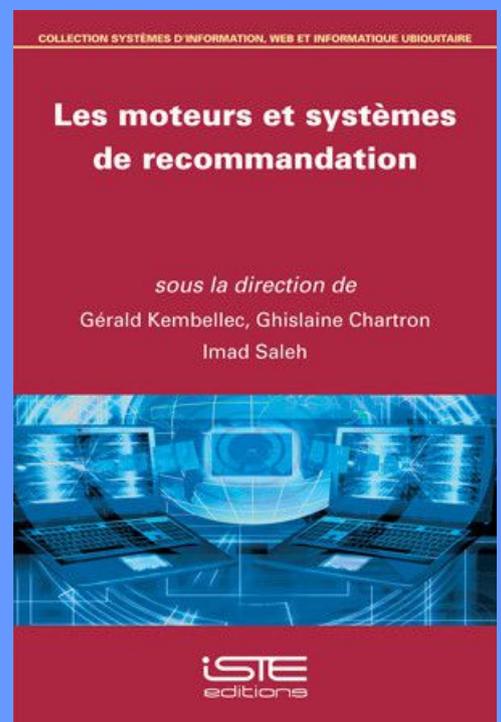


# Partir des **usages** pour analyser les **systèmes de recommandation** : le cas des médias sociaux numériques

17 novembre 2014

Présentation réalisée par Jean-Claude Domenget et Alexandre Coutant – MCF en sciences de l'information et de la communication - ELLIADD – Université de Franche-Comté – Séminaire IMPEC - Lyon



# Plan

- Introduction : omniprésence des systèmes de recommandation
- Méthodologie employée : exploitation secondaire + sélection de cas
- Cadre théorique : théorie de la prescription en ligne (Hatchuel, 1995 ; Stenger, 2006, 2011) et théorie du contrat de communication (Véron, 1985, 1986, 1987)
- Résultats : cas de dysfonctionnements de la recommandation sur Twitter et Facebook
- Bilan des formes de prescription sous l'angle énonciatif + proposition de types de recommandation selon les différents espaces des médias socionumériques
- Discussion autour de cas récents et de pistes théoriques d'approfondissement

# Introduction

## L'omniprésence des systèmes de recommandation

- Guide d'actions dans de nombreux espaces d'Internet
  - Enjeux socio-politiques : silos, bulles informationnelles (Pariser, 2011 ; Cardon, 2013)
  - Enjeux socio-économiques : des systèmes qui font partie de l'exploitation commerciale de la participation (Bouquillion et Matthews, 2010 ; Rebillard, 2011 ; Proulx, 2014)
- La prescription entre pairs comme moteur principal de la participation sur les médias socionumériques (Stenger, 2011)

Un constat : un succès inégal sur nos terrains

# Introduction

## Médias socionumériques

Services Internet :

1. Dont le contenu est très largement produit par les internautes utilisateurs (principe UGC : user generated content)

2. Qui regroupent des configurations sociotechniques très variées en termes de dynamique de participation (par intérêt, par amitié) et de visibilité (nature et finalité des données publiées en ligne). (Stenger, Coutant, 2013)



# Introduction

- ✓ **Exemples de dysfonctionnements de la recommandation sur Twitter**

Désintérêt pour les comptes recommandés / Existence de #FF et de listes créées par les usagers

- ✓ **Exemples de dysfonctionnements de la recommandation sur Facebook**

Incitation à la prise de contact ignorée / Existence de statuts participatifs

**Idée de cumuler les théories de la prescription et du contrat de la communication pour expliquer ces dysfonctionnements**

# Méthodologie

## Analyse secondaire

- « Réexamen d'un ou plusieurs ensemble de données qualitatives dans l'optique de poursuivre des questions de recherche qui sont distinctes de celles de l'enquête initiale » (Thorne, 2004, p. 1006)
- Contrôle interne : données de première main réemployées (Chabaud, Germain, 2004)

# Méthodologie

## Extraction de cas : test de théorie

- Cas qui interroge (Passeron, Revel, 2005, p. 11-13) : simple existence interroge
  - Pas sélectionné, a émergé lors des analyses primaires
  - Cas-test (David, 2005) : éprouver un cadre théorique dans un nouveau contexte
- Sélection des cas-tests, sur base de controverse ou d'innovation usager (perçus comme rupture du contrat de communication)

