociales et des sciences du numérique les moyens théoriques et

méthodologiques de leurs investigations, dans une perspective à la fois épistémologique et critique. À travers un nouveau cycle de trois colloques qui débutera en 2024, et dans la perspective d'aboutir à un ou plusieurs ouvrages de référence sur le sujet, nous invitons la communauté scientifique à questionner l'analyse des réseaux sociaux numériques et les méthodes utilisées pour y parvenir : sont-elles heuristiques ? consolidées ? généralisables ? biaisées ? pertinentes ? Il s'agit donc ici davantage d'expliquer la fabrique de la recherche et de mettre à l'épreuve de la critique scientifique les résultats ainsi obtenus dans le domaine de la communication des organisations.

Pour ce premier colloque, les axes suivants dressent des pistes de travail et de réflexion, non exhaustives :

- **représentativité des corpus** : Comment pouvons-nous garantir que nos corpus de données reflètent fidèlement la diversité des interactions et des voix au sein des réseaux sociaux numériques ?
- **réplicabilité des méthodes** : Dans quelle mesure nos méthodes peuvent-elles être reproduites avec succès dans des contextes distincts ? Quelles contraintes spécifiques et limites les réseaux sociaux numériques imposent-ils à la replicabilité ?
- **délimitation et choix des terrains** : Comment pouvons-nous déterminer les frontières de nos enquêtes au sein de ces espaces numériques en constante expansion ? Comment relever les défis liés à la taille, à la spécificité et aux risques potentiels dans le choix de nos terrains d'étude ?
- **typologies des dispositifs et usages** : Quels avantages et biais découlent de l'utilisation de différentes plateformes et réseaux sociaux numériques en tant que terrains de recherche ? Dans quelle mesure pouvons-nous transposer nos conclusions à d'autres contextes ?
- **questions éthiques** : Comment pouvons-nous aborder de manière éthique les problématiques telles que le RGPD, la confidentialité et la posture du chercheur lors de nos analyses au sein des réseaux sociaux numériques ?
- **accès et archivage des données** : Comment gérons-nous l'accès aux données collectées ? Quelles décisions doivent être prises concernant l'*open data* et la gestion des données sensibles ?
- **choix pertinents des indicateurs** : Comment pouvons-nous sélectionner et justifier les indicateurs pour mesurer les évolutions communicationnelles ou les pratiques sociales au sein des réseaux sociaux numériques ?
- **gestion des corpus** : Comment pouvons-nous gérer efficacement et stocker les données collectées, en tenant compte de leur nature en ligne, de leur volume massif et de leur caractère sensible ?
- **approches et visualisation** : Comment pouvons-nous combiner les approches qualitatives et quantitatives ? Quelles sont les modalités de visualisation les plus appropriées pour représenter la complexité des réseaux sociaux numériques ?

- **outils logiciels et compétences techniques** : Quelles sont les ressources logicielles à notre disposition pour faciliter l'analyse des réseaux sociaux numériques, et comment pouvons-nous développer les compétences nécessaires pour les utiliser de manière efficace ?
- **ancrage disciplinaire et interdisciplinarité** : Comment différentes disciplines, des sciences de l'information à l'informatique en passant par les sciences sociales et les sciences du langage, peuvent-elles enrichir nos approches méthodologiques ?
- **notions et vocabulaire** : Comment définir et interpréter des termes clés tels que réseaux sociaux numériques, dispositifs sociotechniques, plateformes et médias sociaux, et comment ces notions guident-elles nos recherches ?

Bibliographie

- AGOSTINELLI Serge et LE DEUF Olivier (dir.), 2013, "Réseaux sociaux entre médias et médiations", *Communication & Organisation*, 43.
- ANDONOVA Yanita et VACHER Béatrice (dir.), 2013, « Nouvelles formes de visibilité des individus en entreprise : technologie et temporalité », *Communication & Organisation*, 44, pp. 5-14.
- BIGOT Jean-Édouard, BOUTE Edouard, COLLOMB Cléo et MABI Clément, 2021, « Les plateformes à l'épreuve des dynamiques de plateformes », *Questions de communication*, 40, pp. 9-22.
- CASILLI Antonio, 2010, *Les Liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*, Le Seuil
- CARDON Dominique, 2008, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, 152, pp. 93-137.
- CARDON Dominique, GRANJON Fabien, 2013, *Médiactivistes*. Presses de Sciences Po, « Contester »
- CARDON Dominique, FOUETILLOU Guilhem et ROTH Camille, 2014, « Topographie de la renommée en ligne. Un modèle structurel des communautés thématiques du web français et allemand », *Réseaux*, 188, pp. 85-120.
- GEORGES Fanny, 2009, « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, 154(2), pp. 165-193.
- GEORGES Fanny, 2011, « L'identité numérique sous emprise culturelle. De l'expression de soi à sa standardisation », *Les Cahiers du numérique*, 7(1), pp. 31-48.
- GREFFET Fabienne, 2022, "Les partis politiques par temps de plateformes: Mobilisations électorales, transformations organisationnelles, initiatives citoyennes", *Réseaux*, 236, pp. 9-33.
- GUNTHERT André, 2016, *L'image partagée. La photographie numérique*. Éditions Textuel.
- LE DEUFF Olivier, 2013, « Réseaux sociaux, entre médias et médiations, des espaces à méditer plutôt qu'à médire », *Communication et organisation*, 43, pp. 5-12.
- LIÉNARD Fabien, 2018, "RSN et espace public", *Les Cahiers du numérique*, 14(3-4), pp. 9-12.
- MARTIN Olivier et DAGIRAL Éric, 2016, *L'ordinaire d'internet. Le web dans nos pratiques et relations sociales*. Armand Colin.