# Cadre théorique

- ✓ Théorie de la prescription en ligne (Hatchuel, 1995 ; Stenger, 2006, 2011) :
  - ✓ Influence potentielle / co-construite
  - Reconnaissance à comprendre
  - ✓ Variété des prescriptions et de leur dimension
  - ✓ Outils de tri / de classement / comparaison / recommandation

**Tableau 1**  
Trois formes fondamentales de prescription (adapté de Hatchuel, 1995)

Forme de prescription	Type d'incertitude	Objet d'intervention : savoirs portant sur	Mutation de l'acte d'achat en
Prescription de fait	simple ou « de fait »	la chose à acquérir ; un état du monde.	/
Prescription technique	notionnelle	les champs d'action, les pratiques possibles.	processus de délégation et de contrôle.
Prescription de jugement	de valeur	la chose à acquérir et son mode d'appréciation.	délégation de jugement.

**Tableau 2**  
Un cadre conceptuel pour la prescription dans la relation d'achat en ligne

Dimensions de la prescription	Types ou degrés
Forme	de fait, technique, de jugement
Intensité	de nulle à forte
Source	tiers, vendeur ou client
Compétence requise chez l'acheteur	de nulle à forte
Portée	de locale à globale
Niveau d'intervention	selon le modèle décisionnel de référence
Opération vis-à-vis des possibles	réduction ou élargissement

# Cas sur le web marchand

Vente de vin et champagne sur ChateauOnline.fr - CompaqNET

Site français

ACCUEIL GRANDE CAVE PRIMEURS CADEAUX

RECHERCHE LIBRE ok  
RECHERCHE AVANCEE  
par critères  
RECHERCHE DIRECTE  
Champagnes  
Vins rouges  
Vins rosés  
Vins blancs

A la Une  
Coups de cœur  
Offres précédentes  
Nouveautés  
Fins de lots  
Nos sélections  
Petits Prix  
Connaisseurs  
Objets du vin  
Caisses Panachées  
Nos questions  
Modalités de livraison  
Qui sommes-nous ?  
Devenir franchisé  
Contactez-nous  
Aide/FAQ

Nos sélections

**RÉSULTAT DE RECHERCHE**

Nombre de résultats trouvés : 13  
Vos critères de recherche : Puligny-Montrachet  
Tri par prix par millésime par ordre alphabétique  
 Privilégier les produits immédiatement livrables

page 1/1

**Bourgogne Clos du Château (Château de Puligny)**  
Livvable sous 10 jours ouvrés  
Terroir  
France - bourgogne - côte de beaune - Blanc  
Monopole du Château de Puligny Montrachet, ce Bourgogne dévoile toute la typicité d'un joli terroir. Un vin plaisir, sur la finesse et l'élégance.  
15,50 € TTC (101,67 FF)  
soit 93,00 € TTC le lot de 6 bouteilles (610,02 FF)

**Puligny Montrachet Les Nosroyes Domaine Génot Boulanger, 2000**  
Livvable sous 10 jours ouvrés  
Terroir  
France - bourgogne - côte de beaune - puligny-montrachet - Blanc  
Voici un vin complet et complexe qui respecte parfaitement le cépage et le formidable terroir dont il est issu. Un vin fruité, minéral et structuré qui pourra vieillir sans problème.  
27,00 € TTC (177,10 FF)  
soit 81,00 € TTC le lot de 3 bouteilles (531,30 FF)

**Puligny Montrachet Domaine Carillon, 2001**  
Livvable sous 10 jours ouvrés  
Valeur Sure  
France - bourgogne - côte de beaune - puligny-montrachet - Blanc

UN PANIER MON COMPTE  
LE MAGAZINE AIDE

Du Lundi au Vendredi de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h30

Nos meilleures ventes  
• Top 5 Champagnes  
• Top 5 rouges  
• Top 5 rosés  
• Top 5 coffrets  
• Top 5 blancs

Les préférés de notre comité de dégustation  
• France : B. Joinville  
• Germany : J. Fendt  
• Belgium : E. Boschman  
• France : JM Deluc  
• Notre invité : ce mois-ci...  
• Great Britain : H. Chaplin

Services  
• Abonnement-vin  
• Petites annonces  
• Forums

Fin Février 2004  
• Concours 2004 de l'Académie AMORIM : Appel à Candidature

Le saviez-vous ?  
Le 'Bouchon', ou

Source : clients instrumentalisés

sélections de vins préétablies prescription forte

Source : le vendeur lui-même

descriptif critique prescription limitée

Mise en scène d'un prescripteur officiel : illustration sur 1855.com

Source : prescripteur « officiel » (tiers)

Opération : réduction des solutions envisageables

Compétence requise : nulle

Niveau d'intervention : sélection de solutions envisageables

Intensité : prescription forte

Forme : prescription de jugement

Sur la page d'accueil de 1855, un lien direct vers des vins notés plus de 90 sur 100 par Parker

# Cadre théorique

## Théorie du contrat de communication (Véron, 1985, 1986, 1987) :

- Reconnaissance : énoncé + énonciation
- Énonciation : position de l'énonciateur et de l'énonciataire
  - Donne lieu à un contrat de communication accepté ou non par les interactants
    - Ajout à l'analyse de l'information la prise en compte de la relation : communication
    - Raisons des interactions échouées multiples

# Analyse sociotechnique / Dysfonctionnements

## Les limites de la prescription sur Twitter

- ✓ Prescription entre pairs a pallié à l'inexistence de systèmes de recommandation et à l'inadaptation des fonctionnalités de tri de l'information

Formes (# - RT - @ - Listes – bio – architecture d'information)



# Analyse sociotechnique / Dysfonctionnements

## Les limites de la prescription sur Twitter

- ✓ Exemples de #FF avec ou non explicitation de la recommandation

Merci pour le #FF  
@RodriguezTHIE bon weekend  
à vous ;-)  
@MikeShneider  
@cnaux @Celimonseb  
@Benito\_hibou @cdeniaud  
@cyceron @jbonnel

10:17pm - 14 Nov 2014 - Twitter Web Client

Liste de comptes au sein d'un groupe de pairs

 @m\_ceb 19h  
#FF #SEO (semestriel) :  
@korleon38 @EliteONkils  
@laurentbourelly @Loran750  
@jessyseonoob @Djibou\_TeaM  
@fabienr34 @GregWebx  
@noska\_seo

Details



#FFBack @m\_ceb @korleon38  
@EliteONkils @Loran750  
@jessyseonoob @Djibou\_TeaM  
@fabienr34 @GregWebx  
@noska\_seo

7:34pm - 14 Nov 2014 - Twitter for iPhone

#FF à suivre pour #CM  
#Webmarketing  
#Réseauxsociaux #ereputation  
@antoineBr @axenetwit  
@seomuscle  
@RaphSEO @annaleenyc  
@david\_reguer 9/14

7:16pm - 14 Nov 2014 - Buffer

Explicitation de la recommandation  
« suivre... pour... »

# Analyse sociotechnique / Dysfonctionnements

## Les limites de la prescription sur Twitter

- ✓ Absence d'explicitation de la prescription



## Analyse sociotechnique / Dysfonctionnements

### Désintérêt des usagers pour les recommandations de prise de contact

- ✓ Principe de l'analyse structurale de l'homophilie Vs Diversité des « amis »
  - ✓ Intimes / Connaissances du quotidien / Connaissances passées / Famille / Personnes partageant un intérêt commun / Célébrités / « Soi » / Organisations / Fakes