- MARTIN, Olivier et DAGIRAL Éric (dir.), 2021, *Les liens sociaux numériques*. Armand Colin.
- MASSOU Luc, MPONDO-DICKA Patrick et PINÈDE Nathalie (dir.), 2022, *Analyses des sites web*, ISTE Éditions.
- MERCIER, Arnaud. « Préface », Gilles Brachotte éd., *L'usage de Twitter par les candidats. Perspectives internationales lors des élections du Parlement européen en mai 2014*. EMS Editions, 2018, pp. 9-18.
- MERCIER Arnaud (dir.), 2017, *La Communication politique*, Paris, CNRS Éd., coll. Les Essentiels d'Hermès.
- PINÈDE Nathalie, MASSOU Luc, MPONDO-DICKA Patrick (dir.), 2023, *Présence numérique des organisations*, ISTE Éditions.
- PINÈDE Nathalie (dir.), 2019, "Dispositifs numériques des organisations", *Les Cahiers du numérique*, 15(4).
- RALLET Alain et ROCHELANDET Fabrice (dir.), 2011, "La régulation des données personnelles face au web relationnel : une voie sans issue ?". *Réseaux*, 167, 17-47.
- REBILLARD Franck, 2011, « Du Web 2.0 au Web2 : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques », *Hermès*, 59 (1), pp. 25-30.
- REES-ROBERTS Nick et ROCHELANDET Fabrice (dir.), 2022, "La plateformes de la mode", *Réseaux*, 234, pp. 9-22.
- REY, Bénédicte, (2014). « Les intelligences numériques des informations personnelles. Vers un changement de perspective pour garantir le droit à la vie privée ? », *Les Cahiers du numérique*, vol. 10, no. 1, 2014, pp. 9-18.
- ROUQUETTE Sébastien (dir.), 2017, *Site internet. Audit et stratégie*, De Boeck Supérieur
- SLOAN Luke et QUAN-HAASE Anabel, 2022, *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, SAGE Editions
- SLENGER Thomas et COUTANT Alexandre (dir.), 2011, « Ces réseaux numériques dits sociaux », *Hermès*, 59.
- SMYRNAIOS, Nikos, et SEBBAH Brigitte. « Les Gilets jaunes, étude sur la structuration d'un mouvement social en ligne », *L'ENA hors les murs*, vol. 494, no. 2, 2019, pp. 19-21.
- VENTURINI Tommaso, CARDON Dominique et COINTET Jean-Philippe, 2014, *Méthodes digitales, Approches quali/quantitative des données numériques*, 188.
- TUFEKCI Zeyneb, 2019, *Twitter et les gaz lacrymogènes. Forces et fragilités de la contestation connectée*. C & F Éditions.

DATES : 28 et 29 mars 2024

LIEU : Université Toulouse 2 Jean Jaurès

MODALITES DE SOUMISSION :

Les propositions de communication sont à envoyer à Patrick Mpondo-Dicka (patrick.mpondo-dicka@univ-tlse2.fr), Brigitte Sebbah (brigitte.sebbah@iut-tlse3.fr) et Valérie Bonnet (valerie.bonnet@iut-tlse3.fr). Elles se présenteront de la façon suivante :

- Première page : titre de la proposition, auteur(s), rattachement institutionnel et coordonnées, mots-clefs (5 maximum) ;

- Deuxième page : titre et proposition de communication en 4000 caractères maximum (espaces compris), hors bibliographie.

CALENDRIER

- Diffusion de l'appel : 23 octobre 2023
- Date limite de soumission des propositions de communication : 12 janvier 2024
- Réponse aux auteurs : 2 février 2024

Un ouvrage collectif, rassemblant une sélection des communications révisées pour publication, sera proposé à l'issue du colloque.

COMITE D'ORGANISATION

Patrick Mpondo-Dicka / Université Toulouse 2 Jean-Jaurès / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Valérie Bonnet / Université Toulouse 3 Paul Sabatier / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Brigitte Sebbah / Université Toulouse 3 Paul Sabatier / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Pierre Ratineau / Université Toulouse 2 Jean-Jaurès / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

COMITE SCIENTIFIQUE

Bonnet Valérie - Université Toulouse 3 Paul Sabatier / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Falgas Julien – Université de Lorraine / Centre de Recherche sur les Médiations (CREM)

Kondratov Alexander - Université Clermont Auvergne / Communication et Sociétés

Laborde Aurélie – Université Bordeaux Montaigne / Médiation, Information, Communication et Arts (MICA)

Le Deuff Olivier – Université Bordeaux Montaigne / Médiation, Information, Communication et Arts (MICA)

Massou Luc – Université de Lorraine / Centre de Recherche sur les Médiations (CREM)

Mpondo Dicka Patrick – Université Toulouse 2 Jean Jaurès / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Pinède Nathalie – Université Bordeaux Montaigne / Médiation, Information, Communication et Arts (MICA)

Ratineau Pierre – Université Toulouse 3 Paul Sabatier / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Rouquette Sébastien – Université Clermont Auvergne / Communication et Sociétés

Roux Ugo – Université de Lorraine / Centre de Recherche sur les Médiations (CREM)

Sebbah Brigitte - Université Toulouse 3 Paul Sabatier / Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Stockinger Peter – Institut national des Langues et Civilisations Orientales / Pluralité des Langues et des Identités : Didactique, Acquisition, Médiations (PLIDAM)