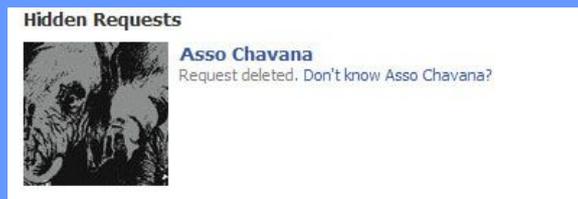


Prescription technique

# Analyse sociotechnique / Dysfonctionnements

## Une méconnaissance des configurations sociotechniques émergeant sur Facebook

### ✓ Recommandation individuelle Vs activités collectives



# Analyse sociotechnique / Dysfonctionnements

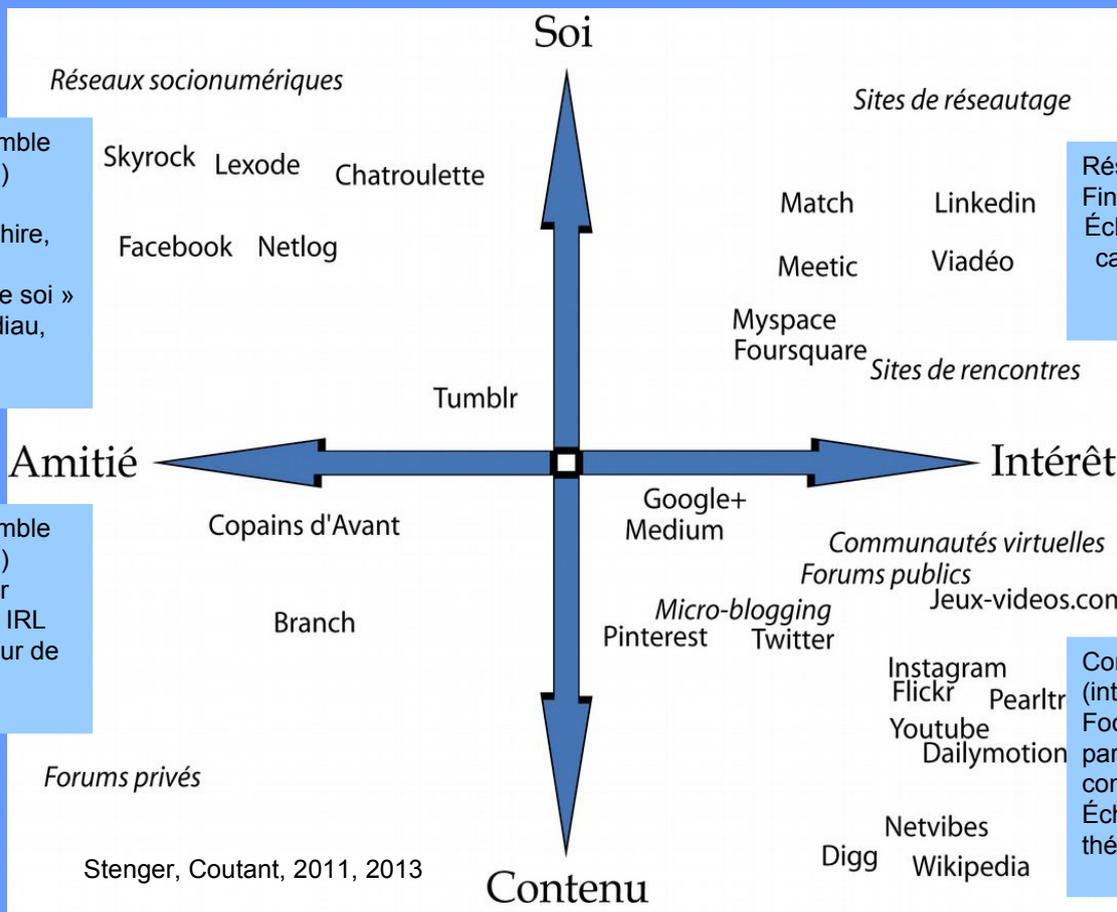
- ✓ Une méconnaissance des configurations sociotechniques émergeant sur Facebook
- ✓ Recommandation de consommation / finalités de sociabilité



## Formes de prescription sous l'angle énonciatif

Forme de systèmes de recommandation	Plan de l'énoncé (i.e. attente des usagers)	Plan de l'énonciation (i.e. formulation de la recommandation de manière à ce qu'elle soit reconnue)		
		Énonciateur	Destinataire	relation
Logique nomophilique sur Facebook	Divergence entre le modèle d'influence quantitatif et la variété des formes d'influence observées	« Ami » explicité (« Untel a effectué ceci »)	Usager individualisé	Plateforme s'efface derrière un ami
Prescription d'activités sur Facebook	Divergence entre les activités individuelles proposées et les logiques de participation collective	« Ami » explicité (« Untel a effectué ceci »)	Usager individualisé	Relation interindividuelle
Prescription publicitaire sur Facebook	Divergence entre la logique marchande de la présence des marques et les interactions badines des usagers	Marque/organisation	consommateur	Communauté de marque
Prescription entre pairs sur Twitter	Conseil de comptes dans une finalité de curation	Curateur	Veilleur	Autorité du curateur sur le veilleur
Suggestion de comptes par Twitter	Divergence entre la diversité des logiques d'usages (curation, réseautage) et la forme de prescription de la part de la plateforme	Non explicité	Usager	Non explicité

# Distinction des médias sociaux numériques



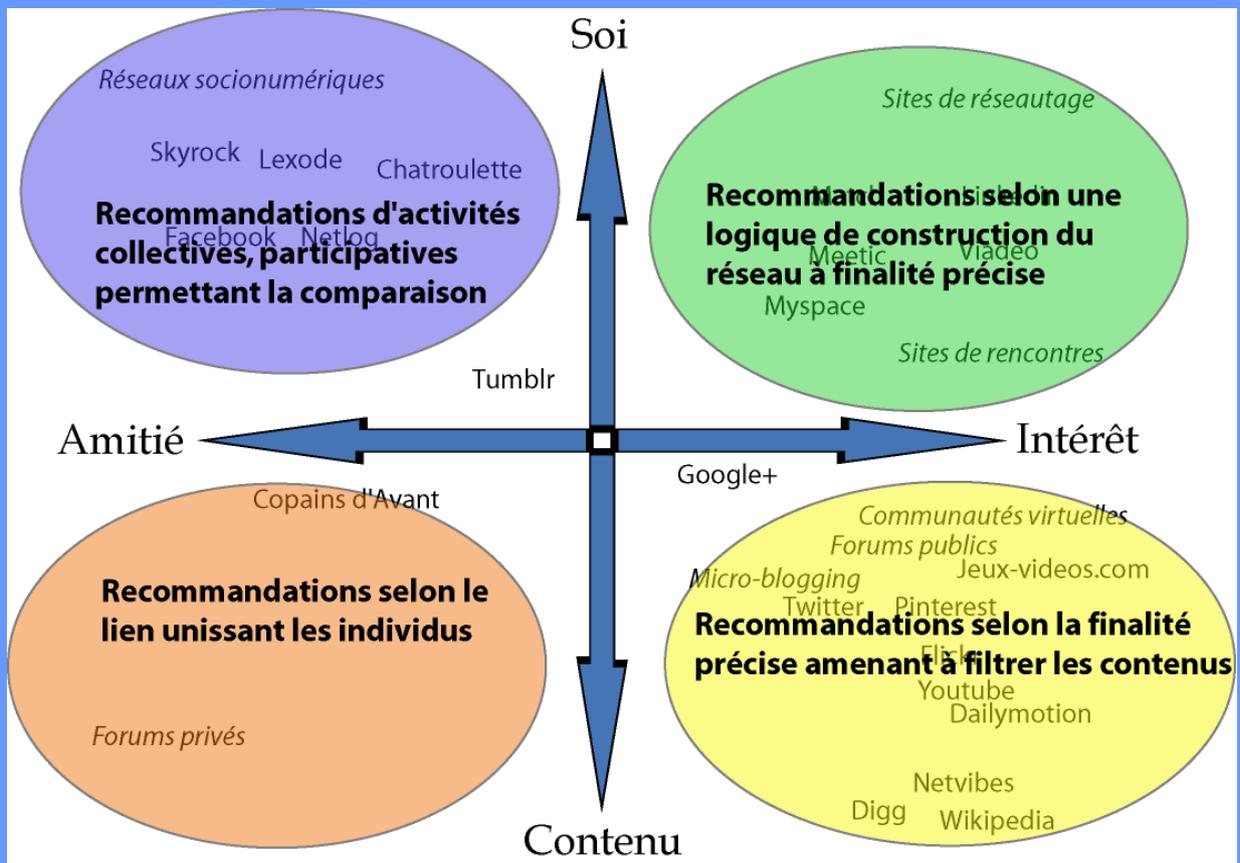
« Trainer ensemble (Ito et al., 2008)  
« Activités prétextes » (Lahire, 2004)  
« Expression de soi » (Allard et Blondiau, 2007)

« Trainer ensemble (Ito et al., 2008)  
Focalisation sur connaissances IRL  
Échanges autour de thématiques

Réseautage  
Finalités stratégiques  
Échanges autour des caractéristiques des participants

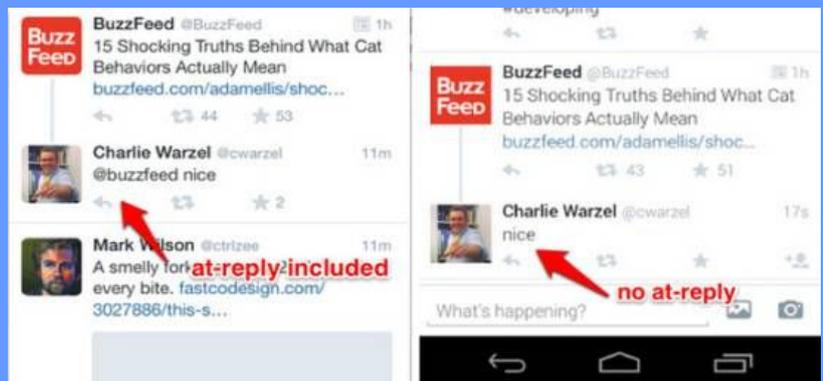
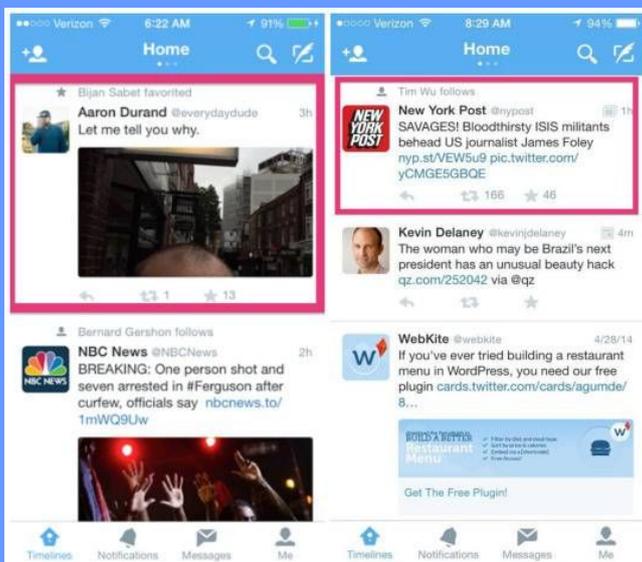
Communautés (intérêt, de pratiques)  
Focalisation sur le partage (expérience, compétence, avis)  
Échanges autour de thématiques précises

# Application aux médias socionumériques



# Discussion

- ✓ Incompréhension des contrats de communication continue à gouverner les recommandations



Projet de suppression des réponses et des hashtags

<http://www.blogdumoderateur.com/fin-reponses-hashtags-twitter/>

**Wilson** Aug 22, 2014  
The screenshot demonstrates exactly what's wrong with Twitter's thinking here. Why would I suddenly want to see the NYPost's annoying "SAVAGES!" tweet in my carefully curated timeline?

Tweet ou compte à suivre, jugé comme populaire ou pertinent, ajouté dans le fil d'actualité  
<https://support.twitter.com/articles/227251-qu-est-ce-qu-un-fil-d-actualite-twitter#>

## Discussion

### Pourquoi succès global malgré les inadaptations de certaines fonctionnalités ?

- Expertise dans le management de l'appropriation
  - Inachèvement par conception (Latzko-Toth, 2014)
  - Art d'encadrer vs art de faire (Stenger, Coutant, à paraître)

# Merci de votre attention, vos questions ?



**Jean-Claude Domenget**

**@jcdblog** Paris - Montbéliard

*Enseignant-chercheur en info-com, spécialisation web.  
Centres d'intérêt : référencement - visibilité web - médias  
sociaux - métiers du web - gestion de projets*  
<http://enseignantmultimedia.blogspot.com>



**Alexandre Coutant**

**@acoutant**

*Enseignant-Chercheurs Info/comm. Usages des TIC,  
accompagnement de l'innovation et pratiques de  
consommation.*  
Lyon - <http://fr.linkedin.com/pub/alexandre-coutant/a/814/982>

**Alexandre Coutant – [coutant.alexandre@gmail.com](mailto:coutant.alexandre@gmail.com)**  
**Jean-Claude Domenget – [jcdomenget@gmail.com](mailto:jcdomenget@gmail.com)**

**Maîtres de conférences en sciences de l'information et de la communication**

**Equipe Objets et Usages Numériques (OUN)**

**Edition, Langages, Littératures, Informatique, Arts, Didactique, Discours (ELLIADD)**

**Université de Franche-Comté**